

MADE IN ITALY



ANNO 9 - NUMERO 5 - MAGGIO 2020
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

*Grano Saraceno:
una tradizione diventata
passione.*



✓
**Biologico
e Convenzionale**

✓
**Senza
Glutine**

✓
**Senza
OGM**

✓
**Senza
Allergeni**

MOLINO
FILIPPINI
VALTELLINA

www.molinofilippini.com

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Media (MB) - Tel. +39 0362 600463/45/9 Fax. +39 0362 600616 -
Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 18 del 12 gennaio 2011 - Poste Italiane S.p.A. - Spediz. in Abbonamento Postale - 70% - LOM -
Stampa: Ingraph - Seregno (MB) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano/Rosario per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

MADE IN ITALY

Cous Cous, il nuovo primo piatto.

PRONTO IN
5
MINUTI

Cous Cous ad hoc:
scegli la materia prima
e l'imballaggio.

Filiera controllata:
dalla semina
alla raccolta.

Produciamo biologico
da oltre 30 anni.

Senza allergeni
e prodotto in un impianto
dedicato.



Buono e povero di grassi.

Non più solo piatto etnico e non più solo di frumento: oggi il Cous Cous si presenta come un primo completo al pari di pasta e riso. Nasce così la nostra nuova linea di Cous Cous: referenze tutte senza glutine e disponibili sia nei marchi biologici sia in quelli convenzionali. Adatti all'alimentazione di tutti, sono realizzati con materie prime ricche di proprietà nutritive come il Grano Saraceno o i Legumi.



A
ALIMENTANDO.INFO
IL QUOTIDIANO
DEL SETTORE ALIMENTARE

SOCIAL METER
La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia. Fidejazione del 05/05/2020. Fonte: Tespi Mediagroup

Facebook	FOLLOWER	Instagram	FOLLOWER	Twitter	FOLLOWER
CATENA		CATENA		CATENA	
1 Carrefour Italia	11.340.953	1 Lidl	572.000	1 Carrefour Italia	95.446
2 Lidl	2.203.341	2 Eurospin Italia	174.000	2 Lidl	31.776
3 Conad	1.017.955	3 Esselunga	145.000	3 Coop Italia	28.131
4 Eurospin Italia	1.010.895	4 Mld	64.400	4 Conad	27.965
5 Esselunga	764.866	5 Carrefour Italia	47.100	5 Gruppo Végé	25.488

A
ALIMENTANDO.INFO
IL QUOTIDIANO
DEL SETTORE ALIMENTARE

DS

DOLCISALATI
& CONSUMI

ANNO 9 - NUMERO 5 - MAGGIO 2020
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

Edizione EdizioniTurbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20021 Melegnano (MI) - Tel. +39 02 62 600463/4/5/9 Fax. +39 02 62 600616 - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 18 del 12 gennaio 2011 - Poste Italiane S.p.A. Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 Comma 1 - L.03/11 - Stampa: Ingraph - Seregno (MI) - In caso di mancato recapito inviare al CNR di Milano Rosario per la restituzione al mittente: previo pagamento resi.

GUIDA BUYER



Speciale farine e cereali

L'industria molitoria nazionale trasforma annualmente cinque milioni e 400mila tonnellate di frumento tenero. Usato per produrre farina per circa quattro milioni di tonnellate. Destinate per il 65% alla realizzazione di pane e sostituti del pane. E per il 35% ad altri usi come: biscotteria, pizza, dolci, pasticceria. Nelle pagine seguenti, una panoramica sull'offerta da mettere a scaffale.

Da pagina 20 a pagina 24

L'evento **Nasce Cibus Forum** A pagina 31

Nasce Cibus Forum

Rinvio al 2021 il salone dell'alimentazione parmense. Che lascia spazio, il prossimo 2 e 3 settembre, a un evento internazionale intitolato 'Food&beverage e Covid: dalla transizione alla trasformazione'. Al via anche 'My Business Cibus', piattaforma di matching digitale.

Primo piano

Sangalli: "Chiediamo una moratoria fiscale per tutto il 2020"

Il presidente di Confindustria fa il punto in vista della riapertura totale degli esercizi. E quantifica il rischio che il nostro Pil perda, alla fine dell'anno, il 7,9%. Pari a 130 miliardi di euro.

GRANDE ESCLUSIVA



A pagina 14

Tecnologie

IMA: al servizio del confectionery

Il gigante bolognese presenta soluzioni di confezionamento e di processo sempre più sostenibili, compatte e intuitive. Intervista a Daria Lolli (divisione Active) e Fabio Tozzi (divisione Gima).

A pagina 26

ZOOM

NEWLAT COMPRA CENTRALE DEL LATTE D'ITALIA

Grazie all'ultima operazione finanziaria, il gruppo avvia un consolidamento nel mercato lattiero caseario italiano. E sale sul podio dei principali player del settore.

Alle pagine 28 e 29



IL FATTO

I FINANZIAMENTI 'TRAPPOLA' DEL GOVERNO



Il premier Giuseppe Conte annuncia 400 miliardi di liquidità per le imprese. Ma sono solo prestiti. Dove l'ultima parola spetta alle banche. Con in più un comma beffardo...

A pagina 19

Focus on

Ripartire con creatività

Per supportare la ripresa di ristoranti e imprese, Paolo Massobrio (ilGolosario) promuove iniziative concrete e innovative. Dal 'Sostenisario', il sito che offre servizi per lo sviluppo sostenibile del settore food&wine, fino alla guida delle attività che hanno avviato l'home delivery.



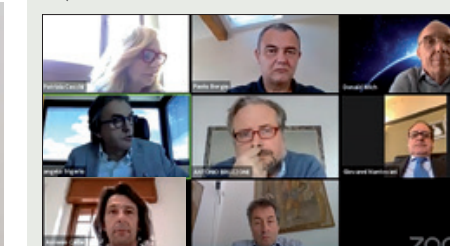
A pagina 30

ALL'INTERNO

• I bollettini di alimentando.info

WEBINAR

FIERE: QUALE FUTURO?



Ripartire, ma in sicurezza. Un coordinamento europeo, capace di garantire un'equa concorrenza tra i player. Le problematiche relative alla presenza di buyer dall'estero. Gli highlights della tavola rotonda organizzata da Alimentando.

Da pagina 15 a pagina 17

Crai

"La prossimità è un valore condiviso"

La riscoperta dei negozi di vicinato al tempo del Coronavirus. Parola a Marco Bordoli, amministratore delegato della catena.



A pagina 27

Coralis

Tornano i negozi 'come una volta'

Nuove sfide per un consorzio in continua evoluzione. Parla Eleonora Graffione, presidente del gruppo distributivo.



A pagina 18

TREND

INFLUENCER, PROFESSIONISTI MA NON SOLO

A pagina 25

Coraggio e dignità

Il Banco Alimentare lo conoscono tutti. Nato da una geniale intuizione di Don Luigi Giussani (fondatore di Comunione e Liberazione) e Danilo Fossati, proprietario della Star, nel marzo del 1989, è diventato un punto di riferimento assoluto per la distribuzione di cibo per i poveri. Oggi vanta 21 sedi regionali che, ogni anno, distribuiscono a 7.569 strutture, oltre 90mila tonnellate di prodotti alimentari. Tutti gli anni, in novembre, si svolge poi la Colletta Alimentare che coinvolge molte strutture della distribuzione organizzata. Una giornata nei supermercati di tutta Italia dedicata alla raccolta di prodotti di vario genere e tipo.

Conosco bene questa fondazione. I miei due figli, ogni 15 giorni, portano ad alcune famiglie indigenti il pacco alimentare, un cartone che contiene generi di prima necessità. Una volta mi hanno coinvolto. C'era una famiglia che aveva bisogno di riscaldare la sua casa. Utilizzavano delle stufette elettriche ma non bastavano. Avevo in cantina una vecchia stufa a legna, ancora funzionante, che non usavo più. Con l'aiuto di alcuni ragazzi la consegnammo.

Vivevano in Brianza, la casa fredda e inospitale, con grandi macchie di umidità alle pareti. Lei andava a fare le pulizie da famiglie del paese. Lui era disoccupato e si arrangiava un po' con l'orto. Erano sotto sfratto. Non avevano pagato più il mutuo da quando lui era stato licenziato.

L'accoglienza fu calorosa. In una stanza, che fungeva da cucina e sala, la televisione era sempre accesa. Trasmetteva programmi per bambini, i più amati dalla signora. Un caffè e quattro chiacchiere. Grande povertà ma anche grande dignità. Un piccolo particolare: avevano quattro pappagalli. Che, a un certo punto, si misero a volarmi intorno vorticosamente. Immaginate la scena...

Come loro ci sono in Italia tante altre situazioni simili. Aggravate dall'emergenza Covid 19. Numerose le segnalazioni che giungono al Banco Alimentare.

“Cosa devo fare? Ho una bambina di quattro anni e un bimbo di 5 mesi. Mio marito a causa del coronavirus non sta lavorando. Vi ringrazio se mi aiutate”.

“Sono Marta vi chiedo aiuto per una nonnina di 89 anni rimasta sola con la sua badante. Vi prego aiutatela con qualche prodotto. Vi ringrazio di cuore e andrà tutto bene”.

“Vi scrivo perché sono in una situazione critica. Siamo io e mia moglie. Da tre anni non riesco a trovare un lavoro stabile e mi sono sempre arrangiato con lavori saltuari. Mia moglie faceva le pulizie quando capitava. Siamo in condizioni pietose perché siamo rimasti con pochissimi soldi e per paura di restare senza non compriamo nulla da tempo. Riuscite ad aiutarci per favore?”.

“Mi chiamo Luca. Sto passando un bruttissimo periodo di indebitamento. L'azienda dove lavoro non ha pagato lo stipendio. Chiedo solo un aiuto alimentare; non ho nessuno che mi aiuti, è la prima volta che chiedo aiuto ma in casa non ho nulla da mangiare. Se potete solo indicarmi a chi rivolgermi, ve ne sarò grato”.

“Non possiamo mangiare. È umiliante dover parlare sempre di povertà e di aiuti, ma devo farlo, non tanto per me, quanto per i miei due figli. Se qualcuno ha la possibilità di poterci aiutare, gliene saremo grati”.

L'elenco potrebbe continuare a lungo. Tali e tanti sono i messaggi e le segnalazioni che giungono alla varie sedi del Banco Alimentare. A conferma che l'emergenza Covid 19 sta scavando un profondo solco di bisogni e solitudini. Ma ci vuole coraggio per chiedere aiuto, coraggio e dignità. Due parole che segnano l'esistenza.

“Questo è il volto vero delle vecchie e nuove povertà”, sottolinea Giovanni Bruno, presidente del Banco Alimentare. “Insieme a quegli uomini e a quelle donne impariamo ogni giorno di più la bellezza del poter donare. Questo è il motivo per cui non ci siamo mai fermati e continueremo il nostro cammino”.

E' una provocazione anche per noi. Lo dico agli uomini e alle donne delle aziende e della distribuzione che numerosi ci leggono. Non dimentichiamoci di loro. In molti hanno già attuato e portato avanti numerose iniziative col Banco. Non bisogna fermarsi. I bisogni e le necessità aumenteranno. Non so i pappagalli...



Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo S.r.l. by Tespi Mediagroup
Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23 20821
Meda (MB)
Tel. +39 0362 600463/4 - Fax. +39 0362 600616
e-mail. info@tespi.net

Periodico mensile - Registrazione al Tribunale
di Milano n. 18 del 12 gennaio 2011.
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158
del 21 aprile 2005.

Poste Italiane SpA
Spedizione Abbonamento Postale
D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004
Art. 1 Comma 1 - LO/MI

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Periodico mensile
Anno 9 - numero 5
maggio 2020

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Prezzo di una copia 1,55 euro -
arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 25,00 euro
via ordinaria.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l. Responsabile dati: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spetanze.

Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyTo-Business, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.hitechweb.info, www.technospa.it.

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 18 maggio 2020

Laica

AMORE PER IL CIOCCOLATO
1946 ARONA ITALIA

**CIOCCOLATO
PER TUTTI I GUSTI**



LAICA S.p.A.
Via Vittorio Veneto 102, 28041 Arona - NO - ITALY
Tel. +39 0322 235111 - Fax. +39 0322 235136
www.laica.eu

Il Pagellone ai tempi del Coronavirus

OSCAR FARINETTI

L'imprenditore Oscar Farinetti ha una lunga storia professionale. Prima Unieuro, poi Eataly, adesso un progetto Green. In aprile rilascia un'intervista a Il Fatto Quotidiano. A un certo punto il discorso va sulla patrimoniale, il contributo di solidarietà lanciato da alcuni parlamentari del Pd. "Il problema è il nome. Sentiamo patrimoniale e mettiamo mano alla pistola. Allora chiediamo a qualche creativo di cambiare nome e proseguiamo sulla strada più naturale e conveniente per noi", sottolinea Farinetti. "Ma dev'essere una norma che ci obblighi. Un po' come fece Giuliano Amato nel 1992". I più giovani non lo ricordano. Invece chi ha i capelli grigi se lo ricorda eccome. Nottetempo, di domenica, il premier entrò di soppiatto nei conti correnti degli italiani prelevando il 6 per mille dalle somme presenti. Un esproprio di Stato che oggi l'Oscar nazionale vuole riproporre.



VOTO

3

IL MINISTRO GUALTIERI

In aprile era andato a Bruxelles con due ordini ben precisi: "No Mes, sì Eurobond". Erano in tre: lui (che assomiglia molto a Furio, il personaggio di Verdone, ve lo ricordate: "Magdaaaa..."), David Sassoli e Paolo Gentiloni. I tre dell'Ave Maria. Ne sono usciti a pezzi. Nessuna concessione agli Eurobond e un Mes che ci porterà solo 35 miliardi. Due a zero palla al centro. Non solo, era anche quello che aveva detto: "Per il Coronavirus nessuno perderà il posto di lavoro". Peccato che le cifre sui prossimi disoccupati appaiono spaventose, forse un milione. Che torni a suonare la chitarra... Menestrello.



VOTO

3

IL MINISTRO SPERANZA

Quando lo vedi in Tv ti viene in mente Dante Alighieri: "Lasciate ogni Speranza a voi che entrate". In effetti gli interventi del ministro della Salute sembrano provenire dall'Inferno dove c'è: "Pianto e stridor di denti". Il tono è monacorde, sempre uguale: "Dovete restare chiusi in casa". Mai una gioia.

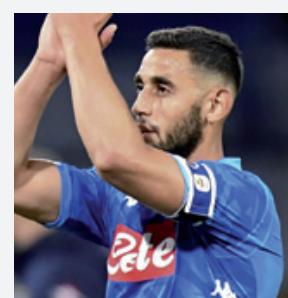


VOTO

4

FAOUZI GHOULAM

E' accaduto un sabato mattina in piazza Garibaldi a Napoli. Una Ford Kia grigia arriva in piazza: nel portabagagli ha tantissime buste azzurre piene di spesa da donare agli immigrati, anche loro travolti dalla crisi per l'emergenza Covid-19. I prodotti alimentari nelle buste le ha acquistate il calciatore Faouzi Ghoulam, direttamente dai grossisti. Il campione non si è presentato direttamente in pubblico, ma qualcuno dice di averlo visto, con guanti e mascherina. Non voleva farsi riconoscere, ma controllare soltanto che tutto andasse per il verso giusto, con la discrezione che da sempre lo caratterizza, senza farsi pubblicità. Ovviamente, appena si è sparsa la voce, la gente si è riversata in massa in piazza, rischiando di creare pericolosi assembramenti. Fortunatamente la polizia è intervenuta e ha messo ordine fra la gente. In questo modo Ghoulam è riuscito ad aiutare circa 1.400 famiglie in difficoltà. E non è certo la prima volta: il martedì prima aveva aiutato altre 600 persone.



VOTO

8

GIANLUCA BACCHETTA

I ristoratori e altri esercenti sono in rivolta nei confronti del Decreto che non ha dato loro la possibilità di riaprire subito. A evidenziare la sofferenza di liberi professionisti e gestori, ci ha pensato Gianluca Bacchetta, il sindaco di Divignano, in provincia di Novara, e proprietario di un ristorante. Il temerario sindaco ha deciso di percorrere 600 km a piedi per comunicare al presidente del Consiglio l'inadeguatezza delle norme a sostegno degli imprenditori, e per restituire a mano i 600 euro del bonus Inps. Come riporta La Repubblica, Bacchetta ha pensato bene come giustificarsi, qualora le Forze dell'Ordine avessero chiesto il motivo della sua uscita, dicendo: "Sto andando a consegnare a un mio cliente di Roma una birra media, ho l'autocertificazione e il messaggio su WhatsApp che lo attesta. Anche 3,50 euro in questo momento sono importanti". La sua è una semplice forma di protesta contro, a suo dire, l'inadeguatezza di ciò che sta accadendo nei confronti dei ristoratori e non solo.

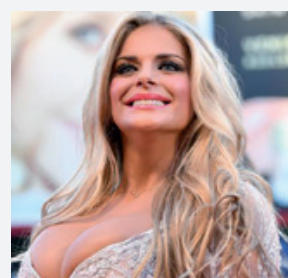


VOTO

7

FRANCESCA CIPRIANI

La fase 2 è cominciata anche per la showgirl Francesca Cipriani, tornata per le vie di Milano a caccia di mascherine. Nel recarsi alla farmacia, però, la soubrette ha documentato, attraverso alcuni video pubblicati sui social, una situazione a dir poco surreale: kebabari aperti, ma bar e pizzerie italiane chiuse. La riapertura al pubblico di negozi, bar e ristoranti è prevista nella fase 3 (presumibilmente a partire dal 1 giugno), e dal 4 maggio, gli esercenti hanno la possibilità di riaprire in modalità di vendita da asporto e a domicilio. Ad alzare le saracinesche però, al momento, sono stati per lo più venditori di kebab e alimentari etnici. La Cipriani ha commentato con sdegno la situazione: "Kebab e pizza, loro sono aperti, però i bar italiani sono chiusi, come mai? Se io voglio comprarmi un toast o un gelato è chiuso, quindi solo un kebab potete mangiare, complimenti! Venite a mangiare il kebab a Milano... che bell'Italia".



VOTO

7

TUTTOFOOD MILANO

International Food Fair



fieramilano 17-20 may 2021

Adding value to taste

MEAT/GROCERY/SEAFOOD/DAIRY/FRUIT/WINE/DRINK/SWEET/HEALTH
/DIGITAL/PASTA/OIL/FROZEN/WORLD/SERVICES&MISCELLANEOUS

ITA
ITALIAN TRADE AGENCY



FIERA MILANO

Maggio 2020

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia.

