

A
ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO
DEL SETTORE ALIMENTARE

MIF MARKET INDEX FOOD

Dati relativi al comparto food nel Largo consumo confezionato Mese di Luglio 2019 Vs Luglio 2018

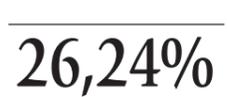
TREND VENDITE A VALORE



TREND VENDITE A VOLUME
*trend a prezzi costanti



PRESSIONE PROMOZIONALE



TREND VENDITE IN VALORE DELLE PL
* PL = Private Label



A
ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO
DEL SETTORE ALIMENTARE



ANNO I - NUMERO 8/9 - AGOSTO/SETTEMBRE 2019
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

PRIMO PIANO

A pagina 6

Mario Gasbarrino lascia Unes



Un divorzio consensuale con molti dubbi. Tutti i retroscena di un'uscita inaspettata.

FOCUS ON

Alle pagine 36 e 37

Coldiretti: deliri di onnipotenza

I big della Confederazione alla tre giorni organizzata a Milano (5-7 luglio). Il segretario generale Gesmundo e il presidente Prandini all'attacco su Europa, made in Italy e accesso ai dati sulla provenienza del latte. Con Di Maio a reggere il moccolo. Ma Vacondio, di Federalimentare, non ci sta...

GUIDA BUYER - LO SPECIALE

PASTA E RISO BIO

Il numero di referenze è in costante aumento. A dimostrazione della grande attenzione delle aziende verso i nuovi bisogni salutistici. I dati Iri, tuttavia, rivelano una leggera frenata dei consumi nella Gd e Do.

Da pagina 24 a pagina 29



L'AZIENDA

A pagina 9

Peila firma farine di qualità



Esperienza, know how e passione permettono al Molino di essere un importante player nel settore degli sfarinati. Con uno sguardo proiettato verso il futuro, intercetta i cambiamenti del mercato e soddisfa i nuovi trend.

DATI&MERCATI

Alle pagine 10 e 11

Una spesa in retromarcia

Quanto sono diminuiti e come sono cambiati gli acquisti degli italiani dal 2011 a oggi. A svelarlo, un'indagine Confesercenti. Che traccia la mappa della crisi, ma segnala anche di un alimentare che 'resiste'.

FOCUS ON

A pagina 8

Andriani: la sostenibilità al centro



Risparmio energetico e abbattimento delle emissioni di CO2, Smart agricolture e Bike to work sono alcuni dei progetti messi a punto dall'azienda. Che ora si appresta a investire nell'economia circolare.



L'ANALISI

Alle pagine 12 e 13

I nuovi trend del settore molitorio

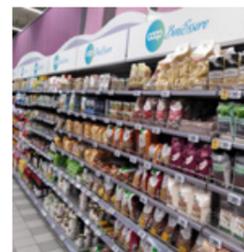
Secondo Italmopa, nel 2018 il volume di sfarinati di frumento ha superato 7 milioni e 700 mila tonnellate, per un controvalore di 3,5 miliardi di euro. Cresce la richiesta di semole integrali e di farine per prodotti salutistici. Export a +10% circa.

L'INCHIESTA

Da pagina 30 a pagina 33

Il bio nella Gd

Nella grande distribuzione i prodotti biologici sono trattati e valorizzati nel modo adeguato? Qual è l'offerta a scaffale? Un'indagine sul campo rivela lo stato dell'arte.



IL CASO

GRANDE ESCLUSIVA

A pagina 17

Bennet e quegli I I milioni di euro...

L'ex sindaco di Lonate Pozzolo (Va), Danilo Rivolta, in un interrogatorio parla della somma che sarebbe stata versata dalla catena a persone legate alle 'famiglie' calabresi della zona. Sarebbe servita per la realizzazione del centro commerciale di Vanzaghello (Va). Ma il gruppo smentisce categoricamente.

SCENARI

A pagina 34



Riso: un affare internazionale

Le importazioni dai Pma continuano a causare gravi problemi al settore risicolo italiano. Dopo il ripristino dei dazi sull'Indica, c'è una nuova emergenza: lo Japonica. Che sta invadendo il mercato Ue senza controllo.

ALLE PAGINE CENTRALI

Il calendario di calcio Serie A - 2019/2020

mamma emma

Calendario 2019-2020 SERIE A

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
...

mamma emma
gnocchi di patate fresche cotte a vapore

Italiani, brava gente

La situazione del piccolo commercio, in Italia, è drammatica. Dal 2011 hanno chiuso 32mila punti vendita tradizionali. Ogni giorno abbassano definitivamente la serranda ben 14 negozi. Un'attività su due non arriva ai tre anni di vita.

Quali le cause?

Indubbiamente la Distribuzione Moderna ha le sue colpe. Ma non è solo un problema di supermercati e discount. Molta colpa l'hanno i negozi che non hanno saputo aggiornare l'offerta ai nuovi modelli di consumo.

Un esempio classico è mia moglie Margherita. Sino a poco tempo fa era una fan accanita di Esselunga. Il buon Caprotti, pace all'anima sua, avrebbe dovuto premiarla come consumatrice dell'anno. Tali e tanti i prodotti da lei acquistati nei supermercati della grande Esse... All'epoca dei famigerati 3x2 avevo la casa piena di brioches, pasta, biscotti e altro ancora. Avrei potuto sfamare un battaglione di marines.

Per non parlare poi dei vari gadget proposti con la carta Fidaty. Era la fiera di menarelli, stoviglie, pentole, accessori di ogni ordine e specie. Usati una volta e poi abbandonati al loro destino...

Nel corso degli anni però la ragazza, si fa per dire, ha cominciato a comprendere che Cristo non si fermava a Paina, location della Brianza dove si trova il suo supermercato Esselunga. Ma che esistevano altre possibilità di acquisto.

E qui è scattata una lunga caccia al negozio di prossimità. Ovvero a quel punto vendita in grado di offrire quel servizio e quella qualità che comunque il supermercato non poteva e non può fornire.

Così è nata un'amicizia con il gioielliere, ovvero il fruttivendolo. Nel negozietto lavorano in tre - padre, madre e figlia - con un'attività frenetica. Entri e la vendita è una corsa ai 100 metri piani che neanche Usain Bolt, noto atleta giamaicano, potrebbe vincere. Con il padre che imperversa fra una cassetta e l'altra, la madre che confeziona, la figlia che incassa. Con 80 euro, fra albicocche, pesche, patate, pomodori, insalata e qualcos'altro, riesci a malapena ad arrivare a fine settimana. Commento di Margherita: "Però sono buoni e non butti via niente". Alla faccia...

Sempre vicino a casa c'è poi il macellaio. Qui devo spezzare una lancia a suo favore. Il negozio è piccolo ma al sabato ci lavorano in sette. Sul fresco/freschissimo nulla da dire. La carne è poi uno spettacolo con proposte fra le più varie. Come plus c'è poi la sezione equina. I prezzi sono alti ma li merita ampiamente.

Nel paese c'è poi il "formaggiaio". Un negozio storico che offre specialità fra le più varie. E rimane un punto di riferimento per il circondario. Se qualcuno vuole un formaggio particolare deve passare di qua.

Perché questi tre esempi?

È la dimostrazione che, malgrado Gd e Do, la bottega può ritagliarsi ancora un grande spazio fra i consumatori. Il problema non è, in questo caso, il prezzo. Ma il servizio e la qualità dei prodotti. Per noi italiani, che siamo di gusti difficili, il mangiare (e bere) bene è un must. Non si scappa.

Si parla tanto delle giovani generazioni che pare abbiano dimenticato la cucina e il cucinare. Non è assolutamente vero. O meglio, noto che fra le donne c'è più disaffezione. Sono gli uomini invece che si scatenano in cucina.

Gli esempi ce li ho in casa. Mio figlio, molto bravo, che si diletta in variazioni sul tema etnico e dintorni. Mio genero, un autentico cultore del buon cibo. Capace di cucinare piatti squisiti per la famiglia come pure di organizzare cene benefiche, da tre stelle, per 200 persone.

Non lamentiamoci dunque. I tempi sono cambiati. Oggi c'è la moda dei vari Deliveroo e dintorni. Ma passerà presto o si ridimensionerà. Come il veganesimo d'altronde.

La passione per la buona cucina rimarrà sempre. E gli italiani, con buona pace di tutti, sono i numero uno al mondo. D'altra parte l'Italian Sounding (ovvero la "copia" della cucina italiana) lo dimostra. Avete mai sentito parlare di Uk, German, Us Sounding? No, appunto.

Angelo Frigerio



dal 1880

Biologico



RISERIA VIGNOLA GIOVANNI S.P.A.
Corso Dante, 24 - Balzola (AL)

Tel. 0142 804135 | www.risovignola.it |

SANA 2019
padiglione: 29
stand: G23 - G25

Il pagellone

Cos'è "Il Pagellone"?

Un piccolo scorcio satirico nel paludato universo che gira intorno al food. Politici, presidenti di associazioni, volti noti al pubblico televisivo e non, rappresentanti dell'industria: chi più ne ha, più ne metta. Un angolo per sorridere e prendere in giro amabilmente: registi, attori e comparse di questo meraviglioso palcoscenico. Laddove l'alimentare, in un modo o nell'altro, fa sempre bella mostra di sé.

Angelo Frigerio

La coppia "esplosiva" di Meda



Un ordigno bellico risalente alla Seconda guerra mondiale. Un proiettile lungo 15 centimetri potenzialmente mortale. Ma che una coppia di pensionati brianzoli ha inconsiamente utilizzato per anni come... Schiaccianoci. Succede nella "nostra" Meda (Mb), dove i carabinieri, a seguito di un normale controllo su armi regolarmente denunciate, hanno ordinato l'immediata evacuazione di una villetta. I proprietari, due 70enni, da decenni custodivano in casa come soprammobile un pericoloso residuo bellico. Un cimelio dal potenziale esplosivo ancora intatto e di cui moglie e marito spesso approfittavano, servendosi come improvvisati schiaccianoci. Preso in carico dagli artigiani, è stato fatto brillare in totale sicurezza. Ma rimane il dubbio: la frutta che si vende in Brianza è davvero così una bomba?

VOTO
3
(non fatelo a casa)

McDonald's

"Hey mafioso, try our new Bacon della Casa now! Bella Italia!", tradotto: "Hey mafioso! Prova il nostro Panino della casa [al bacon]. Bella Italia!". Questo è il lancio pubblicitario che ha ricevuto sul proprio telefonino Dario, un 30enne di Giare (Ct), da quattro anni residente in Austria per lavoro. Il messaggio è stato spedito da McDonald's, la maggiore catena di fast food al mondo. "Da siciliano all'estero mi sono davvero incazzato", spiega Dario a Meridionews, il sito che ha pubblicato per primo la frase offensiva che associa l'Italia alla mafia. Dario ha scritto anche a McDonald's: "Da assiduo cliente del vostro fast food vi prometto che non mi vedrete più nei vostri ristoranti. La notifica che mi avete inviato è la più offensiva e discriminatoria pubblicità che io abbia mai visto in vita mia. Come osate as-



VOTO
2

sociare tutti gli italiani a un branco di criminali? Pensate che chiamare a caso un ragazzo italiano mafioso vi faccia vendere più hamburger?". Il caso ha perfino spinto quattro parlamentari di Palermo del Movimento 5 Stelle a un appello pubblico dove si chiede a McDonald's di rimediare alla figuraccia, lanciando una campagna di sensibilizzazione sul problema della mafia. I re degli hamburger hanno però risposto scusandosi, spiegando l'accaduto: "In occasione del lancio di un nuovo hamburger, McDonald's Austria ha utilizzato una creatività basata sulla parola tedesca 'mamfen' che significa 'goloso'. Per errore, nella traduzione inglese di questo gioco di parole, è stata usata la parola mafioso". Verrebbe da rispondere: "Ok, americani grassoni! Pace fatta!". Ma siamo uomini d'onore e non lo faremo...

Jaden Smith



Jaden Smith, figlio del popolare attore Will Smith, ha messo in atto una nuova impresa: un food truck chiamato I Love You Restaurant, che mira a fornire cibo vegano ai senzatetto di Downtown LA. Il giovane Smith ha descritto così l'iniziativa: "I Love You Restaurant è un movimento che consiste nel dare alle persone ciò che si meritano. Cibo vegano sano e gratuito. Abbiamo già lanciato il primo food truck pop-up nel centro di Los Angeles". Complimenti per la bella iniziativa caro Jaden, ma perché proprio cibo vegano? Magari un bistecca o un hamburger, a chi ha davvero fame, farebbe molto più piacere.

VOTO
7
(ma non sarà solo pubblicità?)

East West Market di Vancouver

L'uso eccessivo di plastica è ormai una delle principali emergenze globali. Politiche specifiche, indirizzate a ridurre i consumi di questo materiale altamente inquinante, sono nelle agende di quasi tutti i governi del mondo. Ma più di tutto possono le piccole azioni del quotidiano. Come ad esempio utilizzare borse di cotone o riciclare vecchi sacchetti per fare la spesa. E per quanti non sono troppo inclini a seguire questa semplice pratica virtuosa, una spinta può arrivare direttamente dai negozi. Come nel caso dell'East West Market, alimentari di Vancouver. Lo store canadese, infatti, ha avuto una divertente trovata per scoraggiare i propri clienti a domandare sacchetti di plastica, personalizzando in maniera "imbarazzante" i propri shopper. Sulle buste, infatti, non appare il classico logo del negozio, ma scritte del tipo: "Negozio di strani video per adulti" oppure "Unguento per verruche all'ingrosso". Una risata salverà il pianeta...

VOTO
7



La cotoletta



Dimenticate le auto Diesel o il riscaldamento tenuto troppo alto d'inverno. Lasciate perdere Aree B, C e chi più ne ha, più ne metta. I ricercatori dell'Università Sacro Cuore, infatti, hanno scoperto la vera grande causa dell'inquinamento a Milano: la cotoletta! Uno studio portato avanti da un team di medici, fisici, agrari e sociologi delle sedi di Milano, Brescia, Roma e Piacenza dell'ateneo ha difatti evidenziato come uno tra i simboli della cucina meneghina inquina più di un'automobile Euro 0. Friggere una cotoletta, è spiegato nel paper, porta al rilascio di emissioni di particolato fine e ultrafine. Quelle famosi polveri sottili che, se non aspirate con dovizia dalla cappa, finiscono per ammorbare l'aria di casa, rischiando di provocare danni alla salute. A quando l'ordinanza d'urgenza del sindaco Sala per una giornata di blocco totale delle cotolette?

VOTO
8
(alla faccia dei Gretini)

Italmopa: "Basta con inutili allarmismi sulla qualità del grano importato"

Inutili allarmismi. Italmopa (Associazione industriali mugnai d'Italia, aderente a Confindustria e Federaimentare) denuncia una forte e crescente irritazione all'interno del settore verso gli attacchi irresponsabili di 'talune rappresentanze agricole' contro l'import del frumento. Che suscitano disinformazione presso il consumatore e sollevano dubbi sulla salubrità del grano estero. La nota stampa arriva dopo l'annuncio dei risultati analitici che hanno smentito gli allarmismi su una partita di grano duro canadese arrivato nel porto di Pozzallo (Rg), in Sicilia, a luglio. "Ancora una volta, e come prevedibile, è stata accertata dalle Autorità di vigilanza la piena rispondenza alle rigorose norme comunitarie in materia di sicurezza alimentare riguardanti, in particolare, la presenza di contaminanti, metalli pesanti e pesticidi", ha commentato il presidente, Cosimo De Sortis. "Se non ci riesce lo Stato, l'industria continuerà a difendere il proprio sacrosanto diritto a importare per far fronte alle carenze qualitative e quantitative del raccolto italiano, assicurando al consumatore di pane e pasta la prerogativa della massima qualità e sicurezza alimentare", si legge ancora nel comunicato dell'Associazione.

Rustichella d'Abruzzo, nuovo stabilimento a Pianella (Pe)



Il pastificio Rustichella d'Abruzzo apre un nuovo stabilimento dedicato alla pasta all'uovo e ai formati speciali. Il pastificio artigianale, che cresce in fattura con 11 milioni di euro in esportazioni e nella rete produttiva, ha scelto di aprire il nuovo impianto nella propria terra, a Pianella, in provincia di Pescara. Lo sviluppo, che fa parte di un progetto di Industria 4.0, prevede la completa tracciabilità del prodotto, dai silos di stoccaggio al pacchetto finale, e il consolidamento con la filiera agricola. Si prevede che la produzione arriverà a 15 quintali all'anno. L'azienda a conduzione familiare è innovatrice e percorritrice di tendenze alimentari. Già da tempo, infatti, fa uso della robotica nei suoi stabilimenti e ha brevettato '90° Rapida', un formato di pasta che cuoce in solo un minuto e mezzo. Rustichella d'Abruzzo ha oggi tre linee di prodotti: Classica di grano duro, Sapori e tradizioni e la linea Zerotre. Oltre alle specifiche linee senza glutine e biologiche.

E-commerce: dal 2014 a oggi, cresce del 70% il numero di aziende italiane che vendono online



Quasi 20mila imprese italiane hanno scelto di vendere online. Un incremento che sfiora il 70% rispetto al 2014. E il trend non sembra arrestarsi. Nel 2019, infatti, le aziende che puntano sull'e-commerce sono aumentate del 13%. Mentre 63mila negozi fisici hanno definitivamente abbassato le saracinesche. Sono i dati della Camera di commercio di Milano, Monza e Brianza e Lodi, pubblicati ad agosto sul Sole 24 Ore. La maggior parte di queste attività sono di piccole dimensioni, tanto che le 20mila imprese impiegano complessivamente 29mila addetti, e si concentrano per lo più in tre regioni: Lombardia, Campania e Lazio. Sono principalmente le nuove generazioni che scelgono di aprire un'attività di e-commerce: un imprenditore su quattro, di cui una buona percentuale sono donne.

La commissaria Ue Malmstrom: impegno per evitare dazi sull'agroalimentare italiano negli Usa

La Commissione europea "è fermamente determinata a trovare una soluzione negoziata con gli Usa, per mettere fine alla disputa sui sussidi al settore aeronautico ed evitare così l'imposizione di tariffe aggiuntive sulle esportazioni agroalimentari della Ue". È quanto evidenziato in una lettera che, anche a nome del presidente dell'esecutivo di Bruxelles, Jean-Claude Juncker, la commissaria Ue al commercio, Cecilia Malmstrom, ha indirizzato al presidente di Confagricoltura Massimiliano Giansanti. In una missiva inviata alla Commissione, Giansanti aveva messo in evidenza i pesanti contraccolpi che una guerra commerciale tra Ue e Usa avrebbe per l'intera filiera agroalimentare italiana. A causa della disputa sui sussidi pubblici al gruppo europeo Airbus e a quello americano Boeing, gli Stati Uniti hanno stilato una lista di prodotti importati dall'Unione, per un controvalore di circa 24 miliardi di dollari, da sottoporre a dazi aggiuntivi fino al 100% del valore. La lista, ricorda Confagricoltura, include le produzioni di punta del made in Italy agroalimentare per un valore di oltre 2 miliardi di dollari. "Oltre la metà delle esportazioni italiane di settore rischia di essere sottoposta a tariffe doganali aggiuntive", si legge nella nota della Confederazione. "Vini, formaggio, olio d'oliva e pasta sono i prodotti più a rischio".

Granoro: l'azzurra di calcio Barbara Bonansea in visita alla filiera 100% Puglia

L'azzurra di calcio Barbara Bonansea, reduce dai mondiali di Francia con la nazionale, a luglio ha fatto tappa a Corato (Ba) per visitare la filiera 100% Puglia, dove nasce la pasta realizzata dal Pastificio Granoro, poi esportata in 180 Paesi. Il brand dell'azienda guidata da Marina Mastromauro è la prima realtà produttrice di pasta ad aver scelto una calciatrice come testimonial. Una decisione presa con la finalità di supportare un movimento, quello calcistico femminile, in netta ascesa e valorizzare il ruolo delle donne nella società. Barbara Bonansea, infatti, ha sottoscritto a fine 2018 un accordo con il Pastificio Granoro, con l'obiettivo di promuovere la sana alimentazione e una dieta equilibrata.

Congresso Biofach 2020: "Il bio funziona!"

Anche nel 2020, si terrà, al centro Esposizioni di Norimberga, Biofach, il salone leader mondiale degli alimenti biologici. La kermesse avrà luogo fra il 12 e il 15 febbraio e, ancora una volta, ospiterà parallelamente il Congresso Biofach dal tema "Il bio funziona!". Nel corso di numerosi singoli eventi e dibattiti si discuterà degli effetti dell'agricoltura biologica. Il bio, infatti, funziona, e lo fa a molti livelli, secondo quanto emerge da una ricerca condotta a livello mondiale dal Thünen-Institut. Protegge l'acqua, accresce la fertilità dei terreni e promuove la biodiversità. Contribuisce, inoltre, alla lotta al cambiamento climatico. Non da ultimo, l'agricoltura biologica protegge la salute, facendo sì che le sostanze nocive non penetrino nella natura e dunque nei prodotti coltivati, e crea reddito per famiglie intere. Un successo, dunque, che rappresenta "un sistema economico orientato al futuro nel quale i prezzi riflettono la verità ecologica e la produzione di generi alimentari è governata in modo equo e sostenibile", come spiega Felix Prinz zu Löwenstein, presidente del direttivo della BföV. Oltre agli effetti del biologico, anche il ruolo della politica e le opportunità per le economie più povere saranno oggetto di dibattito al Congresso Biofach 2020.

Jamie Oliver; il fallimento dei ristoranti 'all'italiana'

Dopo la chiusura, negli ultimi due anni, di alcuni ristoranti Jamie's Italian e Barbacoda, oltre che degli Union Jacks e della rivista 'Jamie', Jamie Oliver, il noto chef britannico, a maggio ha annunciato il collasso di 22 dei suoi 25 ristoranti. Già a inizio anno, lo chef, che ha fatto conoscere la cucina italiana nel Regno Unito, aveva dovuto iniettare nell'attività 4 milioni di sterline (circa 4,4 milioni di euro) per far fronte ai debiti. Ma in assenza di adeguati investimenti e con le incertezze economiche della Brexit, la gestione ha scelto di nominare dei liquidatori. Mille dipendenti sono rimasti senza lavoro.

Gruppo Casillo: bond da 35 milioni di euro

Gruppo Casillo, azienda tra i leader nel settore della trasformazione e commercializzazione del grano e derivati, e colosso da 358 dipendenti con un fatturato di oltre 2 miliardi di euro, ha sottoscritto due bond con Cassa depositi e prestiti (Cdp) e Sace Simest. I titoli obbligazionari, da 17,5 milioni di euro ciascuno, serviranno da supporto per la crescita nei mercati internazionali e per investimenti in innovazione del Gruppo. Tramite il bond da 35 milioni, il colosso pugliese potrà potenziare la propria capacità produttiva e ottimizzare i processi di trasformazione del grano, anche attraverso l'acquisizione di altre realtà industriali. Il programma di sviluppo estero si pone come obiettivo quello di affrontare in modo ottimale la crescente richiesta da parte del centro Europa, dell'area dei Balcani, del Nord Africa e dei Paesi arabi. Questo comporterà l'ulteriore aumento della quota export, oggi pari al 70% del fatturato.

Assosementi: Giuseppe Carli confermato presidente

Il Consiglio direttivo di Assosementi (l'Associazione Italiana Sementi) ha confermato Giuseppe Carli presidente e Luigi Ferri vicepresidente. "Assosementi, che annovera sia grandi società multinazionali sia i gioielli nazionali di piccole e medie dimensioni, è stata e continuerà ad essere l'Associazione di riferimento del mondo sementiero italiano", fa sapere Giuseppe Carli. "In quanto tale, intende confermarsi come interlocutore principale del settore, aperto a ogni dialogo costruttivo, nei confronti di tutti gli altri soggetti della filiera alimentare, per lavorare insieme e continuare a tutelare e far crescere il made in Italy".

Conad/Auchan: inizia il processo di integrazione dei punti vendita



Conad ha chiuso le procedure per l'acquisizione delle attività di Auchan Italia, accordata lo scorso 14 maggio. Potrà quindi iniziare il percorso di integrazione e valorizzazione degli ex punti vendita Auchan nella propria organizzazione, una volta che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato avrà concluso le verifiche. Al fine di gestire ogni aspetto dell'integrazione, Conad, la più ampia organizzazione di imprenditori indipendenti del commercio al dettaglio in Italia, ha raggiunto un accordo con le parti sociali per l'apertura di un tavolo dedicato. Francesco Pugliese, amministratore delegato dell'ingegneria, conclude in una nota: "Abbiamo accelerato e siamo arrivati al closing in tempi rapidi: ringrazio tutti quanti hanno lavorato intensamente per questo importante risultato che voglio condividere con il nostro partner Wrm Group. Possiamo così cominciare a lavorare alla valorizzazione dei punti vendita della rete ex Auchan: un patrimonio che abbiamo riportato nelle mani di imprenditori italiani, che sta attraversando un periodo di difficoltà che supereremo lavorando insieme. Da oggi la rete Auchan può rinascere su nuove basi, nell'interesse delle persone che vi lavorano, delle aziende italiane e dei consumatori finali". Per i negozi ex Auchan, i primi cambi di insegna avverranno a partire da novembre.

Mario Gasbarrino lascia Unes

Un divorzio consensuale con molti dubbi. Tutti i retroscena di un'uscita inaspettata.

La notizia scoppia nel tardo pomeriggio del 26 luglio: dal 1° settembre Mario Gasbarrino non sarà più amministratore delegato di Unes. Un fulmine a ciel sereno. Che lascia tutti gli operatori del settore stupiti e amareggiati. Gasbarrino, per la sua professionalità associata a una simpatia tutta partenopea, è un personaggio da sempre in prima fila nel mondo della Distribuzione moderna. Fa specie dunque un addio così repentino.

"Si tratta di un divorzio consensuale, preso in accordo con Marco Brunelli, patron del Gruppo Finiper", spiega Gasbarrino. Ma che lascia aperti molti interrogativi. L'ex amministratore delegato di Unes passa la mano dopo ben 13 anni nei quali ha elevato a potenza l'insegna, introducendo in Italia l'every day low price. Ma anche inventato il brand Viaggiator Goloso e portato Unes a un giro d'affari di un miliardo di euro.

Che senso ha dunque questo abbandono?

Fonti solitamente bene informate raccontano che Mario Gasbarrino non abbia preso bene il licenziamento repentino di Gabriele Nicotra, dirigente di Unes, avvenuta poche settimane fa. Un fulmine a ciel sereno di cui l'ormai ex amministratore delegato della catena non era stato informato.

Una vicenda, quella di Nicotra, dai contorni sfumati. Il braccio destro di Gasbarrino, circa due anni fa, era andato in Finiper, insieme a Enrico Moda, altro manager del gruppo, per razionalizzare il comparto acquisti all'interno di una logica di riposizionamento del brand. Impresa titanica. Difficile cambiare i fornitori, soprattutto quelli storici. In molti gli mettono i bastoni fra le ruote. Singolare il caso dell'acqua minerale. Nicotra decide di cambiare fornitore per la private label di Iper: non più acqua Sant'Anna ma la Presolana, marchio privato di Unes. Quando Marco Brunelli viene a saperlo sbotta in un: "Chi lo ha deciso?". La risposta è lapidaria: "Nicotra". Da qui una sfiurata: "Qui le cose le decido io!". Con l'immediato ripristino del vecchio fornitore.

Un altro punto di scontro è il brand Il Viaggiator Goloso. Nicotra insiste nell'immetterlo nella catena. All'Iper di Arese, in un primo tempo, i prodotti del brand occupano molti scaffali. Andate a vedere oggi: è quasi sparito. Più in generale pare che in Iper il Viaggiator Goloso non sia visto molto bene...

Questo, e anche altro, rendono l'aria irrespirabile. Il tentativo di razionalizzare gli acquisti fallisce miseramente. Nicotra ritorna così in Unes, ma di lì a poco gli arriva la lettera di licenziamento in tronco senza che Gasbarrino ne sia stato avvertito. Una scorrettezza che pare abbia pesato molto nella decisione di lasciare la catena. Adesso in molti s'interrogano rispetto al suo futuro. Il gossip di mercato parlano di una possibile posizione apicale nella nuova struttura di Conad/Auchan. Dopo l'acquisizione della catena francese in Italia, Francesco Pugliese, ad di Conad, ha bisogno di creare una squadra che sappia mettere il turbo alla nuova società. E Mario Gasbarrino potrebbe essere l'uomo ideale da mettere al comando.

