

a cura di Luigi Campanella



Una buona legge sul consumo di suolo è necessaria per fare i conti con serietà e responsabilità con il dissesto idrogeologico e l'alto rischio sismico che caratterizzano buona parte del nostro Paese. Dobbiamo anche rendere più equa la filiera alimentare ed è per questo che rilanciamo con forza due strumenti che vorremmo fossero supportati anche dalle norme di questo Stato. I prodotti Dop e Igp hanno assunto un ruolo nuovo all'interno dei territori italiani diventando il baricentro di una crescita che non è solo economica.

Attraverso le analisi del Big Data, Mauro Rosati, il direttore generale della Fondazione Qualivita, sintetizza così i risultati della prima ricerca sperimentale che associa i dati economici e sociali del comparto con le conversazioni digitali sul web e offre il primo report delle informazioni digitali sul food made in Italy. Dall'analisi della "nuvola" emergono significative ricadute sulla crescita culturale, turistica e sociale del Paese. Ad oggi infatti sugli 882 prodotti Food e Wine IG sono 501 quelli con un sito ufficiale (nel 2016 erano 412, per una crescita del +22%), mentre 420 hanno almeno un profilo social (contro i 268 del 2016, per un +60%). Quel che conta è "il lavoro in rete che stanno facendo consorzi e singoli produttori che permettono di fare una promozione di sistema del cibo made in Italy". I prodotti Dop più menzionati sono stati Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, Grana Padano, Prosecco, Chianti e Barolo. "Non si parla solo più di tradizione" ma anche di "arti, architettura, storia e ambiente, saper fare e conoscenza generale di una comunità". Non è un caso, allora, che le aziende Igp siano in prima linea "con azioni che spaziano dalle ricerche scientifiche che migliorano l'impatto dei metodi di produzione agli studi per l'educazione alimentare e la salute dell'uomo, passando per il sostegno alle più significative attività ricreative delle comunità territoriali".



La chimica europea si avvicina ai livelli pre-crisi, archiviando un altro anno positivo.

Secondo le ultime rilevazioni di Cefic, la federazione europea dell'industria chimica, nei

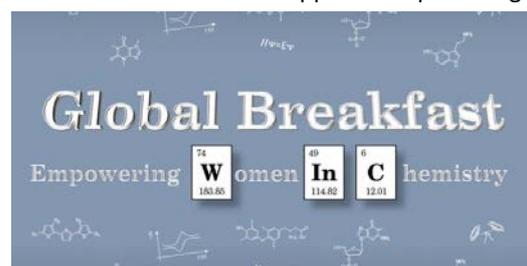
primi undici mesi dell'anno scorso la produzione è cresciuta del +3,8% sullo stesso periodo 2016, mentre le vendite sono salite dell'8,4% (da 406,8 a 440,9 miliardi di euro), grazie al buon andamento sia del mercato interno (+8,8%), sia dell'esportazione (+7,1%, a 116,9 miliardi).

A beneficiare della domanda sono state anche le importazioni, cresciute da gennaio a novembre del 7,5%. L'avanzo commerciale del settore è aumentato di 2,1 miliardi, per un totale di 35,9 miliardi di euro, realizzato in gran parte nei Paesi europei fuori dalla UE.

Il consumo di chimica all'interno dell'Unione Europea (vendite sul mercato interno + importazioni) si è attestato a 359,9 miliardi di euro, con un incremento dell'8,5% rispetto ai 331,7 miliardi dei primi undici mesi dell'anno precedente.

La crescita della produzione chimica ha portato benefici anche all'occupazione, aumentata dell'1,4% e all'utilizzo delle capacità produttive, cresciuto del 2,7%. In rialzo anche il livello medio dei prezzi, il 5,1% in più rispetto ai primi undici mesi del 2016.

La storia della chimica è costellata di straordinarie intelligenze femminili: Marie Curie, Dorothy Crawford, Rosalind Franklin e, in Italia, Marussia Bakunin, Filomena Nitti, Silvia Marchesan e molte altre. Eppure a dispetto degli



ottimi risultati ottenuti da queste scienziate le donne nella Chimica sono spesso invisibili. Ed è proprio per dare invece risalto a questi importanti contributi che è nato il Global Women's Breakfast voluto da IUPAC, sviluppatosi da un'idea di una ricercatrice che lavora in Australia, Mary Garson e che si è tenuto contemporaneamente in tutto il mondo dalla Nuova Zelanda all'Argentina con chimiche che hanno parlato del loro lavoro, dando ad esso platea, palcoscenico ed immagine, con ricadute anche di carriera.