

Agricoltura, Federalimentare: l'8% del fatturato dell'industria alimentare investito in ricerca ed innovazione

Agroalimentare 25 May 2016



Sharing

- Twitter 0
- Facebook 0
- Google+ 0
- LinkedIn 0
- Email this article
- Print this article

AUTHORS



Ugo Giano

TAGS

ALIMENTARE

(AGENPARL) – Roma, 25 mag 2016 – Si è tenuto oggi a Bruxelles il workshop europeo “A good climate for agriculture – The results of the Life climate changeE-R project and the contribution of agriculture to the reduction of climate -changing factors” promosso dalla Regione Emilia – Romagna. L’obiettivo del progetto: diminuire di 0,2 milioni di tonnellate di anidride carbonica equivalente le emissioni di origine agricola dell’Emilia Romagna per le colture destinate all’industria alimentare come il pomodoro e il grano duro, la frutta, la carne bovina e il latte.

Luigi Scordamaglia presidente di Federalimentare a margine dell’evento afferma: “ Ottima e non frequente la sinergia pubblico privato sviluppata con una regione, l’Emilia Romagna, oggi attenta a coniugare le esigenze produttive e le importanti ricadute economiche e sociali con quelle di tutela ambientale”. “In questi anni abbiamo assistito a una progressiva presa di coscienza – dice ancora Scordamaglia- dell’industria alimentare, è evidente come sempre di più il piano etico e il piano economico stanno assumendo lo stesso peso nelle scelte aziendali”. E sulle buone pratiche dell’industria italiana segnalate durante l’incontro, ecco come commenta il Presidente “È sempre più evidente come investire in Ricerca e Sviluppo sia la strada scelta dal nostro settore, già oggi l’8% del fatturato è così allocato e in futuro questo potrà solo aumentare”. Al centro secondo il Presidente ” L’innovazione dei metodi produzione, la valorizzazione delle attività di ricerca e la collaborazione tra enti di ricerca, imprese, istituzioni e pubblica amministrazione”. E conclude Scordamaglia “Il consumatore non cerca solo cibo sano e buono ma anche etico, oggi più che mai la certificazione di sostenibilità è una parte essenziale e non più negoziabile del valore di un marchio”

RELATED POSTS



Alimentare, nuovo look per Consorcio: campagna televisiva e investimenti nell’online per un tonno unico

Pfas, M5S: Governo esclude analisi catena alimentare



Alimentare: Altromercato a Seed&Chips da oggi al 14 maggio al Mi.co Milano Congressi

AGENPARL

- AGP Video Gallery
- Chi Siamo
- Contatti
- Informativa sulla Privacy
- Mission
- My Channel
- My Playlist
- Watch History
- Watch Later

MAGAZINE



Latte e Formaggi, Mongiello (PD): “Renzi annuncia etichettatura e riconosce valore strategico dell’agroalimentare Made in Italy”

Provincia Autonoma di Trento: Dai nuovi bandi del Psr 80mln investimenti su territorio

Latte, ADOC: indicazione Paese d’origine essenziale per tutela consumatori, serve inserire bandiera

REDAZIONE:

Username

Password

Login