Ma, ad agosto, il diretto interessato, in vacanza al mare, affida ai suoi canali social una secca smentita: "Non so cosa farò da grande. Ma con certezza so cosa non farò mai: anche se me la offrissero, non parteciperei all'integrazione Conad-Auchan".



Mario Gasbarrino

"IL FUTURO? TUTTO QUELLO CHE POSSIAMO FARE È IMMAGINARLO"

di Angelo Frigerio, Alice Realini, Federico Robbe

Riproponiamo una parte di una lunga intervista che, in marzo, avevamo fatto a Mario Gasbarrino. L'amministratore delegato di Unes parla, tra le altre cose, del mercato e dell'impatto che sta avendo il commercio online. Ma soprattutto del futuro. E sottolinea: "Tutto quello che possiamo fare è immaginarlo".

C'è un clima di caccia alle streghe contro la Gd. Condivide?

Assolutamente sì.

Da dove nasce?

Dal fatto che noi, come associazione, siamo mal poco incisivi rappresentati e andiamo sempre in ordine sparso. Magari comunichiamo in maniera anche corretta dal punto di vista politico. Ma l'impatto è sempre poca cosa. E veniamo dipinti come ciò che non siamo.

In che senso?

La grande distribuzione, che ha avuto il merito di tenere bassi i prezzi e difendere il potere d'acquisto della gente, è accusata delle peggiori cose.

Per esempio?

Non passa giorno senza che le catene vengano accusate di essere i responsabili del caporalato nella raccolta dei pomodori. O di essere quelli che tirano il collo ai pastori sardi. O quelli che sfruttano i lavoratori di domenica e praticano sempre le aste al ribasso. In più il governo ha trovato un capro espiatorio e ci mette del suo. Non sappiamo comunicare né fare lobby, questo è evidente.

Altro fronte caldo è quello delle chiusure domenicali: lei è stato uno di quelli che più apertamente si è scagliato contro la proposta dal governo. Un inciso: in Polonia un provvedimento analogo contro le catene estere ha portato alla diminuzione del fatturato del 25-30% per i piccoli negozi e all'aumento di fatturato per auto-grill e discount. Interessante, no?

Da un punto di vista razionale non c'è alcun motivo valido per chiudere la domenica. È una follia. Il problema è che ormai è diventato impossibile ragionare. Ma tutti gli studi e le previsioni dicono che si perderanno posti di lavoro e, inevitabilmente, si favorirà l'e-commerce.

Che certo non ne ha bisogno...

Vi dirò di più: favorendo il commercio digitale si spostano i carichi di lavoro da lavoratori tutelati a forme lavorative ibride, come i rider, gli autisti, gli addetti che operano nel mondo della logistica. I meno tutelati, appunto. Altro discorso vale per chi liberamente sceglie di lavorare la domenica nei supermercati o nei centri commerciali, con maggiorazioni del 30% o del 50% sullo stipendio. Poi possiamo parlare sulla necessità di ulteriori tutele e di organizzare meglio il turnover. Ma mettere tutto in un unico calderone è un errore. Posso aggiungere una cosa?

Prego.

Non sono mai stato un grande fan di Maurizio Landini, segretario della Cgil, ma lui ha ragione quando dice che il sindacato per troppo tempo ha difeso quelli che sono già tutelati. Il problema di oggi è difendere le partite lva, i collaboratori occasionali e chi lavora con le cooperative. Tutte categorie che non vengono aiutati dalle chiusure domenicali, anzi.

Sempre a proposito di e-commerce, qual è il suo giudizio dell'esperienza di Unes con Amazon?

Il giudizio è molto semplice: è il futuro. D'altronde, noi siamo stati i primi in Europa a sottoscrivere l'accordo con Amazon Prime Now. Un accordo che ha coinvolto 47 aziende in tutto il mondo.

E come si colloca l'Italia?

È il caso di maggior successo. Se c'è un ritardo nell'online, quindi, è un problema di offerta e non di domanda. Mi ricorda un po' quello che è successo con i discount in Italia.

In che senso?

Quando hanno aperto i primi discount, nel 1994, da buon pirla [sorridente, ndr] dicevo che non avrebbero avuto successo perché in Italia ci piaceva mangiare bene. Oggi sono arrivati ad avere una quota del 17% 13% che, fra qualche anno, arriverà al 20%. Ho dovuto ricredermi.

Quindi l'e-commerce cambierà il mercato.

Non a caso Amazon vuole comprare i supermercati. Ha capito che serve un'integrazione tra offline e online. L'e-commerce ha cambiato definitivamente un paradigma che esisteva da duemila anni.

Quale?

Prima, per andare a comprare qualcosa si doveva uscire e ci si doveva spostare fisicamente. È sempre stato così: si andava al mercato, alla bottega, dal contadino. A meno che non si appartenesse alla famiglia reale... Escluderei anche la signora "bene" di Posillipo, che telefona in gastronomia e si fa portare la spesa a casa: "Antò, portami due mozzarelle fresche fresche e una caciotta...".

Ma sono casi rari...

Oggi è cambiato tutto. Se non vai tu al supermercato, è il supermercato che viene da te. In alcune città, come Milano, arriva in due ore. Magari l'offerta non è la stessa in tutta Italia, è ovvio. Però intanto il paradigma è cambiato. La segmentazione del punto vendita "grande, lontano e conveniente" oppure "piccolo, vicino e più costoso" non ha più senso.

Oggi la segmentazione la fanno i consumatori.

La domanda che si fanno è: mi serve subito o posso aspettare? Queste sono le uniche due categorie di oggi. Tutti i negozi fisici sono nel "subito". Se uno può aspettare, va al negozio, se lo fa spiegare e poi lo compra sul marketplace. E risparmia. Non solo. Esistono anche due tipi di online: uno più di servizio e uno che è il marketplace. Questo trend ovviamente ha un impatto anche sul negozio fisico e porta a cambiare il retail fisico. Perché quando il negozio si accorge che i consumatori non acquistano il televisore o le scarpe, capisce che deve cambiare. E deve porsi il problema di come sopravvivere.

Come immagina i negozi del futuro?

Credo ci saranno meno negozi, perché una parte della merce arriverà direttamente a casa, saranno più piccoli e omnichannel. Magari dovranno cambiare l'offerta, vendere più prodotti di marca propria o più freschi, per esempio. Sono tutti cambiamenti indotti dall'e-commerce. E poi i negozi diventeranno ibridi: ci vai a comprare i libri e prendi anche il caffè, come succede alla Feltrinelli.

"Il cibo che ci cambia"

È il tema della 14esima edizione di Golosaria, che si terrà a Milano dal 26 al 28 ottobre 2019. Prevista la partecipazione di 300 artigiani del gusto, 100 cantine e 20 cucine di strada. Oltre a nuove aree e 80 eventi in programma. Ne parliamo con l'ideatore, Paolo Massobrio.

Il meglio de ilGolosario riunito a Milano per tre giorni: artigiani, start up, cantine e grandi firme dell'enogastronomia italiana. E' ormai alle porte Golosaria 2019, che si preannuncia ricca di iniziative, novità e tante specialità. La 14esima edizione della manifestazione enogastronomica si terrà al MiCo FieraMilanoCity, a Milano, dal 26 al 28 ottobre. E vedrà la partecipazione di 300 artigiani del gusto, 100 cantine e 20 cucine di strada, con nuove aree per oltre 80 eventi in programma. Il tema dell'edizione 2019 sarà: "Il cibo che ci cambia". Ne parliamo con il suo ideatore, Paolo Massobrio.

Quale sarà il filo conduttore dell'edizione 2019?

Quest'anno affronteremo il tema del cambiamento, cioè di come il cibo influisce sul benessere, ma anche sulle abitudini personali e sociali. Il cibo infatti ha cambiato il nostro corpo, lo abbiamo visto con lo studio della nutraceutica e l'individuazione di quelle proprietà che favoriscono il nostro benessere. Il cibo ha cambiato il nostro modo di concepire la distribuzione, modificato le superfici di vendita, che smettono di essere 'mostre' ma diventano più piccole, specializzate e con un'area food. È la bottega, che ogni anno si rinnova e offre format nuovi, che anche quest'anno racconteremo. Il cibo è anche stare a tavola, è un modo di rapportarsi in famiglia e di parlare ai più piccoli: per questo i bambini di Golosaria avranno un nuovo spazio. Poi c'è il cibo che ha cambiato il nostro modo di comunicare e di informarci, con l'avvento del digitale direttamente in etichetta e in tutto il processo comunicativo.

Un tema e più diverse declinazioni...

Esatto. Parleremo del cambiamento su tre diversi fronti. Il primo è quello dei cambiamenti climatici e di come influiscono sulla nuova agricoltura. Il secondo è quella dei nuovi modelli distributivi, che affronteremo anche attraverso l'analisi di case history molto interessanti. La terza declinazione sarà relativa ai cambiamenti e ai nuovi format nel settore della ristorazione. A questo proposito arriveranno a Golosaria ben 1.000 ristoranti fra quelli citati nella nostra guida, dopo gli oltre 900 dello scorso anno.

Che novità sono previste?

Abbiamo ideato alcune nuove aree, come quella dedicata al vino, rivolta in particolare al B2B, dove i consumatori, per accedere, dovranno acquistare un biglietto dedicato. Anche qui si parlerà del tema del cambiamento perché insieme al cibo è cambiato anche il nostro modo di bere, di rapportarci al vino, in una fruizione sempre più personalizzata e diretta ma, allo stesso modo, all'insegna della moderazione e della sostenibilità, come racconteremo in quest'area wine completamente rinnovata. Ci sarà poi un'area dedicata al food design, una per i bambini, quella dove racconteremo la nuova tendenza del bere miscelato e poi quelle dedicate a salumi, formaggi, dolci e sfiziose. E poi la dispensa del benessere, dove si parlerà anche dei superfood.

E lo street food?

Anche la cucina di strada avrà un suo spazio dedicato con 20 esempi davvero invitanti. Ci saranno poi tanti incontri e show cooking per capire dove sta andando la ristorazione. Questo settore, infatti, attraverso un momento di profonda riflessione e richiede analisi di marketing che



Paolo Massobrio

LE AREE DI GOLOSARIA

Golosaria si compone di due grandi zone tematiche: una dedicata agli espositori, suddivisi in Food e Wine, e una agli eventi.

IL FOOD E WINE

Si tratta dell'area più grande, ospitata al Level 0, che raccoglie:

- I Produttori di Cose Buone
 - La Cucina di Strada
 - Il Bere Miscelato
 - La Birra Artigianale

GLI EVENTI

Le aree dedicate agli eventi sono:

- Agorà, il teatro dove si svolgono i talk principali e vengono consegnati premi e riconoscimenti
- Show Cooking, con un fitto programma di degustazioni
 - Arte Bianca, dedicata a pane, pizza e pasticceria
 - Bere Miscelato
 - Master Beer

LE CANTINE TOP HUNDRED

Al piano superiore sono concentrate le Cantine selezionate dal Premio Top Hundred e l'area eventi di Wine Tasting.



prima non si facevano.

Come saranno approfondite le tematiche del cambiamento?

Abbiamo invitato a parlare e confrontarsi personalità ed esperienze che ci sono parse interessanti per capire come il cibo ci cambia. Il primo giorno, ad esempio, incontreremo il professor Salvatore Ceccarelli, che ha sperimentato in tutto il mondo un nuovo modello di agricoltura, che in realtà si rifà all'empirismo del passato, e ci racconterà questa esperienza. Il secondo giorno, tra i protagonisti ci sarà Umberto Montano, ideatore del format Mercato Centrale, che interverrà nel corso di una tavola rotonda. Parleremo poi di come salvare le produzioni di montagna o della ristorazione che cambia, attraverso la nostra guida. Presenteremo, a sperimentato proposito, un modello che è frutto delle nostre osservazioni del settore e degli elementi di cambiamento che abbiamo colto di recente.

Qual è l'anima di Golosaria?

Golosaria è una storia lunga 14 anni, un luogo dove raccogliere idee e scoprire le ultime innovazioni, anche grazie agli artigiani che abbiamo selezionato lungo quest'anno, di cui 300 del settore food e 100 del settore wine. Ed è anche un luogo dove le aziende possono sperimentare le loro novità di prodotto, grazie ad un pubblico molto attento e al confronto diretto con gli operatori, presenti soprattutto nella giornata di lunedì.

A proposito di cambiamento: come si è modificato l'approccio a questo appuntamento da parte delle aziende?

Senza dubbio è diverso, perché negli anni gli espositori hanno compreso sempre di più che ciò che chiede la piazza è di rispondere all'esigenza di una distinzione qualitativa. Le aziende così si preparano sempre meglio a questo appuntamento e lo utilizzano nel modo migliore. E anche noi cerchiamo di accompagnarle.

In che modo?

Quest'anno, ad esempio, abbiamo costruito un percorso di comunicazione social per le aziende, che sarà anche un'occasione per imparare a comunicare nel modo più efficace attraverso questi mezzi; un approccio che senza dubbio i giovani prediligono. Aiuteremo le aziende anche aprendo gli account, impostando i profili social e così via. Essere a Golosaria significa partecipare a un evento di comunicazione e quest'anno vogliamo che siano proprio le aziende i protagonisti di questa manifestazione.

Come sono cambiati, negli anni, i consumatori che visitano Golosaria?

L'approccio è completamente diverso. Oggi chi visita la nostra manifestazione arriva preparato, si informa sul sito, non perde tempo perché sa già dove vuole andare, cosa vuole assaggiare e su cosa si vuole informare di più. Questo non significa che non sia pronto ugualmente a farsi sorprendere, ma piuttosto che anche i consumatori sono visitatori professionali.

Ultima domanda: è ancora possibile iscriversi?

I posti rimasti sono davvero pochi, perché le adesioni sono state altissime, ma qualche spazio ancora c'è. Non va dimenticato però che Golosaria non è aperta a tutti: facciamo una rigorosa selezione delle aziende e degli artigiani che esporranno a Milano.



Michele Andriani

Andriani: la sostenibilità al centro

Risparmio energetico e abbattimento delle emissioni di CO₂, Smart agricolture e Bike to work sono alcuni dei progetti messi a punto dall'azienda. Che ora si appresta a investire nell'economia circolare.

Con una decennale esperienza nel campo dell'agro-alimentare, Andriani figura oggi tra le più importanti realtà nel settore dell'innovation food. L'azienda, produttrice di una gamma completa di pasta 100% gluten free e di referenze realizzate per chi è attento alla propria alimentazione, si distingue anche per essere tra le principali aziende italiane che credono e investono nella sostenibilità. Ma in che modo?

"Fin dalla sua fondazione l'azienda abbraccia i concetti di economia sostenibile e circolare che coniugano la crescita economica e la salvaguardia dell'ambiente e della società", spiega Michele Andriani, ceo del Gruppo. "Questi temi sono stati messi in pratica attraverso molteplici iniziative come, ad esempio, Bike to work, un parco bici a pedalata assistita dedicato ai dipendenti con lo scopo di promuovere la mobilità sostenibile e la tutela della salute delle persone e dell'ambiente. Inoltre, in favore del risparmio energetico e dell'abbattimento di emissioni di CO₂ l'azienda ha investito in una centrale di trigenerazione e, in tema di smart agricolture, ha dato vita, in collaborazione con Horta - spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore -, alla 'Fileria di Legumi Sostenibile', un sistema innovativo che consente, alle imprese agricole aderenti, di ottimizzare i disciplinari di coltivazione e di allinearsi a criteri di produzione sostenibile". Ma non è tutto. Nel 2018, Andriani aderisce al Global Compact dell'Onu, sottoscrivendo

un Patto Globale tra aziende e Nazioni Unite e integrandolo nella strategia, nella cultura e nelle attività aziendali. L'impegno prosegue nel 2019 e sono molteplici i progetti tutt'ora in corso. "Nel ri-

"È importante dare valore all'impegno concreto delle aziende, volto a ridimensionare l'approccio consumistico, che permetta di guardare agli scarti di produzione non come un problema ma come un'opportunità".

Michele Andriani, Ceo

spetto dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile (il programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'Onu), stiamo

sviluppando progetti virtuosi al fine di riutilizzare gli scarti di produzione per la trasformazione di prodotti a basso impatto ambientale", sottolinea Michele Andriani. "A giugno, ad esempio, abbiamo avviato un progetto di ricerca, in collaborazione con l'Università degli studi di Bari e Gruppo Estel, sulla caratterizzazione della pula di grano saraceno per il riutilizzo in edilizia e nell'arredo per il nuovo Smart Building Andriani". L'azienda dimostra, poi, di essere particolarmente attiva anche nella sensibilizzazione nelle scuole. Ha infatti attivato il primo programma di educazione alimentare riservato alle scuole primarie per coinvolgere i ragazzi sui temi della sostenibilità e dell'importanza di adottare uno stile di vita sano e naturale nel rispetto di se stessi, degli altri e dell'ambiente circostante.

"Forti del successo dei nostri progetti, continueremo ad investire nelle aree dove abbiamo ottenuto importanti risultati cercando di migliorare l'agricoltura sostenibile su altre colture, come il mais e il riso, ed incrementare la mobilità sostenibile proponendo tali iniziative a clienti e partner. Il benessere dei dipendenti, l'educazione alimentare e l'uguaglianza, l'inclusione e la diversità sono temi sociali molto sentiti su cui continueremo a dimostrare il nostro impegno assieme a un nuovo progetto, l'Andriani Arts Academy che racconterà i valori etici e umani su cui è necessario impegnarsi nella vita, rivolto ai figli dei dipendenti e dei nostri partner, attraverso attività artistiche".

ANDRIANI PREMIATA
CON L'AIDP AWARDS 2019

Per l'iniziativa Bike to Work, l'azienda pugliese è stata premiata con l'Aidp Award 2019 - aggiudicandosi il 3° posto - in occasione del 48° Congresso Nazionale dell'Associazione Italiana per la direzione del personale. Con questo progetto, infatti, Andriani ha messo a disposizione dei propri dipendenti un parco di biciclette a pedalata assistita da utilizzare per il tragitto casa-lavoro e nel tempo libero. Ciascuna è dotata di Gps per monitorare i chilometri effettuati mensilmente, sulla base dei quali ogni lavoratore aderente all'iniziativa ha l'opportunità di ricevere un premio in busta paga. Secondo quanto riportato da un comunicato aziendale, nel primo anno di vita del progetto i premi erogati in busta paga hanno raggiunto quasi 11 mila euro, con 65 biciclette assegnate, 16 mila km di pedalate, 2.800 litri di carburante risparmiati e 1.842 Kg di CO₂ non emessa in atmosfera.



Peila firma farine di qualità

Esperienza, know how e passione permettono al Molino di essere un importante player nel settore degli sfarinati. Con uno sguardo proiettato verso il futuro, intercetta i cambiamenti del mercato e soddisfa i nuovi trend.



A Valperga, in provincia di Torino, nella bellissima zona del Canavese, il Molino Peila è un'importante realtà del territorio specializzata nella produzione di farine e sfarinati gluten free da mais, riso, legumi e super food. Gestita dalla famiglia Peila, l'azienda lavora nel rispetto della tradizione con uno sguardo sempre puntato ai nuovi trend e alle esigenze dei consumatori, a dimostrazione dell'attenzione nei confronti di un mercato in continuo cambiamento. Con una storia lunga 95 anni, Molino Peila è oggi un'azienda dalle alte prestazioni, aperta ai mercati internazionali, con importanti clienti sparsi in tutto il mondo.

Ma facciamo un passo indietro, per capire come è cresciuta e come si è evoluta l'azienda. "La nostra storia ha inizio nel 1924, quando il mio bisnonno, Domenico Peila, installò un mulino ad acqua per la molitura del grano tenero, caratterizzato da una ruota classica e due turbine che servivano ad illuminare la borgata", racconta Marina Peila, sales manager. "L'azienda fu poi rilevata dai figli Fiorenzo, Giuseppe e Benedetto che costruirono negli anni 70 un nuovo impianto per la macinazione del grano e a seguire dai loro successori che, grazie ad uno sguardo lungimi-

rante sul mercato, negli anni 90 convertirono il mulino alla macinazione esclusiva di mais, realizzando farine crude e termo trattate. Il Molino Peila, quindi, si specializzò in questo settore e fu, tra l'altro, il primo mulino a realizzare una novità di prodotto che entrò a gamba tesa nelle case degli italiani: la polenta istantanea. La partecipazione alle fiere internazionali, i viaggi per tastare con mano le esigenze dei vari mercati e le collaborazioni con grandi player, hanno permesso poi all'azienda di svilupparsi continuamente adottando sempre nuove strategie e realizzando nuovi progetti". "Nel 2007 abbiamo avviato un secondo stabilimento dedicato alla degerminazione a umido del mais che ci ha permesso di produrre gli hominy grits (spezzati di mais decorticati), l'ingrediente base per la realizzazione di gallette e cornflakes, ed entrare quindi nel settore della prima colazione", sottolinea Ugo Peila, Ceo dell'azienda. "Poi, nel 2010, abbiamo rilevato un mulino a Riva di Chieri (To) dedicato esclusivamente alla macinazione del riso; nel 2013, abbiamo ristrutturato una parte dello stabilimento del mais aggiungendo un impianto per la lavorazione delle farine a basso tenore di grassi e realizzato una

mini centrale idroelettrica che ci ha permesso di dare un'ulteriore impronta green all'azienda. Nel 2015 è stato avviato un impianto riservato alla tostatura e, da tre anni a questa parte, abbiamo inserito la macinazione dei legumi e dei superfood. Ma non è finita. Nella filosofia che ci contraddistingue, stiamo infatti mettendo a punto un altro progetto molto importante e completamente dedicato al riso che vanterà una filiera completa". Ma a quali settori si rivolge Molino Peila? "Forniamo tra i nostri clienti le grandi industrie di cornflakes e prodotti per la prima colazione, le aziende che realizzano pasta senza glutine (prodotta proprio con farine di mais, di riso e di legumi), i birrifici, i produttori di snack e gallette, i confezionatori", spiega Marina Peila. "Inoltre, forniamo i ristoranti, l'hotellerie, i distributori, il retail in genere e il canale della grande distribuzione, per il quale lavoriamo molto anche attraverso il private label". Grazie alla qualità dei suoi prodotti, ma anche alla vasta gamma proposta per soddisfare qualsiasi esigenza del cliente, Molino Peila oggi serve tutto il mercato nazionale e svariati Paesi Ue e non Ue.

Margherita Luisetto

I PLUS DELL'AZIENDA

Molino Peila soddisfa le esigenze specifiche di tutti i suoi clienti, con soluzioni create ad hoc e tailor made. Vanta inoltre elevati standard qualitativi e ha ottenuto molteplici certificazioni internazionali, tra cui, solo per citarne alcune, lo standard sui sistemi di gestione della qualità ISO 9001 ed ISO 22005, le certificazioni Gluten-free, Gmo-Free, Brc, Ifs, Biologica, Demeter, Kosher e Veganok. L'azienda, attenta ai trend del mercato, oltre a lavorare il mais e il riso, produce farine di legumi (ad esempio di lenticchie rosse, di ceci, di fagioli e di piselli verdi) e farine di superfood (quinoa, amaranto, semi di canapa, miglio, sorgo e teff) particolarmente richieste dai nuovi consumatori.



I NUMERI

85mila tonnellate
LE MATERIE PRIME GLUTEN FREE TRASFORMATE
NEL CORSO DELL'ANNO

7
I PROCESSI PRODUTTIVI

50
LE FORMULE SVILUPPATE
PER I CLIENTI

35 milioni di euro
IL FATTURATO RAGGIUNTO NEL 2018

35%
IL PESO DELL'EXPORT
SUL FATTURATO TOTALE





I NUMERI DELLO STUDIO

-2.530 euro

LA DIMINUIZIONE IN TERMINI REALI DELLA SPESA MEDIA ANNUALE DELLE FAMIGLIE DAL 2011 A OGGI

-322 euro

IL TAGLIO DEL BUDGET PER GLI ALIMENTARI

-32mila

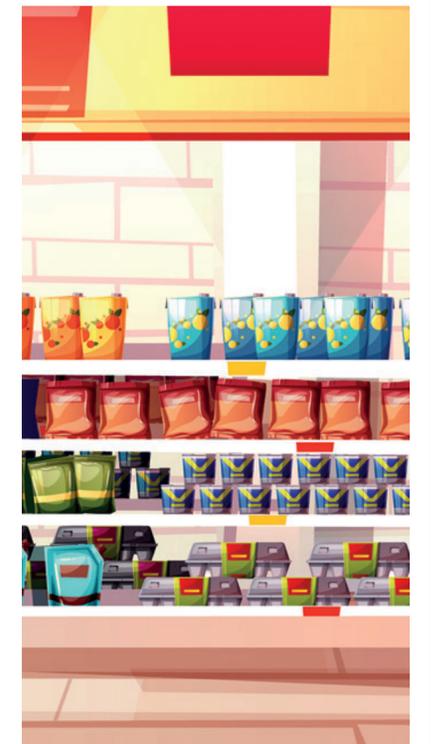
I NEGOZI NON ALIMENTARI SPARITI DAL 2011 AL 2018

+31mila

L'AUMENTO DEI PUBBLICI ESERCIZI TRA IL 2011 E IL 2018

+11mila

L'INCREMENTO DEL NUMERO DI IMPRESE DELL'E-COMMERCE TRA IL 2011 E IL 2018



UNA SPESA IN RETROMARCIA

Quanto sono diminuiti e come sono cambiati gli acquisti degli italiani dal 2011 a oggi. A svelarlo, un'indagine Confesercenti. Che traccia la mappa della crisi, ma segnala anche di un alimentare che 'resiste'.

Un'analisi firmata Confesercenti. Che svela come sono cambiati la spesa e i consumi degli italiani dal 2011 a oggi. Ma, soprattutto, gli effetti dei mutamenti intercorsi sulle attività commerciali e sulla geografia del normal trade. Andando a evidenziare tante ombre, ma anche le luci di un comparto che resiste, nonostante le molte quotidiane difficoltà.

Cosa dicono i numeri

Gli italiani, oggi, consumano meno di otto anni fa. A certificarlo, rilevazioni e l'analisi dei dati. Nel 2018, infatti, la spesa media annua delle famiglie del Bel Paese, in termini reali – cioè al netto dell'inflazione –, è stata di 28.251 euro. Una cifra inferiore di 2.530 euro ai livelli del 2011, per un complessivo calo del -8,2%. Per dare un'idea ancora più concreta, si tratta di una somma superiore a un mese intero di acquisti da parte di un nucleo familiare medio, ma anche della perdita effettiva di reddito (-1.990 euro) registrata sul periodo. Complessivamente, spiega Confesercenti, il mercato nazionale ha perso circa 60 miliardi di euro di spesa negli ultimi otto anni. Con il bilancio che, ad avviso dell'associazione, è destinato probabilmente a peggiorare.

Come si spende

I tagli alla spesa hanno coinvolto praticamente tutto, con le sole eccezioni di istruzione e sanità.

Ma le sforbiate, a livello familiare, non si sono indirizzate con la stessa forza a tutte le voci in capitolo. Tra le spese maggiormente rappresentative nei bilanci domestici, quelle per l'abitazione hanno subito il calo più netto: 1.100 euro circa in meno l'anno per famiglia rispetto al 2011.

Tagli importanti hanno poi visto coinvolti anche ricreazione e spettacoli (-182 euro), comunicazioni (-164 euro), ma soprattutto l'alimentare (-322 euro). Guardando ai dati più nel dettaglio, però, è la voce comunicazioni ad aver perso maggiormente in proporzione: la flessione della spesa, infatti, è risultata del 19%. Gli italiani spendono di meno anche per gli smartphone, un tempo vera passione nazionale. Impressionante anche la riduzione del budget impegnato sul food: una voce di consumo da sempre ritenuta una 'spesa incompressibile', che invece ha perso il 6%.

Crescono, all'opposto, le spese per sanità (+12,1%) e istruzione (+24,7%).