Facebook	
CATENA	FOLLOWER
1 Carrefour Italia	11.340.953
2 Lidl	2.203.341
3 Conad	1.017.955
4 Eurospin Italia Spa	1.010.895
5 Esselunga Spa	764.866
6 Auchan Retail Italia	528.638
7 Md Spa	313.530
8 Unes	294.340
9 Despar Italia	264.561
10 Coop Italia	200.057
11 Tuodi	185.852
12 Crai	173.756
13 Pam Panorama	156.687
14 Bennet	141.261
15 Ecomaturasi Spa	133.245
16 Il Gigante	109.067
17 Coop Italia - Coop Lombardia	97.671
18 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	88.626
19 In's Mercato Spa	82.556
20 Ali	69.252
21 Rossetto Trade Spa	56.556
22 Agorà Network - Tigros	47.344
23 Coop Italia - Nova Coop	43.395
24 Coop Italia - Coop Centro Italia	39.039
25 Agorà Network - Iperal	28.858

Instagram	
CATENA	FOLLOWER
1 Lidl	572.000
2 Eurospin Italia Spa	174.000
3 Esselunga Spa	145.000
4 Md Spa	64.400
5 Carrefour Italia	47.100
6 Auchan Retail Italia	44.800
7 Conad	39.600
8 Coop Italia	37.300
9 Sun Ce.Di Gros Scari	28.800
10 Gruppo Végé	25.900
11 Agorà Network - Tigros	17.300
12 Pam Panorama	12.300
13 Bennet	9.545
14 Despar Italia	9.361
15 Crai	8.617
16 Ali	7.904
17 In's Mercato Spa	7.093
18 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	6.620
19 Il Gigante	4.652
20 Coop Italia - Unicoop Tirreno	3.871
21 Metro Italia Cash And Carry	3.311
22 Agorà Network - Iperal	3.186
23 Coop Italia - Coop Liguria	3.002
24 Coop Italia - Nova Coop	2.779
25 Coop Italia - Coop Centro Italia	2.471

Twitter	
CATENA	FOLLOWER
1 Carrefour Italia	95.446
2 Lidl	31.776
3 Coop Italia	28.131
4 Conad	27.965
5 Gruppo Végé	25.488
6 Tuodi	14.705
7 Unes	11.604
8 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.423
9 Eurospin Italia Spa	5.454
10 Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.490
11 Coop Italia - Nova Coop	3.709
12 Gruppo Selex	2.735
13 Ali	2.314
14 Despar Italia	2.286
15 Consorzio Coralis	2.244
16 Coop Italia - Coop Lombardia	1.798
17 Bennet	1.675
18 Coop Italia - Coop Casarsa	1.231
19 Coop Italia - Coop Liguria	522
20 Agorà Network - Sogegross	489
21 Metro Italia Cash And Carry	364
22 Coop Italia - Coop Reno	328
23 Crai	270
24 Rossetto Trade Spa	99

Rilevazione del 05/05/2020.
Fonte: Tespi Mediagroup

Lettere al direttore

angelo.frigerio@tespi.net

Pubblichiamo le mail e i messaggi arrivati in redazione. Uno spaccato di situazioni fra le più varie e disparate (oltre che disperate). Una tribuna libera e indipendente. E' la prima linea di questo nostro mercato.

CONTRARIO AD APRIRE I RISTORANTI

Gentile direttore, sono un ristoratore contrario alla riapertura dei locali. Aprire un'attività di ristorazione, come la mia che è prettamente stagionale e basata esclusivamente sul turismo, significherebbe suicidarsi.

Se lo Stato afferma "potete aprire", significherebbe che esso si laverebbe le mani, e noi dovremmo attivare tutti quei costi che un'attività ha nell'immediata apertura (luce, acqua, gas, affitto, personale seppur minimo da integrare e molto altro) e adottando inoltre il distanziamento sociale (ovviamente) ridurrebbe oltre la metà il bacino d'utenza, che in qualsiasi caso non sarà possibile in quanto oltre 25 milioni di turisti stranieri quest'anno non metteranno piede nel nostro Paese. Ciò non permetterebbe il sostentamento di un'attività, non solo come la mia, ma anche tante altre. Personalmente non riuscirei a pagare uno chef, un aiuto cuoco, un lavapiatti, un cameriere e tutti i rispettivi contributi, la materia prima di consumo e tutti i relativi costi fissi di luce, gas e acqua che bisogna avere sempre attivi a pieno regime, anche non avendo clienti. Senza contare che prima o poi arriverà chi di dovere a riscuotere Iva, Hccp, consulenza, affitto, gestione... e i conti son fatti!

Lo Stato dovrebbe dare la possibilità di scegliere, perché le attività non sono tutte uguali, esempio: una pizzeria potrebbe funzionare. Lavorerebbe con il locale e potrebbe incrementare l'incasso con le consegne a domicilio riuscendo così a coprire i costi. L'imprenditore, invece, facendo due calcoli, capisce che non riesce a pagare i costi, e non può aprire. Qui dovrebbe intervenire lo Stato, sostenendo l'attività evitandone il fallimento.

Secondo me non sarà più come prima, è troppo presto riaprire. A meno che si riaprirà tutto, compresi voli aerei e togliendo le restrizioni, appoggiandosi al buonsenso delle persone sull'uso di mascherine, guanti, sanificazioni e tutto quello che serve per evitare il contagio. Ma ripeto, senza restrizioni. Grazie per la sua considerazione.

Oscar
Ristorante Al Tramonto - Pantelleria

PERPLESSI E RASSEGNA TI

Buongiorno direttore, leggo del sondaggio ristorazione e ti dico la mia. Forse sai, e se non sai adesso saprai, che abbiamo una pizzeria ristorante. Immobile e terreno di proprietà, 200 posti complessivi, zona non proprio baciata dal turismo più prospero ma con un campeggio adiacente che un po' di lavoro lo porta. Attività che non porta utili contrariamente a quanto la gente può pensare e problema cronico è la liquidità. Sembra controsenso ma purtroppo è così.

Sugli argomenti del sondaggio:

- Se ci fosse un fondo perduto dallo Stato ovviamente sarebbe il benvenuto. Di questi tempi sarebbe manna.
- Abbiamo bloccato rata mutuo e F24. Chiaramente questo blocco dovrebbe andare ben oltre il 30 giugno prossimo, almeno fino a fine anno.
- Fondamentale l'estensione della Cigo almeno fino alla riapertura, altrimenti è un bagno di sangue. I nostri dipendenti sono tutti in Cigo.
- Consegne a domicilio, come vedrai anche sotto, molto bene.
- Diciamo no alla riduzione dei prezzi, semmai andrebbero rialzati visto gli extra costi. Diciamo che rimarranno fermi.
- Diciamo no alla riduzione del menu, anzi, servono secondo noi alcune novità.

Chiusi come tutti dal 10 marzo scorso abbiamo "riaperto" prima di Pasqua con la consegna a domicilio di pizze e dal prossimo 1° maggio aggiungeremo anche qualche piatto di cucina.

La gente ha molto apprezzato, e questa cosa ci sta portando un po' di ossigeno, per fortuna. Speriamo così di poter fare a meno delle elemosine da indebitamento di Stato...

Per la riapertura (troppo tardiva ovviamente) avremo qualche piccola novità nel reparto pizze con un nuovo impasto più alto di spessore e naturalmente le immancabili misure di igienizzazione. In più continueremo il servizio a domicilio perché riteniamo che non tutti verranno a mangiare in mensa.

Un ristoratore trentino

PepsiCo dona all'Italia 700mila dollari

PepsiCo, colosso food&beverage, scende in campo a supporto delle persone più colpite dalla crisi socio-economica innescata dall'emergenza Coronavirus. E lo fa con un contributo di 700mila dollari, equivalenti a più di 642mila euro, destinati ai gruppi sociali più vulnerabili in Italia. Nel dettaglio, PepsiCo ha donato 200mila dollari (184mila euro) a Croce Rossa Italiana per l'acquisto di dispositivi di protezione individuale per gli operatori sanitari. Parte della donazione è andata a sostegno del progetto "Il tempo della Gentilezza", sempre di Croce Rossa, che prevede un potenziamento su tutto il territorio nazionale dei servizi per le persone più in difficoltà e con maggior fragilità sociali e sanitarie. Servizi che includono la consegna della spesa a domicilio, la consegna di farmaci e di altri beni di prima necessità, il trasporto socia-

Per Sacmi Packaging&Chocolate la fiera diventa virtuale

Sacmi Packaging & Chocolate, la divisione del gruppo Sacmi dedicata alle tecnologie per il dolciario, invita i propri clienti ad accedere a un "virtual booth" per scoprire le ultime novità a marchio Carle&Montanari, OPM e FIMA. Prodotti che avrebbero dovuto essere presentati a maggio in occasione di Interpack, il salone internazionale del packaging, che a causa dell'emergenza sanitaria da Coronavirus è stato invece rimandato a febbraio 2021. "L'appuntamento è dal 25 al 29 maggio, quando tutti i clienti potranno immergersi nel virtual booth Sacmi Packaging&Chocolate semplicemente iscrivendosi già da ora sulla pagina Interpack Virtual Booth dedicata", fa sapere l'azienda.



Lo stand è organizzato in aree, ciascuna dedicata a una specifica industry: per il mondo del cioccolato, novità sul versante della lavorazione e del modellaggio fino a una soluzione di packaging integrata per l'incartamento, il flow-wrapping e il confezionamento secondario. Per il confectionery, una nuova proposta di packaging per caramelle; mentre per il bakery una soluzione integrata di packaging "from oven to case", fino alle tray formers Sacmi, trasversali a più industries food e non food. Tutti i clienti registrati avranno la possibilità di partecipare a sessioni dedicate alle singole soluzioni, oltre a incontri one-to-one con specialisti per conoscere più nel dettaglio le diverse macchine.

Si è spento Tonino Bocconcella, titolare della ditta Due Emme

Si è spento all'età di 69 anni l'imprenditore dolciario Tonino Bocconcella, titolare della ditta Due Emme di San Vito Chieti (Ch). L'imprenditore era ricoverato all'ospedale dell'Aquila. Bocconcella lascia la moglie Rosetta e i due figli Massimo e Marco, con i quali gestiva l'azienda fondata nel 1998. La notizia si è sparsa velocemente in paese ed è stata confermata dal sindaco, Emiliano Bozzelli, con un messaggio pubblicato sulla pagina Facebook del Comune: "Il sindaco e l'amministrazione comunale si uniscono con grande partecipazione al lutto della famiglia, che, per le circostanze, è un lutto per tutta la comunità".

Italpizza supera l'esame degli Ispettori del lavoro

A tutela dei lavoratori, gli Ispettori della Medicina del lavoro dell'Ausl di Modena hanno eseguito dei controlli nelle imprese del territorio per verificare la corretta applicazione delle misure di contenimento e prevenzione dal rischio di diffusione del Coronavirus. Come previsto dal provvedimento emesso dal Governo il 24 aprile scorso. La visita ispettiva è toccata anche a Italpizza, azienda modenese specializzata nella produzione di pizze surgelate e non che conta oltre mille lavoratori, i quali, dopo un approfondito sopralluogo, hanno potuto verificare l'adeguatezza delle misure previste dal Protocollo di sicurezza interno e la loro corretta applicazione. Andrea Bondioli, direttore generale dell'azienda, ha dichiarato: "Aver superato a pieno questa prova è per noi motivo di grande orgoglio e una rassicurazione in più per i lavoratori". Tempestività d'azione, efficacia delle misure e rigidità nell'applicazione sono state le strategie che hanno permesso a Italpizza di essere una delle prime aziende in Italia nell'aver adottato in modo così rapido un Protocollo di sicurezza particolarmente esigente. Un vanto che Italpizza ha deciso di trasformare in uno spot lanciato in questi giorni sulla rete televisiva nazionale Nove del circuito Discovery.

Francia: successo per la promozione di prodotti nazionali

La filiera alimentare, riferisce una nota dell'Ice, ha resistito in tempi di emergenza sanitaria, secondo quanto dichiara Jacques Creyssel, presidente della Federazione francese del commercio e della distribuzione. "Non c'è stata alcuna carenza alimentare e nessun negozio è stato chiuso; la Gdo ha permesso ai francesi di continuare a mangiare in condizioni eccezionali. La grande distribuzione ha dato vita a belle azioni di solidarietà come la promozione di prodotti francesi, fragole, asparagi, agnello, pesce per sostenere i nostri agricoltori". Creyssel ha inoltre aggiunto: "La crisi ha messo in luce sia l'esigenza pressante per la Francia di mantenere e rafforzare la sua sovranità alimentare, sia la natura essenziale dei pacchi di distribuzione, qualunque sia il loro formato". Il calo delle visite ai negozi di alimentari, soprattutto quelli più grandi, è fonte di preoccupazione. Così come preoccupano il crollo del turismo e la chiusura di bar e ristoranti. Per quanto riguarda i prezzi, non vi è stato alcun aumento dall'inizio della crisi, se non per i prodotti ortofrutticicoli, che rappresentano circa l'1,5% del consumo in Francia. Un aumento dovuto alla forte promozione dei prodotti francesi, più cari di quelli esteri.

Fiera di Colonia: Ism prolunga al 31 maggio 2020 la promozione early bird

Per concedere agli espositori maggiore flessibilità e libertà di programmazione, il salone internazionale del dolciario e degli snack prolunga di un mese, e quindi fino al 31 maggio, la promozione early bird per le prenotazioni di stand. "Come tutte le rassegne internazionali nell'era post Coronavirus anche Ism sarà fondamentale per indicare ai settori coinvolti soluzioni e trend a garanzia del successo futuro", spiega in una nota l'ente fiera, oggi impegnato a studiare format idonei e nuove soluzioni digitali e creative per promuovere una rapida ripresa del settore. "Con riferimento a tutte le nostre fiere in ambito food e food-tec stiamo attraversando una fase di scambio attivo e costruttivo con i nostri clienti", sottolinea Anne Schumacher, vice presidente per la divisione Food e Food Technology di Koelnmesse. "Riteniamo che proprio adesso sia vitale condividere le best practice per affrontare le sfide del momento; solo grazie allo scambio reciproco sapremo creare soluzioni in grado di soddisfare le aspettative in continua evoluzione".



Mautino
Dal 1949
BISCOTTIFICIO

Dolcemente e Sapori della tradizione

Made in Italy
CERTIFICATE
THE ORIGINAL
BISCOTTIFICIO MAUTINO DAL 1949 - al n. 17011712195-0001

Biscottificio Mautino s.r.l.
Via Nazionale, 11 • 10020 Cambiano (TO) - ITALIA • Tel. +39 - 011 9456267
info@biscottificiomautino.it • www.biscottificiomautino.it

Probios: in arrivo, a maggio, la prima linea di prodotti senza zucchero

Una novità assoluta nel panorama del biologico, messa a punto dal reparto r&d di Probios. Grazie a una ricerca durata oltre un anno, è stata infatti realizzata la prima linea di prodotti senza zucchero che sfrutta le proprietà dolcificanti dell'eritritolo biologico, sostanza naturale estratta dal mais. "L'eritritolo, a differenza dello zucchero, può aiutarci nel controllo della glicemia, dei livelli di insulina e del peso perché non aumenta i livelli di glucosio nel sangue e non è correlato ad aumenti di livelli di colesterolo e trigliceridi. Un valido aiuto dalla natura per riabilitarci al sapore 'autentico' degli alimenti", spiega Benedetta Belli, nutrizionista collaboratrice di Probios. La nuova linea comprende: Frollini cacao e nocciolo; Ciambelline limone e zenzero; The' bianco gusto pesca e The' bianco gusto limone; Crema cacao e nocciolo.

Baule Volante amplia la gamma bio

Baule Volante, da più di trent'anni specializzato nella creazione di prodotti biologici, amplia la sua gamma con alcune referenze indicate per la preparazione casalinga di dolci e lievitati. Tra le novità si possono trovare due varianti della farina di farro, entrambe ottenute dalla macinazione a pietra di farro esclusivamente italiano: la farina bianca di farro e la farina semintegrale di farro monocolco, ideale per dilettarsi in preparazioni di dolci, pane, pizza e altri prodotti da forno. L'assortimento si amplia ulteriormente con il lancio della farina di mandorle pelate, ottima fonte di fibre, ottenuta dalla fine macinazione di sole mandorle italiane: perfetta nella preparazione di torte e dessert, viene utilizzata anche come addensante naturale per salse e zuppe. Oltre alle farine, Baule Volante presenta un'altra novità: l'hummus, un tipico piatto mediorientale, pronto da gustare. Si tratta di una crema versatile e saporita disponibile in tre versioni: hummus di ceci, hummus di ceci e zafferano, hummus di ceci e melanzane. Tutte e tre le referenze sono senza aglio e 100% vegetali, ideali anche per tutti coloro che seguono un'alimentazione vegetariana o vegana.

Esselunga aprirà cinque punti vendita. La Esse nei prossimi mesi

Sono ripartiti i lavori nei cantieri La Esse in via Arco, in Via Melchiorre Gioia, in zona Magenta e in prossimità di Piazza Piola a Milano. In pochi mesi vedranno la luce cinque punti vendita del nuovo format di Esselunga. A confermarlo è il Corriere della Sera. Ad accelerare gli investimenti per far crescere il modello di recente ideazione, caratterizzato da una formula più tecnologica e innovativa, è stata proprio l'emergenza Coronavirus. La Esse, infatti, che si differenzia dal classico supermercato Esselunga per le dimensioni ridotte, più simili a quelle di un negozio di prossimità, non ha casse: il cliente inserisce la spesa in un vano apposito e il sistema riconosce automaticamente le referenze calcolando l'importo finale. Inoltre, offre la possibilità di ritirare attraverso i locker la spesa fatta online. E, per consumare al bar del negozio (che ora è attivo esclusivamente per l'asporto), occorre ordinare tramite un totem digitale. Insomma, le caratteristiche del formato La Esse, pensate ben prima della diffusione del Covid-19, si sono rivelate vincenti in questo periodo. Da qui, secondo quanto riporta il quotidiano, la volontà di accelerare gli investimenti del gruppo.

Mipaaf: stanziati due milioni di euro per il rilancio dell'apicoltura

Con l'obiettivo di tutelare il miele made in Italy, il ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali ha deciso di stanziare due milioni di euro per il rilancio del settore apistico, vittima degli avversi eventi meteorologici delle ultime stagioni e del coleottero Aethina tumida che ne hanno causato ingenti danni. Le risorse, precisa il Mipaaf in una nota, saranno destinate al finanziamento di tre tipologie di progetti: ricerca e sperimentazione per il miglioramento della produzione; composizione di prodotti assicurativi per la gestione sostenibile del rischio nel settore; promozione istituzionale finalizzata alla valorizzazione del miele come alimento naturale, attraverso la divulgazione di conoscenze sulle sue caratteristiche nutrizionali, scientifiche e organolettiche.

Bonus pubblicità dal 30% al 50% per investimenti in adv su stampa, online e Tv

Dopo le novità introdotte a marzo con il Decreto Cura Italia, il nuovo Decreto Rilancio, che dovrebbe venire approvato nelle prossime ore, prevede ulteriori misure a sostegno dell'editoria. Secondo alcune indiscrezioni, il governo sarebbe intenzionato ad aumentare il bonus pubblicità dal 30% al 50% in via straordinaria per tutto il 2020. Le aziende avranno così a disposizione un maggiore credito d'imposta per investimenti pubblicitari su carta stampata, online e sulle tv e radio locali. Come già previsto nel decreto Cura Italia, il credito d'imposta non si applicherà esclusivamente sull'incremento della spesa pubblicitaria, bensì sull'investimento pubblicitario complessivo. La finestra per l'invio della comunicazione telematica di accesso al credito è dal 1° al 30 settembre, ma restano valide le domande già presentate tra il 1° e il 31 marzo. Previste misure anche a sostegno degli editori: un credito d'imposta al 30% per le spese digitali sostenute e un ulteriore credito dell'8% per le spese sostenute per la carta da stampare nel corso del 2019.

