

## IL BORSINO

### ☛ Duccio Caccioni

Spunta come i funghi dopo la pioggia. E' (quasi) ovunque. E' una fucina di idee e di attività. Lo troviamo a pagina 10 del numero di dicembre della rivista francese Vegetable, come direttore marketing del CAAB, il Centro Agro-Alimentare di Bologna, e come coordinatore del progetto 'Orti Urbani' che, si legge, è "il punto di partenza di una grande campagna d'educazione alimentare e ambientale" per la città di Bologna. Lo troviamo a fianco del presidente del CAAB, Andrea Segré, e comunque in prima fila, nella grande sfida, sempre bolognese ma anche italiana di FICO, una sigla un po' così dietro alla quale c'è un enorme e complesso progetto, che richiede almeno 50 milioni di euro, e che dovrebbe portare a realizzare nella primavera del 2015, in con-

temporanea all'inaugurazione dell'Expò di Milano, un grande parco tematico del cibo, con lo zampino (zampone) di Oscar Farinetti. Un progetto che quasi stravolge, rivitalizzandola, la vasta area del CAAB, che oggi è una sorta di cattedrale nel deserto. O la va o la spacca: ma queste sono le sfide che piacciono, non solo a un certo ambiente bolognese, ma anche proprio a lui, Duccio Caccioni. Lo ritroviamo, mentre a Milano seguiamo una serissima iniziativa di Bayer, protagonista brillante e convincente di un video all'interno del progetto 'Cultura&Cultura' che definisce il nuovo sito d'informazione di Bayer. E poi è un pubblicitista preparato e apprezzato che, quasi a tempo perso, mette in piedi ogni mese una rivista italiana ricca di contenuti e ambizioni.

*Decisamente su*

### ☛ Assomela

Il Consorzio delle organizzazioni di produttori di mele italiani si sta muovendo in maniera sempre più autorevole ed efficace al sostegno del settore. La iniziativa

newyorkese "Discover the Italian Apple System" ne ha dato conferma dopo il serio impegno espresso a favore dell'export delle pere italiane negli Stati Uniti, grazie soprattutto all'azione del direttore Alessandro Dalpiaz. *Su*

### ☛ CSO

Nonostante i venti di crisi, la base sociale del CSO, Centro Servizi Ortofrutticoli, ha registrato una forte crescita nel 2013, con adesioni di aziende importanti nel panorama produttivo nazionale ed internazionale. Il bilancio di crescita della base sociale CSO è legato all'adesione di otto nuove aziende. Le imprese sono la Kiwi 1 spa (Gruppo Rivoira), la OP Opera, Aop Mantua Fruit, il Consorzio Kiwi Fruit of Italy e il Consorzio Peritalia, la Gullino Group srl e, per quanto riguarda i soci di filiera,

Cesenafiere e MAAP, il Mercato di Padova. Ad oggi il Cso concentra 71 soci, compresi gli enti convenzionati come Fruitimprese e Assomela. "La crescita della nostra base sociale - dichiara Elisa Macchi, direttore di CSO - è un segnale che conferma l'importanza di unire le forze soprattutto quando si è di fronte ad una crisi senza precedenti come quella di questi anni. Ritengo determinante che il CSO rafforzi sempre di più il ruolo di servizio rivolto alle aziende socie e la crescita della base sociale dimostra che siamo sulla strada giusta".

*Decisamente su*

### ☛ Editoria di settore

Un terremoto per l'informazione di settore la notizia di metà dicembre sulla cessione del ramo d'azienda Business Media dal gruppo del Sole-24 Ore all'editore Tecniche Nuove di Milano. Finiscono nell'operazione Mark Up, GDO Week, Fresh Point Magazine, la Rivista di Frutticoltura, tutto il pacchetto delle testate Edagricole. Si

salva solo AgriSole. Che cosa succederà, quali contraccolpi ci saranno nel corso del 2014, quali riviste chiuderanno e quali invece verranno potenziate e rilanciate è impossibile sapere. L'attesa c'è. Gli addetti all'informazione sono in fermento. All'orizzonte c'è anche la prospettiva di iniziative di colonizzazione da parte di qualche editore straniero. Vedremo. *Né su né giù*