La geografia dei tagli

La crisi dei consumi ha colpito tutta Italia, anche se con differenze profonde a seconda dei territori. Quel che risalta è innanzitutto il segno meno a configurarsi come costante: in sostanza, anche le famiglie delle regioni tradizionalmente più ricche hanno 'stretto la cinghia'. Nell'intero panorama nazionale sono esclusivamente i nuclei della Ba-

silicata ad aver visto un leggero progresso (circa 500 euro di spesa media annuale in più) rispetto al 2011. Il resto dello Stivale, invece, segna cali, che in 10 regioni sono superiori ai 3mila euro a famiglia, in termini reali. A perdere maggiormente, i consumatori marchigiani, dove il budget familiare, anche a causa degli effetti del terremoto, si è ristretto addirittura di 5.500 euro l'anno. Segue la Calabria - 4.800 euro in meno a famiglia -, poi il Veneto, dove la spesa è di 4.400 euro inferiore ai livelli del 2011. Tra le performance 'meno negative', quella della Liguria, dove si registra un arretramento 'contenuto' a 500 euro, seguita dalla Sicilia (-700 euro).

Iva o non Iva? La spesa nel 2020

Tra questo e il prossimo anno, evidenzia l'analisi promossa da Confesercenti, la spesa delle famiglie dovrebbe registrare un lieve recupero, anche grazie alle misure adottate nell'ultima legge di Bilancio: al 2020, si stima una media annuale in termini reali di 28.533 euro, con un incremento annuo di poco più di 140 euro. La previsione, tuttavia, resta *sub iudice*: infatti, non incorpora il possibile aumento delle aliquote Iva previsto dalle clausole di salvaguardia per il 2020, e non ancora ufficialmente scongiurato. E questa ultima variabile cambierebbe completamente le carte in tavola. L'aumento dell'Iva, infatti, annullerebbe tutti i pro-

gressi, portando ad una riduzione di 8,1 miliardi di euro della spesa delle famiglie, pari a 311 euro di minori consumi a testa. L'impatto avrebbe, dunque, un effetto devastante anche sul tessuto delle imprese del commercio, già in sofferenza. La frenata dei consumi che seguirebbe l'incremento delle aliquote Iva, secondo le stime Confesercenti, porterebbe alla scomparsa di circa altri 9mila negozi.

Tra crisi e nuove abitudini di spesa

La riduzione dei consumi da parte delle famiglie ha avuto un impatto notevole sulle imprese della distribuzione commerciale. Tra il 2011 e il 2018 sono spariti oltre 32mila negozi in sede fissa specializzata in prodotti non alimentari. E il saldo tra le aperture e le tante - troppe - chiusure d'impresa prosegue a ritmi incalzanti: ancora nel 2018, sono stati 153 al giorno i negozi a chiudere. A sostituire le botteghe, principalmente ristoranti e web store: se i primi, negli ultimi otto anni, sono aumentati del 10,1% (quasi 31mila attività in più), i negozi online sono letteralmente esplosi (dal 2011 a oggi ne sono nati altri 11mila, +119,8%).

I negozi che funzionano...

E quelli che proprio non vanno

La crisi dei negozi ha colpito in maniera diversa le differenti tipologie di attività commerciale. Pe-

santi perdite si registrano per le librerie (-628), le edicole (-3.083), i ferramenta (-4.115) e anche i negozi di giocattoli (-1.034).

Ma c'è chi cresce, perché in grado d'intercettare i cambiamenti nelle abitudini di consumo degli italiani dettati dalla crisi e dalle nuove sensibilità. I trend più evidenti si segnalano nel settore alimentare: dal 2011 a oggi, a sparire sono state oltre 3mila macellerie, mentre decisamente più lieve la flessione che ha colpito i prodotti da forno e i dolci (-47). Crescono i negozi specializzati che vendono bevande (+768, il 13,3% in più) e quelli dedicati a frutta e verdura (+1.659).

Il boom dell'e-commerce

Le imprese attive nel commercio online, negli ultimi anni, hanno vissuto un vero boom. Secondo i dati di Confesercenti, nel 2018 erano 22.287, il 119,8% in più rispetto al 2011.

Si diffondono a una velocità 12 volte superiore a quella dei nuovi ristoranti e 20 volte a quella di nuovi negozi alimentari. E ogni tre negozi specializzati che chiudono, nasce una nuova attività sul web. Gli imprenditori che si dedicano alle vendite in rete risultano, poi, più giovani della media: la loro età, infatti, è di quasi 10 anni inferiore a quella dei commercianti al dettaglio (39,7 anni contro 48,2).

Le proposte per la crescita di Confesercenti

"La via maestra per rilanciare i consumi delle famiglie è l'occupazione", si dichiara in chiusura dell'analisi Confesercenti. "I temi del lavoro devono essere al centro delle politiche di sviluppo del nostro Paese: abbiamo bisogno di regole chiare e di più coraggio per ridurre il costo del lavoro e far ripartire le retribuzioni. Abbiamo bisogno di mettere più soldi nelle tasche di chi lavora, in particolare dei salari medi, quelli che hanno più sofferto durante la crisi. Per questo, siamo convinti che quella del salario minimo sia la strada sbagliata da percorrere. Dobbiamo far ripartire la contrattazione, non cancellarla: diciamo dunque sì, con convinzione, alla proposta di una flat tax sugli aumenti salariali al di sopra dei minimi contrattuali. Secondo le nostre stime, una detassazione degli incrementi retributivi per tre anni potrebbe lasciare nelle tasche degli italiani 2,1 miliardi all'anno. Risorse che si trasformerebbero in una spinta di 1,7 miliardi di euro ai consumi, di cui 900 milioni accreditabili alla spesa delle famiglie e il resto ai consumi di imprese e pubblici. La detassazione degli aumenti, accompagnata al non aumento dell'Iva, ci darebbe nel 2020 circa 9 miliardi di spesa delle famiglie in più, facendo finalmente ripartire il motore dei consumi e quindi la crescita".

Matteo Borrè

SPESA MEDIA ANNUALE DELLE FAMIGLIE (EURO, TERMINI REALI)
E NUMEROSITÀ ESERCIZI COMMERCIALI 2011 / 2018 / 2020 CON AUMENTO IVA E SENZA AUMENTO IVA

	2011	2018	2020 Senza Iva	2020 Con Iva	Diff. Iva/Senza Iva
Spesa famiglie (euro)	30.781	28.251	28.533	28.223	-310
Numero negozi	762.917	742.490	733.000	724.010	-8.990

IL 70% DELL'ACQUA UTILIZZATA SUL PIANETA È CONSUMATO DALLA ZOOTECNIA E DALL'AGRICOLTURA. PIÙ LA TECNOLOGIA È ALL'AVANGUARDIA MENO È LA NECESSITÀ DI ACQUA.

MADE WITH WATER

l'acqua non è scontata!

S.T.A. SOCIETÀ TRATTAMENTO ACQUE S.R.L.
VIA GIORDANO DI CAPI, 28/30 Z.I. VALDARO - MANTOVA

STACQUE.COM BLOG.STACQUE.COM [in](#) [f](#)



I nuovi trend del settore molitorio

Secondo Italmopa, nel 2018 il volume di sfarinati di frumento ha superato 7 milioni e 700 mila tonnellate, per un controvalore di 3,5 miliardi di euro. Cresce la richiesta di semole integrali e di farine per prodotti salutistici. Export a +10% circa.



Cosimo De Sortis



I NUMERI

358 molini
DI FRUMENTO PRESENTI IN ITALIA

11,070 milioni
TONNELLATE DI FRUMENTO LAVORATO

7,778 milioni
TONNELLATE DI SFARINATI PRODOTTI

3,539 miliardi di euro
IL FATTURATO DELL'INDUSTRIA MOLITORIA STIMATO PER IL 2018 (+2,1%, RISPETTO AL 2017)

+9,82%
INCREMENTO DEI VOLUMI DI FRUMENTO DURO ESPORTATI

L'ASSOCIAZIONE DI CATEGORIA

Italmopa – Associazione Industriali Mugnai d'Italia – è l'associazione di categoria che rappresenta in Italia l'industria molitoria, articolata nei due comparti della macinazione del frumento tenero e del frumento duro. L'associazione ha il compito di tutelare l'industria della macinazione a frumento tenero e a frumento duro e di favorirne lo sviluppo tecnico ed economico. Inoltre, istituisce servizi di assistenza e consulenza per le aziende associate in materia normativa e le rappresenta – sia come categoria sia singolarmente – presso le istituzioni in tutti i rapporti che hanno attinenza con la loro attività. Infine, promuove e favorisce le iniziative finalizzate al miglioramento tecnico ed economico dell'industria della macinazione, fornendo servizi di formazione e consulenza, curando le pubblicazioni tecniche e organizzando conferenze, convegni e seminari.

Per il biennio 2019/2020 la presidenza di Italmopa spetta a Cosimo De Sortis (nella foto) dell'azienda De Sortis Industrie Semo-liere – Deis. I vice presidenti sono Francesco Divella (F. Divella), Silvio Grassi (Molino Grassi), Giorgio Agugiaro (Agugiaro & Figna Molini) e Andrea Valente (Nova)



DESTINAZIONI D'USO DEGLI SFARINATI DI FRUMENTO TENERO

	VOLUMI 2017 (TONS)	VOLUMI 2018 (TONS PROV.)
MERCATO INTERNO		
Totale mercato interno	3.835.000	3.826.000
per pane e sostituti del pane	2.476.000	2.445.000
per biscotteria/lievitati/modose da forno	695.000	713.000
per pizze	371.000	377.000
per usi domestici	222.000	214.000
per pasta	87.000	88.000
EXPORT	163.000	179.000

(Fonte: Italmopa, giugno 2019)

DESTINAZIONI D'USO DEGLI SFARINATI DI FRUMENTO DURO

	VOLUMI 2017 (TONS)	VOLUMI 2018 (TONS PROV.)
MERCATO INTERNO		
Totale mercato interno	3.665.000	3.637.500
per pasta	3.450.000	3.420.000
per pane	178.000	180.000
per usi domestici	37.000	37.500
EXPORT SEMOLE	122.000	136.000

(Fonte: Italmopa, giugno 2019)

Il mercato molitorio gode di buona salute. I dati pubblicati da Italmopa (l'Associazione Industriali Mugnai d'Italia) parlano di un volume di sfarinati, sia di frumento tenero che di frumento duro, di 7.778.500 tonnellate, con un decremento appena accennato rispetto al 2017, inferiore allo 0,1%. A valore, inoltre, stima un fatturato totale di 3,539 miliardi di euro, in crescita del 2,1% rispetto all'anno precedente. Di questo risultato, 1,667 miliardi derivano dalla trasformazione di frumento duro (-0,42%) e 1,872 miliardi derivano dalla trasformazione del frumento tenero (+4,41%). Ma analizziamo nello specifico l'andamento del settore e i trend in atto delle due tipologie di frumento.

L'industria molitoria del frumento tenero ha registrato un volume di sfarinati pari a oltre 4 milioni di tonnellate, di cui il 95,53% sono state commercializzate sul territorio nazionale (con un calo dello 0,23%) e il 4,47% sono state esportate, segnando una significativa crescita del 9,82% rispetto all'anno precedente. In questo contesto, è interessante sottolineare gli impieghi, che rispecchiano le tendenze del mercato e le nuove esigenze dei consumatori. Sul mercato interno, l'utilizzo principale è rappresentato dalla produzione di pane e sostituti del pane, anche se ha subito una frenata. Infatti, se nel 2017 sono stati usati 2 milioni e 476mila tonnellate di frumento tenero, nel 2018 ne sono state usate 2 milioni e 445mila. Come sottolinea Italmopa, il calo - che si attesta nella misura dell'1,25% - è causato dalla persistente riduzione dell'interesse per il pane ottenuto da farine bianche che, progressivamente, viene però compensato da un incremento del pane ottenuto da farine scure (tipo 2 e integrali) apprezzate sempre più per le loro intrinseche caratteristiche salutiste. Dopo il pane, è la farina destinata alla produzione di pasta fresca e secca a registrare i volumi più

importanti. Nel 2018, infatti, sono state vendute 88mila tonnellate di farina di grano tenero, in crescita dell'1,15%, grazie soprattutto alle ottime performance ottenute all'estero. Seguono, poi, gli utilizzi per la produzione di 'biscotti, referenze da forno, lievitati e pasticceria' (+2,59%) - dove la domanda ha premiato in modo particolare le farine per uso pasticceria e quelle destinate ai prodotti per la prima colazione e da ricorrenza (colombe, panettoni, pandori, ecc...) -, l'uso domestico - che è calato del 3,60% rispetto al 2017 a causa dell'incremento del consumo di farine alternative per motivi salutistici e organolettici -, e l'utilizzo per la produzione di pizza (+1,62%).

Molteplici criticità affrontate dal grano tenero sono state riscontrate anche nell'industria molitoria del frumento duro. Che, nel 2018 ha registrato un lievissimo calo dello 0,36% con una produzione totale di 3 milioni 638mila tonnellate. Come fa sapere Italmopa, la principale causa di questa decrescita è da attribuire al calo della domanda proveniente dall'industria pastaria per via della nuova frenata dei consumi sul mercato interno, non sufficientemente controbilanciata dal positivo andamento delle esportazioni, passate dalle 122mila tonnellate del 2017 alle 136mila tonnellate del 2018, e dell'ottimo andamento delle semole integrali (in linea con la ricerca di benessere del consumatore moderno). Per quanto riguarda gli utilizzi degli sfarinati di grano duro, quello della pasta rimane sempre il settore di riferimento. Infatti, riportando le stime dell'Associazione degli industriali mugnai italiani, per la pasta sono state utilizzate 3 milioni e 420mila tonnellate di prodotto. Quasi il totale della produzione, se considerato che per il pane sono state utilizzate 180mila tonnellate e per gli usi domestici 37.500 tons.

Margherita Luisetto

LA POLARIZZAZIONE DEL MERCATO DEGLI SFARINATI

Le stime di Italmopa rivelano una netta polarizzazione del mercato italiano degli sfarinati. Da una parte, continua a crescere la richiesta per i prodotti 'premium', tra cui quelli considerati salutistici dai consumatori (a base di farine/semole bio o integrali), i prodotti con alto tenore della componente "servizio", le referenze innovative, e, in misura minore, gli sfarinati ottenuti con frumento regionale o locale. Questi prodotti ormai si sono ritagliati uno spazio sempre più rilevante sul mercato (a volume e a valore, con crescite a doppia cifra), tanto da non essere più considerati di nicchia. Parallelamente, però, il mercato sta anche registrando un'importante crescita della richiesta di prodotti di primo prezzo ('lowprice').



THE EUROPEAN RETAIL GUIDE

La più importante e completa guida alla distribuzione europea. Tutte le catene suddivise per paese. Gli indirizzi, i siti, le mail, il management, la storia, i contatti per i fornitori, i brand distribuiti.

Per informazioni: info@tespi.net



Alimentaria cambia passo

Le ultime novità e le anticipazioni sull'edizione 2020 della principale fiera dell'alimentare in Spagna. Un appuntamento sempre più internazionale, che ritorna dal 20 al 23 aprile prossimi con un layout completamente rinnovato. L'attenzione sempre più rivolta al mondo Horeca. L'ascesa dell'e-commerce. I principali trend del mercato. Intervista a tutto campo con José Antonio Valls, general manager di Alimentaria.

Manca meno di un anno alla nuova edizione di Alimentaria, in programma dal 20 al 23 aprile prossimi: quali le novità per l'appuntamento in scena a Barcellona nel 2020?

Il prossimo anno, celebreremo la 23esima edizione di Alimentaria. Che nel 2020 avrà la sua più importante novità in un layout completamente rinnovato. Fino all'edizione 2018, infatti, il vino ha rappresentato una sezione rilevante della manifestazione. Ma dal prossimo anno, non sarà più così. Questo, per via del lancio della Barcellona Wine Week: una nuova kermesse internazionale dedicata alle produzioni spagnole, che andrà in scena dal 3 al 5 febbraio 2020. Di conseguenza, Alimentaria si focalizzerà principalmente sul food. Cercando di differenziarsi da Anuga o Sial, le altre grandi manifestazioni di settore in Europa, andando a presidiare ambiti distributivi mirati.

Quali esattamente?

La scelta compiuta è stata d'indirizzarci ancor più verso il mondo Horeca. Quello della ristorazione e del food service, infatti, è un mercato in forte crescita. E la combinazione delle diverse sezioni di Alimentaria proverà, ancor più di prima, a favorire l'incontro tra produttori, distributori e buyer. Copriremo i settori chiave dell'alimentare, come l'industria della carne (Intercam), lattiero-casearia (Interlact), conserviera (Expoconser) o dei dolci (Snacks, biscuits & confectionary). Ma ampio spazio sarà dedicato anche alla dieta mediterranea, con prodotti freschi, oli di oliva e vegetali (Mediterranean Foods), oltre che al food service (Restaurama). In aggiunta a tutte queste sezioni, poi, Grocery Foods riunirà le principali aziende di beni di consumo. Molto importante, infine, sarà anche l'area dedicata ai piccoli macchinari e alle attrezzature per hotel e ristoranti, che andrà a occupare i padiglioni 6 e 7, cui si aggiungerà, nell'8, lo spazio Atmosphere, dedicato a tecnologie per l'illuminazione, allestimenti e decor.

Quali i principali focus della prossima edizione?

Da una parte, daremo grande rilievo alle produzioni autoctone, grazie allo spazio Lands of Spain, che raccoglierà le migliori eccellenze delle diverse regioni spagnole. Ma altrettanta attenzione verrà dedicata agli ultimi trend nei consumi. Lo faremo in maniera assolutamente concreta: al centro del salone, in un'area denominata Alimentaria Trends, che avrà una superficie di oltre 4.500 metri quadrati, sarà possibile trovare i prodotti della gastronomia (Fine Foods), gli alimenti biologici (Organic Foods), senza allergeni (Free From) e funzionali (Functional Foods), oltre alla referenze Halal (Halal Foods).

Parlando di numeri, che obiettivi vi siete posti?

Alimentaria, oggi, con i suoi 100mila metri quadrati di area espositiva netta, rappresenta la terza manifestazione del settore per dimensione. E vanta, al contempo, un prestigio solido e riconosciuto in ambito internazionale. Parliamo, infatti, di una kermesse capace di attrarre più di 150mila operatori professionali, il 30% dei quali da 156 Paesi del mondo. A livello espositivo, poi, puntiamo a fare meglio dell'ultima edizione: dove le aziende presenti, da 70 nazioni, sono state 4.500. Ma quando parliamo di Alimentaria, facciamo riferimento anche a 200 eventi, tra workshop e conferenze, e più di 12.500 business meeting.

Alimentaria, dunque, sempre più hub internazionale

per il business?

Proprio così. Chi visita Alimentaria non è interessato soltanto alle produzioni spagnole, ma viene a Barcellona per andare alla scoperta delle numerose opportunità internazionali che la nostra kermesse è in grado di offrire. Il Sud e il Centro America sono i nostri principali bacini di utenza, quando parliamo di buyer che partecipano alla manifestazione. Il Messico, in particolare, dove diamo vita anche a uno spin off dedicato di Alimentaria, rappresenta un mercato di grande interesse e che si sta sempre più aprendo al mondo. Ed è un contesto che presidiamo da tempo e che sviluppiamo con particolare cura.

Come si sviluppa la vostra attività d'incoming?

Vantiamo un programma d'incoming molto strutturato, con più di 1.400 buyer da 76 Paesi in tutto il mondo che periodicamente ospitiamo. Ovviamente quella italiana è una delegazione a cui teniamo particolarmente e che si compone di rappresentanti dell'intera Gdo del vostro Paese: giusto per citare qualche nome, tra gli invitati ci sono Coop Centro Italia, Iper Montebello e Magazzini Gabrielli. Ma nel programma sono incluse anche altre grandi aziende del settore della distribuzione, come Mgm Alimentari, Buzzi, Marr e Optimum Buying.

Ad Alimentaria 2020, quanto peserà la presenza italiana?

Sono previsti quasi 2mila mq per gli espositori italiani. 200 aziende, in primis dei settori pasta, olio, segmento dei freschi, referenze biologico e fine foods. L'Italia ha il primato ad Alimentaria, per spazi occupati, realtà espositrici presenti e anche numero visitatori. Abbiamo confermato la partnership con Ita-Ice Agenzia, ma anche con la Camera di commercio e industria italiana per la Spagna. E, inoltre, vantiamo consolidati rapporti di collaborazione con Assica e il Consorzio del parmigiano reggiano, oltre che con numerosi altri enti di rappresentanza di produzioni tipiche tricolore. Per Alimentaria, in definitiva, l'Italia è un Paese chiave.

Per la prossima edizione, da quel che ci racconta, il focus della manifestazione si sposterà sempre più verso le produzioni di eccellenza...

Absolutamente. È quello che il mercato domanda sempre più. E proprio a questa tipologia di referenze dedicheremo un'area specifica, Alimentaria Premium, dove troveranno spazio un numero selezionato di realtà produttrici spagnole di eccellenza. Artigiani del gusto, con un'offerta di livello superiore.

Nessun produttore internazionale, quindi, all'interno di Alimentaria Premium?

No, per il momento lo spazio sarà esclusivamente riservato alla Spagna. Ma stiamo lavorando, per il futuro, in modo da poter offrire anche ad altre nazioni riconosciute per le loro eccellenze – proprio come nel caso dell'Italia – una simile opportunità espositiva.

In tema d'incontri, invece, come si configurerà la proposta della kermesse?

Come da tradizione, non mancheranno Alimentaria 2020 cooking show e spazi dedicati a esibizioni culinarie sponsorizzate dalle aziende espositrici. Inoltre, saranno presenti quasi 50 chef stellati Michelin, con cui i visitatori potranno interagire nei diversi momenti di confronto e nel corso di specifiche masterclass. Poi, abbiamo dato vita a The Alimentaria Hub...

Di cosa si tratta?

Sarà uno spazio dedicato a diversi soggetti e progetti che con il loro impatto stanno rivoluzionando la filiera alimentare. Il riferimento è a chi opera sui temi della sostenibilità o della tracciatura attraverso modelli blockchain. Ma anche a chi combatte lo spreco alimentare o chi sostiene la trasformazione digitale. Fino ad arrivare all'analisi dei comportamenti di consumo e ai big data. Sarà un vero must da visitare per chi parte-



Intervista a José Antonio Valls, general manager della manifestazione spagnola. Che torna nel 2020 con un layout completamente rinnovato. E dove l'Italia sarà assoluta protagonista. Tutte le anticipazioni e le novità sulla kermesse internazionale di Barcellona, in scena dal 20 al 23 aprile prossimi.



José Antonio Valls

ciperà alla fiera, così da approfondire tutte queste e molte altre tematiche, ma al contempo aggiornarsi e fare networking.

Quali sono, oggi, i principali trend che si vanno affermando in Spagna nel comparto alimentare?

In questo momento, l'emergere del canale e-commerce è un tema particolarmente caldo: in Spagna, ma non solo. Si tratta di una vera e propria sfida per il comparto. Tanto che si parli di produttori, quanto che si faccia riferimento all'ambito retail. Rientra in un trend, a mio avviso, più generale. Quello di riuscire a essere ancora più vicini ai consumatori, indagandone le abitudini e le esigenze. In Spagna, gli acquisti online nel mondo dell'alimentare rappresentano ancora una nicchia, che vale attorno all'1% delle vendite, ma i numeri segnalano tassi di crescita esponenziali. È quindi un fenomeno in rampa di lancio, che va attentamente monitorato. Soprattutto a fronte del sempre più consistente coinvolgimento dei grandi retailer e anche del normal trade specializzato. Poi ci sono altri aspetti da seguire con attenzione sul mercato spagnolo.

Quali in particolare?

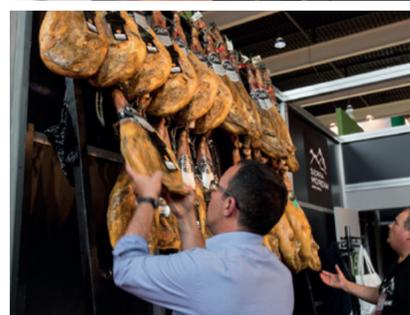
Innanzitutto il tema della trasformazione digitale delle aziende, a cui si correla quello dell'efficiamento delle produzioni. Ma un altro elemento importantissimo è la sempre maggiore attenzione rivolta dai consumatori agli aspetti nutrizionali, alla salute e al benessere: è

questo si collegano lo sviluppo del segmento biologico, l'imporsi delle produzioni free from e il crescente trend vegetariano e vegano. E una rilevanza sempre più decisiva, in merito a tutto questo, la sta assumendo il tema della clean label.

Un'ultima domanda: cosa consiglierebbe a un'azienda che parteciperà ad Alimentaria 2020 per massimizzare la propria presenza in fiera?

Suggerisco innanzitutto alle aziende italiane di non venire ad Alimentaria con l'idea di lavorare esclusivamente per aprire o incrementare l'export verso la Spagna. L'evento, infatti, rappresenta una porta d'accesso privilegiata per tanti altri contesti di mercato: dal Centro al Sud America, sono davvero molti i visitatori e gli operatori da incontrare e che possono offrire importanti sbocchi in diversi ambiti e canali. Non a caso, Alimentaria vanta consolidate partnership con le più importanti associazioni di settore, in ambito distributivo e foodservice, in tutto il continente americano. Poi, un altro suggerimento che posso dare è di preparare attentamente la partecipazione alla fiera. Non solo a livello di contatti e networking. Ma soprattutto con uno stand curato nell'aspetto e in ogni suo dettaglio, oltre che attraverso un'accoglienza ben programmata degli operatori.

Matteo Borrè



B/OPEN

Bio foods & natural self-care trade show

01/03 April 2020

A new European event, two thematic areas, an interactive format for trade visitors and companies. Networking, training, previews and business opportunities in a constantly growing sector. B/Open is the experience that comes from Verona and grows in your future.

www.b-opentrade.com



Buoni pasto: ma per chi?

La storia di Qui! Group. La fortuna con la pubblica amministrazione. Poi il crac e l'arresto dei vertici del Gruppo. Le accuse: bancarotta fraudolenta, riciclaggio, autoriciclaggio e truffa aggravata.

Con i buoni pasto Qui! Group, non ci hanno mangiato solo i dipendenti delle aziende. Il dissesto finanziario della società, e il successivo fallimento, non sarebbero ascrivibili al solo disallineamento nei pagamenti, lamentato dall'operatore dei buoni pasto a luglio 2018. Anzi. Bancarotta fraudolenta, riciclaggio, autoriciclaggio e truffa aggravata. Sono queste le pesanti accuse che hanno condotto, lo scorso 12 luglio, all'arresto di Gregorio Fogliani, presidente del Gruppo, e di altre cinque persone. Luigi Ferretti, amministratore delegato, e Rodolfo Chiriaco, consigliere delegato, sono stati tradotti al carcere di Marassi a Genova insieme al presidente. Mentre la moglie di Fogliani, Luciana Calabria, e le figlie, Chiara e Serena, sono ai domiciliari. Sequestrati anche beni mobili, immobili e disponibilità finanziarie per 80 milioni di euro.



Gregorio Fogliani

Fogliani dichiara che il suo ruolo nell'azienda era di tenere rapporti commerciali, non di occuparsi di contabilità, e che se mai avesse saputo della reale situazione finanziaria della Qui!Group, avrebbe venduto per tempo. Il reato di bancarotta sarebbe, dunque, ascrivibile ai due manager arrestati con lui, al collegio dei probiviri e ai revisori dei conti, come riporta Ansa il giorno stesso. Sarà. Ma non convincono nemmeno le spiegazioni rilasciate per l'esposizione in bilancio di utili fittizi e di costi non inerenti, e il dirottamento di somme a favore di Azzurra, società riconducibile alla sua famiglia. Oltre al trasferimento di 8 milioni di euro in Brasile, all'acquisto di una villa a Forte dei Marmi da 4,8 milioni di euro e agli sfarzosi matrimoni delle figlie.