Newlat avvia la produzione di latte in polvere per la Cina



L'ente cinese Samr, State administration for market regulation, ha dato il via libera a Newlat per la produzione di latte in polvere: "un'importante opportunità di espansione per la società, la quale è pronta a soddisfare i bisogni del più rilevante mercato al mondo nel segmento Baby Food con trend di crescita significativi", come scrive la società in una nota, dimostrandosi già pronta ad avviare contrattazioni con ulteriori operatori di mercato cinesi. Lo stabilimento di Ozzano Taro (Pr) sarebbe l'unico sito in Italia autorizzato per la produzione di latte in polvere per neonati destinato al mercato cinese.

Fior di Loto: le novità per la Primavera 2020

Tante le novità che Fior di Loto lancia per la Primavera 2020. Il marchio specializzato nello sviluppo di prodotti biologici in Italia, che dal 1972 ha fatto dell'alimentazione sana, sostenibile e consapevole uno stile di vita, lancia una serie di proposte pensate per soddisfare ogni palato, dai consumatori celiaci fino a coloro che seguono un'alimentazione vegana e senza lattosio. Il succo di mela Fior di Loto è disponibile in un nuovo formato famiglia da tre litri: ottenuto spremendo le migliori mele intere biologiche italiane a filiera controllata, il risultato è un succo non filtrato e senza zuccheri aggiunti che, oltre ad un gusto piacevole e bilanciato, mantiene intatte le proprietà organolettiche del frutto. Il nuovo formato 'bag in box', permette di conservare il prodotto a temperatura ambiente fino a un mese dalla sua apertura ed è 100% riciclabile. La gamma di referenze a base di cocco si amplia con la crema spalmabile con latte di cocco e nocciolo, senza glutine e senza lattosio, realizzata con il 17% di latte di cocco e il 15% di nocciolo tostate. E tra le novità, i Wafers al cacao, croccanti cialde arricchite da una crema al cacao senza olio di palma.

Per Fiorentini Alimentari, una nuova brand identity

Fiorentini Alimentari, storica azienda piemontese specializzata nella produzione di snack salutistici e gallette di cereali, da aprile 2020 si presenta al mercato con una nuova immagine premium. La prima novità riguarda il nuovo logo, dove il nome Fiorentini diventa protagonista. Il colore istituzionale rimane il rosso fuoco. Il nuovo packaging mette al centro il prodotto presentandolo con immagini appetitose ma reali e una grafica minimalista, netta e pulita, volta a dichiarare in modo diretto le caratteristiche organolettiche degli snack. A seconda degli ingredienti, un codice cromatico suddivide le numerose referenze della gamma in sottocategorie. Sul retro delle confezioni, è presente un breve racconto affidato alla firma di Fabrizia e Simona Fiorentini, oggi alla guida dell'azienda con i genitori Adriana e Roberto, sulla storia della famiglia.

Pedon presenta i legumi snack



Pedon propone una nuova forma di snack-benesere: i legumi fatti a snack, i primi snack a base di legumi che stravolgono il modo di percepire e consumare questo prodotto. Una pratica confezione monodose da portare sempre con sé e anche una novità assoluta perché i legumi sono tostati al forno e non fritti. E mantengono la loro forma naturale, oltre alle proprietà nutritive che li contraddistinguono. Una gamma che risponde in modo chiaro alle necessità di chi è sempre in movimento e ha bisogno di uno snack salutare e leggero. Ricchi di proteine vegetali e fibre, contengono meno di 100 Kcal per confezione, sono senza glutine e senza conservanti. La linea comprende 24 referenze, tutte rigorosamente a base di legumi tostati al forno e non fritti, suddivise in tre categorie - naturali, funzionali, gustosi - per soddisfare qualsiasi gusto e occasione di consumo.

Pernigotti: il controllo passa a Sagra holding del gruppo Toksoz

Importanti novità per Pernigotti: la storica azienda piemontese ha trasferito la sede legale a Milano e il controllo passa a una società lussemburghese, la Sagra holding, parte del gruppo Toksoz, come scrive il Sole 24Ore. Ahmet Toksoz, uno dei due fratelli proprietari del marchio, diventa presidente e assume il controllo. Al centro di una lunga diatriba, Pernigotti è stata acquisita nei mesi scorsi dal gruppo turco Toksoz, che ha ceduto il ramo gelati per 20,8 milioni di euro a Optima, controllata da Charterhouse. Tuttavia il passaggio non è stato indolore, dato che era in lizza per l'acquisizione del ramo gelati anche Giordano Emendatori, che ha prontamente presentato ricorso al Tribunale di Milano.

La Commissione europea non imporrà alcun tipo di etichettatura degli alimenti

La Commissione europea non imporrà alcun sistema di etichettatura agli stati membri, nonostante le pressioni della Francia per l'adozione dell'etichetta a semaforo, nota anche come nutri-score, in tutto il Vecchio Continente. Recentemente, l'Italia aveva invece proposto un sistema "a batteria", in grado di mettere in evidenza i valori nutrizionali di ciascuna porzione, quindi meno schematico del nutri-score. L'Ue "promuoverà un'etichettatura armonizzata, ma non imporrà il tipo di etichettatura", spiega la commissaria europea alla Salute Stella Kyriakides alla commissione Agricoltura e sviluppo rurale del Parlamento europeo. "La strategia", ha proseguito Kyriakides, "non avrà regole e restrizioni fissate dal primo giorno, ma vuole essere un piano a lungo termine su cui lavorare insieme agli agricoltori per la produzione sostenibile. Credo che le molteplici misure nazionali che vediamo sull'etichettatura di origine causino una frammentazione del mercato interno". La scelta di adottare un sistema di etichettatura o un altro resta quindi su base volontaria.

BISCOTTIFICIO MAUTINO OTTIENE LA CERTIFICAZIONE 100% MADE IN ITALY

Le torte e i biscotti Mautino sono 100% italiani. Biscottificio Mautino, storica azienda dolciaria del torinese, ha ottenuto il 30 aprile il riconoscimento di origine delle proprie referenze dall'Istituto per la tutela dei produttori italiani. La certificazione, valida per il campo 'dolci agroalimentare', garantisce che i prodotti Mautino sono realizzati interamente nel Bel Paese, con materie prime di qualità e secondo lavorazioni artigianali tipiche della tradizione italiana. "Da sempre selezioniamo materie prime di primissima qualità, nell'ultimo anno ci siamo impegnati a far sì che siano di provenienza solo Italiana, l'ottenimento della certificazione 100% made in Italy è il riconoscimento del lavoro fatto in team con i nostri partner", è il commento soddisfatto che giunge dall'azienda.

G7 presenta il Gelato con Crema Spalmabile

Il piacere corposo e vellutato della crema spalmabile incontra la cremosità del gelato, dando vita a un nuovo concept di golosità: il Gelato con Crema Spalmabile. È questa la novità lanciata da G7, azienda specializzata nella produzione di gelati in vaschetta, che coniuga i valori dell'artigianalità italiana e della qualità con l'innovazione e la creatività. "Una novità assoluta sullo scenario italiano; un progetto ambizioso e pienamente coerente con i valori della nostra azienda, che scommette da sempre su un know-how e una capacità d'innovazione davvero unica - spiega Sauro Tomei, responsabile commerciale Italia di G7 - Nella nuova gamma, la tradizionale variegatura dei gelati viene sostituita dalla crema spalmabile, prodotta, come vuole la nostra storia, all'interno del nostro stabilimento." La linea prevede ad oggi tre diverse varianti di gusto: gelato alla crema con crema spalmabile al pistacchio, gelato alla ricotta salata con crema spalmabile al gianduia e gelato al caramello con crema spalmabile al caramello salato.

Puglia Saporì presenta Puglia La Merenda

Puglia Saporì lancia sul mercato un'importante novità: Puglia La Merenda, la sfiziosa merenda combo pensata per i più piccoli. Il pratico packaging contiene al suo interno una monoporzione da 40 g di tarallini all'olio evo Puglia Saporì, un frullato alla pesca (95% frutta) da 125 ml Il Giardino dei Saporì e una simpatica gomma Trulli Tales, per assicurare il divertimento dei piccoli consumatori. Puglia La Merenda rappresenta la soluzione ideale per tutti i genitori che cercano per i propri figli una merenda completa, genuina e divertente da portare sempre con sé.

Nestlé: Giorgio Mondovì è il nuovo business executive officer



A partire dal 4 maggio Giorgio Mondovì (foto), 53 anni, è il nuovo business executive officer della divisione food del Gruppo Nestlé Italiana e business manager del segmento basi Emena. Laureato in Economia e Commercio, sposato e padre di due ragazze, Giorgio Mondovì è entrato in Nestlé nel 1991, assumendo nel corso degli anni ruoli di crescente responsabilità nell'area commerciale. Ora, alla guida della divisione food, si occuperà di rafforzare i brand Buitoni, Garden Gourmet, Maggi e Thomy nei canali tradizionali e valorizzare la crescita nei nuovi segmenti. La sua grande esperienza, unita alla profonda conoscenza del marchio e del mercato forniranno un contributo importante alla crescita dei brand, alla valorizzazione del Made in Italy e alle nuove sfide che attendono il settore. Giorgio Mondovì subentra in questo ruolo a Stefano Bolognese, che assumerà un nuovo incarico all'interno del Gruppo come Head of International Business Unit Nestlé Waters Italy.

Olio di palma: l'Oms consiglia di evitarne il consumo. Sollevando critiche dalla Malesia

Tra le molte indicazioni diffuse in questi ultimi mesi di lockdown, l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) ne ha date anche di alimentari, sottolineando cosa è opportuno evitare e cosa è invece consigliabile mangiare in tempi di pandemia. In particolare, ha esplicitamente indicato l'olio di palma come grasso da evitare. Citazione che non è affatto piaciuta alla Malesia, secondo produttore al mondo, che ha protestato con forza definendo il consiglio "antiquato". Kalyana Sundram, Ceo del Malaysian Palm Oil Council (MPOC) ha affermato che "l'Oms è ricaduta nel vecchio errore, promuovendo alcuni oli di base e spazzando via quello di palma" e ha ribadito che l'olio di palma ha un equilibrio naturale di grassi saturi e insaturi che garantisce l'assorbimento di vari micronutrienti alimentari, non richiede idrogenazione ed è disponibile in grandi quantità. Il che sarebbe particolarmente utile in alcuni paesi dove la necessità di fornire una fonte affidabile, sostenibile e conveniente di calorie contro la malnutrizione è fondamentale.



Eridania rafforza la sua leadership nel mercato della dolcificazione. E lancia progetti di solidarietà

Durante le settimane di lockdown, torte e dolci hanno fatto crescere le vendite di zucchero del 45% nei mesi di marzo e aprile e del 26% da inizio anno (dati Nielsen). Eridania, ha fatto fronte al boom della domanda aumentando la produzione nello stabilimento di Russi (Ravenna), il più grande impianto di confezionamento in Europa per lo zucchero. Vendendo oltre 30 milioni di chili di prodotto in più rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Grazie alla tempestiva attuazione di rigide procedure di sicurezza e sanificazione, oltre al costante confronto con le rappresentanze sindacali, il polo ravennate ha mantenuto la propria operatività 24 ore al giorno per sette giorni alla settimana. Ma non solo. Durante la crisi, Eridania Italia ha anche lanciato due iniziative per essere vicina alle comunità in cui opera: ha dapprima aderito alla campagna social #insiemesipuò, con la donazione di 50mila mascherine alla protezione civile dell'Emilia Romagna. E ha fatto partire la campagna digital #Eridanianonsiferma, un manifesto di vicinanza all'intero Paese. La società ha così organizzato un'iniziativa su tutto il territorio italiano donando, in sinergia con la rete delle diocesi della Caritas Italiana, 60mila confezioni di zucchero a famiglie in difficoltà nelle 100 principali città italiane.

I bollettini di alimentando.info

Da martedì 10 marzo in avanti il nostro sito ha ospitato una serie di pillole quotidiane. Due minuti circa in cui abbiamo condensato le numerosissime mail, telefonate, messaggi ricevuti da quando è scoppiata l'emergenza Coronavirus. Eccoli di seguito. Con un elemento comune, uno slogan del '68 opportunamente ripreso e adattato alla situazione: "L'alimentare è vivo e lotta insieme a noi".

14 APRILE APRIAMO IL DIBATTITO SUI BANCARI

Parliamo di soldi alle imprese. Ci dicono che per farci dare gli Schei, come li chiamano in Veneto, dovremo passare dalle forche caudine degli istituti finanziari. Che valuteranno il rating, l'affidabilità, Basilea 1, 2, 3, 4. Un check-up completo che potrebbe durare mesi. Nel frattempo molte aziende chiuderanno e saranno costrette a licenziare i loro dipendenti. Altro che 400 miliardi. Qui rischiamo di non vedere niente. E di continuare a pagare tasse, contributi e balzelli vari. Venerdì un amico ha telefonato a diversi direttori di banca per capire come iniziare l'istruttoria per ricevere i finanziamenti promessi. Non ne sapevano nulla. Non solo, uno gli ha anche detto: "Siamo a ranghi ridotti. Non mi sbatterò certo per istituire le pratiche. Ho ben altro da fare!". Premesso che un bancario sudato non l'ho mai visto, ma lo sanno questi signori che siamo noi, i correntisti privati e le aziende, che paghiamo i loro lauti stipendi? Lo sanno che senza il contributo di chi si fa il culo dalla mattina alla sera sarebbero in giro con il cappello in mano? Li vedo i loro ritmi. Ho una filiale di banca sotto casa e, le poche volte che sono stato malato, ho potuto osservare con attenzione le loro giornate lavorative. La colazione alle 8.15 dopo aver timbrato il cartellino. La pausetta verso metà mattina. Il pranzo verso le 13.30. E la fuga rapida dall'ufficio alle 5.30. E chi li ammazza? Una vera corporazione. Il bancario, se non fa cazzate madornali, una volta entrato nell'istituto, non ne esce più. Altro che licenziamenti, cassa integrazione o altro ancora. Avevano ragione i Gufi con la loro canzone: "Io vado in banca, stipendio fisso, così mi piaccio e non se ne parla più". Ma c'è di più. Qualcuno di loro è anche un delinquente. Sono quelli che hanno propinato a dei poveri pensionati le azioni di Banco Veneto e della Popolare di Vicenza. Ben sapendo che erano carta straccia. Ma non verranno mai perseguiti. Eseguivano ordini dall'alto.

17 APRILE PIÙ SOCIETÀ E MENO STATO

C'è un mostro che si aggira nel nostro paese: si chiama burocrazia. In tanti si lamentano di questa idra di Lerna che pervade e s'insinua nell'economia del nostro paese paralizzandola. Ma nessuno fa niente. Sarebbe invece facile capire perché un'autorizzazione ci mette tempi biblici prima di venire firmata. Perché una pratica edilizia può andare avanti o rimanere indietro. Perché un pagamento dell'amministrazione pubblica possa essere sbloccato o meno. Dicevo facile, perché? Perché c'è sempre un responsabile dell'ufficio. Un dirigente che ha un nome e un cognome. Nelle aziende private il dirigente che non sa dirigere viene licenziato. Senza se e senza ma. Nelle amministrazioni statali o parastatali invece no. Il posto di lavoro è sacro e inviolabile. Guai a metterlo in discussione. Per il povero malcapitato c'è sempre un sindacato pronto a prendere le sue difese. Ho insegnato per 24 anni Matematica e Fisica nella scuola statale. Ho visto gente ignorante e cafona che sedeva dietro la cattedra. Braccia rubate all'agricoltura. Tutte le volte che li sentivo parlare, ai colleghi docenti o ai consigli di classe, mi chiedevo dove e chi gli avesse dato la laurea. I ragazzi e le loro famiglie sapevano benissimo di avere di fronte delle bestie. Anche il preside lo sapeva. Ma non poteva farci nulla. Di questi tempi abbiamo sentito più volte la proposta di statalizzare tutto. Ma per favore, ma per favore. Per far andare bene l'Italia occorre invece fare il contrario: più società e meno Stato.

15 APRILE PRANDINI (COLDIRETTI): "LO ZEBÙ NON È UN BOVINO". PROPRIO SICURO?

Ettore Prandini è famoso per le sue irruente campagne contro tutto ciò che non è italiano. Latte, nocciola, frutta e verdura da tempo sono nel mirino del presidente di Coldiretti. Ricordo molto bene i blocchi ai camion e alle cisterne al Brennero. Con tanto di assalto per verificare la provenienza della materia prima. Pochi giorni fa è stato intervistato dalla trasmissione Report, in onda su Rai 3. Si parla di bresaola e di come viene realizzata. Logico che, a un certo punto, emerga il problema della provenienza della carne. E allora come non parlare dello Zebù brasiliano? Così il giornalista, a un certo punto, gli chiede: "Ma cos'è sto Zebù?". La risposta di Prandini è immediata: "È un animale che fortunatamente nel nostro paese non c'è. È simile ad una zebra. Sembra un incrocio tra una zebra e un bovino". Ma poi si corregge: "È un animale simile, ma che non fa parte della famiglia dei bovini". Lo Zebù invece, caro mio bel presidente gialloverde è proprio un bovino, sottospecie di Bos Taurus (toro) originario dell'Asia. È molto diffuso in India dove, questa razza, viene considerata sacra. E ci sono numerosi allevamenti soprattutto in Brasile. La sua carne è molto magra, ideale per la bresaola. D'altra parte lo sanno tutti che il prodotto valtellinese più conosciuto al mondo è realizzato quasi al 99% con carne proveniente dall'estero. Se si dovesse trasformare la bresaola solo con materia prima italiana non basterebbe la Lombardia per il pascolo delle bestie. Prandini, Prandini se ci fosse Emilio Fede saprebbe bene come commentare la sua uscita televisiva: "Che figura di merda...".

20 APRILE IL FATTO QUOTIDIANO: QUANDO L'IDEOLOGIA STRAVOLGE LA REALTÀ

Un lettore de *Il Fatto Quotidiano* invia una lettera alla redazione. Sia chiama Paolo B. ed è di Brescia. Racconta la sua esperienza di malato da Covid-19: "Sono stato ricoverato agli Spedali Civili di Brescia per 22 giorni. La mia è stata un'esperienza terribile. Sono stato grave, ho corso i miei rischi, non mi sono fatto mancare nulla. In ogni caso ho portato a casa la pelle. Sento il desiderio di ringraziare tutti: dal direttore generale Marco Trivelli, che una sera mi ritrovò in stanza e con grande umanità e umiltà chiede di conoscere la mia storia, dai medici, dagli infermieri, dagli operatori socio sanitari. Lavorano in condizioni difficilissime, hanno stravolto la loro esperienza professionale e la loro vita. Grazie!" Il finale è sulle polemiche in merito alla sanità lombarda che si sono succedute negli ultimi giorni: "Non sono in grado di valutarle", sottolinea Paolo B. "Ciò che mi preme testimoniare è l'importanza di vivere vicino a un ospedale come questo. Dovremo fare di tutto per mantenerlo, per tenerlo in forze, per difenderlo". Dopo una lettera di questo genere il titolo sul giornale dovrebbe essere: "Il grazie di un malato di Covid-19". Oppure: "Teniamoci stretti gli ospedali bresciani". Oppure ancora: "Grazie Trivelli, a lei e alla sua equipe". Sapete invece come ha titolato l'ignoto giornalista del Fatto Quotidiano: "Da malato di Covid ho seri dubbi sulla sanità lombarda". Si ride per non piangere: quando l'ideologia stravolge la realtà.

