

Rassegna del 13/01/2016

NESSUNA SEZIONE

06/01/2016	Fedelta'	10	<u>Dolci "Made in Italy" record per l'export</u>	...	1
13/01/2016	Giornale della Liguria e del Piemonte	11	<u>Sia Piemonte che Liguria piazzano una finalista - Se le start up sono Bio Piemonte e Liguria piazzano una finalista</u>	Sciullo Massimiliano	2

1

Dopo 9 anni in ripresa anche i consumi interni

Dolci "Made in Italy" record per l'export

I nostri dolci natalizi "volano" all'estero: + 10,2% in 1 anno

All'estero piacciono sempre di più i dolci natalizi della tradizione artigianale italiana. Nell'ultimo anno, tra panettoni, pandoro, cioccolato e prelibatezze made in Italy, sono volati nel mondo prodotti per un valore di 309,1 milioni di euro, con un aumento del 10,2% rispetto all'anno precedente.

Lo rileva Confartigianato che ha stilato una classifica dei Paesi più "golosi" di prodotti italiani: in testa c'è la Francia, seguita da Germania e Regno Unito. Dall'inizio dell'anno, i nostri cugini d'Oltralpe hanno comprato 75,1 milioni di euro di dolci natalizi (pari al 24,3% del nostro export di questo tipo di prodotti). In Germania abbiamo esportato 53,8 milioni di pasticceria per le feste di fine anno (17,4% del totale esportato), mentre nel Regno Unito il nostro export di dolci di Natale è pari a 34,3 milioni (11,1% del totale).

Ma l'exploit di crescita nel 2015 si registra negli Stati Uniti che hanno comprato il 45,5% di dolci in più rispetto al 2014. Seguono la Germania con il 32,1% in più, dall'Austria con il 22,2% e dalla Spagna con il 15,6%.

Secondo il rapporto di Confartigianato, l'aumento dell'export di specialità natalizie è in linea con il record storico di vendite all'estero di food made in Italy registrato nel 2015: ben 29,6 miliardi.

"Se il nostro cibo va forte sulle tavole di tutto il mondo - sottolinea il presidente di Confartigianato Cuneo Domenico Massimino - il merito è anche delle 90.977 aziende artigiane del settore, di cui 43.575 imprese specializzate

nella pasticceria, che danno lavoro a 159.753 addetti. Un patrimonio economico e di tradizione culturale che va costantemente difeso e valorizzato".

Nella classifica delle regioni con il maggiore aumento di export alimentare la Toscana fa registrare il +18,4% nei primi sei mesi del 2015. Seguono Campania con +14,8%, Veneto (+11,9%), Piemonte (+5,1%), Emilia-Romagna (+4,7%) e Lombardia (+1,%). A livello provinciale, record di crescita dell'export per Napoli (+36,1%), Bergamo (+26,1%), Firenze (+19,6%), Siena (+18,9%), Vicenza (+18,7%).

Secondo l'Ufficio studi di Confartigianato a far crescere la passione degli stranieri per i nostri prodotti della buona tavola è anche il numero di specialità alimentari italiane riconosciute e tutelate dall'Unione europea con i marchi Dop, Igp e Stg. L'Italia è leader nell'Ue per quantità di prodotti difesi da questi marchi di qualità: ben 277, vale a dire un quinto (21,5%) del totale dei prodotti di qualità europei.

In ripresa, dopo 9 anni, anche i consumi interni: le vendite di alimentari nei primi 9 mesi del 2015 registrano una crescita dello 0,5%, per la prima volta dal 2006. Le festività natalizie, stimolano gli acquisti: i consumi di alimenti, a dicembre, mostrano un valore di 15,2 miliardi, vale a dire 2,6 miliardi in più (+21,2%) rispetto alla media dei consumi mensili di tutto l'anno.

E se la qualità non si discute, i prezzi rimangono sotto controllo: Confartigianato fa rilevare che ad ottobre 2015, a fronte di una crescita dei prezzi dei prodotti alimentari del 2%, i prezzi dei prodotti di pasticceria fresca crescono dell'1%, con una riduzione rispetto all'1,2% di ottobre 2014.



CONCORSO NAZIONALE PER START UP INNOVATIVE**Sia Piemonte che Liguria piazzano una finalista**

■ Le nuove idee di business non si fermano mai. E portano sia il Piemonte che la Liguria alla ribalta nazionale per quanto riguarda le migliori start up nel settore delle cosiddette «scienze della vita». Lo testimonia il concorso intitolato «BioUpper», che ha raccolto 118 candidature da tutta Italia e che arriva adesso alla sua selezione finale. Nella top ten ci sono così sia una rappresentante del territorio piemontese che una per

quello ligure, che spaziano dalle cure di chemioterapia agli spray nasali. Per loro, così come per le altre 8 proposte rimaste in gara, si aprono due mesi di sprint finale per arrivare al giudizio conclusivo del primo aprile. Per le tre idee vincitrici, ci sarà un voucher da 50mila euro per poter affrontare il mercato con le proprie gambe.