L'inefficienza del sistema

Nella bufera dei buoni pasto, sono le imprese della ristorazione a pagare il conto. Secondo i dati di Fiepet Confesercenti, sarebbero infatti 120mila gli esercenti convenzionati, con crediti per 30 milioni di euro, a cui i rimborsi tardano ad arrivare. Esclusi a marzo dai 20 milioni previsti dal Ddl Concretezza, riservati esclusivamente alle pubbliche amministrazioni. "Abbiamo svolto un servizio a enti pubblici, con una commissione molto importante da riconoscere alla società dei ticket, e, in più, non siamo stati pagati. Ci vuole una garanzia che non copra solamente chi fa il bando, ma anche chi dà il servizio, cioè le imprese", infuria Giancarlo Banchieri, presidente di Fiepet Confesercenti. Il caso Qui! Group ha dunque fatto emergere le inefficienze del sistema di assegnazione delle gare d'appalto dei buoni pasto. Che espone a un rischio eccessivo gli esercizi convenzionati. Principali vittime di una gara al ribasso, a cui prendono parte non solo aziende affermate nell'erogazione del servizio, ma anche anche imprenditori improvvisati, a discapito della qualità e delle garanzie per gli esercenti. Ma il problema è finalmente giunto all'attenzione della maggioranza di Governo. Il senatore Castaldi, capogruppo M5S della Commissione Industria, ha proposto emendamenti allo "Sblocca Cantieri" per escludere il ribasso del valore facciale del buono come criterio di assegnazione dell'appalto. Bocciata a maggio la proposta, il senatore ha ripresentato il tema in Parlamento a luglio. In attesa che qualcosa si muova.

Elisa Tonussi

Un impero nella pubblica amministrazione

Fondata a fine anni Ottanta, Qui! Group ha creato un vero e proprio impero diversificando i servizi: dalla moneta elettronica, al couponing, al welfare aziendale, fino alle carte carburante, grazie all'alleanza con l'americana Fleetcor. Approdando anche in Brasile. Sono però i buoni pasto ad aver fatto la fortuna della società, che tra le migliaia di clienti annoverava Unicredit, Bnl, Banca Popolare di Milano, Enel, oltre a enti pubblici come Ferrovie dello Stato, e la pubblica amministrazione. Nel 2016, infatti, Qui! Group aveva vinto la gara d'appalto di Consip, per la fornitura di buoni pasto in Valle d'Aosta, Piemonte, Liguria e Lombardia (Lotto 1); e nel Lazio (Lotto 3). Un contratto a sei zeri con cui l'azienda realizzava il 70% del proprio fatturato.

Il crac

Proprio l'appalto Consip è stato l'inizio della fine dell'impero Qui! Group. A gennaio 2018 iniziano a emergere le prime difficoltà: alcuni bar, tavole calde e supermercati rifiutano pagamenti in Qui! Ticket. Gli esercenti ricevono i rimborsi a singhiozzi. In pochi mesi esplose il caso. Fogliani denuncia una pesante asimmetria tra le tempistiche con cui deve rimborsare gli esercenti, due-tre giorni, e quelle con cui riceve il pagamento delle pubbliche amministrazioni, che avviene con fattura posticipata anche di otto mesi. I disagi per i beneficiari dei buoni sono tali che Consip si vede costretta a risolvere la convenzione con Qui! Group, "stante l'esigenza di permettere

alle pubbliche amministrazioni aderenti di poter correttamente adempiere alle obbligazioni nei confronti dei propri dipendenti", come recita il comunicato. Intanto la Procura di Genova indaga per falso in bilancio e bancarotta fraudolenta: da una semplice verifica fiscale, sono emersi decreti ingiuntivi da parte dei creditori, fino a un ammontare di 300mila euro di debiti solo nel capoluogo ligure. Dopo aver accertato la sussistenza di un debito da oltre 325 milioni di euro (al 31 luglio 2018), un debito scaduto di 276 milioni e decreti ingiuntivi per oltre 32 milioni, il Tribunale di Genova dichiara il fallimento di Qui! Group. I 600 dipendenti perdono il lavoro.

Oltre al fallimento

Non solo bancarotta fraudolenta e falso in bilancio. La procura di Genova, da luglio dell'anno scorso, ha indagato anche per i reati di truffa allo Stato e frode in pubblica fornitura, che hanno, appunto, condotto all'arresto dei vertici di Qui! Group il 12 luglio 2019. Dalle indagini, risulta una truffa al Miur per un milione di euro e a una società di investimenti americana per 6 milioni: sarebbero stati truccati i bilanci per nascondere il dissesto finanziario e ottenere il rinnovo dell'appalto Consip. Interrogato in data 19 luglio, Fo-

APPALTI BUONI PASTO: NESSUNA GARANZIA PER GLI ESERCENTI

Il sistema è relativamente semplice. Il servizio buoni pasto per la pubblica amministrazione viene assegnato a una o più aziende tramite una gara d'appalto Consip che, seguendo i criteri di valutazione esposti nel bando, stila una graduatoria e avanza una proposta di aggiudicazione della commissione. Il concorrente scelto deve presentare i documenti richiesti per provare l'assenza di

motivi di esclusione e il rispetto dei motivi di selezione. Al termine delle verifiche viene stipulato il contratto. Altrimenti, tramite il Sistema dinamico di acquisizione della pubblica amministrazione (Sda), la Pa negozia autonomamente gli appalti.

Il problema sta nei criteri di valutazione delle offerte. L'ultima "Gara Buoni Pasto 8" del 2018 prevedeva che, rispetto ai prece-

deni bandi, il criterio economico pesasse in modo meno significativo sull'assegnazione, attribuita "all'offerta economicamente più vantaggiosa sulla base del miglior rapporto qualità prezzo". Erano inoltre previsti obblighi rispetto ai termini di pagamento agli esercenti, come in passato. Ma le garanzie si fermavano qua e le regole non sono cambiate, almeno per il momento. Mentre nella stipula

del contratto l'aggiudicatario deve prestare una garanzia sotto forma di cauzione o fideiussione a favore di Consip e delle amministrazioni contraenti, non sono previste coperture per gli esercenti in caso di inadempienza. E continua ad aleggiare lo spettro dello sconto sul valore nominale del buono. A rimetterci sono quindi le piccole attività. Che pagano una ricca commissione al fornitore.

Bennet e quegli 11 milioni di euro...

L'ex sindaco di Lonate Pozzolo (Va), Danilo Rivolta, in un interrogatorio parla della somma che sarebbe stata versata dalla catena a persone legate alle 'famiglie' calabresi della zona. Sarebbe servita per la realizzazione del centro commerciale di Vanzaghello (Va). Ma il gruppo smentisce categoricamente.

"De Castro e Baracchi hanno ricevuto dalla società Bennet la somma di 11 milioni di euro". La frase è tratta dal verbale di interrogatorio reso da Danilo Rivolta, ex sindaco di Lonate Pozzolo (Va), tuttora detenuto nel carcere di Busto Arsizio. Datato 24 luglio 2017, l'interrogatorio è avvenuto presso gli uffici della procura della Repubblica di Busto Arsizio.

Una vicenda complessa, riproposta in un articolo del *Corriere della Sera* pubblicato il 6 luglio 2019, a firma Cesare Giuzzi. Che a sua volta prende spunto dagli arresti compiuti giovedì 4 luglio, nell'ambito dell'operazione 'Kremisa' del nucleo investigativo dei carabinieri di Milano.

Ma procediamo con ordine. Il verbale integrale, di cui siamo entrati in possesso, ricostruisce gli intrecci tra una serie di dan della 'ndrangheta, politici locali e regionali, imprenditori, faccendieri e anche la catena Bennet. E scrive di un "disegno criminoso" che vede protagonisti, tra gli altri, proprio il sindaco, suo fratello e la convivente del primo cittadino.

"A Lonate Pozzolo", dichiara Rivolta, "vi sono diverse famiglie originarie di Cirò Marina [in provincia di Crotone, ndr], che esercitano un controllo sul territorio. Tra queste posso indicare Casoppero, Clidonio, De Nova-

ra, Filippelli, Murano e infine i De Castro; quest'ultima, però, di origine siciliana". I De Novara e i Casoppero erano anche stati determinanti nelle elezioni del 2014, permettendo la vittoria di Rivolta grazie a 300 voti risultati decisivi.

A fare la parte del leone nella gestione del territorio sono le imprese edili e artigiane, in particolare quando i lavori sono di una certa entità: è il caso del centro commerciale 'Il Parco' di Vanzaghello, sempre in provincia di Varese, dove il core business è un ipermercato Bennet.

Qui bisogna tornare al 2009, quando le trattative per la realizzazione entrano nel vivo. "L'operazione", spiega Rivolta, "doveva essere effettuata dai proprietari del terreno, fratelli Maritan, ma venne bloccata in regione da Zambetti [all'epoca dei fatti assessore regionale, ndr] e per sbloccare l'operazione questi aveva chiesto ai Maritan 1.050.000 euro. Casoppero veniva accusato di essere stato estromesso dall'operazione da Filippelli e De Castro".

La somma per sbloccare la pratica sarebbe stata raccolta dal faccendiere Filippo Duzioni. Ma a questo punto si apre un altro fronte con protagonista la famiglia De Castro, che avrebbe "fregato Filippelli sull'affare del centro commerciale", secondo le parole dell'ex sindaco. In

che modo? Giocando la sua partita coinvolgendo l'imprenditore Giulio Baracchi. È sempre Rivolta che parla: "De Castro e Baracchi hanno ricevuto dalla società Bennet la somma di 11 milioni di euro, come mi ha riferito personalmente l'amministratore delegato di Bennet, tale Stanwusser. Sangalli mi disse che De Castro non ha versato la somma che avrebbe dovuto a Filippelli".

"Ma come sono stati versati gli 11 milioni?", chiedono gli inquirenti. Rivolta entra nel dettaglio: "L'operazione venne rilevata da De Castro Emanuele e Baracchi Giulio con una società di Agrate Brianza, di cui non ricordo il nome, il cui amministratore era tale Zanella. Acquisita la proprietà delle aree e firmata la convenzione con il comune, l'area venne ceduta tramite la società di Baracchi (forse la Lonate Sviluppo Srl) a Bennet che, con questa acquisizione ha potuto realizzare il centro commerciale che è poi sorto a Vanzaghello. L'operazione in regione è stata gestita dal faccendiere Duzioni Filippo".

Abbiamo contattato Bennet per avere un commento sulle dichiarazioni di Rivolta. La società smentisce categoricamente le affermazioni dell'ex sindaco e si dichiara totalmente estranea ai fatti.

Angelo Frigerio

TESTARDI, OSTINATI, COCCIUTI, IRRIDUCIBILI.

Da sempre coltiviamo la nostra scelta Bio!

Fin dal 1997 crediamo nel valore delle coltivazioni biologiche

Un percorso biologico 100% Italiano da controllata, creato per una linea di pasta di semola di Grano Duro e Integrale ricca di fibre, della varietà monocultivar Senatore Cappelli, della specialità di Farro Integrale e una pasta di Grano e Orzo (CuoreMio la pasta funzionale che riduce il colesterolo).

Una linea di pasta per consumatori sempre più attenti al proprio Benessere, senza rinunciare alla bontà di un'eccellente pasta, prerogativa imprescindibile della nostra

Guarda lo spot

Scopri tutti i prodotti BioGranoro su www.granoro.it

Basta con l'asta!

Chiara Gagnarli, capogruppo del M5S in commissione Agricoltura alla Camera, illustra il provvedimento che mette termine alle contrattazioni con doppio ribasso, limitando nel contempo le vendite sottocosto.



Le aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari e le vendite sottocosto di prodotti freschi. Due temi scottanti, che negli ultimi mesi hanno fatto dibattere il mondo della Grande distribuzione, con contrapposizioni anche dure. Ora un provvedimento di legge appena passato alla Camera pone fine al doppio ribasso, introducendo altre novità importanti. Ne parliamo con Chiara Gagnarli, capogruppo del Movimento 5 Stelle in Commissione Agricoltura e relatrice del ddl.

Onorevole, questo provvedimento è una vittoria in primis contro le logiche che aveva imposto una parte della Grande distribuzione. Come ci siete arrivati?

Da tempo la commissione Agricoltura aveva attenzionato il tema delle pratiche sleali a danno dei produttori agricoli. Così l'Ufficio di presidenza ha deciso di calendarizzare una proposta di legge a prima firma Susanna Cenni (Pd). Io sono stata la relatrice del provvedimento e, dopo una serie di audizioni, siamo riusciti ad approvarla velocemente in prima lettura alla Camera, il 27 giugno. Ora dovrà passare dal Senato per l'approvazione definitiva, ma data l'evidente urgenza del tema dello sfruttamento nelle filiere agricole, auspichiamo in tempi rapidi.

Va detto che alcune insegne, Conad in primis, si sono battute perché la legge passasse, e altre, come Coop, sono rimaste su posizioni più prudenti. Il nuovo dispositivo soddisfa tutti?

Questo è un provvedimento equilibrato, abbiamo comunque raccolto pareri favorevoli anche da diverse sigle della Grande distribuzione organizzata. Alcune di queste, già dal giugno 2017, avevano siglato con il Mipaaf un Protocollo di intesa, e tra gli impegni presi, c'era anche quello di non fare ricorso alle aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari. Ora però con questa legge siamo andati oltre la buona volontà dei più, vietando direttamente questa pratica, visto che c'era ancora chi continuava a praticarla.

In che modo il meccanismo delle aste a doppio ribasso va a ledere i diritti dei lavoratori e favorisce il caporalato?

Le aste al doppio ribasso provocano una distor-

sione del mercato del lavoro che può incentivare il fenomeno del caporalato. Mi spiego meglio: questo meccanismo forza i fornitori a vendere il loro prodotto ad un prezzo molto svantaggioso rispetto al lavoro prestato, sia nell'agricoltura sia nelle industrie di trasformazione. Di conseguenza, pur di sopravvivere, c'è il rischio che queste imprese decidano di puntare in direzione della manodopera a bassissimo costo. Inoltre, il prezzo generato dalle aste elettroniche al buio e al doppio ribasso, seppur operate da singole parti della Gdo, viene assunto quale prezzo di riferimento anche per le catene di distribuzione che non adottano tali forme di acquisto, influenzando così al ribasso tutto il mercato.

Che cosa prevede il provvedimento e quali sono le sanzioni? Che impatto avrà sulla filiera?

Il testo di legge regola in maniera più stringente la pratica del sottocosto, ammessa solo nel caso in cui si registri dell'inventario a rischio deperibilità, mentre vieta definitivamente le aste al doppio ribasso: pena una sanzione amministrativa dai 2mila ai 50mila euro e, nei casi più gravi, la sospensione dell'attività di vendita fino a un massimo di 20 giorni. Infine si vanno a disciplinare le 'filiera etiche di produzione' con una delega al Governo, che dovrà pensare a delle agevolazioni fiscali e norme premianti per l'accesso ai fondi europei del settore, a favore di progetti volti alla creazione di filiere etiche di produzione, distribuzione e commercializzazione di prodotti alimentari e agroalimentari.

Cosa si aspetta da questo provvedimento?

Mi aspetto un maggior equilibrio nella distribuzione del valore aggiunto lungo tutta la filiera agroalimentare, che è uno dei problemi con cui facciamo i conti sin dal nostro ingresso in commissione Agricoltura.

A leggere i commenti, sembra che nessuno praticasse questo tipo di aste. Invece lo stesso ex ministro Martina dice che sembrava difficile poter arrivare a una legge organica. Peraltro con un ampio consenso. Chi è rimasto fuori?

Il provvedimento ha avuto una larghissima maggioranza alla Camera: 369 voti favorevoli, con solo 60 astenuti di Forza Italia e nessun contrario. Penso si possa essere davvero contenti del lavoro fatto in commissione, forse rispetto alla precedente legislatura con l'ex ministro Martina si è avuto più coraggio.

Il testo dispone anche che la vendita sottocosto di prodotti alimentari freschi sia limitata. In quali casi sarà legittimo effettuarla?

Originariamente il testo prevedeva che il Governo venisse autorizzato a modificare il Dpr 228/2001 che disciplina appunto i casi in cui è ammessa la vendita sottocosto dei prodotti alimentari freschi e deperibili, nel senso di vietare tale vendita in generale. Poi a seguito delle audizioni con gli attori coinvolti nel settore, abbiamo deciso di modificare il testo vietando la vendita sottocosto salvo i casi in cui si registri dell'inventario a rischio deperibilità, o nel caso di operazioni commerciali programmate e concordate in forma scritta con il fornitore. Fermo restando il divieto di imporre unilateralmente, in modo diretto o indiretto, la perdita o il costo della vendita sottocosto al fornitore.

Federdistribuzione sostiene che la legge andava bene così com'era e che si rischia che la merce si deteriori. Cosa risponde?

Federdistribuzione in audizione ha chiesto che all'operatore commerciale sia lasciata la possibilità di decidere in tempi rapidi, e quindi senza appesantimenti burocratici o amministrativi, la vendita del prodotto anche a un prezzo inferiore al costo di acquisto, per evitare che lo stesso diventi rifiuto. Ma la norma approvata alla Camera già lascia operatività sul sottocosto nei casi in cui si registri dell'inventario a rischio deperibilità, o nel caso di operazioni commerciali programmate e concordate in precedenza in forma scritta con il fornitore. Queste possibilità evitano il rischio di deterioramento dei prodotti.

Lei ora si sta battendo per l'eliminazione di altre pratiche commerciali sleali che a suo giudizio alterano i rapporti tra operatori all'interno della filiera agroalimentare. Quali comportamenti volete eliminare e perché?

In Commissione, mesi fa, abbiamo lavorato sulla direttiva in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese della filiera alimentare, per la quale sono stata relatrice, e dove ci sono diverse fattispecie di pratiche sleali a tutela dei produttori agricoli. Recentemente abbiamo anche chiesto al governo, tramite un question time, di recepire la Direttiva al più presto nel nostro ordinamento.

Andrea Dusio

"Il bio vero costa. E va pagato"

Sfide e opportunità del confronto con la Gdo. Il rapporto con il consumatore. La necessità di una giusta remunerazione per chi produce. Fabio Brescacin, presidente di EcorNaturaSi, a tutto campo sui temi più scottanti del settore.

Cultura del biologico, qualità dell'offerta, giusto prezzo. E ancora: sfide e opportunità nel confronto con la Gdo, corretta remunerazione dei produttori, il passaggio a vuoto del canale specializzato nell'ultimo biennio. Fino al ripensamento dello storico modello organizzativo per una tra le realtà pioniere nella vendita di prodotti bio. A tu per tu con Fabio Brescacin, presidente di EcorNaturaSi.

Come giudica l'attuale trend di crescita del biologico, in cui si assiste a un andamento a più velocità tra canali, ma anche tra marchi storici e Mdd?

Oggi siamo a un punto di svolta per il bio. Come NaturaSi siamo stati pionieri e primi protagonisti del settore per tanti anni. Mentre ora il biologico è approcciato da molti e occorre guardare avanti. Una sofferenza nella crescita, per i marchi storici del comparto, tra cui il nostro, negli ultimi due anni si è effettivamente registrata. Ma già si va delineando un riflusso, che condurrà a un profondo cambiamento dello scenario. Per porre le cose nella giusta prospettiva: si tratta di una dinamica simile a quella a cui si è assistito in Germania qualche anno fa, quando i principali player del biologico sono entrati in Grande distribuzione. Oggi, infatti, i marchi storici risultano in forte ripresa, anche grazie al fatto che il mondo è cambiato: si parla sempre più di bio, di climate change, di ecologia e di economia circolare. Di conseguenza, i consumi di settore vanno sempre più aumentando e anche chi acquista prende progressivamente maggiore coscienza di cosa compera.

In che termini?

Il consumatore, oggi, tende ad avere un primo approccio al biologico attraverso la Gdo, per poi accorgersi di ricercare un "di più". Un qualcosa che può trovare solo nel mondo dello specializzato. Una dinamica simile la si registra anche con molti clienti storici che - per comodità o per convenienza - avevano cominciato a indirizzarsi esclusivamente alla Grande distribuzione. Non trovando, tuttavia, la stessa qualità e varietà d'offerta, sempre più, oggi, stanno compiendo il percorso inverso, ritornando allo specializzato.

Il biennio 2017-2018, dunque, può essere archiviato soltanto come un momentaneo "passo falso" per il mondo dello specializzato?

Possiamo dire che si è trattato di una "crisi" davvero particolare. Ovverosia, non si è più cresciuti in maniera esponenziale: del +20% e oltre, per intendersi. Oggi, nei numeri, registriamo una sostanziale ripresa, anche se non agli stessi livelli di prima: almeno per il momento. Dopo di che, lo sviluppo della Mdd nel biologico, in questi ultimi anni, è frutto innanzitutto di precise scelte e strategie da parte del retail.

È la Gdo che ha voluto massimizzare i benefici del boom registrato dal comparto?

Esatto. In fondo, è normale che la Gdo, tanto in Italia quanto all'estero, punti sulla propria private label. E progressivamente scelga di mettere a lato nella propria offerta, se non addirittura escludere, possibili concorrenti e brand storici del bio. Si tratta di una scelta commerciale, ma anche strategica: con il tuo marchio, infatti, puoi fare quel che vuoi, personalizzando i prodotti come ritieni più giusto. Il mondo dello specializzato, invece, tende a guardare oltre, scegliendo di puntare su tanti produttori che hanno fatto la storia del biologico, in Italia e nel mondo: è, in sintesi, una cultura del bio quella che il nostro canale promuove.



Fabio Brescacin

Ma, a suo avviso, il bio può essere "democratico"?

Il biologico è democratico per natura. Chiunque sia impegnato in questo mondo, infatti, vorrebbe dare da mangiare prodotti bio proprio a tutti. Dopodiché, il costo delle referenze conduce inevitabilmente a delle limitazioni. Al contempo, tuttavia, assistiamo oggi anche a dinamiche che definirei "pericolose". Mi riferisco, in particolare, alla vendita di prodotti certificati biologici da parte delle grandi insegne allo stesso prezzo di referenze convenzionali di marca. Ma c'è da fare grande attenzione: non è quello il valore reale del bio. Il biologico, infatti, è innanzitutto un tema culturale, più che economico.

In che senso?

Ci sono consumatori che non vivono nel lusso, eppure fanno sacrifici per comprare prodotti bio. Magari è soltanto l'essenziale. Ma è una scelta fatta a fronte di una presa di coscienza. Non sta, infatti, nel prezzo del prodotto il problema del bio...

A cosa si riferisce?

Faccio un esempio concreto per essere assolutamente chiaro sulla questione. Quest'anno, noi di NaturaSi abbiamo reso noti i prezzi alla produzione dei pomodori, una referenza simbolo: attorno agli 8 centesimi al Kg il convenzionale, circa 14 il biologico. Guardo questi numeri e, anche in riferimento al bio, per me si tratta di un valore d'acquisto ancora troppo basso. Così abbiamo scelto di pagare 33 centesimi, per dare un segnale: per avere un biologico "vero", la remunerazione per chi produce deve essere adeguata.

E, di conseguenza, altrettanto lo dovrà poi essere il prezzo a scaffale?

Proprio così. Il prezzo della referenza biologica non può essere uguale a quella del prodotto convenzionale. Se poi la grande insegna decide di vendere a profitto zero o sottocosto, il problema sarà dei loro bilanci. Ma il bio "vero" costa e va pagato. E i rischi per il settore arrivano quando decidi di scostarti da questa impostazione.

In questo discorso rientra anche il tema della materia prima bio importata dall'estero?

Su questo aspetto non bisogna demonizzare a priori il lavoro di nessuno. Perché i delinquenti si possono incontrare all'estero, proprio come in Italia. Conosco in Polonia una realtà da 2mila ettari di superfici coltivate, di cui acquisterai i prodotti tutti i giorni, avendo ben presente la loro assoluta qualità. Oppure, ho in mente il caso di un agricoltore rumeno, che dopo 20 anni di lavoro in Cascina Orsine (una realtà situata nel Parco del Ticino e a totale produzione biodinamica dal 1976, "pioniere" in questo segmento in Italia, ndr), è tornato a casa e, oggi, coltiva 130 ettari di terreni a biologico nel suo Paese: sui suoi prodotti, io sarei disposto a mettere la mano sul fuoco...

In sostanza, non si può prescindere dal rapporto diretto col produttore quando si parla di bio?

Esatto. Occorre dare un volto e un nome a ciascuna referenza. Si devono conoscere le persone e le aziende. Dando loro un'identità che poi va trasmessa al consumatore. E, attenzione, questo non significa "controllare" le aziende. Ma significa affiancare e sostenere queste realtà, supportandole al meglio. Perché, diciamo francamente, quando tu parli di andare a "controllare", significa sempre che c'è già qualcosa che non torna...

Sostegno e affiancamento alle aziende: si ritorna, ancora una volta, al tema affrontato prima, quello del prezzo...

Il sostegno passa innanzitutto da lì. Molte aziende di qualità oggi sono in difficoltà proprio perché i prezzi del bio alla produzione non sono adeguati. Penso a quel che è stato pagato il grano bio quest'anno: attorno ai 33 centesimi al Kg. Ma un'azienda non può stare in piedi con valori di questo tipo. Lo stesso discorso può essere fatto per il pomodoro, come dicevo prima. O anche per il latte bio, pagato meno di 50 centesimi il litro.

Un'ultima domanda sul modello NaturaSi: a fronte di un accrescersi della concorrenza, anche nel mondo dello specializzato, trova che funzioni ancora così com'è impostato o necessiti di un ripensamento?

Va un po' ripensato. Ed è proprio quello che stiamo facendo. Quando il modello NaturaSi è nato, nel 1985 a Conegliano Veneto, l'idea era di realizzare un piccolo supermercato biologico. All'epoca, indirizzandoci innanzitutto a piccoli gruppi d'acquisto, non c'era la necessità di punti vendita di dimensioni particolarmente grandi. Era piuttosto necessario un presidio dove poter trovare prodotti bio difficilmente reperibili altrove. E soprattutto serviva creare un linguaggio e una cultura di settore, attraverso un approccio semplice e diretto. Oggi questa "essenzialità" non rappresenta più un vantaggio come al tempo. E quel che serve, ora, è di essere associati il meno possibile al modello della Gdo. Dobbiamo proprio togliere la parola supermercato dalle nostre insegne, tornando a riappropriarci della nostra "umanità": del nostro essere bottega al servizio dei clienti. Il processo che ci vedrà protagonisti è proprio una "umanizzazione del punto vendita", dove la relazione umana ritorni al centro: costerà di più in termini di personale e formazione, ma è la strada che caratterizzerà il nostro futuro. Il biologico, infatti, va accompagnato. Occorre spiegare il perché del suo prezzo più alto. Una "giustificazione" che passa in primis per il punto vendita, il luogo fondamentale dove si gioca la comprensione del valore reale di un prodotto da parte del consumatore.

Matteo Borré

Il paladino della concorrenza

Una guida che sembra destinata a lasciare il segno. Per Roberto Rustichelli - nominato il 20 dicembre scorso presidente dell'Autorità garante per la concorrenza e il mercato, ma insediato a inizio maggio - si può davvero parlare di una partenza col botto.

Chi è Roberto Rustichelli

Classe 1961, nato a Faenza, in provincia di Ravenna, vanta un lungo curriculum di tutto rispetto (vedi box). Che è poi quello che lo ha portato, per merito, al vertice dell'Agcm. È stato infatti il primo presidente dell'era della trasparenza, fortemente voluta dal presidente della Camera, Roberto Fico, che all'annuncio della nomina ha spiegato: "Rustichelli, magistrato ordinario a Napoli con competenza specifica in materia di concorrenza, è stato scelto tra i 112 curricula pervenuti ai presidenti di Camera e Senato, attraverso un processo di selezione pubblica". Lo stesso presidente del Senato, Elisabetta Casellati, ha specificato che nella scelta "sono stati seguiti i principi di terzietà, competenza tecnica ed esperienza istituzionale dei candidati".

Laureato in Giurisprudenza e in Scienze economiche e gestionali, nel suo lungo curriculum, fra le altre cariche, ha ricoperto il ruolo di vice capo di Gabinetto del ministro delle Attività produttive ed è stato Consigliere giuridico presso la presidenza del Consiglio dei ministri in vari governi. Dal 2009 al 2013 è stato membro del Comitato nazionale per la lotta contro le frodi comunitarie.

Le linee del mandato

Il giudice ha ammesso che non si aspettava questa nomina, ma bisogna riconoscere che ha avuto da subito le idee chiare sulle linee del suo mandato: "Continuerò a ritenere le



Roberto Rustichelli

Istituzioni un faro per la mia vita professionale e personale, che ora mi vede in un nuovo ruolo di cui sento la grande responsabilità per garantire l'indipendenza dell'Autorità, nonché per tutelare l'interesse dei cittadini e delle imprese", ha dichiarato appena eletto presidente.