16 APRILE COLAO, COTTARELLI E LA SPENDING REVIEW

Vittorio Colao è un manager con le palle. Lo ha dimostrato quando era a Vodafone e gestiva 110mila dipendenti sparsi in tutto il mondo. Nulla da dire sulle sue capacità manageriali. Anche la vision è di grande respiro. Al Meeting di Rimini nel 2007 parlava di quale società lui ha sempre avuto in mente: una società "Coesa, aperta, con grandi opportunità per tutti". Il problema è invece la sua task force. Ben 17 membri: tutti laureati, con master prestigiosi acquisiti in alcune fra le più importanti università del mondo. Curriculum di tutto rispetto. Che differenza rispetto ai diplomini di Giggino di Maio venditore di bibite al San Paolo, e oggi ministro degli Esteri, o a Nunzia Catalfo, specializzazione in stenotopia (cos'è non l'ho ancora capito), oggi ministro del lavoro. Il problema però è a che serve tanta grazia di Dio. Non vorrei che succedesse come al governo dei tecnici di Monti. Tante teste pensanti ma altrettante teste di legno. Gente che ha studiato molto ma praticato poco. E che quindi vive in un mondo virtuale. Lontano mille miglia quello reale. Fatto di sangue, sudore e polvere. E che ha generato mostri di vario genere e tipo fra cui una nuova categoria di ex lavoratori: gli esodati. Ma c'è una cosa in più che mi preoccupa. Ed è che a questa task force succeda come a quella di Cottarelli. Che aveva lavorato molto per produrre un documento con una magnifica spending review. Che andava a tagliare tutti i rami secchi dello Stato Italiano. Risultato? Bene, arriverci e grazie. Tutto nel cesso con tirato lo sciacquone. Perché mai? Semplice: il report di Cottarelli avrebbe messo in discussione le consorzierie tanto care a certa parte politica. Con tanti saluti alla spending review.

21 APRILE DEBELLINI (TH RESORT) : "APRIAMO TUTTO, IN SICUREZZA, DA LUGLIO"

Ieri abbiamo intervistato Graziano Debellini. E' a capo di TH Resort, un'azienda che lavora nel turismo, fattura cento milioni di euro e, in stagione dà lavoro a 9.mila persone. Per darvi un'idea della forza del gruppo: in stagione fornisce 1,2 milioni di colazioni e oltre 2,25 milioni di pasti fra pranzi e cene, con una media giornaliera di circa 5mila colazioni e 9.375 pasti. Dal 30 giugno apriranno tutte le loro 30 strutture in Italia, sia in montagna sia al mare. Una scelta coraggiosa. Anche se non certo priva di rischi. Logico che una delle domande sia stata in merito al comportamento del Governo. Secca la sua risposta: "La direzione intrapresa è quella giusta, anche se temo la presenza eccessiva di esperti. Il rischio è di avere tot capita, tot sententia. Quindi incertezza. A ogni modo, a mio avviso restano da affrontare meglio tre questioni: gli ammortizzatori sociali sui lavoratori stagionali; il chiarimento su burocrazia e tempi in tema di liquidità; maggiori certezze sul credito d'imposta". Pericoli che abbiamo sempre evidenziato nei nostri bollettini. Ma forse il più problematico è quello della liquidità. Ecco allora il commento di Debellini: "Per risolvere il problema della liquidità delle imprese, che è la vera urgenza, i prestiti a sei anni non bastano: per ripagarli, un'azienda dovrebbe avere una marginalità del 15%. Un'utopia. Come minimo bisogna portare la scadenza a 20 anni". Parole intelligenti. Di un imprenditore che rischia del proprio e che, con il Coronavirus, ha visto azzerarsi le prenotazioni per i suoi resort. Oggi il suo è un atto di coraggio. Speriamo che la politica lo comprenda e lo aiuti.

22 APRILE L'ARIA FRITTA DEL SOTTOSEGRETARIO DI STEFANO



Ieri si è svolta una conference call on line sull'argomento fiere. Presenti tutti i principali attori delle manifestazioni italiane: Fiera Milano, Fiere Parma, Italian Exhibition Group (Fiera Rimini e altre), Bologna Fiere, Verona Fiere e altre ancora. Da Roma sono intervenuti Manlio Di Stefano, sottosegretario al ministero degli Affari esteri e della cooperazione internazionale, in quota 5Stelle, e Carlo Maria Ferro, presidente dell'agenzia Ice. Si trattava di capire come è possibile aiutare un settore, quale quello fieristico, assolutamente strategico per l'economia italiana. "Aria fritta, discorsi vaghi e fumosi. Nulla di concreto": riferisce una voce che intende restare anonima. D'altra parte cosa ci si poteva aspettare dal sottosegretario. Per chi non lo sapesse il Nostro ha conseguito nel 2006 una laurea triennale in Ingegneria informatica, presa al quarto anno fuori corso. E dal 2009 collabora con l'associazione AMKA Onlus in progetti di sviluppo sostenibile per il sud del mondo. In un discorso durato più di un'ora Manlio Di Stefano ha parlato dei vantaggi della digitalizzazione per le fiere del futuro con il marketplace, per i prodotti italiani, come strumento fondamentale per la ripresa. Una follia, un'autentica follia. Quello di cui hanno bisogno oggi le fiere italiane è di dimostrare di essere le più "sane" al mondo. Occorre che il Governo fornisca i contributi per arrivare a una sanificazione totale dei saloni in modo da poter garantire ai visitatori l'assoluta sicurezza per la loro salute. Le fiere vivono di traffico, di relazioni, di movimento. Di buyer che arrivano dall'estero per fare business. Tutto il resto sono, come dice Montalbano: "Grandissime minchiate".

27 APRILE ALLESTITORI: GLI ULTIMI DEL MERCATO



Oggi vi voglio parlare di una categoria di cui nessuno tratta. Sono i paria del mercato parallelo a fiere ed eventi: gli allestitori. Quelli che montano e smontano gli stand in tempi supersonici. Li vedo spesso in fiera prima degli eventi e ne sono ammirato. Io che sono una sega totale nel campo della manualità e che, a malapena, sono capace di cambiare una lampadina, osservo gente che taglia, sega, pialla, monta. In un turbinio di grida, parolacce, vaffa a ripetizione. Un esercito di persone instancabili che lavorano fino a ore assurde per portare a termine lo stand. Il giorno prima c'è il casino più assoluto: plastica in giro, cartoni, vernici. Ti chiedi: "Ma riusciranno mai a farcela?". E invece ci riescono. Il giorno dopo lo stand è al suo posto. Con i prodotti belli in vista, pronti per essere mostrati ai visitatori. Oggi questa categoria è in crisi nera. Fiere ed eventi sono stati annullati. E la ripresa in autunno è un rebus. Se va bene ci sarà qualcosa da allestire in novembre e dicembre. Poca roba. L'anno è perso. Irrrimediabilmente. Con il suo strascico di debiti e licenziamenti. Qualcuno non lo ritroveremo più nelle fiere del prossimo anno. Un invito alle aziende: non dimentichiamoci di loro. Sono stati collaboratori preziosi in passato. E lo saranno anche in futuro. Aiutiamoli.

23 APRILE CINQUE STELLE: FRA CURRICULUM VITAE E DISAVVENTURE FAMILIARI



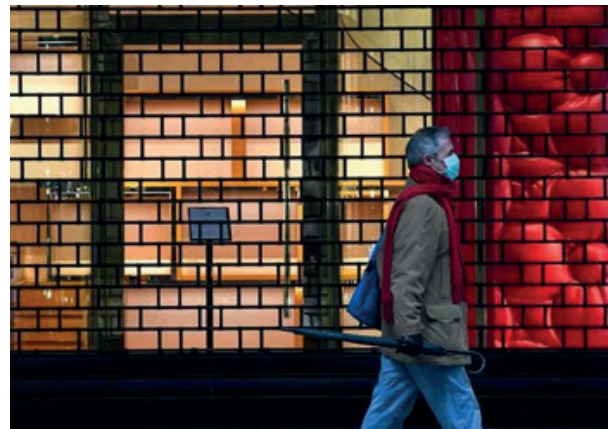
Ma in che mani siamo? Ieri abbiamo scoperto che Manlio Di Stefano, Sottosegretario al ministero degli Esteri in quota 5S, è riuscito a laurearsi in Ingegneria dopo ben sette anni contro i normali tre. Quasi un record. E poi dal 2006 a oggi è stato collaboratore di una onlus. Circa un mese fa invece abbiamo saputo che Nunzia Catalfo, ministro del Lavoro, non è laureata ma ha un diplomino di Stenotopia. Che, per dirigere un ministero strategico come il suo è assolutamente essenziale. Fra l'altro ricordiamo che, sempre la stessa ha dichiarato: "Per L'emergenza Coronavirus nessuno perderà il lavoro". Pensavamo che, dopo il venditore di bibite allo stadio San Paolo di Napoli, leggi Giggino Di Maio, fosse finita con i curriculum vitae. Invece no. Le cronache ci raccontano che Walter Ricciardi, consigliere del ministro della Salute Speranza per l'emergenza Covid 19, in gioventù ha fatto l'attore. Fra le sue interpretazioni migliori si ricorda quella del figlio del boss nel film L'ultimo guappo, con Mario Merola. Un'esperienza fondamentale per la sua carriera scientifica. E non è finita qui. Le lene hanno scoperto che la moglie del viceministro grillino alla Salute, Pierpaolo Sileri, ha vinto, tramite la società in cui lavora, un appalto per la fornitura di mascherine al Policlinico Umberto I di Roma. Appalto aggiudicato a distanza di dieci giorni dalla nomina del marito a viceministro. Intervistato, Sileri ha detto che non ne sapeva nulla. Ci si chiede: ma in famiglia si parlano, o no?

28 APRILE MASCHERINE ITALIANE E COSTI DEL LAVORO CINESI



Oggi invece parliamo di mascherine. C'è uno slogan che ci accompagnerà fino alla fine del contagio: "Dacci oggi la nostra mascherina quotidiana". Come il pane, non se ne potrà più fare a meno. La dovremo indossare o comunque avere sempre a portata di mano. Ci saranno infatti luoghi off limits senza la mascherina (supermercati, ristoranti, negozi in genere e altro ancora). La protezione civile stima che ce ne vorranno almeno 300 milioni di pezzi al mese. Ma andiamo al nodo della questione: chi le produrrà e quanto costeranno? Si dice che dobbiamo essere autonomi e che tutte le mascherine dovrebbero essere prodotte in Italia. A un prezzo calmierato. Già ma quale? Giuseppe Conte nel suo pipponne di domenica sera ha parlato di 50 centesimi. Con buona pace di tutti nessun produttore nostrano riuscirebbe mai a commercializzarle a questo prezzo. Il nodo è il costo del lavoro. Altissimo qui, quasi nullo in Cina. Tutto il resto sono balle. Se le vogliamo per tutti e solo italiane saremo costretti a pagarle tanto. E' così per tutti i prodotti. Ce ne siamo accorti poco prima di Pasqua. I prezzi dell'ortofrutta si sono impennati. Quale il motivo? C'erano solo prodotti Made in Italy. E allora come li mettiamo con le mascherine? Fra due mesi non ce ne saranno più in giro. Ritournerà il mercato nero. L'ennesima pagliacciata di un governo sempre più lontano dalla sua gente.

24 APRILE RISTORANTI: APRIRE O NO?



Si è invece aperto un acceso dibattito sull'apertura o meno dei ristoranti. Io e Paolo Massobrio, de Il Golosario, abbiamo rivolto un appello al Governo per riaprire al più presto. Abbiamo ricevuto, per ora, circa duecento adesioni di ristoranti. Ma anche qualche critica. Fra questi ultimi anche Raffaele Alajmo. Il titolare, insieme al fratello, de Le Calandre e di altri ristoranti fa presente che, con le condizioni ventilate dal Governo, meglio non aprire. E stiamo parlando di un Gruppo che ha 170 dipendenti in dieci strutture. Troppi i costi e le problematiche al contorno. Da un lato concordo ma dall'altro occorre tenere presente che ci sono ristoranti allo stremo. Soprattutto i piccoli e i medi non ce la fanno più a star dietro ai costi fissi. Se va avanti così saranno costretti a chiudere definitivamente e a licenziare i pochi dipendenti che hanno. Per questo dico che bisogna trovare al più presto una soluzione intelligente che coniughi la salute con il business. Non certo quella gran minchiata dei separatori in plexiglas. Quest'anno è ormai andato. Il segno meno sarà la costante per tutti. Cerchiamo almeno di sopravvivere. Per essere pronti a ripartire alla grande nel 2021.

29 APRILE BANCO ALIMENTARE E NUOVE POVERTÀ



Oggi parliamo di nuove povertà. "Cosa devo fare? Ho una bambina di quattro anni e un bimbo di 5 mesi. Mio marito a causa del coronavirus non sta lavorando. Vi ringrazio se mi aiutate". "Sono Marta vi chiedo aiuto per una nonnina di 89 anni rimasta sola con la sua badante. Vi prego aiutatela con qualche prodotto". "Mi chiamo Luca. Sto passando un bruttissimo periodo di indebitamento. L'azienda dove lavoro non ha pagato lo stipendio. Chiedo solo un aiuto alimentare: non ho nessuno che mi aiuti, è la prima volta che chiedo aiuto ma in casa non ho nulla da mangiare. Se potete solo indicarmi a chi rivolgermi, ve ne sarò grato". Sono alcune fra le mille richieste che giungono al Banco Alimentare. Un'organizzazione, creata da Don Giussani, fondatore di Comunione e Liberazione, e Danilo Fossati, proprietario della Star. Oggi, nelle sue 21 sedi regionali, aiuta quasi diecimila strutture caritatevoli, gestendo oltre 90mila tonnellate di generi alimentari. Un lavoro titanico, che vede all'opera numerosi volontari. Che aiutano famiglie fra le più diverse. Tante, troppe, sempre di più. A conferma che l'emergenza Covid 19 sta scavando un profondo solco di bisogni e solitudine. "Questo è il volto vero delle vecchie e nuove povertà", scrivono quelli del Banco Alimentare in un comunicato. "Insieme a quegli uomini e a quelle donne impariamo ogni giorno di più la bellezza del poter donare. Questo è il motivo per cui non ci siamo mai fermati e continueremo il nostro cammino". Grazie amici miei.

Carlo Sangalli



Sangalli: “Chiediamo una moratoria fiscale per tutto il 2020”

Il presidente di Confcommercio fa il punto in vista della riapertura totale degli esercizi. E quantifica il rischio che il nostro Pil perda, alla fine dell'anno, il 7,9%. Pari a 130 miliardi di euro.

Carlo Sangalli, presidente di Confcommercio, affronta di petto la situazione di emergenza che stanno vivendo le imprese italiane. E sottolinea le priorità del sistema-Paese per uscire dalla crisi.

Qual è il suo giudizio sullo spostamento della riapertura dei punti vendita al 18 maggio, con altri che dovranno aspettare sino al primo giugno?

Il lockdown di due mesi ha messo in una difficoltà senza precedenti le imprese che hanno dovuto fermare le loro attività. E ogni giorno di chiusura in più appesantisce perdite già gravissime. Abbiamo più volte evidenziato la necessità di far ripartire in sicurezza e il prima possibile tutte le imprese. Va tenuto, infatti, ben presente che quelle di alcuni settori, come la ristorazione e il turismo, sentiranno maggiormente gli effetti della crisi anche nei prossimi mesi.

I vostri associati sono pronti e attrezzati per ripartire?

Dopo aver sottoscritto due protocolli di intesa - il 26 marzo con i sindacati di categoria e il 24 aprile con il Governo e tutte le parti sociali - abbiamo messo a punto un documento che delinea le linee guida per consentire alle imprese di rispettare le misure sanitarie. Cioè distanziamento sociale, adozione di strumenti di protezione e prevenzione del rischio contagio e sanificazione degli ambienti. Un risultato

importante raggiunto grazie anche al contributo di tutte le associazioni di Confcommercio la cui sintesi può essere colta in due punti: l'esigenza di ragionare in termini di filiera e la necessità di una regia nazionale per la definizione delle regole di sicurezza che devono essere poche, certe, efficaci e sostenibili dal punto di vista economico per le imprese.

Che impressione ha ricavato dalla visita del premier Conte a Milano?

La Lombardia è stata la Regione più colpita dal Coronavirus, per cui era importante e attesa la visita del premier. Mi sono sforzato di fare capire al Presidente le enormi difficoltà del nostro sistema imprenditoriale e la necessità che gli aiuti stanziati arrivino subito e senza ostacoli alle imprese, soprattutto alle più piccole, prima che sia troppo tardi. E le prossime settimane, anche da questo punto di vista, saranno determinanti per il futuro del nostro Paese.

Cosa chiederete incontrando il governo?

La priorità rimane quella di costruire, da adesso, un percorso di sostegno straordinario fatto di indennizzi e contributi a fondo perduto, prestiti senza burocrazia e moratoria fiscale per tutto il 2020 che permetta alle imprese danneggiate dal lockdown di ripartire e tornare ad essere un valore insostituibile per le nostre città e per il nostro Paese. Ma per superare la crisi tutto questo va fatto con la massima urgenza e -

ripeto - senza ostacoli burocratici, a Roma come a Bruxelles.

Che danni ha determinato il lockdown per i consumi? Possiamo fare una quantificazione?

Ci sono intere filiere - a partire da quella del turismo fino a quelle dell'edilizia, dell'abbigliamento e dell'automotive - che in questi due mesi di blocco totale hanno azzerato i propri fatturati. Una situazione realmente drammatica anche per tantissime attività del commercio, dei servizi, dei trasporti e delle professioni che hanno dovuto fermarsi e che corrono il rischio, più che concreto, di non riaprire più. Il settore della ristorazione e dei pubblici esercizi, ad esempio, già registra oltre 30 miliardi di perdite con il rischio della chiusura definitiva di circa 60mila imprese e la perdita di 300mila posti di lavoro.

Se la situazione d'emergenza proseguisse oltre l'estate, con che cosa dovremmo misurarci a settembre?

Il danno per il Paese sarebbe enorme. Il nostro Ufficio studi ha stimato - ed è un calcolo prudenziale - che, se l'emergenza dovesse proseguire oltre l'estate, i consumi quest'anno crollerebbero di circa 84 miliardi di euro. Tre quarti dei quali concentrati nell'abbigliamento, nel settore auto e moto, nei servizi ricreativi e culturali ma soprattutto in alberghi, bar e ristoranti. E' già certa, infatti, la diminuzione senza precedenti, tra marzo e maggio, di oltre 30 milioni di turisti italiani e stranieri.

Una perdita insopportabile per l'economia e la società italiana.

Quanto rischiamo di perdere a fine anno in termini di Pil?

Secondo le nostre valutazioni di scenario, a partire dal calo dei consumi e considerando una forte caduta degli investimenti e una modesta crescita dei consumi pubblici, il Pil italiano potrebbe perdere qualcosa come 130 miliardi di euro a fine anno, pari a una caduta in termini reali del 7,9% rispetto al 2019.