Massimiliano Sciuolo a pagina 11

IL BUSINESS DI DOMANI Competizione nazionale

Se le start up sono Bio Piemonte e Liguria piazzano una finalista

Al concorso BioUpper, riservato alle scienze della vita, è stata selezionata la top ten

Massimiliano Sciuolo

■ Su 118 candidature provenienti da tutta Italia, soltanto dieci sono arrivate alle porte della finale. Di queste, due (una per ciascuna) rappresentano le regioni di Piemonte e Liguria. I due territori «cugini» si confermano dunque culle della capacità di progettare nuovi modelli di business. A dirlo, questa volta, è il concorso nazionale promosso da Novartis e Fondazione Cariplo denominato «BioUpper», riservato alle migliori idee d'impresa nel settore delle scienze della vita. Ovvero quel settore che riguarda le scienze che hanno a che fare con gli organismi, siano essi piante, animali o esseri umani.

Partita lo scorso novembre, con la raccolta delle proposte dei partecipanti, la competizione per start up arriva adesso alle battute decisive. Il processo di valutazione, infatti, ha ristretto a una rosa prima di diciannove e successivamente di dieci i possibili vincitori. Il prossimo step è fissato per il 1° aprile,

quando la giuria fornirà la sua ultima sentenza: le migliori tre avranno diritto a un voucher dal valore di 50mila euro.

Idee, percorsi di formazione affiancati da tutor e business an-

PREMIO

In palio c'è un voucher da 50mila euro destinato ai migliori tre

gels, confronti e una presentazione davanti alla giuria. All'ultimo setaccio sono passate start up dai nomi come Beating heart on a chip, BrainControl, EVARplanning, FluoMagneto, Math2Ward, One4Two, Panoxyvir, SIENA Imaging, WRAP e uSTEM.

Sono dieci idee di impresa che si distribuiscono equamente (cinque progetti per parte) tra due dei tre ambiti previsti dal concorso: biotecnologie orientate alle scienze mediche e strumenti digitali al servizio della salute / dispositivi medicali. Forte, poi, la presenza fem-

minile - a conferma che il mondo dell'impresa si sta aprendo sempre di più anche all'altra metà del cielo - così come si delinea una fortissima presenza della Lombardia, che piazza ben tre finaliste nella top ten. Non si può parlare però di una vera egemonia, visto che la Toscana ne vanta due, mentre le altre cinque rappresentano, come accennato, Piemonte e Liguria, ma anche Emilia Romagna, Campania e Veneto.

In attesa di scoprire chi sarà a comporre il podio dei vincitori, quel che già emerge con chiarezza è che si nota un «alto profilo» delle candidature e delle idee - come spiega Guido Guidi, head of region Europe di Novartis Pharma -. Questo a conferma



dell'eccellenza della ricerca scientifica in Italia che però, purtroppo, è ancora troppo poco sostenuta e incoraggiata. Ci auguriamo che BioUpper possa aiutare a tradurre quest'ec-

SELEZIONE

Erano arrivate 118 candidature, la scelta sarà fatta il 1° aprile

cellenza in iniziative imprenditoriali concrete, spingendo i nostri giovani ricercatori a rischiare per affermare le proprie idee».

L'idea piemontese (denominata «Panoxyvir») appartiene alla categoria biotecnologie e si concretizza in uno spray nasale antivirale in grado di prevenire e curare il raffreddore comune mediante l'uso di ossisteroli, molecole fisiologiche derivate dall'ossidazione enzimatica del colesterolo. Dalla Liguria arriva invece «Fluomagneto». Anche qui nel campo delle biotech, l'idea vuole offrire un'alternativa alla chemioterapia classica nel trattamento di tumori solidi, mediante l'uso di nanoparticelle magnetiche che rilasciano il farmaco al sito tumorale sotto l'azione di un campo magnetico alternato.

Le 10 proposte finaliste accedono ora al programma di accelerazione di durata bimestrale (dal 1 febbraio al 31 marzo): un percorso costruito su misura, volto a predisporre e rendere efficace la fase del «go-to-market», ovvero l'ingresso del progetto sul mercato. Il programma sarà calibrato su ciascuna idea d'impresa, sulla base del ciclo di vita del prodotto o del servizio proposto e sarà composto dal lavoro in laboratorio, tempo di incubazione, visite guidate ad aziende e distretti (anche esteri). Una volta conclusa quest'ultima fase, ciascun team sarà chiamato a presentare i risultati raggiunti.

Twitter: @SciuRmax