Ma il vero esordio pubblico è stato, martedì 2 luglio, alla presentazione della 'Relazione annuale sull'attività svolta', nel 2018, da parte dell'Agcm. "I valori dell'indipendenza, dell'autonomia e dell'imparzialità, che mi hanno da sempre guidato con la toga da magistrato, resteranno la Stella Polare anche in questo nuovo incarico", ha subito sottolineato Rustichelli. "I simboli della giustizia sono la bilancia

latterio caseari, possa ridurre "in maniera significativa il naturale confronto competitivo tra imprese". Segue di pochi giorni anche la chiusura dell'istruttoria sul prezzo del latte ovino alla stalla, che non ha riscontrato alcuna pratica scorretta da parte delle aziende di trasformazione. Recente anche l'annuncio di sanzioni per 680mila euro a Coop Italia, Conad, Esselunga, Eurospin, Auchan e Carrefour per aver imposto il reso a carico dei panificatori. Rimproverate anche le Regioni italiane che hanno rifiutato di convenzionarsi con le parafarmacie per la vendita di dispositivi medici e di alimenti per fini medici specifici: tale prassi discrimina alcuni canali e determina una limitazione del numero dei punti vendita dove rinvenire i prodotti.

I giganti del web

Ma non è finita qui. I fari sono decisamente puntati sui giganti dell'economia digitale. Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft, per fare alcuni nomi. Colossi del web che hanno raggiunto "un radicamento tale da poter impedire in futuro l'entrata di nuovi operatori e ridurre gli incentivi all'innovazione e al miglioramento dell'offerta, con effetti negativi su efficienza e dinamismo delle imprese". L'Autorità reclama quindi la possibilità di valutare le operazioni di concentrazione, non solo quelle che le vengono notificate, ma anche quelle che possono portare al "rafforzamento di una posizione dominante in grado di eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nel mercato nazionale". Basti pensare che "tra il 2008 e il 2018, Amazon, Facebook e Google hanno acquisito, spesso con l'obiettivo di eliminare futuri concorrenti, circa 300 società, sovente nella fase iniziale del loro ciclo di

e la spada. Nella mia carriera ho sempre cercato di usare la bilancia, assai poco la spada". Eppure, in questi primi mesi di mandato, si contano già alcuni interventi forti, destinati a fare la differenza (vedi box).

I primi interventi

Primo fra tutti, il recente attacco a Coldiretti nella questione sul registro del latte, in cui la Confederazione viene definita un "player del lattiero caseario", oltretutto poco trasparente "a causa dell'indisponibilità di bilanci contabili pubblici". Dure accuse, che accompagnano l'invito alle autorità di considerare come la pubblicazione dei dati richiesti da Coldiretti sugli acquisti di latte e prodotti

Coldiretti, i giganti dell'economia digitale, la burocrazia italiana. Nel mirino del nuovo presidente dell'Antitrust, Roberto Rustichelli, tutto ciò che può penalizzare consumatori e imprese del made in Italy.

vita". Operazioni che non vengono segnalate a causa della poca rilevanza delle aziende assorbite. Quindi Rustichelli fa una specifica richiesta al legislatore: "Disporre sanzioni davvero efficaci, proporzionate e dissuasive nei confronti delle big tech companies, visto che il massimo edittale di 5 milioni di euro rappresenta una frazione del tutto modesta del loro fatturato, del loro patrimonio e dei profitti che possono ricavare dalle infrazioni commesse".

Le imprese italiane

Il sostegno alle imprese italiane emerge poi in altre considerazioni del presidente. La penalizzazione dell'Italia per effetto del 'dumping fiscale' in Europa, definito "un vantaggio specifico a talune imprese idoneo a distorcere

il mercato: la concorrenza fiscale costa a livello globale 500 miliardi di dollari l'anno, con un danno per l'Italia fra i 5 e gli 8 miliardi di dollari l'anno". Ma anche un sollecito, forte e chiaro, alle Istituzioni italiane: "Tra i fattori che penalizzano la competitività del sistema produttivo italiano e ostacolano il fare impresa, il più importante risulta essere ancora l'eccessivo livello di burocrazia percepita dagli operatori, che appesantisce in modo rilevante la regolazione delle attività economiche". In particolare, fra le procedure ritenute più penalizzanti ci sono quelle relative ai costi e ai tempi per avviare un'attività di impresa.

Un buon modo, per Rustichelli, di iniziare i sette anni di mandato. Avanti così.

Irene Galimberti

I NUMERI DELL'ANTITRUST

1° gennaio 2018 - 1° giugno 2019

1,277 miliardi di euro SANZIONI	13 PROCEDIMENTI CHIUSI PER INTESE
85 milioni di euro PER LA TUTELA DEL CONSUMATORE	11 PROCEDIMENTI CHIUSI PER ABUSO DI POSIZIONE DOMINANTE
	5 PROCEDIMENTI CHIUSI PER CONCENTRAZIONI

I RECENTI INTERVENTI DELL'AGCM

No al registro 'spia' del latte. "Coldiretti è un player del lattiero caseario, oltretutto poco trasparente"

24 giugno. L'Antitrust contraria al registro 'spia' del latte richiesto più volte, da anni, da Coldiretti. Lo scorso 16 aprile, infatti, il ministero della Salute ha chiesto all'Agcm un parere riguardo le possibili conseguenze di tipo concorrenziale derivanti dalla comunicazione a Coldiretti dei dati sulle importazioni di latte e prodotti lattiero caseari da parte delle aziende italiane. Il parere espresso dall'Autorità è stato pubblicato nel bollettino n.25. Quelle richieste sono "informazioni commerciali sensibili", tali da ridurre "in maniera significativa le naturali incertezze inerenti il confronto competitivo tra imprese" e da avere una certa rilevanza "in una prospettiva antitrust nel caso in cui fossero scambiati tra operatori concorrenti".

In secondo luogo va "considerato se un pregiudizio per la concorrenza possa discendere dalla disponibilità dei dati da parte di Coldiretti", di cui, osserva l'Autorità, "a causa dell'indisponibilità di bilanci contabili pubblici, non è possibile avere un quadro informativo sulle sue partecipazioni societarie". Risulta però "da fonti aperte come quantomeno strutture territoriali siano attualmente titolari di partecipazioni in importanti imprese nazionali del settore lattiero caseario", così come "negli organi direttivi e rappresentativi di Coldiretti siedano persone fisiche detentrici di interessi diretti in imprese del settore". Infine, "è noto come alla Coldiretti siano associate un numero elevato di imprese at-

tive nel lattiero caseario, alle quali l'organizzazione fornisce servizi di varia natura, comprese consulenze aziendali, per i quali la disponibilità dei dati potrebbe costituire sia una primaria risorsa sia un elemento di differenziazione rispetto ai servizi resi da imprese concorrenti".

Conclusioni? "Non si può escludere che dalla trasmissione a tale organizzazione dei dati possano derivare pregiudizi alle corrette dinamiche di mercato". Pertanto l'Agcm, facendo riferimento alla sentenza n. 1546/2019 del Consiglio di Stato, invita il Ministero a tenere in considerazione l'eventuale segnalazione, da parte dei controinteressati, della "potenziale rilevanza sotto il profilo concorrenziale della comunicazione dei dati a Coldiretti, quale specifica ragione di riservatezza, al fine di evitare ogni pregiudizio alle condizioni concorrenziali del settore di riferimento".

Una boccia di latte indiretta anche all'articolo 3 della legge emergenze agricoltura, in cui si istituisce il monitoraggio di produzione e acquisto del latte vaccino, ovino e caprino e dell'acquisto di latte e prodotti lattiero caseari a base di latte, importati da paesi dell'Unione europea e da paesi terzi.

Sardegna, prezzo del latte ovino: nessuna pratica scorretta da parte delle aziende di trasformazione

1° luglio. Nessun provvedimento, in virtù dell'accordo siglato fra le parti. Così si è chiusa l'istruttoria dell'Autorità garante per la concorrenza e il mercato per il prezzo del latte ovino alla stalla, aperta a febbraio di quest'anno nei

confronti del Consorzio del pecorino romano Dop e di 33 aziende di trasformazione sarde.

L'indagine era stata avviata dopo le clamorose proteste dei pastori sardi, che ritenevano troppo esigua la remunerazione del latte ovino tra dicembre 2018 e febbraio 2019 (62 cent al litro). Una protesta che ha registrato anche momenti di tensione ed episodi violenti, con blocchi e assalti alle autocisterne del latte, sui quali diverse Procure hanno aperto fascicoli di indagine. Nel documento dell'istruttoria l'Antitrust spiega che, "alla luce dei principi di economicità, efficacia ed efficienza dell'azione amministrativa", sono "venuti meno i presupposti da cui muovevano le contestazioni relative alla presunta realizzazione da parte del Consorzio per la tutela del formaggio pecorino romano Dop e dei 33 trasformatori di pratiche commerciali sleali in danno dei propri conferenti di latte ovino".

Gdo: 680mila euro di sanzioni per il reso a carico dei panificatori

2 luglio. Sanzioni per 680mila euro a Coop Italia, Conad, Esselunga, Eurospin, Auchan e Carrefour. È il risultato delle sei istruttorie che l'Antitrust ha concluso nei confronti dei principali operatori nazionali della Gdo per aver imposto ai fornitori l'obbligo di reso del pane fresco rimasto invenduto. Il presidente dell'Agcm, Roberto Rustichelli, nella sua prima relazione annuale, ha spiegato che l'obbligo di reso - che impone al panificatore di ritirare a fine giornata l'intera

CURRICULUM VITAE ROBERTO RUSTICHELLI

Il Cv integrale della nuova guida Antitrust è stato pubblicato sul portale Cugt (Confederazione unitaria di semplificazione delle norme e delle procedure. Quando, nell'aprile 2018, Roberto Rustichelli era presidente della Confederazione. Di seguito un estratto.

TITOLI DI STUDIO

- Laurea in Giurisprudenza, Università degli Studi di Bologna, 1986.
- Laurea in Scienze economiche e gestionali, Università degli studi di Roma, 2006.
- Abilitazione all'esercizio della professione di Avvocato, Corte di Appello di Bologna, 1989.
- Biennio Scuola Notarile 'Anselmi', Roma.
- Vincitore della cattedra per l'insegnamento di 'Discipline giuridiche ed economiche' nel 1990.

ALCUNI INCARICHI RICOPERTI

- Magistrato di sesta valutazione di professionalità presidente del Collegio B del Tribunale delle imprese di Napoli.
- Presidente di sezione della Commissione tributaria provinciale di Napoli.
- Vice capo Gabinetto del ministro delle Attività produttive, con delega alle direzioni generali dell'ex ministero per il Commercio con l'estero (promozione degli scambi, politica commerciale e internazionalizzazione); alle 'grandi imprese in crisi (Parmalat, Cirio, Cit)'; alla tutela del 'made in Italy'; alla Legge sulla competitività, alla 'semplificazione' e ai 'rapporti con i ministri e le commissioni parlamentari' competenti;
- Magistrato consigliere giuridico in posizione di

fuori ruolo presso la presidenza del Consiglio dei ministri - Ufficio per l'attività normativa e amministrativa di semplificazione delle norme e delle procedure.

- Dal 18.03.2009 membro effettivo del Comitato nazionale per la lotta contro le frodi comunitarie (Colaf).
- Membro della Commissione per la predisposizione del regolamento sull'Alto commissario anticorruzione, approvato con Dpr 06.10.2004.
- Dal 10.12.2009 membro della commissione che si occupa del progetto 'Burocrazia: diamoci un taglio';
- Dal 01.12.2010 membro della commissione per lo studio delle modifiche legislative necessarie in materia di miglior tutela penale contro le truffe comunitarie, cooperazione internazionale antitruffa e segnalazione di operazioni rilevanti per la protezione degli interessi finanziari della Ue.
- Consigliere giuridico e procedimentale del ministro delle Attività produttive con delega a: a) Parmalat e alle altre grandi imprese in crisi; b) Codici di semplificazione (delle assicurazioni, dei consumatori, della proprietà industriale e dell'energia); c) tutela del 'made in Italy'; d) normativa anticorruzione; e) atti riservati; f) analisi e valutazione di tutti i provvedimenti legislativi di competenza del Gabinetto del Ministro.

Roberto Rustichelli ha partecipato a numerose 'Commissioni scientifiche per la stesura di testi normativi' e vanta pubblicazioni di suo pugno. È stato anche docente, relatore a convegni scientifici e responsabile di numerose 'presidenze di commissioni di semplificazione'.

www.foodnova.eu

GLUTEN FREE / LACTOSE FREE / VEGETARIAN / VEGAN / ETHNIC

FoodNova

IL NETWORK DELLE NUOVE ESIGENZE ALIMENTARI

16/19 Novembre 2019
Fiera di RIMINI

organizzato da Exmedia

part of ITALIAN EXHIBITION GROUP

In collaborazione con IITA

PASTA E RISO BIO

Il numero di referenze è in costante aumento. A dimostrazione della grande attenzione delle aziende verso i nuovi bisogni salutistici. I dati Iri, tuttavia, rivelano una leggera frenata dei consumi nella Gd e Do.



Pastificio Attilio Mastromauro Granoro

È molto alta l'attenzione che il Pastificio Granoro dedica alla produzione biologica. Con le linee 'Biologica', 'Biologica Integrale', 'CuoreMio Bio', 'Bio Varietà Senatore Cappelli' e 'Specialità di Farro Biologico Integrale', il Pastificio vanta una produzione biologica che si aggira intorno ai 32.500 quintali. Apprezzata in Italia, la pasta Granoro riscuote molto successo anche all'estero, in modo particolare in Brasile, Sud Africa, Germania, Corea del Sud, Stati Uniti, Giappone, Francia, Arabia Saudita, Cina, Kazakistan, Paesi Bassi e UK.

Ma cosa rende questa pasta così speciale? "Granoro utilizza un grano bio di qualità esclusivamente coltivato in Italia, senza impiego di antiparassitari e prodotti chimici di sintesi, e vanta una filiera controllata e certificata Icea (Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale) dal campo alla tavola", dichiara Roberta Anelli dell'ufficio marketing e comunicazione dell'azienda. Ogni linea, inoltre, ha delle caratteristiche che le rendono uniche e inimitabili. "La pasta 'CuoreMio Bio', ad esempio, ottenuta con materie prime 100% da Agricoltura Biologica Italiana, è prodotta con una miscela di semole di grano duro di altissima qualità e farina di 'Orzo Beta' ad alto contenuto di fibre solubili, con l'aggiunta di Betaglucani, che riducono il colesterolo cattivo (LDL) nel sangue", spiega Roberta Anelli. "La pasta CuoreMio Bio, quindi, ha tutte le caratteristiche della pasta Granoro di sempre - il colore giallo intenso, il profumo di grano, il giusto spessore, l'elevato contenuto di proteine, la tenacità e l'elasticità che ne fanno una pasta di alta qualità - a cui si aggiunge la presenza dei betaglucani che, oltre a ridurre il colesterolo nel sangue, donano una sensazione di sazietà e sono un valido aiuto nel controllo del peso corporeo. Questa pasta, inoltre, è ricca di fibre: una porzione di 100g di pasta apporta 7,5g di fibre totali (che rappresentano circa il 30% del fabbisogno giornaliero e aiutano a regolare diverse funzioni fisiologiche dell'organismo)".

Le linee biologiche

Granoro presenta cinque linee Bio. 'CuoreMio Bio' è realizzata con una miscela di semole di grano duro di altissima qualità e farina di 'Orzo Beta', ad alto contenuto di fibre solubili e ricca di Betaglucani. 'Biologica Integrale' vanta un basso indice glicemico e apporta significative quantità di micronutrienti, minerali e vitamine del gruppo B ed E. 'Bio Varietà Senatore Cappelli' è realizzata con un'antica varietà di grano che si caratterizza per il basso contenuto di glutine ed eccellenti qualità nutrizionali. 'Bio Specialità di Farro Biologico Integrale' è prodotta con farro Triticum dicoccum ad alto contenuto di fibre, mentre la pasta 'Biologica' di grano duro si distingue per l'importante contenuto di proteine e la tenacità del glutine.



www.granoro.it

Pastificio Delverde

Pastificio Delverde è presente nella Gdo con due gamme di pasta bio prodotte con semola di grano duro biologica e 100% italiana: la linea dedicata alla pasta integrale bio, composta da 13 referenze tra nidi, lunga e corta, e la linea di pasta bio, che conta, oltre alle referenze classiche di spaghetti e penne, anche le lasagne Ondine Bio e le tagliatelle a nido bio. "Siamo stati tra i primi a lanciare una linea integrale ben più di 10 anni fa e da subito, la nostra linea si è caratterizzata per essere non solo integrale ma anche biologica, per una maggior sicurezza del consumatore", sottolinea Luca Ruffini, managing director dell'azienda. "Il fatto di aver preferito la strada del biologico per la linea integrale, rappresenta un valore aggiunto di fondamentale importanza: la pasta integrale, infatti, è ottenuta aggiungendo crusca alla normale semola di grano duro raffinata; la crusca, però, a differenza dei cereali raffinati, viene macinata per intero e non viene ripulita degli strati più esterni, dunque potrebbe trattene re inquinanti e additivi. Proprio per questo Delverde ha scelto di utilizzare esclusivamente semola biologica (prodotta sotto il controllo dell'Icea) per la sua linea integrale, assicurando così al consumatore un'ulteriore garanzia di un prodotto sano e genuino, proprio perché realizzato con grani e semole non sottoposti ad alcun trattamento di raffinazione, privi di agenti chimici e pesticidi e controllati da rigide certificazioni". Sono al momento allo studio nuove ricette e prodotti che si inseriscono nell'ambito del salutistico e del biologico.



Linea biologica integrale

La Linea biologica e integrale di Delverde è caratterizzata da alta qualità e gusto superiore.

www.delverde.com

Farmo



Il 35% della produzione di Farmo, player di riferimento per gli alimenti con elevate caratteristiche nutrizionali e specificamente mirate al mondo del Gluten Free, è destinata al biologico. Per quanto riguarda il settore della pasta, in particolare, l'azienda milanese ha lanciato BIOVITA, una pasta biologica proposta in due versioni: Fusilli con cavolfiore e riso integrale e Sedani con cavolo verde riccio e riso integrale. Quali sono i plus che caratterizzano questi prodotti? "Le proprietà che ci permettono di differenziarci sul mercato sono molteplici", esordisce Francesca Rognoni, marketing director dell'azienda. "Innanzitutto Farmo garantisce l'italianità di tutte le sue produzioni. Il sito produttivo di Casorezzo, infatti, copre un'area di 15mila mq su cui sorgono tre stabilimenti interamente dedicati al senza glutine e specifici per la realizzazione di Pasta, Bakery e Mix. L'azienda, poi, è particolarmente impegnata nella Ricerca e nello Sviluppo per la realizzazione di prodotti sempre innovativi. Selezioniamo le migliori materie prime, su cui vengono fatti severi e sistematici controlli e verifiche in tutte le fasi produttive. Garantiamo una completa tracciabilità, dal campo al punto vendita. Offriamo un prodotto estremamente sicuro, grazie alle Certificazioni di qualità e di prodotto senza glutine". Per incontrare le esigenze dei consumatori moderni, poi, l'azienda sta mettendo a punto un ampliamento della linea con altri formati e ingredienti funzionali.

Linea BIOVita

La linea di pasta biologica Farmo è composta da due referenze: Fusilli con cavolfiore e riso integrale e Sedani con cavolo verde riccio e riso integrale. I prodotti sono bio, vegetariani, senza glutine, fonte di fibre, fonte di vitamina B1 e B3, a basso contenuto di sodio, senza soia, senza uova, senza arachidi e noci. Prodotto italiano.

www.farmo.com

MERCATO - Dimensioni e trend

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) AT Gennaio 19

	Vendite in Volume	% Variazione Vendite In Volume (t-12)	Vendite in Valore	% Variazione Vendite In Valore (t-12)
PASTA	19.677.805	0,7	58.432.736	-1,6
Pasta Integrale/farro/kamut	13.864.483	-4,6	39.176.344	-8,8
Pasta Integrale/farro/kamut Semola Integrale	10.466.245	0,1	21.430.133	0,6
Pasta Integrale/farro/kamut Farro	1.773.797	-5,1	8.654.037	-5,4
Pasta Integrale/farro/kamut Kamut	1.624.437	-26,4	9.092.176	-27,3
Pasta Di Semola	4.414.614	13,2	9.421.486	17,6
Pasta Di Semola Norm.asc.corta	1.684.978	24,5	4.199.612	23,2
Pasta Di Semola Norm. Asc. Lunga	1.041.640	3,8	2.687.590	13,6
Pasta Di Semola Brodi/minestrine	724.348	9,0	1.027.495	16,4
Pasta Di Semola Minestrone	627.691	10,5	629.197	20,1
Pasta Di Semola Specialita Corta	307.405	6,2	751.200	3,3
Pasta Di Semola Specialita Lunga	14.349	46,3	63.749	24,6
Pasta Di Semola Specialita Nidi	14.202	26,9	62.645	15,2
Pasta Senza Glutine	839.452	10,1	6.610.774	6,2
Pasta Senza Glutine Altre Paste	705.628	14,9	5.591.034	9,0
Pasta Senza Glutine 100% Riso	124.069	-3,5	944.680	-3,4
Pasta Senza Glutine 100% Mais	7.050	-4,6	60.213	51,1
Pasta Senza Glutine All'uovo	2.703	-78,1	14.845	-80,8
Pasta All'uovo	354.880	56,5	1.868.615	45,9
Pasta All'uovo Pasta All'uovo Nidi	235.601	52,7	1.281.252	46,0
Pasta All'uovo Pasta All'uovo Brodi/minestrine	85.963	133,6	407.807	92,9
Pasta All'uovo Pasta All'uovo Speciale	27.212	-18,4	151.742	-16,1
Pasta All'uovo Pasta All'uovo Forno	6.103	163,7	27.812	154,8
Pasta Semola Insapor/arricch	178.283	40,4	1.284.573	42,1
Pasta Semola Insapor/arricch Corta	145.018	34,6	1.108.933	37,8
Pasta Semola Insapor/arricch Lunga	17.868	135,6	109.626	120,3
Pasta Semola Insapor/arricch Minestre	15.394	31,4	66.014	34,5
Pasta Ripiena/gnocchi	26.093	1.810,2	70.944	610,8
Pasta Ripiena/gnocchi Altri Tipi	26.093	1.810,2	70.944	610,8

	Vendite in Volume	% Variazione Vendite In Volume (t-12)	Vendite in Valore	% Variazione Vendite In Valore (t-12)
RISO	2.229.141	-0,5	9.098.607	1,7
Riso Bianco	1.285.535	-0,8	5.076.230	-0,8
Riso Bianco Carnaroli	556.061	20,9	2.182.749	21,4
Riso Bianco Arborio	381.666	-5,2	1.470.856	-0,2
Riso Bianco Ribe	201.390	-25,2	634.434	-23,7
Riso Bianco Destinazione D'uso	109.581	-19,4	687.552	-26,0
Riso Bianco S. Andrea	32.660	60,6	83.716	60,2
Riso Bianco Vialone Nano	3.896	-51,7	15.286	-52,0
Riso Bianco Altre Varietà	283	-27,6	1.641	-24,1
Specialita Riso	939.683	0,1	3.980.413	5,2
Specialita Riso Integrale	695.375	-7,6	2.724.252	-4,9
Specialita Riso Esotico	242.555	30,9	1.244.716	37,3
Specialita Riso Cottura Rapida	1.752	18,5	11.442	-2,8
Riso Parboiled	3.923	-23,5	41.964	-14,9
Riso Parboiled Riso Parboiled	3.923	-23,5	41.964	-14,9

Fonte: IRI

A cura di Margherita Luisetto

La pasta e il riso sono due elementi essenziali nella dieta degli italiani. Che, sempre più spesso, indirizzano le proprie scelte verso prodotti sicuri e di qualità. In questo contesto, stiamo assistendo alla crescita esponenziale del numero di referenze di pasta e riso biologici. Come per i prodotti da agricoltura convenzionale, anche nel caso del bio le aziende sono impegnate nel miglioramento continuo e nell'ampiezza di gamma della propria offerta, con proposte che spaziano dall'utilizzo di diverse materie prime (grano varietà Senatore Cappelli, farro, Kamut/Khorasan, farine di legumi) a lavorazioni accurate e artigianali (come la lenta essiccazione e la trafilatura al bronzo). I dati Iri, riferiti all'anno terminante gennaio 2019 e relativi alle vendite in iper, super e libero servizio piccolo, confermano che il riso e la pasta restano i due 'must' della spesa del consumatore italiano. Tuttavia, il bilancio, presenta luci e ombre.

Il riso bio ha chiuso i 12 mesi presi a riferimento segnando una leggera flessione nei volumi (-0,5%), ma crescendo a valore (+1,7%). Nel complesso, sono state registrate vendite per oltre 2,2 milioni di chili e più di 9 milioni di euro. In prima fila il riso bianco, in calo sia a valore sia a volume dell'0,8%: al suo interno, performance in forte accelerazione per il Carnaroli (+20,9% a volume e +21,4% a valore), mentre arretrano Arborio (rispettivamente -5,2% e -0,2%) e Ribe (-25,2% e -23,7%). Per le altre categorie, è stata un'annata difficoltosa sotto l'aspetto commerciale: profondo rosso, in particolare, per il Vialone Nano. 2018 da dimenticare, infine, anche per il riso parboiled, che chiude a -23,5% a volume e a -14,9% a valore.

La pasta biologica, invece, segna una progressione nei volumi (+0,7% per quasi 20 milioni di Kg), ma arretra nei valori (-1,6%, per un totale complessivo di oltre 58,3 milioni di euro). Non positive le performance di integrale, farro e kamut (-4,6% nelle quantità e -8,8% nei valori). Bene tutti gli altri segmenti, con un'accelerazione significativa in particolare per la pasta all'uovo: (+56,5% a volume e +45,9% a valore). Il senza glutine conferma il suo trend di sviluppo, per un mercato legato alla pasta bio che vale oltre 6,6 milioni di euro (+6,2%).


Sgamaro


La linea biologica di Sgamaro nasce vent'anni fa, con una proposta genuina e di qualità, che rappresenta il 30% dei volumi aziendali. Sono sei le linee di pasta biologica a catalogo distribuite nella Gdo e nell'Horeca. La pasta di grano duro integrale decorticato è di origine italiana certificata e, grazie alla particolare lavorazione del grano, risulta estremamente digeribile, così come la pasta di farro monococco, che è un frumento con un genoma più semplice rispetto agli altri cereali, e dunque dal glutine più fragile. Diversamente, la pasta di farro dicocco, quella di grano duro Senatore Cappelli e di kamut conservano inalterato il proprio patrimonio genetico e, grazie alla lavorazione a cui sono sottoposte, conservano tutti i loro preziosi nutrienti. A integrare la gamma di prodotti bio, la pasta di farro, lenticchie e quinoa, che è nutrizionalmente completa perché unisce le proteine dei legumi e della quinoa. Il reparto R&D di Sgamaro sta ora lavorando per ampliare l'offerta e rispondere alle esigenze dei consumatori.

SGAMBARO ETICHETTA BIO

La linea Sgamaro Etichetta Bio, nata oltre 20 anni fa, è ormai una tradizione di famiglia. Propone solo grani e cereali speciali, coltivati, moliti e lavorati ad arte, perfetti in cottura e gustosi. Farro dicocco e monococco, grano khorasan Kamut, quinoa e grano integrale: una selezione di alimenti buoni e puri, per una linea biologica da scegliere con fiducia.

www.sgamaro.it
Probios


In oltre 40 anni di comprovata esperienza, Probios, azienda leader in Italia nella distribuzione degli alimenti biologici vegetariani, ha sempre affiancato alla ricerca e alla selezione di materie prime biologiche di alta qualità anche l'attenzione all'equilibrio e all'originalità delle ricette. I prodotti, infatti, provengono tutti da agricoltura 100% biologica certificata e sono tutti vegetariani. Ad oggi, l'offerta a catalogo comprende una gamma con più di 850 prodotti, tra cui oltre 80 formati diversi di pasta, tutti biologici, che si rivolgono anche a chi soffre di intolleranze alimentari. In aggiunta alla pasta di grano duro (vengono selezionate anche tipologie di grano antico), di frumento e di kamut, infatti, sono presenti anche linee di pasta fatte con farina di mais, legumi (ceci, piselli, lenticchie rosse), grano saraceno, farro, riso, quinoa e multi cereali. Oltre ad essere tutte biologiche, le linee pensate per chi soffre di intolleranze alimentari sono garantite al 100% (senza glutine, senza uova, senza latte) e molti dei prodotti per celiaci sono mutuabili dal SSN. Sul fronte del riso, poi, l'azienda offre diverse referenze come il riso carnaroli, thaibonnet, il riso basmati nerone, ribe e rosso; tutte rigorosamente bio e disponibili anche nella versione integrale.

