



Dalla natura... alla natura

Prodotto per l'interruzione
della dormienza

Nel Cilegio,
Uva da tavola
e Actinidia.



FREDDY

Avvisi

- [Clicca qui per iscriverti e ricevere quotidianamente la newsletter](#)



La Clessidra

08:48
Cilegini Rijk Zwaan: vicini alle

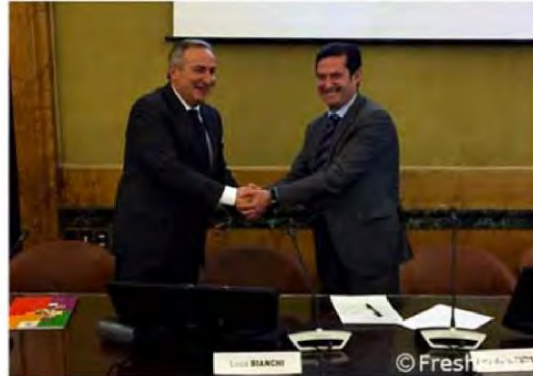
esigenze del territorio siciliano

Ricerca di personale

- Commerciale vendite ad Azzano San Paolo (Bergamo)
- Commerciale
- Agente plurimandatario per la Sicilia Orientale
- Agente plurimandatario per Calabria, Basilicata e provincia di Bari
- Agente plurimandatario per Friuli Venezia Giulia e Trentino
- Commerciale vendite
- Tecnico commerciale in provincia di Taranto

Piu' frutta e verdura nei ristoranti: nasce Nonsoloananas, iniziativa Unaproa-Fipe

E' stato firmato un protocollo d'azione tra produttori ortofrutticoli e ristoratori, con sigla apposta da **Antonio Schiavelli**, presidente Unaproa e **Aldo Mario Cursano**, vicepresidente vicario di Fipe. Nasce così **#Nonsoloananas**: questo l'hashtag che significa più scelta di frutta e verdura fresca nei ristoranti.



L'incontro è avvenuto ieri 25 gennaio 2017 a Roma, presso il Mipaaf-Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, nella sala Cavour, con la partecipazione di **Massimiliano Dona**, presidente dell'Unc, Unione Nazionale Consumatori. Come padrone di casa, **Luca Bianchi**, capo del Dipartimento delle politiche competitive, della qualità agroalimentare, ippiche e della pesca al Mipaaf. Il tutto presentato e moderato da **Camilla Nata**, giornalista e noto volto televisivo.



Nata, Schiavelli, Bianchi, Cursano e Dona.

In sala anche molti studenti dell'ultimo anno dell'Isis Gioberti, il noto istituto di Trastevere che forma i futuri chef, addetti di sala, operatori del gusto, allievi che in moltissime occasioni si sono distinti vincendo premi in Italia e all'estero.





Speciale [continua »](#)

- Speciale Fruit Logistica 2017
gen 2017
- Speciale Agrumi
dic 2016
- Speciale Kiwi
nov 2016
- Speciale MACFRUT 2016
set 2016
- Speciale Frutta estiva 2016 (mag - giu
2016)
- Speciale sul Sostenibile
apr 2016
- Speciale Cambiamento climatico
mar 2016
- Speciale Bio
feb 2016
- Speciale Fruit Logistica 2016
gen 2016

Top 5 - ieri

- Il consumatore e' abituato a prezzi troppo bassi, ma adesso deve

"Sono giornate estremamente complesse e piene di emergenze, dal terremoto e dalla neve che interessa il centro Italia alle condizioni meteo avverse che hanno distrutto realtà agricole nel Meridione e in Sicilia – ricorda Luca Bianchi – Possiamo comunque continuare ad affermare che il sistema Italia si sta confrontando con successo con la realtà internazionale, molte aziende dell'agroalimentare stanno trasformando i loro processi produttivi: la forte connessione e caratterizzazione con territori splendidi e vari, sta facendo primeggiare le nostre realtà a livello internazionale. Quando all'estero vendiamo un nostro prodotto, vendiamo un nostro modello, un nostro racconto di sostenibilità anche economica, di valori sociali".



