

**FLASH**

«L'ondata di freddo che ha colpito l'Italia non ha avuto alcun impatto sulla disponibilità dei prodotti ortofrutticoli» ed «eventuali riduzioni sul mercato sono normali in questi mesi, per motivi legati al ciclo produttivo e per le basse temperature tipiche della stagione invernale». Dunque, «attenzione agli aumenti di prezzo perché sono assolutamente ingiustificati»: lo ha dichiarato due giorni fa **Fabio Massimo Pallottini** direttore generale del **Centro Agroalimentare Roma**, che ha un osservatorio che opera sul settore

**Cresce il ruolo dello snacking** nelle abitudini alimentari dei consumatori. Lo dice il quarto rapporto annuale *State of Snacking* di **Mondelez International**, uno studio che esamina i comportamenti a livello globale e analizza gli aspetti delle scelte. I risultati del rapporto, sviluppato in collaborazione con **The Harris Poll**, mostrano come i consumatori preferiscono lo spuntino al pasto tradizionale e gli snack continuano a essere presenti nel carrello dei consumatori, nonostante l'aumento dei prezzi.

**Compie trent'anni il mercato comune** della Ue nato con Maastricht, ma per **AssoLatte** ci sono ancora troppi ritardi per il lattiero caseario. «A preoccupare sono gli effetti distorsivi delle norme dei singoli Paesi che rendono i propri prodotti più competitivi degli altri concorrenti europei», spiega il presidente **Paolo Zanetti**. «Mercato comune, per noi significa regole comuni con cui confrontarsi. La libera circolazione ha valore solo se è in grado di apportare vantaggi netti a tutti». Nel 1993 le imprese italiane esportavano, nell'UE a 27, 69mila tonnellate di formaggi, oggi le tonnellate sono 360mila con il fatturato passato da 312 milioni di euro ad oltre 2,3 miliardi.

**L'e-commerce in Italia vale 71 miliardi di euro** ed è il primo driver di crescita dell'economia. Secondo lo studio condotto da **Netcomm** in collaborazione con **The European House - Ambrosetti**, il settore ha contribuito per il 40,6% alla crescita di fatturato totale delle attività economiche nel quinquennio 2016-2020 in Italia. Più della metà del fatturato proviene dal Nord-Ovest, 51,1%, con un importante contributo dato dalla Lombardia.

**Nasce il primo Osservatorio economico** sulla filiera della **Mozzarella di Bufala Campana Dop**. Lo lancia il consorzio di tutela. L'iniziativa è realizzata in partnership con **UniCredit** e **Nomisma**. Obiettivo è fotografare la realtà economica del comparto e verificarne le trasformazioni, per consentire di monitorarne le esigenze e costruire azioni adeguate a sostegno del suo sviluppo.

**Per i macchinari per il Food** si aprono prospettive nel mondo arabo. Nei paesi del Golfo Persico, infatti, il mercato dell'horeca cresce a doppia cifra e il turismo rappresenta il 17% del Pil degli Emirati Arabi Uniti. Ecco perché i produttori di food equipment dovrebbero guardare a Dubai e Abu Dhabi. Lo rivela una ricerca condotta dall'**Analysis Center di Matchplat** che evidenzia come in quell'area è consigliata la vendita di macchine da caffè, sistemi per produrre il gelato artigianale e macchinari per pasticceria e cioccolateria.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



179685