PASTA CON FARINA DI RISO SENZA GLUTINE

Nel corso degli ultimi mesi, Probios ha lanciato sul mercato cinque formati di pasta multicereali e quattro di pasta di mais. Proponendo anche due nuove referenze di pasta di riso bio senza glutine: i maccheroncini e i fusilli. Tutti i prodotti della gamma Probios sono disponibili sul shop online (<https://shop.probios.it/>), nei negozi bio, e nella Gdo.

www.probios.it
Andriani - Pasta Felicia

L'intera produzione di pasta a marchio Felicia, brand di Andriani, presente a scaffale è totalmente biologica e gluten free. "Felicia rappresenta un nuovo modo di mangiare la pasta, realizzata esclusivamente con materie prime bio e naturalmente senza glutine, quali il grano saraceno, il riso integrale, la quinoa, i legumi, e prodotta nel rispetto di elevati standard qualitativi", spiega Francesco Andriani, Cmo dell'azienda. "Il Dna di Felicia è biologico e green, tanto da essere diventato uno dei suoi tratti identitari e distintivi sul mercato. La nostra mission infatti è la promozione di uno stile di vita sano e naturale attraverso una sana alimentazione e un corretto stile di vita, in cui rientra anche l'attività fisica, che invita i consumatori a sposare il concetto di "positive life" attraverso nuova energia, forza e vitalità". Colorata e gustosa, Felicia è la pasta ideale per tutti coloro che scelgono di mangiare bene per vivere bene ed è particolarmente indicata per chi cerca un miglioramento del proprio benessere fisico, come gli sportivi, che prediligono le proteine vegetali della pasta di legumi, presenti ad esempio per ben il 26% all'interno dei sedanini 100% lenticchie rosse bio Felicia e per il 23% nei fusilli di fagioli verdi Mung, una delle specialità Felicia più apprezzate per il suo gusto unico. Tra i punti di forza del marchio vi è la varietà di ricette e di formati disponibili, in grado di soddisfare le diverse esigenze dei mercati in cui opera. "Oggi Felicia rappresenta il più grande assortimento di pasta senza glutine e biologica disponibile sul mercato. Senza dimenticare l'elevato standard qualitativo, garantito da ben 11 certificazioni di prodotto e tre certificazioni aziendali".

VERDIPIU' FELICIA

L'innovazione è uno dei punti di forza dell'azienda, che lavora per poter offrire sempre nuovi prodotti dal gusto unico. Verdipiù Felicia è la nuova pasta a base di legumi e verdure che trasforma la pasta in un pasto completo. Oggi è disponibile nelle varianti Lenticchie rosse e barbabietola e Lenticchie gialle e zucca, ma per ottobre è già stato pianificato il lancio della Pasta d'Avena.

www.glutenfreefelicia.com

Raviolificio Lo Scoiattolo


Ricchi di proteine e fibre, e poveri di sale. I prodotti bio a marchio Scoiattolo, rigorosamente senza lattosio e ovoprodotti, vogliono sottolineare la golosità dei prodotti di origine naturale e promuovere l'impiego esclusivo di sostanze naturali nella coltivazione evitando lo sfruttamento eccessivo delle risorse naturali. Verdure, legumi e semola vengono, infatti, ottenuti senza l'utilizzo di sostanze di sintesi chimica (concimi diserbanti insetticidi) e mantengono intatta la loro naturale bontà. I prodotti bio a catalogo rientrano tutti nella linea Golosi di natura, che comprende sia la pasta liscia che la pasta ripiena. Le referenze sono 100% vegane e la pasta liscia viene prodotta con 100% farina di legumi. Ad ampliare la gamma, Scoiattolo sta ora studiando nuove tipologie di prodotto, in linea con esigenze di mercato emergenti, seppur sempre più delineate. Distribuiti nella Gdo italiana, ma ben percepiti anche in Europa e oltreoceano, i prodotti bio a marchio Scoiattolo, che rappresentano il 18% della produzione aziendale, hanno registrato un +20% nel primo semestre 2019 rispetto allo stesso periodo nell'anno precedente. "Sicuramente il claim sul packaging e l'immagine fresca, chiara e "naturale" della confezione giocano un ruolo fondamentale per la riconoscibilità a banco della tipologia di prodotto, rendendolo visibile a colpo d'occhio", commenta Alice Galli, responsabile comunicazione & marketing di Scoiattolo.

GOLOSI DI NATURA LO SCOIATTOLO

Le referenze, tutte quante vegane, comprendono sia pasta liscia, che pasta ripiena: Fusilli freschi bio 100% farina di lenticchie italiane, Fusilli freschi bio 100% farina di ceci italiani, Fusilli freschi bio 100% farina di piselli italiani, Girasoli bio verdure tagliate, Girasoli bio broccoli olive e spinaci, Girasoli bio ai legumi (lenticchie e ceci).

www.scoiattolopastafresca.it
Zini Prodotti Alimentari

Per Zini, pastificio di Cesano Boscone in provincia di Milano, quello dei prodotti biologici è un trend in crescita costante, soprattutto in riferimento alla domanda relativa alla pasta di semola bio. In termini di vendite, infatti, il comparto incide per circa il 15% sul fatturato totale dell'azienda. Per questo motivo, Zini ha dedicato un intero catalogo, il "Taste For Life", alle linee di prodotto healthy, tra cui rientra anche la gamma bio composta da quattro referenze di pasta ripiena, sei di pasta di semola, due di pasta di semola integrale, una di gnocchi e otto di salse. "Stiamo monitorando l'andamento delle referenze in gamma e analizzando le risposte sul mercato per valutare l'inserimento di nuove paste ripiene", spiega Arianna Errante, marketing manager di Zini Prodotti Alimentari. Per tutte le sue referenze, l'azienda utilizza solamente materie prime attentamente selezionate. Inoltre, i prodotti vengono cotti e surgelati IQF in tempi rapidissimi. Utilizzando il freddo come unico tipo di conservante, i valori nutrizionali e le proprietà degli ingredienti rimangono inalterati. Questo consente di offrire al consumatore un prodotto fresco come appena fatto. "Tutti i prodotti bio a marchio Zini sono distribuiti principalmente nel canale Out Of Home, solitamente introdotti sul mercato attraverso grossisti. Negli ultimi due anni però abbiamo riscontrato una crescita della domanda anche da parte del settore Horeca, delle hotelierie in modo particolare, che tende sempre più a prendere in considerazione proposte alternative ed healthy".


PASTA AL FARRO INTEGRALE BIO

Le materie prime utilizzate da Zini (per tutti i suoi prodotti, inclusi quelli non bio) sono attentamente selezionate e, quando possibile, 100% italiane (privilegiando sempre i fornitori locali e a Km 0). Le etichette sono infatti tutte "extra clean": per ogni prodotto vengono utilizzati solo gli ingredienti necessari.

www.pastazini.it

Alce Nero

Dal 1978 Alce Nero produce solamente prodotti bio, frutto di un'agricoltura che rispetta la terra e la sua fertilità. "La pasta Alce Nero nel 2018 ha registrato performance molto positive (+ 15,4% a volume) in un mercato biologico in calo", spiega Francesco Mignani, product manager Alce Nero. "La nostra crescita è stata una crescita organica, non guidata da incrementi di pressione promozionale e legata principalmente alla nostra linea realizzata con grano duro Cappelli. Bene anche i risultati del riso Alce Nero, che ha registrato un aumento del 6,7% a volume, guidato sia dalle buone performance a scaffale, che dall'incremento distributivo". Alce Nero vanta varie tipologie di semola di grano duro: bianca, integrale e di semolato con un contenuto di fibre intermedio tra le due versioni. Produce inoltre pasta anche con altri varietà di cereali come il farro, il grano Cappelli e il grano khorasan, coltivato in particolare in Puglia e Sicilia. "Al momento produciamo pasta 100% grano Khorasan coltivato in Italia nelle versioni bianca e integrale, nei formati penne rigate e spaghetti. Il grano Cappelli che utilizziamo per produrre la pasta Alce Nero è della nostra filiera: viene infatti coltivato dai nostri agricoltori e conferito a un mulino socio di Alce Nero per la trasformazione in semola. La semola così lavorata viene poi trasportata al Pastificio Felicetti, nostro socio, dove viene trasformata". Sul fronte del riso, poi, la proposta di Alce Nero si declina in sei varietà, dalle italiane classiche coltivate in Piemonte e Lombardia come Arborio, Baldo e Rosa Marchetti, utilizzati anche per il riso integrale, fino al riso nerone integrale e il riso basmati fairtrade coltivato in India.

SPECIALITÀ BIOLOGICHE ALCE NERO

Molti i plus che caratterizzano le produzioni firmate Alce Nero. L'azienda, fatta di agricoltori e trasformatori biologici, vanta un'attenzione rivolta al rispetto della terra, della sua fertilità e delle persone che la lavorano. Alce Nero coniuga a ciò la ricerca di prodotti buoni e con ricette 'pulite', che possano 'fare bene' al consumatore.

www.alcenero.com

Pastificio Avesani

Pastificio Avesani, l'azienda di Bussoleto (Vr) specialista nella produzione di pasta fresca e pasta ripiena, vanta a catalogo una linea bio dal nome Biovegetariani. "La linea bio è composta da tre prodotti: ravioli con spinaci e tofu, ravioli ai funghi porcini, ravioli alle verdure grigliate", sottolinea Alessandro Chiarini, direttore commerciale dell'azienda. "Per la produzione di queste referenze abbiamo scelto di coniugare la categoria Bio a quella dei vegetariani, mantenendo alta l'attenzione al gusto dei ripieni e realizzando alcune ricette apprezzate per la loro intrinseca qualità". La linea Biovegetariani è distribuita attraverso il canale retail in Italia e in alcuni mercati esteri.



I Biovegetariani

La gamma BioVeg di Avesani si compone oggi di tre referenze di pasta fresca all'uovo ripiena: Ravioli alle verdure grigliate, Ravioli con spinaci e tofu e Ravioli ai funghi porcini. Confezione da 250 gr.

www.pastificioavesani.it

Poggio del Farro

Poggio del Farro, l'azienda toscana con sede a Firenze (Fi) specializzata nella realizzazione di prodotti a base di farro, produce una grande varietà di referenze biologiche (circa il 70% del totale). Nell'ampio ventaglio di proposte, la pasta riveste un ruolo importante. "Realizziamo pasta integrale biologica in sei formati: spaghetti, linguine, casarecce, penne, fusilli e ditalini", spiega Silvia Forte, responsabile marketing dell'azienda. "Per la produzione di questa pasta utilizziamo la varietà di farro Triticum dicoccum solo da filiera controllata. Oltre alla materia prima di alta qualità, sono molteplici i plus che la rendono unica, tra cui la trafilatura al bronzo e la lenta essiccazione. Inoltre, è integrale e fonte di fibre". I prodotti firmati da Poggio del Farro sono disponibili sugli scaffali della Gd e Do.



LINEA PASTA POGGIO DEL FARRO

La pasta è realizzata con farro Triticum dicoccum da filiera controllata. Integrale e biologica. La gamma è composta da sei formati: spaghetti, linguine, casarecce, penne, fusilli e ditalini.

www.poggiodelfarro.com

Master



Solo patate vere, certificate bio e cotte a vapore con la buccia per non disperderne i valori organolettici. E una lista ingredienti cortissima, che garantisce al consumatore finale un prodotto molto salutare e trasparente. Nonostante il biologico rappresenti solo il 20% delle referenze offerte da Master, innovazione e R&D sono essenziali per la realizzazione degli gnocchi della linea Mamma Emma: tantissimi i test su materie prime e sul processo di produzione per garantire l'assoluta qualità e sicurezza del cibo. Gnocchi di patate e gnocchetti con farine speciali, oltre alle chicche classiche e gli spatzle, queste le referenze bio a marchio Mamma Emma distribuite nelle catene specializzate bio italiane. L'azienda sta ora studiando anche nuove referenze da proporre sul mercato. Il mondo della pasta bio, infatti, è un mercato in espansione perché i consumatori finali sono molto più attenti a quello che mangiano e agli effetti del cibo sull'organismo. "Siamo molto contenti del cambiamento di abitudini dei consumatori perché cerchiamo continuamente di creare prodotti sani e di qualità, e questo trend non potrà che aiutarci a crescere ancora di più in futuro", spiega il marketing manager Alberto Bianco, che rileva, inoltre, un grande aumento dell'interesse da parte dei retailer italiani ed esteri. "Negli ultimi anni, però, la Gdo ha posizionato il prodotto bio con un differenziale di prezzo, rispetto all'omologo prodotto tradizionale, che non sempre rispetta in maniera coerente la differenza del prezzo di acquisto del tubero. Dato che il nostro prodotto è caratterizzato da una lista ingredienti molto limitata, per garantire l'autenticità della ricetta, non sempre siamo in grado di compensare grandi shock nel prezzo delle materie prime", conclude Alberto Bianco.

LINEA MAMMA EMMA BIO

L'innovazione è essenziale per la produzione della linea Mamma Emma di Master, che comprende gnocchi e chicche classiche, gnocchetti con farina di farro, integrale e con spirulina, e spatzle tirolesi, fatti con patate fresche e cotte a vapore. La ricetta biologica è anche vegana.

www.gnocchimaster.com - www.mammaemma.it

MAIA di Manzella Giovanni & C

Il 98% della produzione di pasta dell'Azienda Agricola Manzella e Iannello è riservata al biologico. "Realizziamo solo pasta di grano duro della varietà Senatore Cappelli di primissima qualità e utilizziamo acqua delle sorgenti delle Madonie siciliane", spiega Giovanni Manzella, il titolare dell'azienda con sede a Ventimiglia di Sicilia (Pa). I prodotti Maia sono commercializzati attraverso tutti i canali della Gd, con ottime performance di vendita.



Pasta di semola di grano duro da agricoltura biologica

La pasta dell'Azienda Agricola Manzella è trafilata al bronzo e a lenta essiccazione a bassa temperatura.

www.manzellabio.it



Luciana Mosconi - Linea Bio Buonissimo



Il pastificio marchigiano Luciana Mosconi, leader nel mercato della produzione di pasta secca all'uovo "classica", è approdata nel mondo del biologico con la linea Luciana Mosconi Bio Buonissimo. Rivolta in modo particolare ai consumatori sensibili ai temi di ecosostenibilità e rispetto del pianeta, la pasta secca all'uovo Bio Buonissimo è la scelta ideale di chi cerca un prodotto gustoso che rispetti l'ambiente. Il pastificio, per il processo di lavorazione della linea, prevede l'utilizzo di materie prime biologiche certificate: grano duro bio 100% italiano e uova fresche bio da galline allevate a terra (in Italia) e alimentate con mangimi organici. Il tutto, naturalmente, prodotto secondo l'esclusivo Metodo Luciana Mosconi che prevede doppio impasto, lavorazione della sfoglia senza pressatura meccanica e stress termici, essiccazione lentissima e a bassa temperatura. Le referenze che compongono la gamma sono sei: tre di pasta secca all'uovo lunga, (tagliatelle, tagliatelline e fettuccine) e tre di pasta corta all'uovo per brodi e minestre (buontagliati, quadretti e grattini).

Tagliatelle Bio Buonissimo

Tagliatelle di pasta secca all'uovo realizzate solo con semola di grano duro biologico 100% italiano e uova fresche biologiche. Fanno parte delle specialità di pasta lunga della linea Luciana Mosconi Bio Buonissimo.

www.lucianamosconi.com

Dalla Costa Alimentare

Dalla Costa Alimentare è a scaffale con numerose referenze di pasta bio Senatore Cappelli a cui si aggiunge la linea di pasta tricolore con i Fusilli e le Conchiglie bio al pomodoro e spinaci, e la pasta tricolore bio a target kids. "Da più di un anno abbiamo la nuova linea Gluten Free con il 100% di legumi (ceci, lenticchie rosse, piselli verdi), Penne 100% riso integrale, Fusilli 100% mais giallo, Maccheroni 100% riso bianco, Fattoria 100% riso integrale e Sport 100% lenticchie rosse dedicati ai bambini", sottolinea Fabio Dalla Costa, direttore commerciale alla guida dell'azienda insieme al fratello Mirco. "Inoltre, siamo licenziatari Disney (marchio registrato) e proponiamo tre mini paste bio, tre prodotti tricolori pomodoro e spinaci con la riproduzione dei personaggi Mickey & Co., The Princess, Cars oltre ad un prodotto bio dedicato al Baby Food e ai più piccoli (da 10 mesi) con le farfalline e i Classici Disney (marchio registrato)". I prodotti bio Dalla Costa, che nei primi sei mesi del 2019 hanno registrato un trend positivo, fino a raggiungere un'incidenza del 48% sul totale, continuano a riscuotere ottime performance. Qual è il segreto? "Gli elementi distintivi dell'azienda sono la produzione della pasta dai formati speciali che si differenziano l'uno dall'altro per sapori, uso delle semole e degli ingredienti ed uno stile produttivo tradizionale, per cui la pasta viene trafilata esclusivamente al bronzo ed essiccata a bassa temperatura. In azienda la tradizione affianca l'innovazione per cui cogliamo le opportunità offerte dalla tecnologia e dalle certificazioni di qualità e le trasformiamo in leve strategiche grazie al processo industriale avanzato".



PASTA 100% LEGUMI

Dalla Costa presenta la pasta 100% legumi, realizzata nelle varianti ceci, lenticchie, piselli. Le referenze sono bio, veganok e gluten free.

www.dallacostalimentare.it

mamma emma salute, gusto e colore in tavola



Gli gnocchi di patate **mamma emma** con rapa rossa, sono veloci da preparare direttamente in padella assieme al sugo e con l'aggiunta di mezzo bicchiere d'acqua. Tutta la gamma di prodotti **mamma emma** si distingue per una lista di ingredienti molto corta e l'assenza di additivi e conservanti che assicurano un prodotto genuino per una corretta alimentazione di grandi e piccoli.



mamma emma
gnocchi di patate fresche cotte a vapore

Master

gnocchimaster.com - mammaemma.it

IL BIO NELLA GD

Nella grande distribuzione i prodotti biologici sono trattati e valorizzati nel modo adeguato? Qual è l'offerta a scaffale? Un'indagine sul campo rivela lo stato dell'arte.

CARREFOUR - LIMBIATE (MB) - DATA RILEVAZIONE: 3 LUGLIO 2019

VOTO **8**

L'ipermercato presenta un reparto interamente dedicato ai prodotti biologici. Per indicare le speciali corsie, sono stati utilizzati dei cartelli di colore verde. L'impatto è immediato e risulta facile orientarsi. Puliti e ordinati, gli scaffali ospitano una grande varietà di prodotti suddivisi per tipologia. Sughì biologici, scatolame e biscotti fanno compagnia alle tante referenze di pasta e riso presenti. Per quanto riguarda la pasta, gli scaffali ospitano un buon assortimento di formati suddivisi per marchio. Su tutti, spicca la private label Carrefour, seguita a ruota da Alce Nero e De Cecco. Gli altri marchi si equivalgono per spazi e referenze. All'interno del reparto è presente anche uno spazio dedicato alla pasta speciale. Per esempio, possiamo trovare referenze come la pasta con 'farina di lenticchie rosse bio' a marchio Felicia o 'specialità integrale di farro e fave bio' a marchio Luzi. Anche il banco frigo è ben ordinato e, oltre ai vari prodotti biologici come hamburger o polpette, accoglie alcune referenze di pasta fresca. Sul fronte del riso, le proposte bio vanno dal semplice riso carnaroli a quello più particolare come il riso thai nero integrale. La scelta è ampia perché ci sono ben dieci referenze tra cui scegliere. In generale, la merce è ben disposta e ordinata, ben presentata e ben segnalata. Risulta perciò facile trovare ciò che si cerca.

REPARTO PASTA/RISO/FARINE: LUNGHEZZA TOTALE 33 MT X 7 RIPIANI

PASTA SECCA

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE*	NOTE	PREZZO
CARREFOUR BIO	Bio integrale - 100% grano italiano	Fusilli, penne, spaghetti Farfalle	Mdd - Produttore: Rummo sconto 20%	€ 0,89 € 0,79 € 3,49
	Bio - 100% grano italiano	Penne rigate, spaghetti penne rigate, fusilli, spaghetti		€ 0,89 € 1,59
LIGUORI	Bio - 100% grano italiano, pasta di Gragnano Igp	2 (Spaghetti, fusilli)		€ 1,39
	Bio - 100% grano italiano semolato	2 (Caserecce, penne rigate)		€ 1,39
BIOITALIA	Pasta di semola di grano duro Bio	Tagliatelle da 340 g		€ 2,79
		Conchiglioni, paccheri		€ 1,82
		3 (Fusilli, penne, spaghetti)		€ 1,59
DE CECCO	Multicereali Bio		Senza glutine	€ 3,39
	Pasta Bio all'uovo	Tagliatelle da 250g Chitarrina abruzzese Lasagne da 250 g Stelletta, seme di melone, stelline da 250 g		€ 1,12 € 1,59 € 2,75 € 1,09
IL GUSTO DEL GRANO	Bio	Spaghetti, farfalle, penne rigate Spaghetti, fusilli		€ 1,74 € 3,55
	Grano Khorasan Kamut Bio	1 (paccheri)	Mdd - Produttore: Consorzio Libera terra mediterraneo Onlus	€ 3,29
VIVBIO	Bio - integrale			
	Bio - pasta integrale con farina di farro Pasta biol. di grano duro senatore Cappelli Penne di Grano Khorasan Kamut integ. Bio	Rigatoni, spaghetti Fusilli Penne Tagliatelle, rigatoni	Mdd - Produttore: La finestra sul cielo	€ 3,09 € 2,99 € 3,29 € 3,59
GAROFALO	Gnocchi di patate con farina integrale Bio Linea integrale Bio	4		€ 1,49 € 1,65
LUZI	pasta con farina di legumi e grano saraceno	4 (pennoni, fusilli, radiatori, mafalda) senza glutine		€ 2,99
	Specialità integrale di farro e ortica Specialità integrale di farro e fave bio	Penne 250 g Fusilli		€ 2,99 € 1,79
FERMANETTE	Bio - pasta integrale con farina di farro	tagliatelle da 250g	Mdd - produttore: Marcozzi	€ 3,69
	Bio - pasta integrale con farina di avena Bio - integrale	quadrelli da 125g gemelli, gigli, gramigna da 250 g Penne rigate, spaghetti		€ 1,43 € 2,59 € 3,79
PASTIFICIO DI AMANTE	Bio	2 (Tagliatelle, fettuccine) da 250 g		€ 2,99
LUCIANA MOSCONI	Bio - 100% grano italiano, uova fresche bio	Paesanelle da 250g		€ 2,89
CUCINA TESEI	Bio - Pasta all'uovo trafileta al bronzo			€ 1,59
BARILLA	Bio - 100% italiano	Fusilli		€ 1,39
LA MOLISANA	5 cereali Bio	Spaghetti, pennette rigate, fusilli) da 400 g		€ 4,80
	linea Le integrali Grano Khorasan Bio Grano Khorasan integrale Bio	Spaghetto quadrato penne rigate penne rigate		€ 5,15
CONSORZIO LIBERA TERRA MEDITERRANEO (ONLUS) IL GUSTO DEL GRANO RUMMO	Bio	5 (Spaghetti, penne rigate, caserecce, rigatoni, fusilli)		€ 1,59
	Linea le biologiche integrali	6 (Spaghetti, farfalle, fusilli, elicotidi, radiatori, penne rigate)		€ 1,57
ALCE NERO	Bio - 100% grano italiano	Spaghettoni Spaghetti, penne Fusilli		€ 1,09 € 1,65 € 1,79
	Bio - Pasta con farina di farro	Spaghetti, penne rigate da 500g stelline		€ 2,59 € 3,17
VIVIEN	Grano Khorasan integrale Bio	Spaghetti		€ 4,80
	Pasta biol. varietà di grano senatore Cappelli Pasta integrale con orzo	Fusilloni, corallini Corallini da 500g		€ 2,09 € 1,65
ANTICA MADIA - (BIO ORGANIC)	5 cereali bio	tagliatelle	Mdd - Produttore: Marcozzi	€ 3,69
FELICIA	Pasta di semola di grano duro con curcuma Pasta di semola di grano duro con canapa Pasta di semola di grano duro tricolore	Gnocchi da 250g Riccioli da 250g Farfalle da 250g		€ 2,79 € 2,69 € 2,99
	Pasta con farina di lenticchie rosse, piselli verdi	Fusilli, sedanini 250g Mezze penne da 250 g Fusilli 340g		€ 2,87 € 3,10
	Pasta con farina di grano saraceno			

* se non specificata, le referenze sono confezionate in pack da 500 g

Un'indagine realizzata dalla redazione di PastaRiso&Consumi in alcune insegne della Gd ha valutato la situazione dell'offerta biologica di pasta e riso a scaffale. Quanto pesa il biologico rispetto ai prodotti convenzionali? E in che modo viene valorizzato? Il consumatore alla ricerca di pasta e riso bio può trovare quello che cerca anche nella Gd o deve per forza rivolgersi ai negozi specializzati? La differenza dell'offerta tra Gd e specializzato, ovviamente, è tangibile e indiscutibile. Ma è anche vero che la grande distribuzione dichiara di incrementare anno con anno il proprio impegno su questo fronte. Il nostro store check, tuttavia, dimostra che la situazione non è molto brillante. Oltre al basso numero di referenze proposte, spesso sugli scaffali i pack della pasta e del riso bio si confondono tra quelli di pasta e riso convenzionali, dove solo un consumatore attento riesce a individuare i prodotti biologici. Abbiamo verificato, poi, la situazione dei prezzi. E abbiamo constatato che il gap tra le proposte a marchio commerciale e quelle a marchio del distributore è significativa. Tanto da trovare prodotti bio in private label (Mdd) allo stesso prezzo del prodotto convenzionale del principale player di mercato. Come è possibile?

RISO

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
SARCHIO	Camaroli superfino piacere Bio	500 g	In promozione	€ 4,05
BARILLA	Originario integrale brown rice			€ 3,10
NATURA	Riso Thai Bio	500 g		€ 2,69
	Mix di riso e semi bio			€ 3,55
VIVBIO	Integrale venere nero Bio	500 g	Mdd - Produttore: La finestra sul cielo	€ 6,29
	Integrale ribe	1 kg		€ 4,09
CARREFOUR BIO	Riso ribe	1 kg	Mdd - Produttore: Riseria Vignola	€ 2,79
	Basmati		Mdd - produttore: Curti	€ 2,59
	Venere		Mdd - Produttore: Riseria Vignola	€ 3,49
	Arboreo integrale		Mdd - Produttore: Riseria Vignola	€ 1,99
				€ 3,39
ALTRONMERCATO	Riso rosso a grani lunghi integrale Riso thai nero integrale a chicco lungo	Green net packing 500 g		€ 3,29
SCOTTI	Riso integrale linea 5 Cereali con semi di chia Linea 5 cereali con quinoa			€ 3,45 € 3,15
ALCE NERO	Riso baldo	500 g		€ 3,19
	Rosa marchetti Basmati	500 g		€ 2,49 € 4,49
FIOR DI RISO	Integrale bio, arboreo			€ 3,04
RISO GALLO	Mixer per insalate e contorni Bio		Mdd - Produttore: la Gallinella	€ 4,15

PASTA FRESCA

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
RANA	Giovanni Rana Bio integrale	3 da 250g	Banco frigo	€ 3,99
MASTER	Gnocchi bio vegani	2 (classici, con spirulina) da 400g	Banco frigo	€ 2,89
CARREFOUR	Bio	2 (Tagliatelle, tagliolini) da 250g	Mdd - Produttore: Maffei	€ 1,89
MAFFEI	Grano Decorticato a Pietra 100% Integ. Bio	Trofie da 250g		€ 1,15
SCOIATTOLO	Bio	2 da 250g		€ 2,95

U2 - LIMBIATE (MB) - DATA RILEVAZIONE: 1° LUGLIO 2019

VOTO **6**

Sugli scaffali della pasta, le referenze biologiche sono solo una timida presenza. Il cliente, infatti, ha a disposizione pochissime referenze, relegate, oltretutto, alla fine della corsia. Lo spazio dedicato al bio è condiviso con quello delle paste integrali e non c'è molto ordine. Qui predominano le referenze della Marca del distributore (Mdd) 'VG - Il Viaggiatore Goloso', disponibili con grano italiano, integrale e Senatore Cappelli. Barilla Bio è presente con un solo prodotto, mentre il Consorzio Libera terra Mediterraneo Onlus con due referenze. Uno spazio più ampio è dedicato alla linea di Sgambaro, che propone la pasta di farro e di kamut, ma i prodotti si vedono a fatica perché disposti nell'ultimo scaffale in basso a destra. Per quanto riguarda i prezzi, l'offerta spazia da prodotti a basso prezzo (0,79 euro) fino a raggiungere prezzi i più alti delle referenze premium proposti da Sgambaro (3,25 euro). Sul fronte del riso l'offerta è ancora più debole. Di riso biologico troviamo solo quattro referenze: tre a marchio del distributore 'VG - Il Viaggiatore Goloso' (arborio, carmaroli e originale integrale) venduti a un prezzo molto simile a quello del riso convenzionale, e una di Riso Gallo (riso e quinoa). La presenza di prodotti bio negli scaffali della pasta e del riso è indicata con un cartellino verde che riporta la dicitura 'BIO' e che facilita la ricerca del cliente.