Chi è più a rischio di tutti? C'è qualcuno che invece può guardare al futuro con più serenità?

Tantissime imprese, una volta superata l'emergenza, rischiano realmente di non avere più le energie per ripartire. Ci sono, al contrario, alcuni settori produttivi, come quello dell'alimentazione, che hanno risentito meno della crisi. Nessuno, però, può guardare al futuro con serenità perché le incognite dell'emergenza sanitaria sono ancora molte. Certamente sarà importantissimo innovare, formare e adattare le attività imprenditoriali, di qualunque dimensione, ad una realtà socioeconomica che non sarà più la stessa. Detto questo gli imprenditori - lo ribadisco - hanno bisogno oggi e non domani di ingenti iniezioni di liquidità, una vera e propria boccata di ossigeno indispensabile per salvare le aziende in difficoltà e consentire a quelle che hanno chiuso di riaprire mantenendo i livelli operativi e occupazionali.



FIERE: QUALE FUTURO?

Ripartire, ma in sicurezza. Un coordinamento europeo, capace di garantire un'equa concorrenza tra i player. Le problematiche relative alla presenza di buyer dall'estero. Gli highlights della tavola rotonda organizzata da Alimentando.

L'argomento è caldissimo. Lo dimostrano i numeri registrati dal nostro canale YouTube mercoledì 29 aprile, durante la tavola rotonda online "Fiere: dalla transizione alla trasformazione". Circa 500 operatori del settore si sono collegati per capire tempistiche e modalità con cui il sistema fieristico nazionale pensa di ripartire una volta superata l'emergenza sanitaria. A giovedì 7 maggio le visualizzazioni sul canale YouTube sono 3.724, un successo clamoroso.

Coordinati dal direttore di Alimentando, Angelo Frigerio, hanno risposto alle incalzanti domande del pubblico: Paolo Borgia di Fiera Milano, Antonio Bruzzone di Bologna Fiere, Patrizia Cecchi di Italian Exhibition Group, Antonio Cellie di Fiere Parma, Giovanni Mantovani di Verona Fiere, Thomas Rosolia di Koelnmesse Italia e Donald Wich di Messe Frankfurt Italia.

"La maggior parte delle nostre manifestazioni sono state riposizionate tra settembre e dicembre. E c'è una grande volontà di realizzarle", esordisce Paolo Borgia di Fiera Milano. "Vogliamo ripartire, anche se un po' più claudicanti: con qualche visitatore e qualche espositore in meno". È infatti vero che se le manifestazioni b2b a carattere nazionale, in grado di controllare e gestire il flusso dei visitatori, possono sperare di garantire, con gli accorgimenti del caso, un adeguato livello di sicurezza, lo stesso principio non vale per gli eventi internazionali o b2c, dove la concentrazione di persone è molto più elevata.

Mobilità e concorrenza: le sfide del comparto

"La preoccupazione maggiore è che se nazioni come Francia e Germania ripartono, noi restiamo al palo. Questo distorce il panorama espositivo", aggiunge Borgia. Un pensiero condiviso anche da Antonio Bruzzone di Bologna Fiere, che proprio in questi giorni ha annunciato che Cosmoprop slitterà a marzo 2021. "A livello di sistema ci serve una normativa che sia allineata per lo meno a livello europeo", spiega Bruzzone. "Vorremmo dei protocol-



Nella foto i partecipanti del webinar. In alto, da sinistra: Patrizia Cecchi (Italian Exhibition Group), Paolo Borgia (Fiera Milano), Donald Wich (Messe Frankfurt Italia), Angelo Frigerio (Tespri Mediagroup), Antonio Bruzzone (Bologna Fiere), Giovanni Mantovani (Verona Fiere), Antonio Cellie (Fiere Parma) e Thomas Rosolia (Koelnmesse Italia).

li condivisi tra i maggiori paesi organizzatori di fiere, in primis Francia e Germania". Meno problematica, secondo il direttore generale, l'organizzazione di Sana, il salone del biologico e del naturale: "È una fiera nazionale, più contenuta nei numeri. Per questa ragione non riscontriamo ad oggi particolari criticità ed è stata confermata a settembre".

Un assioma che non vale, di conseguenza, per una kermesse internazionale come Cibus, che tuttavia si svolgerà in una nuova forma ai primi di settembre. Per riuscirci, l'ente fieristico parmense si è attrezzato per garantire il giusto grado di sicurezza: "Abbiamo realizzato un assessment che delinea una serie di investimenti strutturali quantificabili in un milione di euro", sottolinea Antonio Cellie di Fiere Parma. "E ad oggi non abbiamo idea di quando riusciremo ad ammortizzare un simile investimento. Sono temi su cui ci stiamo interrogando".

Sicurezza: una priorità condivisa

Sulla questione sicurezza è intervenuto anche Thomas Rosolia, di Koelnmesse Italia. In Germania, il governo ha bloccato eventi e manifestazioni fino ad agosto.

Fatta eccezione per Berlino, che invece ha prolungato il blocco fino a ottobre - dove tra l'altro, a settembre, avrebbe dovuto svolgersi l'edizione 2020 di Iifa, il più grande salone mondiale dell'elettronica di consumo. "Le difficoltà sul fronte della sicurezza sono ineliminabili. A Colonia abbiamo istituito una task force per studiare una nuova modalità di fruizione delle fiere. Trasformazioni che presuppongono grandi costi, ma intendiamo attrezzare al meglio i nostri quartieri fieristici per essere all'avanguardia rispetto al resto del mondo".

Molte le manifestazioni che Koelnmesse ha già dovuto rinviare al 2021, mentre per le restanti la decisione verrà presa tra maggio e giugno. Un dato, però, è certo e condiviso. Allo stato attuale, il calendario fiere del 2021 si preannuncia affollatissimo e il rischio sovrapposizioni è ormai una certezza. "Molte aziende si troveranno costrette a operare delle scelte", sottolinea Rosolia. "E questo causerà un probabile indebolimento di alcune manifestazioni".

Per cercare di ovviare a questo problema, Donald Wich, di Messe Frankfurt, invita a una maggiore collaborazione tra enti fieristici: "Il nostro settore, purtroppo, non è mai stato troppo aperto a collaborazioni

e fusioni, mentre questa potrebbe essere l'occasione giusta per iniziare", sottolinea Wich. "Tutte e 150 le fiere in programma per quest'anno sono praticamente ferme da febbraio. Quelle cinesi, circa 45, sono state bloccate per prime ma saranno anche le prime a riaprire".

Nuovi format e layout espositivi: occhi puntati sulla Cina

A partire dalla fine di maggio, la Cina si prepara a far ripartire il settore fieristico. E c'è già grande attesa per scoprire quali saranno le formule adottate. "Le manifestazioni cinesi saranno per noi un grande banco di prova a cui guardare", commenta Patrizia Cecchi di Italian Exhibition Group, che nel secondo semestre dell'anno ha ancora in programmazione 14 eventi fieristici. "Ci stiamo letteralmente reinventando le fiere, con tutte le attività dinamiche che saranno svolte all'aperto e una programmazione giornaliera degli ingressi. Per l'incoming dei buyer, invece, stiamo attivando piattaforme di matching via web per assolvere temporaneamente alle esigenze di business".

Non si ferma neanche il mondo del vino, con Verona Fiere che si appresta a lanciare un nuovo format di wine2wine, a dicembre. Accanto all'ormai consolidato forum sarà infatti introdotta una parte espositiva, "dove sia la presenza della azienda sia quella dei buyer sarà attentamente regolata", spiega Giovanni Mantovani di Verona Fiere. "Stiamo ancora studiando il format, ma potrebbe essere un evento aperto al pubblico la domenica e agli operatori il lunedì e il martedì. Stiamo poi valutando se ci sono le condizioni per recuperare l'edizione mancata di OperaWine, il sabato precedente. Parallelamente si svolgerà la prima edizione di B/Open, l'evento dedicato al prodotto naturale e biologico". E aggiunge: "L'importante, oggi, è che gli enti fieristici non restino fermi. Non dobbiamo aspettare che le regole arrivino dalle regioni o dallo stato: dobbiamo proporre noi un modello che poi diventi anche uno standard comune, italiano ed europeo".

I NUMERI DELLE FIERE



FIERE DI PARMA

Con un quartiere fieristico di 300mila metri quadrati, Fiere di Parma organizza da oltre 70 anni manifestazioni di carattere internazionale. Un'expertise ampliata grazie alla collaborazione con Koelnmesse, attraverso la società Koeln Parma Exhibitions (KPE), e con Veronafiere, attraverso Verona Parma Exhibitions (VPE).

Portafoglio manifestazioni:
32 nel 2018, di cui 11 organizzate direttamente da Fiere di Parma, 2 ospitate e 19 Grandi Eventi

N. espositori/anno:
8.043

N. visitatori/anno:
393.699

Settori di specializzazione:
alimentare, food processing, antiquariale, plein air.
Principali fiere nel food:
Cibus, Cibus Connect, Cibus Tec



(Fonte: bilancio 2018 e sito aziendale)



VERONAFIERE

Veronafiere detiene il 45% delle manifestazioni fieristiche italiane relative ai comparti agricolo e agroalimentare. Molti gli eventi che l'ente organizza all'estero - Stati Uniti, Brasile, Russia, Cina, Nord Africa e Medio Oriente - grazie a una rete di 60 delegati, una società creata appositamente, Veronafiere do Brasil, un ufficio permanente a Shanghai e uno al Cairo.



Portafoglio manifestazioni:
71 fiere ed eventi in Italia e all'estero

N. espositori/anno:
13.338

N. visitatori/anno:
1.176.111

Settori di specializzazione:
agroalimentare, edilizia, costruzioni trasporti, sport, hobbistica, formazione universitaria e professionale, macchinari, arredamento.
Principali fiere nel food:
Vinitaly, wine2wine, B/Open, Fieragricola

(fonte: sito aziendale, dati 2019)



KOELNMESSE ITALIA

Koelnmesse srl, attiva a Milano dal 2002, è la filiale italiana della Fiera di Colonia, una delle maggiori organizzazioni fieristiche del mondo. Con una specializzazione nell'organizzazione di manifestazioni in ambito food e food-tech, Koelnmesse opera attraverso il proprio quartiere fieristico di Colonia (400mila metri quadrati di superficie espositiva) e in molti altri mercati come Brasile, Cina, Colombia, Giappone, India, Italia, Thailandia, Stati Uniti ed Emirati Arabi Uniti.

Portafoglio manifestazioni:
25 fiere internazionali e 70 fiere specializzate

N. espositori/anno:
54mila

N. visitatori/anno:
3 milioni

Settori di specializzazione:
25 ambiti commerciali
Principali fiere nel food (quartiere di Colonia):
Anuga, Ism, Anuga FoodTec



(Fonte: sito aziendale)



MESSE FRANKFURT ITALIA

Messe Frankfurt Italia è la filiale del gruppo fieristico internazionale Messe Frankfurt GmbH, 1° operatore fieristico al mondo con sede a Francoforte. Controllata dalla città di Francoforte (60%) e dal Land Assia (40%), Messe Frankfurt dispone di un quartiere fieristico di proprietà di 592.127 metri quadrati. Grazie a una rete mondiale composta da 30 società affiliate e 56 sales partner, il gruppo è presente in tutti i mercati più rappresentativi e copre diverse filiere produttive.



Portafoglio manifestazioni:
155 fiere

N. espositori/anno:
99mila

N. visitatori/anno:
4,5 milioni

Settori di specializzazione:
beni di consumo, tessile, automotive e logistica, technology & production, comunicazione e tempo libero
Principali fiere nel food (quartiere di Francoforte):
Ifra

(Fonte: sito aziendale)



FIERA MILANO

In Italia il gruppo, attraverso Fiera Milano Spa, gestisce i due quartieri espositivi fieramilano presso Rho (345mila metri quadrati lordi e 60mila di area esterna) e fieramilanocity a Milano, quartiere cittadino di 54mila metri quadrati espositivi lordi. Il Gruppo opera direttamente o tramite joint venture all'estero, principalmente in Cina, Brasile e Sudafrica. La società è controllata dall'ente autonomo Fiera internazionale di Milano (Fondazione Fiera Milano) che detiene il 63,82% del capitale di Fiera Milano.

Portafoglio manifestazioni:
80 in Italia e 30 all'estero

N. espositori/anno:
36mila
N. visitatori/anno:
4,5 milioni

Settori di specializzazione:
moda, editoria, arredamento, sistema casa, meccanica strumentale, turismo, ospitalità professionale, alimentare, impiantistica ed energia, edilizia, arte e nautica.
Principali fiere nel food: Tuttofood, Host, Ipack-Ima & Meat-Tech



(Fonte: report di sostenibilità 2019 e sito aziendale)



BOLOGNA FIERE

In Italia il gruppo dispone dei quartieri fieristici di Bologna, Modena e Ferrara ed è partner industriale della Nuova Fiera del Levante di Bari. BolognaFiere è stato il primo player fieristico ad aprire una sede propria in Cina per realizzare eventi a Hong Kong e Shanghai. Il gruppo organizza manifestazioni anche negli Usa, in Russia e in India. Nel 2018, ha acquisito Health and Beauty, network specializzato nel settore beauty professionale e nell'editoria di riviste trade in Francia, Germania, Svizzera e nell'Est europeo.



Portafoglio manifestazioni:
75 in Italia e 25 all'estero

N. espositori/anno:
25.300
N. visitatori/anno:
2,2 milioni

Settori di specializzazione:
beauty, editoria per ragazzi, industria
Principali fiere nel food:
Marca, Sana

(Fonte: sito aziendale)



ITALIAN EXHIBITION GROUP

Italian Exhibition Group (IEG) opera nell'organizzazione di eventi fieristici e congressi in Italia ed Europa, con le strutture di Rimini e Vicenza, oltre che nelle sue ulteriori sedi di Milano e Arezzo. Negli ultimi anni, IEG ha avviato un importante percorso di espansione all'estero, anche attraverso la conclusione di joint ventures con operatori locali, ad esempio negli Stati Uniti, Emirati Arabi e in Cina.

Portafoglio manifestazioni:
48 fiere e 190 eventi congressuali (2019)

N. espositori/anno:
14.593 (Rimini e Vicenza, 2016)
N. visitatori/anno:
2,5 milioni (Rimini e Vicenza, 2016)

Settori di specializzazione:
alimentare e bevande, gioielleria e moda, ospitalità e lifestyle, benessere, sport e tempo libero, green e tecnologie.
Principali fiere nel food:
Sigep, Macfrut, Beer & Food Attraction, Cosmofood

(Fonte: sito aziendale)

Valentino

Maestri Pasticceri dal 1952...

Valentino Cantuccini WITH ALMONDS
Valentino Cantuccini WITH HAZELNUTS
Valentino Cantuccini WITH CHOCO CRIPS
Valentino Cantuccini WITH CRANBERRIES

VALENTINO S.R.L.

TEL. +39.0865.273211 • FAX +39.0865.460299

www.valentinodolciaria.com • info@valentinodolciaria.com





Coralis: tornano i negozi 'come una volta'

Nuove sfide per un consorzio in continua evoluzione. Il progetto Etichetto. Le iniziative a favore dei più deboli. L'intervista a Eleonora Graffione, presidente del gruppo distributivo.

Coralis, consorzio che aggrega piccole realtà imprenditoriali, ha sviluppato interessanti opportunità di business per i propri soci. Come Etichetto, uno strumento per conoscere e sostenere le realtà produttive locali e per attivare rapporti e relazioni con le persone e con il cibo piuttosto che coi marchi. La Piccola Distribuzione Organizzata, inoltre, in questo periodo difficile dato dall'emergenza Coronavirus ha messo in campo competenze, risorse e creatività a favore dei propri clienti e del proprio territorio. Ce ne parla Eleonora Graffione, presidente di Coralis.



Eleonora Graffione

Coralis nasce dall'idea di promuovere i piccoli imprenditori e le imprese familiari. Cosa significa?

"Coralis - Piccola Distribuzione organizzata": in queste semplici parole è racchiuso tutto un mondo fatto di piccoli store sparsi sul territorio che scelgono di valorizzare la tradizione, di tornare a animare i centri cittadini con i negozi sotto casa. I punti vendita stanno tornando a essere i negozi di una volta dove oltre all'esigenza di acquisto si soddisfa quella di relazione e conoscenza: mantenere viva una rete di piccoli store significa ridare vita ai centri urbani, limitarne il degrado e fornire un servizio alla collettività. Tutto questo è il mondo Coralis, con le sue differenze ma con un'anima comune.

A vostro parere la bottega è il modello imprenditoriale del futuro. Perché?

La piccola impresa italiana, la bottega, è ancora il modello imprenditoriale del futuro, che non significa piccoli esercizi, ma esercizi dinamici. E' un'impresa che si adatta al cambiamento grazie alla sua intraprendenza, propensione al rischio e determinazione. 'Piccola Distribuzione Organizzata' significa gestione e insegne familiari, conoscenza del prodotto e del proprio territorio di appartenenza, prevalenza di prodotti italiani, qualità garantita a prezzi intelligenti, attenzione all'ambiente e massima limitazione degli sprechi, comunicazione interna attiva e vivace. Noi vediamo che questo tipo di negozio sta acquisendo sempre più quote di mercato rispetto alle grandi superfici, proprio perché insieme ai prodotti offre servizio, conoscenza e senso di appartenenza.

Come vengono selezionati i produttori?

Naturalmente, ci sono le grandi marche che fanno parte dell'assortimento dei punti vendita. Dall'anno scorso, poi, abbiamo dato il via ai 'tavoli commerciali' voluti dal nuovo Cda del Consorzio che mettono a confronto imprenditori e industria. Oggi, di fronte alla nuova complessità del mercato, di tutta la filiera e dei rapporti territoriali, Coralis promuove un progetto integrato, fatto di strutture partner e in continua evoluzione e abbandona l'idea che industria e distribuzione e non ultimo il comparto agricolo possano avere vita separata. Coralis riconosce un valore vero e profondo ai concetti di collaborazione, condivisione e allineamento: cooperare nella fase di sviluppo e selezione dei prodotti, grazie a un nuovo rapporto tra fornitori e distributori per la scelta delle migliori soluzioni di processo; condividere le informazioni che occorrono al corretto sviluppo del prodotto, dei lotti e dei prezzi; allineare quello che si ha con le ultime necessità presenti sul mercato.

Dall'accurata selezione di produttori e prodotti nasce Etichetto, la prima super, clear e social label pensata da un consorzio di distributori. Quali sono le caratteristiche?

Etichetto è una super - social label che certifica che

il prodotto è nato e prodotto in Italia, è no coltivazioni Ogm, è filiera certa, è no ingredienti nocivi, è controllato. Questo, oltre a essere garanzia di salubrità di ciò che mangiamo, è uno strumento per conoscere e sostenere le realtà produttive locali e per attivare rapporti e relazioni con le persone e con il cibo piuttosto che coi marchi. L'identificazione dei contenuti e la ricerca delle aziende in grado di poter garantire gli standard richiesti hanno implicato un grande lavoro ma il risultato è stato molto soddisfacente: oggi Etichetto ha un catalogo con più di 300 referenze.

Quali sono le ragioni che hanno portato a varare questa iniziativa?