"L'incontro di oggi è estremamente interessante perché aggiunge un altro tassello all'intero mosaico – prosegue Bianchi – Tutti i nostri tavoli di filiera stanno vedendo la partecipazione di tutti gli attori, compresa la grande distribuzione. Bisogna unirsi per un lavoro e uno sforzo comune. Quella di oggi è una risposta che va proprio in questo senso di piena concertazione. Il comparto dell'agroalimentare è un settore di traino, di grande sfida economica italiana".

E qui entra in campo il sondaggio dell'Unc, "Frutta e verdura al ristorante soddisfatto dell'offerta?", con numeri che danno una chiara idea dell'atteggiamento del pubblico, risultati raccontati da Massimiliano Dona, presidente dell'Unione. Quadro composto sulle risposte di 804 persone, indagine non eseguita in chiave statistica, ma come elemento descrittivo del sentire dei consumatori.



Sei i quesiti chiave posti dai sondaggi.

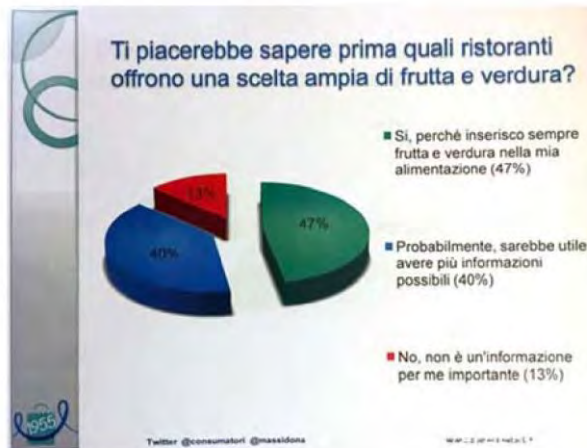
- "Scegliaresti più volentieri un ristorante con una scelta più ampia di frutta e verdura?"

Il 71 per cento degli intervistati ha risposto che sì, lo preferirebbe; il 18 per cento lo vorrebbe ma non lo considera un requisito indispensabile; solo l'1 per cento non lo ritiene un termine fondamentale.



- "Ti piacerebbe sapere prima quali ristoranti offrono una vasta scelta di frutta o verdura?"

Qui c'è un 47 per cento di risposte decisamente favorevoli, mentre un 40 per cento lo riterrebbe probabilmente utile. Solo il 13 per cento non la considera un'informazione importante.



- "Preferisci che i ristoranti propongano solo frutta italiana o esotica?"

Il 55 per cento desidera solo prodotti italiani. Per il 43 per cento va bene trovare un po' di tutto e solo il 2 per cento è decisamente orientato per prodotti esotici.



- **"Se i ristoranti proponessero frutta tagliata e/o sbucciata, saresti più invogliato a ordinarla?"**.

Una grande maggioranza, il 61 per cento, vorrebbe che la frutta fosse servita già preparata senza dover armeggiare di coltello, mentre per il 27 per cento va bene la situazione attuale. Il 12 per cento ha una risposta decisa: "A volte non ordino la frutta proprio perché non è tagliata/sbucciata".



- **"Ti piacerebbe conoscere le proprietà nutritive della frutta e verdura che ordini?"**.

Come in molti altri casi, quando si tratta di conserve, olio, salse, vino, il consumatore moderno vuole conoscere meglio ciò che si prepara a gustare. Stessa cosa quindi per la frutta e la verdura visto che il 55 per cento degli intervistati vorrebbe conoscere non solo le calorie di un prodotto, ma anche la composizione e le sue caratteristiche. Il 36 per cento ritiene interessante avere queste notizie, ma non le considera sempre necessarie. Al 9 per cento non interessa per nulla.