REPARTO PASTA/RISO/FARINE: LUNGHEZZA TOTALE 10 MT X 6 RIPIANI

PASTA SECCA

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
BARILLA	Bio - 100% italiano	1 (spaghetti) da 500 gr		€ 1,59
	Bio Integrale - 100% grano italiano Bio - Grano S. Cappelli - Traf. al bronzo - 100% grano italiano	4 (penne, fusilli, tortiglioni, farfalle) da 500 gr	Mdd - Produttore: Valdigrano	€ 0,79
SGAMBARO	Bio - Grano saraceno 100% italiano	1 (penne) da 500 gr	Mdd - Produttore: Dalla Costa Alimentare	€ 1,69
	Bio - integrale - 100% grano italiano	2 (tortiglioni e spaghetti) da 500 gr	Mdd - Produttore: Andriani	€ 1,99
CONSORZIO LIBERA TERRA MEDITERRANEO (ONLUS) IL GUSTO DEL GRANO	Bio - farro dicoccum - Trafilatura al bronzo	1 (spaghetti) da 500 gr	Mdd - Produttore: Valdigrano	€ 0,79
	Bio - Kamut - Trafilatura al bronzo	2 (spaghetti, penne) 3 (spaghetti, pennette, fusilli)		€ 2,89 € 3,25
	Bio	2 (caserecce, anelletti siciliani)		€ 1,59

RISO

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
VGVIAGGIATOR GOLOSO	Bio 100% italiano	1 (Arborio)	Mdd - Produttore: Riseria Vignola Giovanni	€ 3,19
	Bio 100% italiano	1 (Camaroli)	Mdd - Produttore: Riseria Vignola Giovanni	€ 3,19
	Bio 100% italiano	1 (Originale integrale)	Mdd - Produttore: Riseria Vignola Giovanni	€ 2,29
RISO GALLO	Bio	1 (Riso e Quinoa, con quinoa bianca e rossa)		€ 2,99

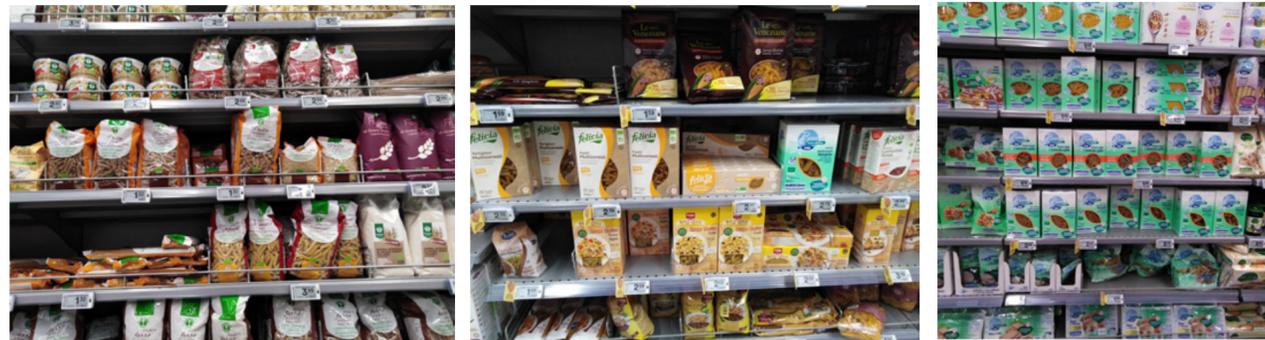
segue

31

IPERCOOP - CANTU' (CO) - DATA RILEVAZIONE: 4 LUGLIO 2019
VOTO
9 1/2

È altissima l'attenzione di Ipercoop per i prodotti di qualità, legati al benessere e alle esigenze dei consumatori moderni. La presenza di prodotti biologici è significativa. Sugli scaffali della pasta ne troviamo di tantissime tipologie (di grano duro, integrali, di farro e di kamut), proposte in quasi tutti i formati esistenti, con un ottimo equilibrio tra le referenze a marchio del distributore (Viverde Coop) e quelle a marchio commerciale (Consorzio Libera Terra Mediterraneo Onlus, Moro, Garofalo, De Cecco, Poggio del Farro). I prodotti bio, però, (e questa è l'unica piccola pecca che abbiamo riscontrato nel punto vendita) non sono segnalati con cartellini speciali per richiamare velocemente l'attenzione del cliente. Oltre alle proposte disposte sugli scaffali riservati a pasta e riso, esistono poi delle corsie specifiche dedicate al benessere (Coop Ben'Essere e Gluten Free). Qui troviamo un'ampia selezione di pasta a marchio Probios (che predomina) e Alce Nero, ma anche Felicia, Valbio e alcuni pack a marchio Coop Bene Si.

Sul fronte del riso, l'offerta biologica è meno estesa, ma abbastanza completa. Nella corsia del riso spiccano i prodotti Mdd (Viverde Bio), una selezione di risi Principe e una proposta di Riso Gallo. Nell'area Coop Ben'Essere, invece, il cliente può trovare quattro tipologie di riso bio a marchio Probios.


REPARTO PASTA/RISO/FARINE: 25 MT + 20 MT CON SETTE RIPIANI - OLTRE A 3 SCAFFALI DISLOCATI NELLE CORSIE DEDICATE A BEN'ESSERE E A GLUTEN FREE

PASTA SECCA

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
CONSORZIO LIBERA TERRA MEDITERRANEO ONLUS (Il Gusto del Grano)	Bio	8 (fusilli, caserecce, penne, spaghetti, tubetti, anelletti, rigatoni e linguine) - 500 g	sconto del 20%	€ 1,29
MORO	Bio - integrale	2 (eliche e penne) - 500 g	sconto del 20%	€ 1,29
COOPVIVERDE BIO	Bio - lgp	1 (pizzoccheri della Valtellina lgp) - 500 g		€ 1,89
	Bio - traf. al bronzo - 100% grano duro ita.	4 (stelline, lumachine, spaghetti, farfalle) - 500 g	Mdd - Produttore: Astra Bio	€ 0,94
	Bio - farro - traf. al bronzo - 100% farro ita.	3 (spagh., fusilli, penne) - 500 g	Mdd - Produttore: Astra Bio	€ 1,99
	Bio - integrale - trafilata al bronzo - 100% semola di grano duro italiano	5 (pennette, ditali rigati, mezze maniche, fusilli, spaghetti) - 500 g	Mdd - Produttore: Ligioni	€ 0,94
	Bio - kamut - trafilata al bronzo	4 (spaghetti, mezze penne, farfalle, tortiglioni) - 500 g	Mdd - Produttore: Astra Bio	€ 2,69
	Bio - all'uovo	2 (ditalini, farfalline)	Mdd - Produttore: Astra Bio	€ 0,95
GAROFALO	Bio - all'uovo - grano duro e uova 100% ita.	1 (tagliatelle)	Mdd - Produttore: Astra Bio	€ 1,49
DE CECCO	Bio - integrale - pasta di Gragnano	4 (caserecce, mezzemaniche, radiatori, mafalda corta) - 500 g		€ 1,65
	Bio - all'uovo	2 (chitamina abruzzese, tagliatelle)		€ 1,39
	Bio - all'uovo - Le uova biologiche	1 (lasagne)		€ 2,49
	Bio - all'uovo - Le uova biologiche	2 (grattata, stelline)		€ 1,09
	Bio - farro integrale	3 (pennette rigate, tortiglioni, spaghettoni) - 500 g		€ 2,99
POGGIO DEL FARRO	Bio - integ. - traf. al bronzo - 100% farro ita.	5 (pennette, fusilli, caserecce, ditalini, spaghetti) - 500 g		€ 2,89
PROBIOS	Bio - 'Natura Toscana' - Senatore Cappelli coltivato in Toscana - semi integrale - trafilatura al bronzo	1 (tortiglioni) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 2,09
	Bio - 'Natura Toscana' - semola di grano duro coltivato e trasformato in Toscana - trafilatura al bronzo, essiccazione a temperatura controllata	1 (pappardelle) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 3,30
	Bio - 'Grani Antichi' - semola integrale di grano duro siciliano Russello	3 (fusilli, penne, spaghetti) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 2,99
	Bio - integrale - semola di grano duro 100% italiano - lenta essiccazione	4 (penne, fusilli, pastina, spaghetti) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 1,30
	Bio - kamut bianca - trafilata al bronzo - lenta essiccazione	1 (pennette) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 3,99
	Bio - farro integrale - lenta essiccazione - trafilatura al bronzo	3 (sedanini, fusilli, penne) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 2,94
	Bio - kamut integrale - lenta essiccazione - trafilatura al bronzo	3 (penne, sedanini, conchiglie) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 3,79
FELICIA	Bio - gluten free - multicereali e con quinoa	2 (tortiglioni, fusilli) - 340 g	presente nella corsia Coop Gluten free	€ 2,39
	Bio - gluten free - con quinoa	1 (spaghetti) - 400 g	presente nella corsia Coop Gluten free	€ 2,79
	Bio - gluten free - 100% farina di lenticchie rosse	1 (sedanini) - 250 g	presente nella corsia Coop Gluten free	€ 2,79
COOP BENE SI	Bio - senza glutine - mais e riso 100% italiani	1 (maniche) - 400 g	Mdd - Produttore: Pasta Castiglioni	€ 2,79
	Bio - multicereali (mais, riso, grano saraceno e quinoa)	3 (mezze maniche, caserecce, maniche) - 400 g	Mdd - Produttore: Pasta Castiglioni	€ 2,20
ALCE NERO	Bio - integrale - grano duro 100% italiano - con acqua di sorgente delle Dolomiti	3 (spaghetti, penne rigate) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 1,45
	Bio - 100% grano duro italiano varietà Senatore Cappelli - 500 g	5 (mezze maniche, spaghetti, fusilli, linguine e penne rigate) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 2,19
VALBIO	Bio - semola integrale di grano duro - made in Italy	3 (spaghetti, fusilli, penne) - 500 g	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 0,99

RISO

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
PRINCIPE	Bio - integrale	3 (Il Rosso, Il Nero, L'Oriente) - 400 g		€ 3,69
COOPVIVERDE	Bio	1 (baldo integrale) - 500 g	Mdd - Produttore: Oryza	€ 1,55
	Bio	1 (ribe) - 500 g	Mdd - Produttore: Oryza	€ 1,80
	Bio	1 (camaroli) - 500 g	Mdd - Produttore: Oryza	€ 1,99
RISO GALLO	Bio - con quinoa	1 (riso e quinoa) - 400 g		€ 3,19
PROBIOS	Bio - linea 'Rice&Rice'	2 (ribe integri, lungo, originario italiano integ.)	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 3,99
	Bio - linea 'Rice&Rice'	1 (nerone italiano integrale)	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 3,55
	Bio - linea 'Rice&Rice'	1 (basmati bianco (Non Ue))	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 3,39
	Bio - linea 'Rice&Rice'	1 (camaroli bianco italiano)	presente nelle corsie Coop Ben'Essere	€ 3,10

PASTA FRESCA

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
COOPVIVERDE	Bio	2 (orecch. fresche, spag. alla chitarra)	Mdd - Prod: Il Pastaio di Maffei	€ 0,79
CASA MILO	Bio - semola di grano duro	2 (troccoli, trofie)		€ 1,09
	Bio - semola di grano duro	1 (orecchiette)		€ 1,14
SCOIATTOLO	Bio	3 (ravioli ripieni, gusti vari)		€ 2,99
	Bio - 100% farina di legumi	3 (pasta con 100% farina di legumi (piselli, lenticchie, ceci))		€ 1,99
PATAMORE	Bio	1 (gnocchi di patate fresche)		€ 2,39
	Bio - integrali	1 (gnocchi freschi con farina integrale)		€ 2,69
	Bio - kamut	1 (gnocchi di patate con grano Khorasan Kamut)		€ 2,69
IL PASTAIO DI MAFFEI	Bio - farro integrale - integrale	2 (trofie, cavatelli)		€ 1,49
RANA	Bio - integrale	4 (ravioli ripieni, gusti vari)		€ 3,99

ESSELUNGA - VAREDO (MB) - DATA RILEVAZIONE: 3 LUGLIO 2019
VOTO
6

I 13 metri lineari suddivisi in sei ripiani dedicati all'esposizione della pasta secca ospitano un ampio assortimento di prodotti. Ma per quanto riguarda le referenze bio, la scelta è davvero scarsa. I prodotti biologici all'interno dello store, infatti, sono pochi e non hanno un comparto a loro dedicato. Nonostante le referenze siano suddivise per marca, risulta difficile capirne la disposizione perché gli scaffali mancano di una divisione tra le categorie di prodotto: accanto alla pasta integrale sono posizionate altre referenze che trattano pasta biologica o alternativa, come la pasta con farina di legumi. Tra le varietà disponibili spicca il marchio Esselunga Bio ma, in generale, l'offerta è minima. Inoltre, solo alcuni prodotti sono indicati da appositi cartellini che presentano la scritta 'prodotti da agricoltura biologica'. Per quanto riguarda il riso, l'offerta è ancora più debole. Tra le poche referenze presenti, ne troviamo alcune a marchio del distributore 'Esselunga' (arboreo integrale, arboreo e gladio), una di Riseria Cusaro e una di Riseria Vignola. I prezzi sono molto simili tra loro e si aggirano attorno ai tre euro.

PASTA SECCA - REPARTO PASTA: LUNGHEZZA TOTALE 13 MT X 6 RIPIANI

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
ESSELUNGA	Linea Equilibrio integrale bio	6	Mdd - Produttore: De Matteis Agroalimentare	€ 0,94
	Linea Bio	4	Mdd - Produttore: Pastificio Attilio Mastromauro Granoro	€ 0,88
	Linea Chejoy - Pasta di semola tricolore	1		€ 1,39
	Linea Chejoy - farfalegumi con far di piselli, farina di lenticchie rosse	2		€ 2,19
DELVERDE	Bio - 100% grano italiano	4 (linguine, tortiglioni, pennette lunghe rigate, fettuccine a nido)		€ 1,49
		3 (fusilli, mezzi rigatoni, tagliatelle a nido)		
SGAMBARO	Farro monococco	3 (Penne rigate, tortiglioni, fusilli)		€ 2,99
ALCENERO	Bio - Varietà di grano Cappelli	3 (Penne rigate, fusilli, spaghettoni)		€ 2,99
FIOR DI PIETRA	Bio - Specialità integrale di farro	4 (Penne, fusilli, farfalle, spaghetti) da 500g		€ 2,99
L'DEROSA	Pasta di semola di grano duro integrale bio trafilata al bronzo	2 (Fusilli, spaghetti)		€ 2,70
GAROFALO	Integrale bio	3 (Caserecce, mezze maniche rigate, mafalda corta)		€ 1,59
FELICIA	Pasta con farina di riso integrale bio	Fusilli		€ 2,73
	Grano saraceno bio	Tortiglioni, mezzi rigatoni da 340g		€ 2,73
	Grano saraceno bio	Spaghetti da 400g		€ 3,09
	Linea Verdipiù, lenticchie e zucca bio	200g		€ 4,19
	Farina di lenticchie e barbabietola bio	200g		€ 4,19
	Farina di piselli verdi linea legumi	fusilli da 250g		€ 2,79
	Farina di lenticchie rosse bio	250g		€ 2,79
RUMMO	Integrale bio	3		€ 1,55

RISO - REPARTO RISO: LUNGHEZZA TOTALE 8 MT X 6 RIPIANI

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
RISERIA CUSARO	Riso camaroli bio	1 da 1kg		€ 3,09
ESSELUNGA	Riso arboreo bio integrale	1 da 1kg	Mdd - Produttore: Riseria Cusaro	€ 3,09
	Riso gladio parboiled	1 da 1kg	Mdd - Produttore: Riseria Cusaro	€ 2,69
	Riso arboreo	1 da 1kg	Mdd - Produttore: Riseria Cusaro	€ 3,09
VIGNOLA	Riso arborio bio	1 da 750g		€ 3,29

PASTA FRESCA - REPARTO PASTA FRESCA: LUNGHEZZA TOTALE 5,5 MT X 6 RIPIANI

MARCHIO	INDICAZIONI IN ETICHETTA	REFERENZE	NOTE	PREZZO
PASTAI	Prodotto biologico	2 (Margherite con spinaci e ricotta, quadrotti vegan con basilico) da 250g	Banco frigo	€ 2,99
RANA	Bio integrale	2 da 250g	Banco frigo	€ 3,99
ESSELUNGA	Pasta fresca di semola di grano duro biol.	1 (Trofie) da 500g	Produttore: Esselunga	€ 2,19

Riso: un affare internazionale



Le importazioni dai Pma continuano a causare gravi problemi al settore risicolo italiano. Dopo il ripristino dei dazi sull'Indica, c'è una nuova emergenza: lo Japonica. Che sta invadendo il mercato Ue senza controllo.

Lo scorso gennaio l'Unione Europea ha ripristinato i dazi sull'importazione di riso dalla Cambogia e dal Myanmar, il cui sbarco in Europa a prezzi stracciati aveva costretto al ribasso il mercato italiano ed europeo costringendo molti agricoltori a rinunciare alla semina. Per i risicoltori italiani, che detengono il 50% della superficie coltivata a riso nell'Ue, si è trattato di una vera e propria vittoria. Basti pensare, come ricorda l'Ente Nazionale Risi, che tra il 2012 e il 2017 l'import di riso cambogiano era aumentato dell'822% e, dal 2016 al 2018 le quotazioni dell'arborio sono scese da 700 a 300 euro a tonnellata.

Ora però, l'Europa deve affrontare una nuova emergenza: l'"invasione" di migliaia di tonnellate di riso Japonica lavorato, una tipologia di riso che entra nell'Ue e che non è soggetta a pagare dazio perché non rientra nell'applicazione della clausola di salvaguardia. I numeri, aggiornati a giugno 2019 e pubblicati da Ente Nazionale Risi, parlano chiaro: ad aprile l'Ue ha importato 11.261 tonnellate di lavorato Japonica e a maggio ne ha importate 18mila, portando il dato totale dell'ultima campagna (che va da settembre 2018 a maggio 2019) a 52.076 tonnellate, con un incremento di 31.167 tonnellate (pari a +149%).

Quali sono le maggiori preoccupazioni? Il riso Japonica è una tipologia già largamente coltivata nei Paesi dell'Ue, tanto da rappresentare il 75% della produzione totale di riso in Europa. Le importazioni di questo riso in modo incontrollato rappresentano quindi una reale minaccia per i risicoltori europei (in modo particolare italiani): i prezzi soffrono già di un significativo calo e gli agricoltori si stanno impoverendo. Ma non è tutto. Il riso Japonica che sbarca nell'Ue pare sia molto simile all'Indica, la tipologia sottoposta a dazio a inizio 2019. Sorge quindi il dubbio che dietro al prodotto dichiarato in dogana come riso Japonica in realtà si celi il riso Indica allo scopo di aggirare la clausola di salvaguardia.

IMPORTAZIONI DI RISO DAI PMA A GIUGNO 2019

Le importazioni nell'Unione europea di riso semilavorato e lavorato proveniente dai Pma nel periodo che va tra settembre 2018 a giugno 2019 ammontano a 307.161 tonnellate, con un incremento di 4.983 tons (+1,7%) rispetto alla campagna precedente. Nello specifico, le importazioni di riso proveniente dalla Cambogia evidenziano una riduzione del 20,5% (oltre 41 mila tonnellate in meno rispetto all'anno scorso), mentre quelle provenienti dal Myanmar sono aumentate del 49,6%. (Fonte: Ente Nazionale Risi, luglio 2019)

L'INTERVISTA

Paolo Carrà, presidente dell'Ente nazionale risi, chiarisce e commenta la situazione odierna del mercato risicolo italiano attraverso un contributo esclusivo a *PastaRiso&Consumi*.

La clausola che impone i dazi ai Pma ha già avuto dei riscontri positivi sul mercato italiano ed europeo? In che modo?

I flussi di importazione nell'Unione europea di riso Indica da Cambogia e Myanmar si sono ridotti per effetto dell'applicazione della clausola di salvaguardia, ma sono aumentate le importazioni di riso di tipo Japonica dal Myanmar che non sono coperte dalla clausola di salvaguardia. Gli effetti della clausola saranno più evidenti nel lungo periodo con ricadute positive per l'intero settore.

Dopo aver risolto la situazione dell'import dai Pma, quale situazione critica si presenta oggi?

La filiera del riso italiana deve stare attenta su diversi fronti, in primis quello delle importazioni di riso Japonica dal Myanmar. L'attenzione deve essere massima anche per quanto riguarda i negoziati per la definizione di accordi di libero scambio tra l'Unione europea e i Paesi Terzi perché spesso il riso viene sacrificato a favore di altri settori come è capitato nei recenti accordi con il Vietnam e con il Mercosur.

È possibile che i Pma stiano aggirando la clausola con l'inganno?

Già nel passato si sono verificati fenomeni di triangolazione e si è chiesto alla Commissione europea di intervenire, verificando se il prodotto importato dai Pma fosse accompagnato da un certificato di origine autentico. Al momento, sarebbe necessario una verifica puntuale presso i porti di arrivo delle navi provenienti dal Myanmar perché il riso di tipo Indica potrebbe essere dichiarato come riso di tipo Japonica per aggirare la clausola di salvaguardia.

Cosa intende chiedere a Bruxelles?

L'Ente Nazionale Risi, unitamente al Mipaaf, sta coordinando la realizzazione del Terzo Forum sul settore del riso europeo che si terrà a settembre a Bruxelles. In accordo con le organizzazioni di categoria verranno discussi i seguenti punti: Revisione del regolamento (UE) n.978/2012 relativo all'applicazione di un sistema di preferenze tariffarie generalizzate al fine di garantire una maggiore tutela per il settore del riso dell'Unione europea. Contrasto



Paolo Carrà

alle violazioni dei diritti umani accertate dalla Commissione europea in Cambogia e Myanmar. Monitoraggio delle importazioni di riso di tipo japonica dal Myanmar. Considerazione del riso come "prodotto sensibile" nei negoziati per la definizione di accordi bilaterali di libero scambio tra l'Unione e i Paesi Terzi. Mantenimento della specificità del riso nell'ambito della futura programmazione della PAC. Indicazione dell'origine in etichetta. Regole di reciprocità relative agli agrofarmaci.

Quali attività metterete in atto per salvaguardare la risicoltura italiana?

L'Ente Nazionale Risi ha presentato un progetto per la divulgazione del carattere di biosostenibilità del riso europeo insieme a Francia e Portogallo, utilizzando i fondi messi a disposizione dalla normativa UE, ed è in attesa di un riscontro che dovrebbe arrivare in autunno. Inoltre, il 22 di luglio l'Ente Nazionale Risi ha lanciato la campagna di divulgazione delle peculiarità del riso coltivato in Italia, finalizzata ad aumentare la conoscenza dell'opinione pubblica sulle qualità del nostro riso, sui suoi utilizzi in cucina e sulle caratteristiche delle diverse varietà. In un mercato globale come quello attuale, in cui le fonti di approvvigionamento delle derrate alimentari sono molteplici, è necessario che i produttori e i trasformatori comprendano le potenzialità del made in Italy in modo che il consumatore possa effettuare una scelta consapevole.

100 1919
100 2019



COLOGNE, 05. – 09.10.2019

AMAZING

Meet old and new friends.
Priceless networking since 1919.

Secure admission tickets at
www.anuga.com/tickets

Koelnmesse S.r.l.
Viale Sarca 336/F, Edificio 16
20126 Milano, Italia
Tel. +39 02 8696131, Fax +39 02 89095134
info@koelnmesse.it



COLDIRETTI: DELIRI DI ONNIPOTENZA

Il big della Confederazione alla tre giorni organizzata a Milano (5-7 luglio). Il segretario generale Gesmundo e il presidente Prandini all'attacco su Europa, made in Italy e accesso ai dati sulla provenienza del latte. Con Di Maio a reggere il moccolo. Ma Vacondio, di Federalimentare, non ci sta...

A cura di Matteo Borrè e Federico Robbe

VINCENZO GESMUNDO (SEGRETARIO GENERALE COLDIRETTI): "CI SONO SERIE MINACCIE, ABBIAMO MOLTI CONTRO"

"Perché Coldiretti mette in pista un evento come questo? Noi non vogliamo celebrare la grandezza della Coldiretti; l'essenza di questo incontro la trovate in tutti quelli che sono i passaggi su cui vi incamminerete in questi giorni. C'è uno slogan #Stocicocontadini. Cosa significa? Che i nostri associati capiscono fino in fondo che noi dobbiamo tenere vivo il più grande patrimonio. Che sta nell'incrocio della comunione di idee con il popolo italiano che hanno eletto Coldiretti a garante di ciò che mangiano.

In questi anni abbiamo fatto dei grandi passi in avanti. Abbiamo ottenuto leggi che ci permettono di andare oltre ai meccanismi che abbiamo imparato a conoscere, cioè essere i fornitori della così detta materia prima. Non siamo solo questo: abbiamo ottenuto grandi benefici fiscali. Abbiamo portato a casa la grande legge sull'etichettatura obbligatoria di tutti i cibi e dobbiamo ringraziare l'attuale Governo che ha avuto il coraggio, la forza, la lungimiranza di darci l'etichettatura obbligatoria per tutte le filiere agricole e di conseguenza per tutti i cibi del made in Italy.

Ci siamo battuti contro le importazioni selvagge che ancora invadono il nostro Paese. Non sono solo un danno economico per le nostre imprese. Sono ancora una grande minaccia per i nostri bambini, perché molto spesso le mamme italiane non sanno quello che mettono sulla tavola. Le scuole italiane non sanno cosa danno da mangiare ai loro bambini, nei loro plessi scolastici. E questa è una vergogna per un Paese che rappresenta nel mondo intero la quinta essenza del saper vivere e del saper mangiare.



Da sinistra: Vincenzo Gesmundo, il vicepremier Luigi Di Maio ed Ettore Prandini

Non è pensabile che il nostro Paese rimanga nell'indifferenza delle istituzioni e importi tonnellate di cagliate dalla Lituania, che non ha neanche un patrimonio zootecnico paragonabile all'Umbria. La Lombardia è la prima produttrice di latte d'Italia e tra le prime tre grandi regioni produttrici di latte in Europa e la dobbiamo salvaguardare. [...]