Questo progetto ha favorito le aziende locali perché risponde alla necessità di un made in Italy della distribuzione, che rispetti le dimensioni delle realtà produttive e dei punti vendita e che esca dall'idea del 'commercio delle scatole e dei prezzi' per entrare nel mondo delle botteghe intese come luoghi della conoscenza e dello scambio. La ricerca di prodotti rispondenti ai parametri di qualità previsti da questa super-label ci ha portato a scoprire piccole realtà di eccellenza che probabilmente non avrebbero avuto la forza di entrare nella distribuzione organizzata.

Che prodotti comprende?

Prodotti di tutte le categorie merceologiche, compreso i freschi.

Quali sono i punti di forza di Coralis?

Sarà perché l'anima dei soci è un'anima imprenditoriale e familiare allo stesso tempo, sarà perché la situazione economica e storica che stiamo vivendo obbliga tutti (soprattutto coloro che hanno voglia di trovare una soluzione più che un colpevole) a recepire nuove visioni, sarà perché territorialmente i punti vendita del consorzio sentono forte la necessità di prendere posizione rispetto ad alcuni temi importanti come il lavoro, la salute, l'ambiente: sarà per tutti questi motivi, e altri ancora, che i soci Coralis, continuano nel loro ambizioso progetto di ricoprire un ruolo sociale oltre che commerciale, di dare sempre più dignità e professionalità ai propri addetti alle vendite e di presidiare, con iniziative di responsabilità sociale o ludiche, territori che, diversamente, sarebbero destinati all'abbandono.

In merito alla situazione di emergenza in corso, quali misure di prevenzione avete adottato?

Per prima cosa tutti i soci del Consorzio Coralis, in

attesa delle modalità di emissione e rimborso dei buoni spesa, hanno scelto di applicare uno sconto del 10% alla cassa ai buoni spesa erogati dal Governo. Un gesto di solidarietà ma anche un modo per far sentire la nostra vicinanza concreta a tutte le persone che in questo periodo stanno affrontando grosse difficoltà. I nostri sono tutti negozi di vicinato in cui il rapporto umano gioca un ruolo fondamentale. Questa è l'occasione per tradurlo, ancora una volta, in fatti concreti. Da quando questa emergenza ha travolto il Paese, i soci si sono prodigati per dare informazioni adeguate al momento che stiamo vivendo con una forte comunicazione in store, hanno rafforzato la presenza nei punti vendita per garantire da una parte il servizio dall'altro l'ordine per la sicurezza dei dipendenti e dei clienti e hanno promosso iniziative a sostegno delle strutture ospedaliere dei diversi territori. Nei supermercati La Prima Mercati di Città, infatti, dal 19 marzo è partita la raccolta fondi a favore del reparto intensivo dell'Ospedale Riuniti di Foggia. Inoltre, è stata messa in campo un'iniziativa ad hoc per operatori sanitari e forze dell'ordine: in tutti i punti vendita del Gruppo, esibendo badge o tesserino di riconoscimento, hanno priorità d'ingresso e in tre negozi potranno usufruire del servizio prenotazione/ritiro spesa con priorità. Naturalmente, aderisce all'iniziativa della Protezione Civile-Comune di raccogliere i prodotti alimentari offerti dai clienti per le persone più bisognose. I supermercati Vicino a te della famiglia Frongia nell'oristano hanno, invece, pensato di emettere dei buoni spesa del valore di cinque euro per dare la possibilità a tutti di compiere un gesto solidale. I clienti potranno acquistare i buoni che poi verranno donati alle associazioni di volontariato o direttamente alle persone meno fortunate. Il Gruppo Cdc della famiglia Curcio e il Gruppo Pascari di Taranto, in collaborazione con la Caritas e la Protezione Civile locale, hanno dato vita a 'Il carrello della solidarietà'. L'iniziativa 'carrello sospeso' è stata adottata anche nei punti vendita 'I mercati di Giù' di Palermo di Prezemolo&Vitale che si erano già impegnati dando il loro contributo alla sanità donando tre sistemi di laringoscopia di ultima generazione. La Piccola Distribuzione Organizzata ha messo in campo competenze, risorse e creatività a favore dei propri clienti e del proprio territorio. 'Un atto dovuto nei confronti di chi ci sceglie ogni giorno' è il fil rouge di tutte queste iniziative.

Un'ultima domanda: come vede il futuro del Consorzio?

Gli scenari che dovremo affrontare nei prossimi mesi, e non saranno pochi, richiederanno lucidità e determinazione nelle scelte degli imprenditori. In due mesi abbiamo assistito a cambi drastici dei comportamenti d'acquisto e delle abitudini dei clienti. L'e-commerce ha registrato dei risultati che tutti proiettavano a tre/cinque anni per esempio. Questo significa lettura veloce degli atteggiamenti dei clienti, e conseguenti decisioni immediate e spesso coraggiose, per adeguare sistemi e offerta. La tecnologia si deve sempre più integrare nel lavoro fisico, i mercati si devono ampliare per soddisfare più esigenze. Pertanto è imprescindibile valutare l'e-commerce ed implementarlo nella forma che più si adegua alle esigenze del cliente di nostro riferimento. Le dinamiche possono essere diverse, ma l'offerta ci deve essere. E non solo, saremo in emergenza, la crisi economica che dovrà affrontare il paese ci richiederà di essere più che aziende profittevoli, aziende solidali, e questo pensiero speriamo possa catturare l'attenzione di altri imprenditori che vogliono condividere con noi questo percorso.



I finanziamenti 'trappola' del Governo

Il premier Giuseppe Conte annuncia 400 miliardi di liquidità per le imprese. Ma sono solo prestiti. Dove l'ultima parola spetta alle banche. Con in più un comma beffardo...

Le aziende del settore alimentare che lavorano con l'horeca sono allo stremo. Va in scena una doppia beffa: da una parte non si fattura da due mesi e dall'altra stanno arrivando insoluti a valanga sulle consegne precedenti. C'è bisogno di liquidità: subito!

Ma il Governo che fa? "Una incredibile potenza di fuoco". Così il premier Giuseppe Conte aveva definito i 400 miliardi di euro a favore delle imprese, annunciati in pompa magna una decina di giorni fa. A ben vedere, però, il Decreto liquidità, emanato l'8 aprile, più che un "bazooka" (copyright sempre di Conte) sembra uno schioppettino da quattro soldi. Proviamo a capire perché.

Uno dei primi a sbugiardare 'Giuseppi' (copyright Donald Trump), quando ancora il decreto non era stato messo nero su bianco, è Antonio Patuelli, presidente dell'Abi (Associazione bancaria italiana). La liquidità, ha dichiarato a Milano Finanza: "Non è erogata gratis et amore Dei, ma sotto forma di prestiti con garanzie al 100% per affidamenti fino a 25mila euro, che scendono al 90% per cifre superiori". In sostanza è una partita di giro. Pmi e professionisti potranno avere prestiti di sei anni fino a 25mila euro o pari al 25% del fatturato nel 2018. A erogare questi prestiti lampo sarà il Fondo centrale di garanzia,

ente del ministero dello Sviluppo economico.

Nonostante la grancassa mediatica, allo Stato italiano il Decreto liquidità non costa quasi nulla. Si tratta semplicemente di garanzie. Come ha scritto Il Tempo, è a "saldo zero", dunque finanziato senza emettere debito, ma con lo spostamento di somme già previste nel bilancio. Somme che, secondo fonti solitamente bene informate, ammontano a circa 1,5 miliardi, recuperati a fatica nelle pieghe del bilancio dello Stato e da finanziare senza fare deficit aggiuntivo rispetto a quello già concordato con Bruxelles. Ma se consideriamo che in Italia ci sono 4,5-5 milioni di partite Iva, che avrebbero diritto ciascuna a 25mila euro, la cifra appare ridicola. Risultato: una marea di professionisti rimarranno a bocca asciutta.

Nella partita sui finanziamenti di importo maggiore, gioca un ruolo decisivo la Sace Simest, controllata dalla Cassa depositi e prestiti. Ad essa toccherebbe l'ingrato compito di garantire 200 miliardi di euro. Peccato che, per ora, sia prevista una dotazione di un solo miliardo. E peccato che a tenere in mano il pallino saranno le banche, e non il Governo. Eh sì, perché l'ultima parola spetterà proprio agli istituti creditizi, chiamati a esprimersi non solo sul 10% non garantito dallo Stato, ma anche sull'istruttoria in generale. Per gli im-

porti compresi tra 25mila e 800mila euro, dunque, si preannuncia denaro con il contagocce. Altro che bazooka.

C'è poi l'incognita sulla tempistica, anche per i prestiti garantiti al 100%. Tra scartoffie e burocrazia varia, dall'inoltro della domanda all'effettiva erogazione del finanziamento passerà - se va bene - un mese.

A complicare il quadro, al comma 2 dell'articolo 1 del Decreto liquidità, troviamo questo requisito: per accede-

re ai finanziamenti l'azienda "si impegna a gestire i livelli occupazionali attraverso accordi sindacali". Proviamo ora a pensare all'impatto di questo vincolo su un'impresa che riesce a ottenere il finanziamento senza impazzire con la burocrazia. E ipotizziamo che venga utilizzato per un investimento importante per il rilancio dell'attività. Una scommessa, come tutti gli investimenti. Che potrebbe andare bene o male. E se va male, cosa succede?

Magari a causa - Dio ce ne scampi - di un contagio di ritorno del famigerato Coronavirus o di qualche altro evento imprevedibile? Se non si può licenziare nessuno, l'azienda è obbligata a restituire il finanziamento? E ancora: per quanto tempo vale il vincolo? E cosa si intende esattamente per "accordi sindacali"? E mentre si costringono le imprese ad arroventarsi su questioni di lana caprina, il tempo sta per scadere, caro Giuseppi.



Giuseppe Conte

DA OLTRE 25 ANNI
LAVORIAMO ACCANTO A CHI RICERCA,
PRODUCE E AMA
L'AGRICOLTURA BIOLOGICA.

MOLINO GRASSI

IL BIOLOGICO PER TRADIZIONE

www.molinograssi.it

SPECIALE FARINE E CEREALI

L'industria molitoria nazionale trasforma annualmente cinque milioni e 400mila tonnellate di frumento tenero. Usato per produrre farina per circa quattro milioni di tonnellate. Destinate per il 65% alla realizzazione di pane e sostituti del pane.

E per il 35% ad altri usi come: biscotteria, pizza, dolci, pasticceria.

Nelle pagine seguenti, una panoramica sull'offerta da mettere a scaffale.

Dalle referenze classiche alle più innovative.

CEREALI

FIorentini ALIMENTARI
www.fiorentinalimentari.it/it/



Flocchi di Avena

Flocchi di Avena al naturale, da agricoltura biologica, ricchi di fibre e proteine vegetali. Sono ideali per una prima colazione sana e leggera. Sono particolarmente adatti a chi pratica attività sportiva. Si possono consumare al naturale o abbinati ad una bevanda calda, allo yogurt oppure possono diventare un prezioso ingrediente per il pane fatto in casa, biscotti o dolci.

Ingredienti principali

Flocchi di avena.

Peso medio/pezzature

500 g.

Shelf life

24 mesi.

GERMINAL ITALIA
www.germinalbio.it



Granola Cioccolato & Cocco

La Granola Cioccolato & Cocco è un goloso mix di cereali senza glutine, biologico, vegan, senza uova, senza latte, ricco di fibre, impreziosito dal gusto avvolgente delle gocce di cioccolato e dal profumo esotico delle scaglie di cocco. Il sacchetto interno è realizzato da un materiale innovativo composto da sostanze vegetali, totalmente biodegradabile e compostabile (secondo la norma europea UNI EN 13432) e certificato 'OK Compost'. Grazie alle sue caratteristiche, questo materiale, dopo l'utilizzo, può essere smaltito nell'umido e avviato al compostaggio.

Ingredienti principali

*flocchi di avena (senza glutine), *gocce di cioccolato 8%, *cacao in polvere, *miglio soffiato, *scaglie di cocco disidratato 4%.

* biologico.

Peso medio/pezzature

275 g.

Shelf life

250 g.

PEDON
www.pedon.it



I Pronti

Perfetto mix tra benessere, qualità e servizio, la gamma de 'I Pronti' Pedon è costituita da cereali e legumi cotti a vapore, senza conservanti e pronti da gustare. La linea si compone di 12 referenze suddivise in tre segmenti per tutte le occasioni di consumo: Mix di Legumi e Cereali, Legumi, Cereali, confezionati in un pratico doypack. 'I Pronti' Pedon sono versatili, perché adatti ad un consumo caldo o freddo e per diversi tipi di preparazioni creative. Sono facilmente fruibili grazie alle confezioni apri e gusta senza bisogno di scolare, adatti per microonde, comodi da trasportare e da conservare a temperatura ambiente, perfetti anche per il consumo fuori casa. Il cluster dei Cereali, in particolare, è la perfetta alternativa a pasta e riso. È composto da tre referenze: Farro, Bulgur e Quinoa, 7 Cereali.

Ingredienti principali

Legumi e cereali di diverse varietà cotti al vapore con un filo di olio extravergine di oliva e senza conservanti.

Peso medio/pezzature

250 g.

Shelf life

18 mesi.

FIOR DI LOTO
www.fiordiloto.it



Flocchi integrali bio di avena mignon

Flocchi di avena integrali da coltivazione biologica senza altri ingredienti. Sono ottimi da aggiungere direttamente al latte, bevande di riso o soia, fredde o calde, ma anche a zuppe, insalate e come contorno.

Ingredienti principali

100% Avena*.

*Da agricoltura biologica.

Peso medio/pezzature

500 g.

ILTA ALIMENTARE
http://www.amiolegumi.it

ZuppamiXlegumi e Grano Saraceno

La linea AMIO ZuppamiXlegumi comprende cinque ricette: Avena, Farro, Grano Saraceno, Riso integrale e Quinoa. I prodotti di questa gamma sono stati sviluppati in collaborazione con SmartFood, un progetto di ricerca nato all'interno dell'Istituto Europeo di Oncologia di Milano che mette la conoscenza scientifica al servizio della buona alimentazione. Con il suo mix nutrizionalmente bilanciato di legumi e cereali, ogni porzione di ZuppamiXlegumi copre il fabbisogno quotidiano di carboidrati e proteine. Inoltre i prodotti non necessitano di ammollo e sono studiati per garantire una cottura uniforme. La ricetta n° 3, con Grano Saraceno è fonte naturale di potassio, ferro e zinco e si distingue per il contenuto di magnesio.

Ingredienti principali

Piselli spezzati, grano saraceno, fave spezzate, adzuki verdi, lenticchie.

Peso medio/pezzature

500 g. Confezionato in atmosfera protettiva.

Shelf life

18 mesi.



MOLINO FILIPPINI
www.molinofilippini.com



Cous Cous 100% Grano Saraceno Bio

Il Cous Cous si presenta come un primo piatto completo al pari di pasta e riso. La versione 100% grano saraceno dona allo stesso un gusto deciso e inconfondibile oltre a un prezioso apporto di nutrienti. Il grano saraceno, infatti, è fonte di fibre e naturalmente ricco di fosforo, calcio, ferro, rame, magnesio, potassio e contiene importanti vitamine. Inoltre, è altamente digeribile, buono e povero di grassi e adatto a chi segue un'alimentazione priva di glutine. Il cous cous Molino Filippini viene prodotto in un impianto 4.0 costruito ad hoc e completamente allergen free. Per realizzarlo viene utilizzata la farina che la stessa azienda seleziona e macina, garantendo così altissimi livelli di controllo su tutta la filiera.

Ingredienti principali

Farina di Grano Saraceno Bio.

Peso medio/pezzature

250 g.

Shelf life

18 mesi in ATM.

Sorgo Decorticato Bio

Il Sorgo, probabilmente di origine Etiopica, è uno dei cereali più antichi mai coltivati dall'uomo. Esistono diverse varietà di sorgo ma solo il sorgo bianco è utilizzato per l'alimentazione umana. Il sorgo è altamente digeribile e facilmente assimilabile. Contiene importanti sali minerali come ferro, calcio, potassio e vitamine come la vitamina B3 e la vitamina E che rendono quest'alimento ricco di proprietà nutritive. Inoltre, contiene antiossidanti naturali e fitocomposti quali acidi fenolici, fitosteroli e flavonoidi. Cereale dal sapore dolce, il Sorgo, in cucina si può utilizzare a 360° ed è ideale per la preparazione di piatti senza glutine.

Ingredienti principali

Sorgo biologico.

Peso medio/pezzature

375 g.

Shelf life

18 mesi in ATM.

POGGIO DEL FARRO
www.poggiodelfarro.com



Farro Perlato Bio

Il farro perlato da agricoltura biologica di Poggio del Farro è molto versatile in cucina: grazie alla 'perlatura' che priva i chicchi dell'involucro esterno, non necessita di ammollo e in 15/20 minuti è cotto. Il suo caratteristico sapore lo rende protagonista nella preparazione di pietanze sia fredde che calde come zuppe, risotti o insalate fresche. Ha un alto contenuto di fibre.

Ingredienti principali

*Farro (Triticum Monococcum).

Peso medio/pezzature

500 g in sacchetto di plastica.

Shelf life

18 mesi.

MOLINO FILIPPINI
www.molinofilippini.com



Grano Saraceno Decorticato Bio

Il grano saraceno è chiamato il grano buono perché fa bene alla salute ed è altamente digeribile. Il suo seme è composto principalmente da amido, inoltre è ricco di minerali quali ferro, fosforo, potassio, calcio, magnesio, stagno e acido silicico. Grazie al suo gusto inconfondibile rende unici sia i piatti della tradizione sia le ricette più originali. Il grano saraceno è adatto davvero a tutti: da chi segue una dieta priva di glutine. Ideale per gustose zuppe, risotti ma anche freddo in fresche insalate estive.

Ingredienti principali

Grano Saraceno Bio.

Peso medio/pezzature

375 g.

Shelf life

18 mesi in ATM.

SIPA INTERNATIONAL - MARTINO
www.martinotaste.com



Couscous bio di riso integrale al cavolfiore gluten free

Prodotto speciale ed esclusivo, ideato da Martino grazie a uno speciale processo produttivo che permette al cavolfiore di essere abbinato con pregiata e selezionata farina di riso integrale al fine di non perdere ma, anzi, di esaltare le proprietà organolettiche. Fonte di fibre, a basso contenuto di grassi e sodio, il couscous bio di riso integrale al cavolfiore di Martino è un'eccellenza gluten free per qualità e proprietà.

Ingredienti principali

Farina di riso Integrale, farina di cavolfiore.

Peso medio/pezzature

Sacchetto da 300 g.

Shelf life

24 mesi.

MOLINO FILIPPINI
www.molinofilippini.com

Farina di Grano Saraceno Bio

Farina senza glutine ottenuta dalla macinazione di solo Grano Saraceno biologico. Ideale per tutti gli impasti, il Grano Saraceno dona a pasta, pizza, pane e dolci fatti in casa un gusto unico. Le sue proprietà nutrizionali lo rendono un alimento indispensabile per la salute: è una buona fonte di carboidrati non raffinati a lento assorbimento, è ricco di fibre, minerali e vitamine, in più ha un elevato valore biologico grazie al suo contenuto proteico; contiene tutti gli aminoacidi essenziali di cui abbiamo bisogno e ha il doppio di lisina che invece scarseggia nei cereali. Naturalmente senza glutine è una materia prima con un alto profilo nutrizionale.