Ho parlato delle conquiste ottenute, ma ci sono ancora delle serie minacce. I regolamenti comunitari continuano a darci contro. Noi abbiamo fatto la legge sull'etichettatura obbligatoria e alcuni paesi, soprattutto il blocco dei paesi del Nord Europa, non vogliono questo. Vogliono mettere i semafori (rosso, verde, giallo) per poter indicare ciò che fa bene e ciò che fa male. Ma guarda caso, i semafori si accendono con il colore rosso su tutto ciò che

È stata una vera e propria invasione, quella andata in scena a Milano nel weekend dal 5 al 7 luglio. Un fine settimana dove una moltitudine di (più o meno giovani) ragazzi di campagna hanno pacificamente occupato una superficie di 200mila metri quadri attorno al Castello Sforzesco. Protagonisti in centro città, con i loro prodotti e le tipicità agroalimentari di tutta Italia: 400 gli stand, tra mercati degli agricoltori, aree del gusto, street food, stalle, fattorie didattiche, orti, agrichef, e chi più ne ha, più ne metta. Una colorata e gioiosa adunata, caratterizzata dall'hashtag #Stocicocontadini, che ha visto la convinta partecipazione di un pubblico numeroso - circa 700mila persone -, tra associati Coldiretti cooptati da tutto lo stivale, famiglie milanesi "a spasso" e turisti italiani e stranieri incuriositi dalla festosa baroonda.

Questo il resoconto del lato "popolare" della kermesse. Che ha visto anche un'organizzazione impeccabile in tema di sicurezza (controlli agli ingressi rigorosi, ma sempre discreti) e nei comportamenti (tra addetti alle pulizie preposti a raccogliere rifiuti e cartacce in tutta l'area del villaggio e scontrini rigorosamente emessi anche per il solo acquisto di una bottiglietta d'acqua da 50 centesimi).

Poi, c'è l'altra faccia della storia: quella "politica". Che ha visto - come da prassi coldirettiana - una sfilata ininterrotta di esponenti di tutti i partiti, pronti a rendere omaggio alla "macchina da guerra" della confederazione. Attori dell'agone politico, a tutti i livelli, che non hanno man-

Perché altrimenti rischia in prima persona. Ma stiamo scherzando? [...]

Cosa ci serve per poter dire che abbiamo vinto? Per prima cosa l'appoggio di tutti quanti voi, dei nostri associati; in secondo luogo, l'appoggio dell'opinione pubblica italiana. Che è la nostra vera arma segreta. È la vera forza che permette a Coldiretti di sfondare il muro delle omertà, delle omissioni e dell'incapacità a voler capire o dalla capacità di capire troppo. Perché c'è una burocrazia ottusa, ma esiste una burocrazia che capisce pure troppo. L'ho detto prima, è inaccettabile che un direttore generale dica: "Non posso fare diversamente". Cosa c'è dietro al fatto che uno non può fare diversamente? Dato che non esiste una legge dello Stato che dice di non divulgare i dati. Esiste una convenzione. Pensate che questi signori hanno fatto un'opposizione al Consiglio di Stato che è arrivata in maniera salomonica, come sempre nelle autorità. [...] In questi giorni le altre organizzazioni di rappresentanza girano dicendo: "Avete visto? La Coldiretti non ce l'ha fatta a sapere quali sono le industrie che usano i prodotti importati in Italia", Gioiscono come se fosse una sconfitta della Coldiretti. Il problema è che non hanno capito che questa è una sconfitta del popolo italiano, dei nostri bambini e delle mamme. La nostra grande forza è anche la nostra autonomia dai partiti. Noi abbiamo chiara cosa sia la cultura di Governo. Bisogna saper dialogare con tutti gli esecutivi. Perché se non dialoghi con i livelli di governo, sei un pazzo. Come si fa a non dialogare con un presidente della regione Lombardia o della Puglia?"

È la tradizione del cibo mediterraneo. Secondo la logica dei semafori, il prosciutto fa male, ma la bistecca fatta nei laboratori fa benissimo ed è segnalata con il semaforo verde. È uno schifo, una cosa non accettabile. Io faccio fatica a prendermela con i ministri perché a volte sono vittime inconsapevoli di una burocrazia cattiva, che non vuole mettersi al passo con le leggi di questo Paese. È incredibile. Siamo andati al ministero della Sanità con una sentenza del Consiglio di Stato che diceva che Coldiretti poteva sapere tutti i milioni e milioni di litri di latte che arrivano in Italia. Sapete cosa è successo il giorno dopo? I funzionari, il direttore generale, un certo dott. Borrello [Silvio Borrello, dg sanità animale e farmaci animali del Minsal, ndr], ci ha denunciato all'Antitrust. E ci ha detto che lui non può fare quello che noi stiamo chiedendo.

cato di applaudire ossequiosamente, quando non addirittura rilanciare (vedi i box dedicati), le "sparate" dei leader Coldiretti. E, perché no, anche farsi allegramente fotografare con le t-shirt della confederazione insieme al presidente Ettore Prandini e, soprattutto, all'onnipresente segretario generale Vincenzo Gesmundo. Giusto per citare qualche nome, tra chi durante la tre giorni non ha mancato di presentarsi sul palco del Villaggio Coldiretti, a spiccare sono stati il vicepremier Matteo Salvini e Luigi Di Maio, i ministri dell'Istruzione e delle Politiche agricole, Marco Bussetti e Gian Marco Centinaio, il segretario del Partito Democratico, Nicola Zingaretti, il presidente di Fratelli d'Italia, Giorgia Meloni, e l'esponente di Forza Italia Maria Stella Gelmini. Ma non sono mancati neanche il presidente della Regione Lombardia, Attilio Fontana, con il suo assessore regionale all'Agricoltura, Luca Rolfi, e neppure il padrone di casa: il sindaco di Milano, Giuseppe Sala. Ma non finisce qui. Infatti, l'occasione è stata l'opportunità per Coldiretti di mettere in mostra i propri legami con il mondo industriale, coinvolgendo esponenti del mondo economico, come il presidente dell'Ice Carlo Ferro, ma soprattutto un "grosso calibro" come l'amministratore delegato di Eni, Claudio Descalzi, azienda con cui Coldiretti ha firmato - sul palco, il 5 luglio, a favore di fotografi - un'intesa per importanti aree di collaborazione sull'economia circolare. In sintesi, sotto questo punto di vista, si è trattato del solito film: il classico "giallo" firmato dalla coppia Prandini-Gesmundo.

IVANO VACONDIO (FEDERALIMENTARE): "LA RICHIESTA DI ACCESSO AI DATI È PRETESTUOSA"

Ivano Vacondio, presidente di Federalimentare, aveva auspicato che il Governo non tenesse solo conto dei pareri di Coldiretti. "Il mondo agricolo è rappresentato da quattro associazioni, non da una", dichiarava in febbraio. Ha quindi deciso di far sentire la sua voce, in merito alla richiesta di accesso civico ai dati relativi all'importazione del latte da parte della Confederazione. Sul tema "si è fatta una grande confusione", ha dichiarato, "non si tratta infatti di segreto di Stato, ma di una doverosa attenzione a quanto segnalato dall'Antitrust riguardo a un possibile pregiudizio sulla corretta dinamica del mercato, che potrebbe scaturire dalla messa a disposizione di dati aziendali commercialmente sensibili a un'organizzazione sindacale agricola con interessi evidenti nel settore di cui, segnala l'Antitrust, non è possibile avere un quadro informativo sulle partecipazioni societarie a causa dell'indisponibilità di bilanci contabili pubblici". Secondo Vacondio: "La richiesta di accesso ai dati è pretestuosa perché, com'è noto, l'Italia non è un paese autosufficiente per quanto riguarda le materie prime e rifornirsi all'estero, nel rispetto di tutte le norme, è una necessità. Da sempre, la differenza la fa il know how delle nostre aziende e il modo in cui trasformano le materie prime in prodotti eccellenti". E conclude: "Come ha invitato a fare l'Antitrust, adesso aspettiamo di essere ascoltati per discutere della questione ed esporre finalmente tutti i nostri dubbi in merito a questa faccenda".



ETTORE PRANDINI (PRESIDENTE COLDIRETTI): "DOP ALL'ESTERO, DOBBIAMO AGGREDIRE PRIMA CHE LE NORME VENGANO SCRITTE"

"Ci sono alcune questioni che ci preoccupano e vogliamo spiegare il perché. In primo luogo, l'accordo con il Mercosur. L'Europa si sta apprestando a sottoscrivere un accordo col Mercosur col quale si impegna a tutelare solo il 7% delle nostre produzioni agroalimentari. Riteniamo che questo non sia assolutamente possibile e condivisibile. Dobbiamo creare le condizioni tali per recuperare quella parte di italian sounding, quei prodotti che vengono spacciati per italiani quando in realtà non lo sono. [...] Nel Mercosur, rispetto alle previsioni iniziali, abbiamo aumentato quelle che saranno le importazioni di carne senza avere nessun tipo di precauzione rispetto ai sistemi produttivi. E parlo ad esempio del Brasile, il paese nel quale c'è stato il maggior numero di scandali per il basso valore del cibo prodotto. Noi ci impegniamo a importare 165mila tonnellate di carne bianca di pollame (inizialmente dovevano essere 75mila, poi 90mila tonnellate) e lo stesso vale per la carne rossa, lo zucchero e le produzioni ortofrutticole. [...] Il vero impegno che il nostro Paese dovrà andare ad attuare nei prossimi mesi e nei prossimi anni, è quindi quello di creare anche in Europa un meccanismo per il quale se io vieto l'utilizzo di un prodotto fitosanitario in Italia, non posso poi favorire le importazioni di prodotti che sono stati sottoposti a quello stesso tipo di trattamento. [...]

Abbiamo portato per la prima volta in fase di discussione, a livello europeo, le motivazioni per le quali noi avevamo una grande anomalia. Parlo del fatto che ai canadesi



Da sinistra: il presidente di Regione Lombardia Attilio Fontana ed Ettore Prandini

era data la possibilità di introdurre le quote di importazione sul comparto lattiero caseario. Oggi, per la prima volta Phil Hogan, il commissario europeo dell'agricoltura, sta discutendo con i canadesi per toglierle. Se noi siamo il paese con il più grande patrimonio di denominazioni di origine protetta (Dop), dobbiamo riconoscerle tutte. Come abbiamo fatto in Canada per il settore vitivinicolo, dobbiamo farlo per il comparto agroalimentare. Più ne inseriamo e meglio è per poter continuare a crescere. La cosa che spaventa è che con l'accordo con il Mercosur, il numero di Dop è diminuito. Paradossalmente, se parliamo dell'accordo con il Vietnam, ci abbiamo messo tre anni per creare la clausola di salvaguardia sull'importazione di riso dalla Birmania. Vi ricordo che venivano utilizzati prodotti fitosanitari chimici che da 30 anni sono vietati nel nostro Paese. Ecco perché dobbiamo aggredire prima che le norme vengano scritte".

I COMPENSI D'ORO DI COLDIRETTI

Circa due milioni di euro per Vincenzo Gesmundo, direttore generale dell'organizzazione agricola, e circa 400mila per Ettore Prandini, attualmente presidente. Questo nel 2014. E oggi?

C'era una volta (e c'è ancora) Vincenzo Gesmundo. Di mestiere fa il direttore generale di Coldiretti. E lo fa bene, nulla da dire. Governativo da sempre, nel corso degli anni - è nell'organizzazione agricola dal 1982 - ha avuto amicizie in tutti i partiti: dalla Democrazia Cristiana passando per comunisti e socialisti per poi arrivare a Lega e 5 Stelle.

La sa lunga. Parlando con lui è sempre un: "Famo, disfamo, brigamo" in puro stile romanesco. A tutto vantaggio della sua organizzazione. Ma anche del suo portafoglio. Eh sì, perché il Nostro nel 2014 portava a casa 1.815.489 euro. Lo aveva scritto il sito Agricola.eu, ripreso poi dalle nostre testate e dall'Espresso. Una bella cifra, quasi due milioni di euro, con una crescita di oltre 600.000 euro rispetto allo stesso periodo del 2013. Ora, se la progressione fosse la stessa, Gesmundo oggi porterebbe a casa circa 3.800.000 euro. Aveva ragione mamma: "Non fare il giornalista, fai il direttore generale di Coldiretti". Ho sbagliato tutto nella vita...

Naturalmente la cifra sopra scritta è inventata ma ci piacerebbe sapere invece il compenso vero. Che pensiamo non sia molto distante da quello del 2014.

E, visto che parliamo di compensi, un'altra cifra sarebbe interessante da conoscere. Ovvero lo stipendio di Ettore Prandini, attuale presidente di Coldiretti. Partiamo da un dato acquisito, anche qui, nel 2014.

Galeotto, in questo caso, fu il comune di Lonato del Garda. Galeotta la carica di assessore comunale. Galeotta la dichiarazione ai sensi dell'art. 14 del D. Lgs. 14 marzo 2013 n.33 con situazione reddituale, patrimoniale e delle cariche sociali di Ettore Prandini nel 2014. Scopriamo così che il presidente e consigliere di Coldiretti Lombardia, nonché presidente di Coldiretti Brescia, nonché membro di Giunta della Confederazione Nazionale Coldiretti ha portato a casa, in quell'anno, la bellezza di 354.930 euro.

Ma vediamo nel dettaglio la sua situazione. Innanzitutto il Nostro, come recita il documento presentato al comune di Lonato del Garda, è proprietario di due fabbricati a Roma. E mi sembra giusto. Le giunte di Coldiretti, negli uffici di Palazzo Rospigliosi, nella Città Eterna, sono lunghe e spossanti. Avere un fabbricato per passare la notte è cosa buona e giusta. Posseder-

ne due meglio ancora, si può invitare anche qualche amico o amica.

Prandini, o "Prendini", come lo chiamano "affettuosamente" nel bresciano, possiede inoltre molte partecipazioni azionarie. Tre in società agricole: Prandini Ettore e Giovanna Lonato del Garda (50%), Agricola Quadrifoglio Srl (50%), Agrialexa Srl (40%). Due, molto minori, in Prandini Treccani assicurazioni (2%) e in Prince Srl (5%). Ma è sui compensi per le "funzioni di amministratore o sindaco di società o altro" che ne scopriamo delle belle.

Ovvero prendeva: come presidente di Coldiretti Brescia 43.547,87 euro; come presidente e consigliere di Caa Coldiretti Lombardia Srl 43.559,16 euro; come membro di giunta della Confederazione Nazionale Coldiretti Roma la bellezza di 237.657,68 euro. Insomma, solo dall'organizzazione agricola, Ettore Prandini ha ricevuto, nel 2014, 324.764,71 euro. Una cifra considerevole a cui si aggiungono "nocciole": 926 euro come consigliere del Consorzio Agrario Nord Est di Verona, 15.059 euro come assessore del comune di Lonato del Garda, 14.232 euro come presidente dell'Istituto Sperimentale Spallanzani.

Fra le sue varie attività figura inoltre anche quella di consigliere in Terre d'Oltrepò. Dove entra in carica, chiamato a salvare dal disastro la cooperativa agricola accusata di aver commercializzato vino falsamente Doc e Igp. Interessante una sua dichiarazione nel merito: "Siamo entrati nel Cda per ultimi, per senso di responsabilità e per garantire correttezza e trasparenza".

Bene, questo nel 2014. Ci piacerebbe sapere invece qual è il compenso attuale, visto che, come presidente, una ritoccata l'avranno fatta...

Anche il buon Gesmundo, di recente, ha parlato di correttezza e trasparenza. Alla tre giorni di Milano, svoltasi dal 5 al 7 luglio scorsi, nel corso di un suo intervento, con il vicepremier Di Maio al fianco, ha detto: "... occorre sfondare il muro delle omertà, delle omissioni e dell'incapacità a voler capire".

Giusto, giustissimo. Cominciamo allora a rendere pubblici i compensi monstre dei dirigenti coldirettiani. Riprendendo un vecchio slogan degli anni '70: "Ora e sempre, trasparenza!".

Export italiano in crescita del 16,9% nel 2018, per un valore che rappresenta il 32% del Pil e contribuisce al saldo positivo della bilancia commerciale di 44 miliardi di euro, pari al 2,2% del prodotto interno lordo. L'Italia è il nono esportatore al mondo, con una quota di mercato del 2,9%.

Sono questi gli highlight del XXXIII Rapporto Ice e dell'annuario Istat/Ice, presentati a Napoli martedì 23 luglio, alla presenza del vicepresidente del consiglio e ministro dello Sviluppo Economico, Luigi Di Maio.

Mercati mondiali e Pmi

Ad aprire i lavori Michele Geraci, sottosegretario al Mise, ma soprattutto figura cardine nella compagine di governo gialloverde, perché è a lui, economista ed esperto di Cina rientrato in Italia dopo 30 anni di assenza dietro richiesta di Matteo Salvini, che è affidata la delega concernente l'attrazione di investimenti nel nostro Paese. "I prodotti made in Italy sono quelli più soggetti a possibile contraffazione. Noi dobbiamo usare le nuove tecnologie, come ad esempio la Blockchain, per far sì che il cliente all'estero quando compra un prodotto italiano sappia da dove viene e che è genuino". Geraci ha rimarcato l'ottimo andamento del nostro export negli Stati Uniti e in Europa. "Sono territori con cui abbiamo un forte legame culturale, anche storico, che va avanti da decenni. Non andiamo bene invece in Asia e nei mercati lontani. Le nostre imprese qui stentano".

Geraci ha ricordato che le Pmi italiane sono troppo piccole per penetrare nei mercati asiatici. "Per questo abbiamo portato avanti il progetto di High Street Italia, un'esibizione permanente, accessibile alle microimprese, che consente di esporre nei mercati lontani. A novembre partirà la prima High Street Italia a Seul, poi andremo in Cina, India, Vietnam, Indonesia".

I numeri dell'export

Il presidente di Ice, Carlo Maria Ferro, si è soffermato sui numeri principali emersi dalla ricerca. "L'incidenza dell'export nelle nostre piccole/medie imprese è più alta che nel resto d'Europa. Per le aziende da 50 a 249 addetti rappresenta il 30% e per quelle da 10 a 49 addetti il 18%. Per fare un paragone, la Francia ha numeri molto più bassi: 11 e 6%. C'è invece un gap geo-economico da colmare. La disparità nella proiezione internazionale delle regioni italiane è ancora quella del 2010. Il Nord esporta il 73%, il Centro il 16% e il Sud l'11%. Tra i principali settori dell'export segnaliamo macchinari (che includono il 4.0), per il 17,7% e poi, dopo tessile, mezzi di trasporto e metalli, anche prodotti alimentari, bevande e tabacco, con il 7,6%, pari a 35.029 milioni di euro, e in crescita anno su anno del 2,5%. Gli apparecchi elettrici rappresentano il 5,2% e fanno segnare un incremento del 2,8%, computer ed elettronica sono il 3,3% e registrano un +6,7%.



ICE, LA QUIETE DOPO LA TEMPESTA

Ottimismo alla presentazione del Rapporto 2019 a Napoli. L'export cresce del 16,9% e vale il 32% del Pil. Ma alla vigilia dell'evento il presidente dell'istituto Carlo Maria Ferro ha rigettato l'executive summary per "apologia della commissione europea". Provocando le dimissioni del direttore Fabrizio Onida e del comitato editoriale.



Tecnologie contro l'italian sounding
A chiudere i lavori l'intervento di Luigi Di Maio. "Ci sono milioni di nuovi ricchi nei mercati emergenti e in particolare in Cina che vogliono mangiare bene e comprare cose di buona qualità, cioè necessariamente Made in Italy", ha ricordato il ministro.

"In particolare nell'agroalimentare c'è un'attenzione che non riguarda solo le arance. La realtà è che esiste una nuova generazione di ricchi ma anche di ceti medio che guarda al nostro Paese per il food e magari con il nuovo piano industriale di Alitalia vorrà venire in Italia.

Il ministero dello Sviluppo Economico cinese verrà in visita nelle prossime settimane e avremo



modo di affrontare il tema delle Zes (Zone economiche speciali) del Sud. C'è molto interesse a investire in queste aree, non solo da parte della Cina, ma anche degli Emirati Arabi".

Il ministro si è soffermato sul fenomeno dell'italian sounding. "Il contrasto alla contraffazione passa per nuove tecnologie come la blockchain, che garantisce tracciabilità del prodotto e consente di capire con un semplice smartphone qual è la sua provenienza. Lo stiamo sperimentando su tre filiere: tessile, alimentare e una parte della meccanica di precisione. Il falso Made in Italy è stimato in 100 miliardi di euro. Più lo contrastiamo più possiamo guadagnare".

Il commissario alla concorrenza e la guerra dei dazi

Resta sul piatto la questione della nomina del commissario europeo alla Concorrenza. Ha spiegato infatti Di Maio: "L'accordo raggiunto dal presidente Giuseppe Conte ci consentirà così di avere un commissario alla concorrenza europea italiano, che oltre ad essere italiano dovrà essere amico dell'Italia, perché non tutti gli italiani a Bruxelles sono sempre amici dell'Italia. Se posso permettermi, il lavoro che dovremmo fare con quel commissario è cercare di garantire molto di più le esportazioni. Su questo il commissario alla concorrenza italiano avrà una precisa mission, che è quella di sbloccare alcuni rapporti commerciali con gli Stati Uniti, che oggi non lo sono per effetto dei dazi. Se l'Europa potrà, nei prossimi mesi, dovrà fare il più possibile pressione affinché si raggiunga un accordo tra Stati Uniti e Cina. Se siamo in questa tempesta commerciale è per effetto di una guerra dei dazi che a noi non fa bene. Nonostante tutto registriamo un +4%, con +8% nel mese di maggio, di esportazioni. E' un dato che dobbiamo tenere presente perché siamo in uno dei momenti di tensione commerciale più grande e più alto degli ultimi anni".

L'executive summary: tutti i retroscena

Quanto è successo sul palco dell'Hotel Continental di Chia, a Napoli, è nulla rispetto ai retroscena. Alla vigilia dell'evento il presidente di Ice Ferro ha infatti bocciato clamorosamente l'executive summary del rapporto. Ferro, che è in quota al nuovo governo, ed è di nuova nomina, come il presidente Istat Gian Carlo Blangiardo, ha infatti rigettato le tesi contenute nel paper, che sottolineavano l'andamento negativo della nostra economia. E che avrebbero celebrato con sottolineature ritenute apologetiche l'operato della commissione europea (come avrebbe scritto Ferro in una mail interna). Di qui un vero e proprio terremoto nel comitato editoriale della ricerca, con le dimissioni del direttore Fabrizio Onida, già presidente di Ice, e a stretto giro dell'intero comitato, che è formato da docenti di Luiss, Ca' Foscari e Politecnico di Milano. Onida ha definito la decisione di Ferro "irrituale e offensiva" e il comitato ha rimarcato la necessità di poter operare in autonomia, pronunciando un "no ad analisi piegate alle logiche di una parte politica". Poi, complice forse il gran caldo, il mare di via Partenope e anche il taglio del dibattito seguito alla presentazione dei dati e totalmente incentrato sulla questione del Mezzogiorno, la bagarre interna all'istituto è stata di fatto il convitato di pietra dell'evento. Aleggiante nell'aria ma mai chiamata in causa, se non da un passaggio della presentazione di Blangiardo, che ha ricordato come tanto l'export di merci quanto la quota di mercato italiana nelle esportazioni a livello globale siano in decelerazione.

Andrea Dusio

ARTUSI PASTIFICIO ITALIANO
www.pastificioartusi.com



CAPPELLACCI CON BRANZINO E PATATE

Tortellone fatto a mano prodotto con uova fresche da galline allevate a terra, semola di grano duro di origine italiana e farina 00 2 passi, ricotta fresca di latte italiano e branzino cotto al forno con patate fresche.

Packaging
300 gr / 1000 gr.
 Shelf life
45 gg.

PASTIFICIO ATTILIO MASTROMAURO GRANORO
www.granoro.it



FUSILLI "BIOGRANORO" VARIETÀ SENATORE CAPPELLI

La pasta BioGranoro di varietà Cappelli, così come il grano da cui deriva, ha eccellenti qualità nutrizionali, contiene quantità elevate di aminoacidi, vitamine e minerali e ha un'ottima consistenza e tenacità dopo la cottura. Nasce dalla filiera di grano duro varietà Cappelli Sis (Società italiana sementi): solo seme certificato e tracciato, dalla semina fino alla produzione della pasta. 100% da agricoltura biologica italiana.

Caratteristiche
Trafilata al bronzo per un'ottima consistenza dopo la cottura. Colore giallo oro e profumo intenso, tipici del grano duro dorato dal sole che la rendono inconfondibile.

Packaging
500g - Sacchetto in carta accoppiata - 100% riciclabile carta.
 Shelf life
36 mesi dalla data di confezionamento.

LA LANTERNA
www.lanterna.it



LASAGNE CON PASTA VERDE ALLA BOLOGNESE

Tra i prodotti più conosciuti al mondo, le lasagne fanno parte della storia culinaria emiliana. Costituite da strati di sfoglia all'uovo preferibilmente verde perché im-pastata con gli spinaci, ragù alla bolognese, besciamella e parmigiano reggiano grattugiato. Sono cotte al forno e vanno servite calde.

Shelf life
500 g. Confezione vaschetta: mm. 187x137x36.
Buste mm 200x300.
 Shelf life
30 gg.

PAGANI INDUSTRIE ALIMENTARI
www.tortellinipagani.com



TORTELLINI PAGANI CON PROSCIUTTO CRUDO

Nei Tortellini Pagani, prodotti secondo le antiche tradizioni ricette, rivivono le squisite specialità gastronomiche della cucina d'un tempo. Da oltre novant'anni la Pagani assicura un'ottima conservazione dei suoi Tortellini per oltre 12 mesi, grazie ad un particolare procedimento totalmente naturale di disidratazione. I Tortellini Pagani hanno un'eccezionale resa in cottura, aumentando di quasi tre volte il loro volume.

Shelf life
250 g.
 Shelf life
12 mesi.

PASTA BERRUTO
www.pastaberruto.it



BERRUTO PASTA CUP

Solo da una grande esperienza e una vera passione nasce Berruto Pasta Cup. Berruto Pasta Cup è stata selezionata da consumatori italiani e si presenta in cinque gustose ricette: Fusilli al pesto, Fettuccine alla carbonara, Maccheroncini pomodoro e mozzarella, Penne all'arrabbiata e Tagliatelle ai funghi.

Berruto utilizza solo ingredienti di alta qualità, non c'è glutammato aggiunto, né olio di palma. Senza coloranti, senza conservanti, 100% made in Italy.
 Packaging
70 g.
 Shelf life
14 mesi.

MOLINI PIVETTI
www.molinipivetti.it



ROSA - FARINA DI GRANO TENERO

Pensata per la produzione di pasta fresca tradizionale, ripiena e all'uovo, è una farina perfetta per essere lavorata sia a mano che a macchina. Consente di ottenere impasti all'uovo sempre gialli e brillanti, con un colore intenso che si mantiene tale anche dopo giorni, senza mai ingrigire. Ideale per la ristorazione, resiste alla doppia cottura e all'abbattimento.

Packaging
Sacco 25 Kg e 5 Kg.
 Shelf life
365 gg.

PROBIOS
www.probios.it



FUSILLI DI RISO

I Fusilli di Pasta di riso sono una nuova specialità di pasta a base di farina di riso senza glutine. Tengono molto bene la cottura e sono adatti alla preparazione di primi piatti ideali per tutta la famiglia, comprese le persone dalle specifiche esigenze alimentari. Biologici, privi di glutine, mutuabili dal Sistema sanitario nazionale, sono confezionati in pack da 400 grammi. Fanno parte della stessa linea anche i Maccheroncini di Riso.

Packaging
400 g.
 Shelf life
36 mesi.

RISO SCOTTI
www.risoscotti.it - www.risoscotti.biz



INTEGRALI 10' - ORO INSALATE

Integrali 10' - appartenente alla gamma Oro Insalate, che comprende anche Gran Nero 10' e Basmati 10', è ideale per un'insalata di riso non convenzionale. Oro Insalate Integrati 10', infatti, abbinano il gusto pieno del riso rosso al sapore intenso del riso integrale e alla fragranza del riso parboiled. Si presenta come una miscela di risi colorati che conferisce fantasia e un tocco di colore a ricette fresche ed estive, facili e veloci da preparare (pronte in soli 10 minuti).

Packaging
Astuccio con sacchetto sottovuoto da 850 g.
 Shelf life
26 mesi dalla data di confezionamento.

La fiera più distintiva
delle eccellenze italiane di qualità

golosaria

IL CIBO CHE CI
CAMBIA



QUATTORDICESIMA EDIZIONE

26, 27, 28 OTTOBRE 2019

MiCo MILANO CONGRESSI

viale Eginardo ang. via Colleoni - Gate 3
MM5 Lilla fermata Portello

**Accreditati per l'ingresso gratuito
scrivendo a relazioniesterne@golosaria.it**

visita il sito golosaria.it