Ingredienti principali
Grano saraceno biologico.
Peso medio/pezzatura
500 g.
Shelf life
18 mesi in ATM.


Farina per Polenta Taragna istantanea

La polenta Taragna Istantanea Molino Filippini è una bilanciata miscela senza glutine di farina integrale di Mais e farina di Grano Saraceno che combina alla perfezione tradizione e innovazione. Per fare questo, Molino Filippini ha messo a punto una precottura a vapore su entrambe le materie prime (Farina di Mais e Farina di Grano Saraceno) al fine di garantire tutte le proprietà organolettiche del prodotto, il gusto intenso e i brevi tempi di cottura. Ideale per chi, in mancanza di tempo, vuole gustarsi un bel piatto di polenta taragna in soli 5 minuti.

Ingredienti principali
Farina di mais precotta e farina di grano saraceno integrale.
Peso medio/pezzatura
500 g.
Shelf life
18 mesi in ATM.


Farina di Riso Integrale Bio

La farina di riso integrale è ottenuta dalla macinazione del chicco di riso completo. Rispetto alla farina di riso bianca è più ricca di micronutrienti. Questo perché la crusca che circonda il chicco di riso è particolarmente ricca di vitamine del gruppo B (in particolare B1, B2 e B3), vitamina D, magnesio, ferro, calcio e potassio. Inoltre, grazie alla macinazione dell'aleurone conserva un maggior contenuto di proteine. La farina di riso è naturalmente priva di glutine ed è indicata per chi segue un'alimentazione senza glutine. È ideale per la preparazione di prodotti da forno, sia dolci che salati. Dalla consistenza leggera e impalpabile, è possibile utilizzarla da sola o miscelata ad altre farine, per conferire morbidezza agli impasti.

Ingredienti principali
Riso Biologico italiano.
Peso medio/pezzatura
375 g.
Shelf life
18 mesi in ATM.

RUGGERI
www.ruggerishop.it

Farina per Pizza

La Farina per Pizza nasce da una selezione di frumento di grano tenero tipo '0' e dalla sua particolare macinazione a fino. Questa farina assicura un risultato professionale nella preparazione delle basi pizza perché sfrutta la forza naturale degli enzimi in essa contenuti. Che permettono di aumentare significativamente la performance del prodotto: l'impasto della pizza diventa facilmente lavorabile, sarà più stabile e sempre elastico. Inoltre, la lievitazione risulterà notevolmente migliorata. Utilizzando questa farina si ottengono pizze fragranti, con una crosta fine e piacevolmente dorata. Adatta a qualsiasi tipo di pizza, come le pizze alte alla napoletana e le pizze sottili e croccanti, si presta perfettamente anche per la realizzazione di soffici e gustose focacce.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero tipo '0'.
Peso medio/pezzatura
Confezione da 500 g.
Shelf life
12 mesi.

MOLINO DALLAGIOVANNA G.R.V.
www.dallagiovanna.it

laNapoletana 2.0

laNapoletana 2.0, nella nuova versione di tipo 0, è la nuova farina presentata a Sigepe 2020, nata dopo la storica modifica del disciplinare da parte dell'Associazione Verace Pizza Napoletana che ha aperto anche ad alcune tipologie di farina diverse dalla 00.

Ingredienti principali
Farina Tipo 0.
Peso medio/pezzatura
25 kg.
Shelf life
12 mesi.

A.S.T.R.A. BIO
www.irisbio.com

Farina di Farro Semintegrale Biologica

La farina di farro è indicata per la preparazione di biscotti, pane, grissini. Il farro è italiano della filiera Iris, la lavorazione dei grani è fatta nel molino a cilindri, confezionata in sacchetto di carta. Si consiglia di visitare il sito aziendale per consultare le ricette per il pane.

Ingredienti principali
Farina di farro spelta semi integrale biologica.
Peso medio/pezzatura
1 kg.
Shelf life
12 mesi.

MOLINO ROSSETTO
www.molinorossetto.com

Farina di grano tenero '00' da 1,5 kg

Farina ottenuta da grani teneri selezionati e di qualità superiore, ideale per tutte le preparazioni, proposta in un nuovo formato studiato per rispondere alle attuali maggiori richieste dei consumatori legate alla riscoperta del cucinare in casa. Ottima, in particolare, per la produzione di dolci da forno, crostate e paste fresche.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero.
Peso medio/pezzatura
1,5 kg.
Shelf life
13 mesi.

POGGIO DEL FARRO
www.poggiodelfarro.com

Farina di farro monococco Bio

La Farina Di Farro Monococco di Poggio del Farro si ottiene dalla macinatura del farro monococco biologico, il più vecchio frumento al mondo. Fatta di solo farro integrale Triticum monococcum, 100% Italiano, è ottima come base per prodotti da forno come pizza, pane, biscotti oppure per paste frolle e dolci, e per la pasta fatta in casa.

Ingredienti principali
Farro Integrale (Triticum Monococcum).
Peso medio/pezzatura
500 g in sacchetto di plastica.
Shelf life
12 mesi.

MOLINI PIVETTI
www.molinipivetti.it

Miscela Pizza Romana

Dalla selezione di ingredienti di altissima qualità, Pivetti ha creato il prodotto ideale per realizzare una pizza dal sapore intenso, dalla irresistibile leggerezza e croccantezza percepibili sin dal primo morso. Altra caratteristica unica della miscela è l'alta idratazione. La farina di riso e la semola, in perfetto equilibrio tra loro, permettono l'impiego di elevate percentuali di acqua, sino al 75%. Il lievito naturale disattivato assicura il sapore di un'autentica pizza in pala o in teglia e un risultato costante ad ogni impasto: ne deriva una base perfetta per essere esaltata con qualsiasi condimento, dal più semplice al più complesso. Risultato costante per lievitazioni di 24 ore. Ideale sia per impasti diretti che indiretti, adatto per chi cerca stabilità e unicità.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero, farina di riso e semola di grano duro.
Peso medio/pezzatura
10 kg.
Shelf life
9 mesi.

PETRA MOLINO QUAGLIA
<https://www.farinapetra.it/>

Petra 9

Petra 9 è una farina di grano tenero 100% da selezione climatica, macinata a pietra con l'innovativo processo Augmented Stone Milling per una selezione ottica perfetta del grano e la setacciatura e calibrazione controllata nell'impianto molitorio industriale più avanzato d'Italia. Una farina completa, fonte di fibre nobili e con un contenuto equilibrato delle parti diverse del chicco, compreso il germe di grano. Petra 9 è ideale per tutti i tipi di lavorazione, con un adeguato impastamento può sviluppare un glutine forte e estensibile. È una farina Tutto grano integrale. Grazie a queste caratteristiche Petra 9 assicura un'ottima resa produttiva, un alto assorbimento dei liquidi e una prolungata durata dell'impasto. Ideale per tutti i tipi di pane, lievitati dolci, frolla, pan di spagna, massa montata al burro, pizza, pasta fresca.

Ingredienti principali
Farina integrale di grano tenero.
Peso medio/pezzatura
Sacchetti da 500 g, 1 kg, 5 kg e 12,5 kg.
Shelf life
12 mesi dalla data di confezionamento.

PROBIOS
www.probios.it

Farina di grano saraceno - senza glutine

Le farine biologiche senza glutine Probios sono una preziosa base per la realizzazione di molte ricette. La Farina di grano saraceno è ottima per la preparazione di tutti i tipi di prodotti da forno, adatta anche a coloro che prediligono cereali diversi dal frumento e, grazie alle sue caratteristiche, idonea per chi segue un regime alimentare gluten free. Il Grano Saraceno (Fagopyrum esculentum), pseudocereale privo di glutine, appartiene alla famiglia delle Polygonaceae. Ideale per la preparazione di prodotti salati e dolci come pane, pizze, sfoglie, crepes, pasta fresca, torte, biscotti anche miscelata con altre farine.

Ingredienti principali
Grano saraceno biologico.
Peso medio/pezzatura
375 g.
Shelf life
18 mesi.

MOLINO NALDONI
www.molinonaldoni.it

Farina di Grano Tenero Tipo 1

La nuova Farina di grano tenero tipo 1 Molino Naldoni, nata per soddisfare la crescente richiesta di farine ricche di fibre, fornisce il giusto apporto di sali minerali e vitamine. Non solo, è ricca di parti cruscali e contiene il germe di grano, rendendo l'impasto altamente digeribile e, grazie alle sue proprietà, risulta utile al benessere dell'organismo. La Farina tipo 1 Molino Naldoni deriva dalla macinazione esclusiva di grani italiani, in purezza, senza l'aggiunta di enzimi e agenti chimici, ed è ideale per realizzare crackers, grissini, michette e altri sostituti del pane, per un impasto che risulterà oltre che profumato, anche più saporito. Perfetta anche per pizza e pasticceria, rappresenta il giusto equilibrio fra gusto e sana alimentazione. Una farina pronta a sprigionare un profumo intenso ad ogni impasto e un certificato di rigorosa italianità dei grani, accuratamente selezionati e lavorati con tutta la passione e l'esperienza che contraddistinguono Molino Naldoni, mugnai dal 1705.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero.
Peso medio/pezzatura
Sacchi di carta da 25 kg.
Shelf life
300 giorni.

MOLINO PASINI
www.molinopasini.com
Linea Primitiva


La Linea Primitiva è prodotta a partire da una pregiata selezione di grani teneri, per far riscoprire un prodotto dal caratteristico gusto e profumo 'di una volta'. Declinata nelle tre varianti, tipo 1, tipo 2 e integrale, è ideale per la breve, media e lunga lievitazione nei campi della panificazione, della pizzeria e della pasticceria. Il sapore e il profumo che si sprigionano durante la lavorazione e all'assaggio sono garanzia di altissima qualità della materia prima, proveniente da soli grani certificati, e magistrale lavorazione. Questa farina ha un importante vantaggio nutrizionale: grazie all'alta percentuale di fibre "buone", gli arabinoxilani, si può infatti registrare una potenziale riduzione dell'impatto glicemico. I sali minerali presenti, come il magnesio, il fosforo, il calcio, il ferro e lo zinco completano il prodotto rendendolo ricco, gustoso e profumato.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero.
Peso medio/pezzatura
10 kg - 25 kg per il canale professionale (e formato da 1 kg per il canale retail).
Shelf life
9 mesi.



MOLINO DeVita
LA TRADIZIONE CHE SI RINNOVA
DI GENERAZIONE IN GENERAZIONE
Semola di grano duro Bio 100% Italia

Sede Legale: Via Donizetti, 16 - Casalnuovo Monterotaro, 71033 (FG)
Stabilimento: S.P. 11 Torremaggiore, Casalnuovo Monterotaro Km. 14 - 71030 Casalvecchio di Puglia (FG)
www.molinidevita.it • Email: info@molindevita.it • Telefono: (+39) 0881 558556 • Fax: (+39) 0881 558451

AGUGIARO & FIGNA MOLINI
 www.agugiarofigna.com

4H Miscela per pizza autolievitante

Dall'esperienza di Agugiaro & Figna Molini nelle farine professionali dedicate alla pizzeria, nasce la 4H, una miscela di ingredienti accuratamente selezionati e bilanciati per realizzare pizze in teglia e classiche, focacce, pani, grissini, montanari, panzerotti al forno e fritti con tempi di lievitazione che vanno dalle due alle quattro ore garantendo digeribilità e leggerezza. Mantiene un'ottima lavorabilità sia in impasti a mano che in planetaria. Lo sfarinato di grano duro contenuto al suo interno favorisce una doratura omogenea oltre a una particolare scioglievolezza del prodotto. Ideale per chi ama impastare e non vuole rinunciare a una buona pizza pur mantenendo tempi di lavoro brevi.

Ingredienti principali

Farina di grano tenero tipo '00', semola di grano duro rimacinata, lievito di birra (Saccharomyces cerevisiae), sale, zucchero.

Peso medio/pezzature

1 kg.

Shelf life

12 mesi.

BAULE VOLANTE
 www.baulevolante.it

Farina di mandorle pelate bio

Realizzata con sole mandorle italiane e biologiche macinate finemente, è fonte di fibre e ideale per la preparazione di torte e dessert. Ma anche come addensante per salse e zuppe.

Ingredienti principali

100% Mandorle*.

*Da agricoltura biologica.

Peso medio/pezzature

150 g.

ALCE NERO
 www.alcenero.com

Farina di grano tenero tipo '2'

La farina di grano tenero di tipo '2' biologica macinata a pietra Alce Nero è prodotta solo con grano coltivato in Emilia Romagna. In questa farina il chicco di grano è macinato insieme a quasi tutta la parte esterna, preservando così la presenza delle fibre. La farina è consigliata per la realizzazione di pane e pizze.

Ingredienti principali

Farina di grano tenero tipo '2' biologica.

Peso medio/pezzature

1 kg.

Shelf life

10 mesi.

MOLINI BONGIOVANNI
 www.bongiovannitorino.it

Antiqua - Pregiata farina macinata a pietra

Antiqua è una farina macinata a pietra, ottenuta macinando solo grani piemontesi di filiera corta certificata, provenienti da aziende agricole che si trovano entro 50 km dal mulino. Rigorosi controlli qualitativi sul grano permettono di accertare che sia a residuo chimico zero, ossia che non contenga sostanze pericolose per la salute. Antiqua è una farina non raffinata: i chicchi di grano vengono infatti macinati in un unico passaggio, per mantenerne inalterate tutte le proprietà organolettiche e nutrizionali. Si distingue per il profumo intenso di grano e per il colore ambrato, dovuti alla presenza di tegumenti cruscali e di tutto il germe al naturale. Antiqua è una farina versatile e utilizzabile per tutte le preparazioni dell'arte bianca: panificazione, pizzeria, pasticceria e produzione di pasta fresca.

Ingredienti principali

Farina di grano tenero 100% piemontese macinata a pietra.

Peso medio/pezzature

Venduta in confezioni da 1, 10 e 25 kg.

Shelf life

Nei formati da 10 e 25 kg è di 6 mesi, mentre nel formato da 1 kg in atmosfera modificata resiste fino a un anno e mezzo.

MOLINO GRASSI
 www.molinograssi.it

Farina biologica tipo 1 macinata a pietra forte

E' una farina ricca di parti cruscali che una volta impastata sprigiona i profumi intensi del cereale, permette di recuperare a pieno i gusti, le consistenze e le virtù organolettiche dei prodotti di una volta.

Biologico.
Ingredienti principali

Farina di grano tenero.

Peso medio/pezzature

25 kg.

Shelf life

12 mesi.

SARCHIO
 www.sarchio.com

Mix pane integrale Sarchio

Bio, ricco di fibre e senza glutine, il nuovo preparato per pane integrale Sarchio consente di realizzare in casa, in poche e semplici mosse, pane, panini, focacce e altre prelibatezze croccanti e fragranti. È a base di una selezionata miscela ricca di farine integrali come grano saraceno, miglio bruno, riso, teff e sorgo che conferisce alle preparazioni un sapore rustico e profumato. Facilissimo da usare e naturalmente privo di lattosio, è un versatile alleato in cucina ideale per sfornare ogni giorno panificati caserecci integrali. Il Mix è racchiuso in una confezione da 500 g 'I Love my Planet', totalmente riciclabile nella carta, a conferma della grande attenzione di Sarchio per la tutela ambientale.

Ingredienti principali

Amido di mais, farine integrali.

Peso medio/pezzature

500 g.

Shelf life

12 mesi.

MOLINO DEVITA
 www.molinidevita.it

Semola integrale di grano duro bio ad alto contenuto in fibre

Il prodotto viene ottenuto attraverso una macinazione 'intera' del grano, a basso tasso di raffinazione e staccatura e alta valenza tecnologica. Possiede un contenuto in fibra minimo dell'8% e contiene il 95% del germe, un alto tenore in vitamine, sali minerali, composti antiossidanti, proteine ad alto valore biologico, e stabilità.

Ingredienti principali

Semola integrale di grano duro bio ad alto contenuto in fibre.

Peso medio/pezzature

Rinfusa in cisterne, sacchi 25 kg o big bag 800 kg.

Shelf life

6 o 12 mesi.



Influencer, professionisti ma non solo

Gli account Instagram con foto di cucina non sono solo opera di scrocconi. Ci sono grandi professionisti, gente onesta e amiche della porta accanto.

Il pubblico dei cosiddetti millennials sembra essere smosso in modo particolare da certi idoli. Tra questi, ecco gli influencer. Ne sentiamo parlare sempre e comunque, da almeno cinque anni, e con sempre maggiore frequenza. Bene: che cosa sono? Un influencer, come dice il nome in inglese, è uno che in qualche modo influenza i desideri e i consumi degli altri, talvolta in modo disinteressato ma talaltra anche in maniera professionale, facendone addirittura un lucrativo mestiere. L'influencer svolge la sua opera di influenza più o meno volontaria attraverso i social network, come facebook e soprattutto Instagram. Proprio Instagram è il porto sicuro degli influencer, anzi si può dire che l'influencing moderno nasca dalle semplici immagini e fotografie che appaiono su quel noto social. E' evidente: accanto ai social influencer che, in maniera surrettizia, pubblicizzano borse, rossetti, integratori da body builder (vi raccomandiamo gli influencer del mondo-palestra: un divertentissimo gruppo di aspiranti Superman e Wonder Woman, dove foto di glutei e bicipiti si accoppiano a frasi motivazionali da venditori porta a porta), dovevano apparire anche gli influencer culinari. Ma attenzione: anche tra loro occorre fare distinzioni, senza fare un fascio d'ogni erba.

I più 'influenti'

Periodicamente, escono sui giornali online le analisi degli influencer più influenti, scusate il bisticcio ma è così. In campo gastronomico, una rapida occhiata a chi sono vi farà capire la profonda diver-

sità che si rinviene nel campo. In lista, per esempio, c'è Antonino Cannavacciuolo: sapete tutti chi è, due stelle Michelin sul lago d'Orta e una grande celebrità televisiva grazie a Masterchef. E' evidente: i suoi 2,6 milioni di follower su Instagram lo seguono perché è un grandissimo professionista della cucina, e per di più un volto televisivo. Quindi, il suo influencing non è determinato da nulla che non sia la sua autorevolezza.

La potenza della rete

Accanto ai cuochi (e ai pasticceri come Iginio Massari), ci sono quelli che l'autorità se la sono conquistata. Per esempio, Chiara Maci, 594mila follower. Classe 1983, salernitana d'origine ma bolognese d'elezione, cominciò con un blog culinario in coppia con sua sorella Angela: 'Sorelle in Pentola'. Da lì, l'abilità di quelle due cuoche così appassionate si trasformò in popolarità, e Chiara Maci approdò anche alla tv, con Cuochi e Fiamme su La 7. Oggi è un'influencer tra le più limpide, oneste e affascinanti, e lei è adatta a questo mestiere: è cordiale, sorridente, solare. Viene da YouTube, invece, il vero e proprio terremoto rappresentato dalla marchigiana Benedetta Rossi, che su Instagram è seguita da 2,5 milioni di persone. Di primo acchito, ci si chiede chi sia. Poi, provando a far mente locale, ci si arriva: 'Fatto in casa da Benedetta'. E' il canale YouTube, ove appaiono le ricette che realizza. Tutte molto tradizionali, rassicuranti, dall'apparenza ghiottissima. Del resto, la stessa Benedetta non vuole trasmettere nulla di fighetto o affettato con la sua immagine:

capelli corti, trucco leggero, eloquio ruspante e diretto nel suo irresistibile e comunicativo accento marchigiano, costanti riferimenti alla mamma e alla nonna da cui ha ereditato il palmino della cucina.

Gli 'scrocconi'

Per concludere, occorre spre-care qualche parola per gli influencer 'globali', quelli 'famosi per essere famosi', che spesso promettono di postare foto di

hotel e ristoranti in cambio di una cena gratis nella migliore delle ipotesi, e di robuste 'stecche' pecuniarie nella peggiore. Molti ristoratori non ci trovano nulla di male. Altri invece si rifiutano categoricamente: "Non lavorerò mai regalando pasti agli influencer", ci ha confidato una volta un ristoratore di Milano che vuole restare anonimo. Già: a volte sono pure vendicativi, e con migliaia di follower ti sputtano in un attimo.



Alta Cioccolateria artigianale del Piemonte

DULCIOLIVA s.r.l.
 via F.lli Rosselli, 63
 12011 Borgo San Dalmazzo (CN) Italy
 tel. +39 0171 269764
 info@dulcioliva.it • www.dulcioliva.it



Antonino Cannavacciuolo



Chiara Maci

IMA al servizio del confectionery

Il gigante bolognese presenta soluzioni di confezionamento e di processo sempre più sostenibili, compatte e intuitive. Intervista a Daria Lolli (divisione Active) e Fabio Tozzi (divisione Gima).



Riempritrice/incartonatrice verticale FTC 517



Prexima 300

Grazie a un'offerta tecnologica completa, che va dalle soluzioni di processo a quelle di confezionamento primario, secondario e di fine linea, IMA rappresenta per le aziende del mondo confectionery un partner strategico per la progettazione e realizzazione di linee complete e personalizzate. Un know-how riconosciuto a livello globale, che oggi si arricchisce di nuove soluzioni che garantiscono maggiore sostenibilità, facilità di utilizzo e flessibilità produttiva. Ne abbiamo parlato con Daria Lolli e Fabio Tozzi, che seguono rispettivamente le vendite della divisione Active, lato processo, e della divisione Gima, lato confezionamento.

Il mondo delle tecnologie è in continua evoluzione. Quali sono, nella vostra esperienza, i nuovi must del settore?

Fabio: Il fattore sostenibilità è, senza dubbio, sempre più centrale e in certi casi determinante nelle scelte d'acquisto. Siamo di fronte a un consumatore più informato e consapevole, che sceglie prodotti il cui imballaggio sia facilmente smaltibile. Questo spinge i produttori a ricercare soluzioni capaci di rispondere a questa nuova esigenza, ma anche in grado di preservare la qualità dei loro prodotti.

Daria: Un trend che non vale solo per l'imballaggio: anche il prodotto stesso deve essere rispettoso dell'ambiente. Pensiamo al caso dei chewing gum: il calo nei consumi registrato negli ultimi anni potrebbe essere dovuto al fatto che la materia prima di cui sono realizzati impiega quasi cinque anni a decomporsi. Un problema a cui alcuni produttori sono riusciti a ovviare, sostituendo la gomma sintetica con gomma organica, che rende i chewing gum biodegradabili al 100% in solo pochi mesi. Oltre alla salvaguar-

dia dell'ambiente, un altro tema centrale per il settore è il benessere della persona. Basti pensare all'uso sempre più diffuso degli integratori alimentari. Con i prodotti confectionery che - se arricchiti di ingredienti funzionali come le vitamine, i sali minerali, il ginseng o l'acido ialuronico - permettono di assumere questi elementi in una forma diversa da compresse e pillole medicinali.

Quali soluzioni offrite, in ambito packaging, ai clienti che sono alla ricerca di tecnologie più eco-friendly?

Fabio: La divisione Gima da sempre lavora con i propri clienti nella progettazione di confezioni specifiche, trovando il giusto connubio tra marketing e applicabilità tecnologica. In collaborazione con i produttori, i nostri tecnici testano sulle macchine ogni nuovo materiale, individuando quelli che meglio si adattano alle diverse tecnologie. In questo modo, mettiamo al servizio del cliente la nostra esperienza, per aiutarli a creare packaging sostenibili realizzati con materiale riciclato, riciclabile o biodegradabile.

Può farci qualche esempio?

Fabio: Per il packaging primario, proponiamo astucci di forma e funzionalità diverse, che siano in cartone, Pet o 'ibridi', realizzati sulle nostre piattaforme verticali. Queste tipologie di confezione contribuiscono a rinnovare l'immagine del prodotto a scaffale o a sostituire i contenitori stampati a iniezione o soffiaggio, riducendo sensibilmente l'impatto ecologico dell'imballaggio. La gamma di riempitrici verticali Gima include diversi modelli che raggiungono velocità fino a 500 ppm. A seconda del prodotto da trattare - che si tratti di confetti, caramelle, mentine, liquirizie, gelatine, frutta secca, cioccolato o molto altro -, le nostre macchine possono essere configurate con alimentazioni dedicate come contattatrici meccaniche o elettroniche, dosatori volumetrici e bilance

multi-testa. Novità anche per quanto riguarda un tema difficile come l'avvolgimento. Un pacchetto di chewing gum, di caramelle, di frutta secca o altro necessita di essere avvolto per protezione, conservazione e mantenimento dell'aroma o anche per il confezionamento multiplo. In base al livello di effetto barriera che si vuole conseguire si possono utilizzare varie tipologie di materiale. Sulle nostre avvolgitrici abbiamo già testato con successo materiali alternativi come biopolimeri, materiale trasparente compostabile, materiali a base carta riciclabili con la carta, e film mono-materiale facilmente riciclabili.

Tornando ai chewing gum, quali sono le nuove tecnologie proposte dalla divisione Active, in ambito processing?

Daria: Il processo tradizionale vede il chewing gum prodotti per laminazione o estrusione di un impasto, poi tagliati, raffreddati e a volte ricoperti. Su un impianto del genere occupa molto spazio e può richiedere un investimento iniziale piuttosto importante. A questo si aggiunge il fatto che molti ingredienti funzionali, che oggi rappresentano una parte sempre più importante della ricetta, sono sensibili agli stress termico-meccanici per cui i loro effetti benefici rischiano di sparire ancor prima di arrivare nella bocca del consumatore. IMA Active propone quindi una soluzione alternativa per la produzione di una nuova generazione di chewing gum, che è anche più compatta, più economica e più flessibile: la serie di comprimitrici Prexima per la compressione diretta delle polveri.

Come funziona?

Daria: I diversi ingredienti, dopo essere stati miscelati insieme, vengono alimentati nella Prexima dove avviene la compressione. Il processo è veloce e lo stress meccanico sul prodotto è mini-

mo, così che l'effetto degli ingredienti funzionali non viene attivato se non nel momento più opportuno, ovvero durante la masticazione. Sono preservati anche gli ingredienti più termosensibili, grazie alla motorizzazione ad alta efficienza di cui è dotata Prexima. È sufficiente il solo sistema di ventilazione per tenere sotto controllo la temperatura dei motori, senza che il calore passi all'area di processo.

Che livello di flessibilità offre questa tecnologia?

Daria: Un'enorme flessibilità. La forma del prodotto finito dipende dalla forma del tip dei punzoni e del foro della matrice e questa può essere semplice, tonda o quadrata, fino a diventare piuttosto elaborata, a forma di cuore o di faccia di orsetto, per intenderci. Su Prexima, il cambio formato risulta semplice e veloce per l'operatore. Inoltre, con Prexima 800 è possibile anche produrre chewing gum bistrato, realizzati quindi con polveri di colore e consistenza diversi, ognuna con la sua funzione specifica. Una tecnologia che garantisce massima affidabilità, ripetibilità di processo e minimi sprechi di materie prime ed energie.

Tecnologie molto innovative. Ma anche facili da usare?

Daria: La forte componente innovativa non ne pregiudica la facilità d'utilizzo, anzi. Le nostre macchine sono state disegnate per essere semplici da usare e veloci da pulire. Senza dimenticare che abbiamo un laboratorio con tecnologi esperti di processo e materie prime, oltre a macchine e impianti disponibili per fare test con i nostri clienti supportandoli nello sviluppo di nuovi prodotti o nell'ottimizzare processi attuali. Non è raro che alcuni clienti vogliano fare un cambio di tecnologia, rendendo automatiche alcune fasi del processo produttivo che erano, fino a ieri, solo manuali.

“La prossimità è un valore condiviso”

La riscoperta dei negozi di vicinato al tempo del Coronavirus. E i clienti - vecchi e nuovi - da fidelizzare tramite prezzi corretti, assortimento adeguato e alto livello di servizio. Parola a Marco Bordoli, amministratore delegato del gruppo Crai.

Il boom di vendite in tempi di emergenza sanitaria, l'e-commerce, i buoni spesa, i progetti e gli investimenti dei prossimi anni. Sono alcuni dei temi affrontati in una lunga chiacchierata con Marco Bordoli, amministratore delegato del gruppo Crai, raggiunto in videochiamata il 29 aprile. Sul finire della lunghissima 'Fase 1' e alle soglie - pur tra mille incognite - dell'annunciata 'Fase 2'.

Prima di entrare nel merito sulla gestione dell'emergenza, diamo alcuni numeri sul gruppo Crai.

Abbiamo chiuso un 2019 positivo, con una crescita di circa il 4% a parità di centri distributivi. Non ci sono stati nuovi ingressi nell'organizzazione e neanche uscite. La crescita è legata principalmente all'aumento del numero di punti vendita.

Qual è il fatturato 2019 del gruppo?

Circa 5,5 miliardi di euro. Come si suddividono i punti vendita tra food e drug?

Il canale food, dove l'insegna Crai copre il 90% dei negozi, conta 2.300 punti vendita, mentre il canale drug ne ha circa 1.200. Lavoriamo quasi esclusivamente sul canale 'corto', mentre quello 'lungo', l'ingrosso, pesa sempre meno. Positivo il fatto che il gruppo abbia avuto un numero di aperture che ha superato quello delle chiusure. Ci sono infatti situazioni dove il negozio non rende come dovrebbe, oppure subentrano problemi di ricambio generazionale o di altra natura.

E poi ci sono le ristrutturazioni.

Sì, su questo fronte sono arrivati risultati molto interessanti, dato che questi pdv registrano crescita a doppia cifra grazie proprio al rinnovamento degli impianti, del layout e di altri aspetti. Tutte novità che suscitano l'interesse dei clienti.

Vediamo più da vicino l'impatto dell'emergenza Coronavirus.

Ci siamo dati da fare fin da subito per adottare tutte le misure di sicurezza necessarie. Per esempio, la misurazione della temperatura a chi lavora nei punti vendita e nei Cedi, l'utilizzo di guanti e mascherine e, in alcuni casi, l'utilizzo di plexiglass per tutelare i dipendenti.

In molti casi siamo andati anche oltre le misure obbligatorie per legge. Credo che le persone che lavorano nel nostro gruppo e nelle altre catene siano veramente degli eroi. E lo dico senza retorica. Come lo sono medici, infermieri e forze dell'ordine. Sono



Marco Bordoli

due mesi che incontrano centinaia di persone. E rischiano.

Che misure avete adottato per la clientela?

Abbiamo tutelato anche i consumatori gestendo al meglio le code, dotando i clienti di guanti e facendo tutto ciò che serve per limitare i rischi.

I dati parlano chiaro: le vendite nei negozi di prossimità hanno avuto incrementi eccezionali. Qual è il suo punto di vista?

Non posso che confermare. Abbiamo avuto riscontri notevolissimi, con fatturati cresciuti anche del 50%. Nielsen certifica che a marzo e aprile, Crai è la catena che sta performando meglio.

Quanto ha pesato il lockdown con le relative limitazioni?

Naturalmente i divieti e le limitazioni hanno condizionato questo risultato. Ma credo che abbia influito anche la credibilità che la nostra insegna ha acquisito nel segmento dei negozi di prossimità. Penso che tutti gli imprenditori che gestiscono i nostri negozi si siano dati da fare moltissimo, prendendo decisioni anche non facili.

Che problemi e difficoltà avete avuto?

Le richieste sono cresciute in maniera esponenziale, quindi siamo stati costretti in pochissimo tempo a cercare soluzioni. Per esempio, affittare camion per distribuire la merce, cercare personale per effettuare il picking nei Cedi. Tutto nel giro di pochissimi giorni. Ora ci siamo assestati, chiaramente.

E con i fornitori come sta andando?

corretto, un assortimento adeguato e un alto livello di servizio. Se si presta attenzione a questi aspetti, si può mantenere una parte rilevante dei clienti.

Come vi siete mossi nel canale e-commerce?

Da due anni il gruppo ha attivato 'Crai spesa online' con 170 punti vendita. Funziona così: si individua il negozio, si procede con la spesa online poi si decide se passarla a prendere o farsela consegnare a domicilio. In piena emergenza abbiamo avuto una crescita pari a 20-30 volte gli ordini dello stesso periodo dell'anno precedente. E abbiamo avuto qualche problema perché l'infrastruttura informatica prevedeva un numero di richieste cinque volte superiore. Già ci sembrava tanto.

Ma il Coronavirus ha sparigliato le carte...

Esatto. Chiaramente, con una domanda così, tutto è stato più problematico. I nostri tecnici sono stati molto bravi perché nel giro di una notte hanno montato una nuova infrastruttura in grado di rispondere alle richieste. Ora non siamo perfetti, ma garantiamo consegne gratuite il giorno dopo l'ordine, o al massimo nell'arco di due giorni.

Qual è il futuro di questa modalità di acquisto?

Credo che sarà sempre più consolidata. Moltissimi, con la crisi, hanno imparato a usare questi strumenti e hanno capito i prodotti ordinati sono quelli 'giusti'. Bisogna poi valutare che uscire a fare la spesa è anche un fatto piacevole, soprattutto per certe categorie di persone.

Che riscontri avete sui Buoni spesa erogati dai Comuni?

Abbiamo aderito alla richiesta del governo di applicare un ulteriore sconto e nei nostri punti vendita vengono utilizzati. Certamente, il fatto che i comuni si siano organizzati tutti in maniera diversa ha creato un po' di problemi.

L'ultima domanda è sugli investimenti: dove punterete nei prossimi anni?

Sicuramente sull'e-commerce. Che vuol dire potenziare infrastruttura tecnologica e customer care. Poi sull'ammodernamento della rete, composta da tanti negozi 'storici', diciamo così. Intendiamo rinnovare questi negozi con interventi sul risparmio energetico, sul layout espositivo. Infine la comunicazione: è decisivo comunicare bene e in modo attento con i propri clienti e con quelli che potrebbero diventarlo.

Newlat compra Centrale del Latte d'Italia

Ancora una volta Newlat, gruppo italiano attivo nel settore agroalimentare, ha colpito nel segno. E ha fatto centro. Il 30 marzo scorso ha sottoscritto un accordo vincolante per l'acquisto della partecipazione di maggioranza in Centrale del Latte d'Italia, pari a 46,24%, a fronte del pagamento per ogni azione CLI (Centrale del Latte d'Italia) di un corrispettivo di 1 euro e di 0,33 azioni ordinarie di Newlat Food. Un nuovo accordo che porta Newlat ad essere il terzo player nazionale nel settore lattiero caseario dopo Parmalat e Granarolo. "Newlat Food è un gruppo che vanta forti potenzialità di crescita e che, nel 2019 ha registrato ricavi consolidati pari a 320,9 milioni (325,8 milioni proforma), con un +4,9% rispetto al 2018, e un Ebitda consolidato aggregato pari a 28,3 milioni di euro, in crescita del 16,9%", spiega il presidente Angelo Mastrolia. "Quest'anno, con l'acquisizione di Centrale del Latte d'Italia stimiamo di raggiungere un fatturato di oltre 500 milioni di euro".

Sono trascorsi 12 anni da quando il 'visionario' imprenditore campano Angelo Mastrolia acquistò Newlat da Parmalat. Nel corso di questi anni ha saputo trasformare la società in qualcosa di veramente considerevole: un gruppo con una presenza nel mondo food che spazia dal latte, alla pasta, ai prodotti da forno, al senza glutine fino al baby food, 11 stabilimenti, oltre mille dipendenti e un presidio export che supera il 40%.

Newlat è diventata una realtà significativa a livello nazionale e internazionale. Cosa la caratterizza?

Newlat ha una forte attitudine a fare operazioni di M&A. Nel corso degli anni abbiamo messo a punto un sistema molto efficace di acquisizioni, riorganizzazioni e semplificazioni delle strutture. Un modus operandi strategico che ci porta verso una crescita continua. Un successo dimostrato anche dal nostro ingresso in Borsa lo scorso ottobre.

Quali sono i brand nel portafoglio del gruppo?

Sul fronte del latte abbiamo Giglio, Polenghi, Matese, Centrale del Latte, Fior di Salento, Optimus, Torre in Pietra e Ala. Per quanto riguarda il mondo del grano, Buitoni, Delverde, Pezzullo, Corticella, Guacci, solo per citarne alcuni. Nel settore 'speciale' del senza glutine, ricordiamo, poi, Guido.

E ora l'acquisizione di Centrale del Latte d'Italia (CLI). Cosa rappresenta?

CLI è una società attiva nella pro-



Angelo Mastrolia, presidente di Newlat



I figli di Angelo Mastrolia, Benedetta e Giuseppe, oggi rivestono rispettivamente la carica di business development e amministratore delegato dell'azienda



Nell'immagine, una ripresa aerea del sito produttivo di San Sepolcro (Ar) Newlat Food è un'azienda italiana il cui core business si sviluppa nel settore agroalimentare. Oggi è una delle più importanti realtà produttive del Paese e, grazie a marchi storici nei settori lattiero caseario, pasta e prodotti da forno, e alle nuove acquisizioni nel mondo della nutraceutica e dell'infanzia porta ogni giorno nel mondo prodotti di indiscussa qualità.

IL DEBUTTO IN BORSA

Il 29 ottobre 2019 Newlat debutta nel segmento Star Borsa Italiana dedicato alle medie imprese che si impegnano a rispettare requisiti di eccellenza in termini di trasparenza, corporate governance e liquidità. Nei giorni che hanno preceduto l'ingresso in Borsa è stato chiuso con successo il collocamento delle azioni aziendali (12,7 milioni) e anche di quelle dell'opzione greenshoe. Il prezzo è stato fissato in 5,80 euro per azione, con 66 investitori. Per l'occasione Angelo Mastrolia ha dichiarato: "Oggi possiamo affermare che in Italia gli imprenditori possono ancora sognare. Per far sì che i grandi valori che esprimiamo come paese possano essere riconosciuti nel mondo".

I NUMERI

2004

anno di nascita di Newlat

10

i siti produttivi: Cremona, Eboli (Sa), Fara San Martino (Ch), Lodi, Bologna, Ozzano Tarò (Pr), Reggio Emilia, Salerno, San Sepolcro (Ar), Mannheim (Germania)

320,9

MILIONI DI EURO

(325,8 milioni di euro proforma): ricavi consolidati aggregati 2019 (+4,9% rispetto al 2018)

28,3

MILIONI DI EURO

(28,5 milioni di euro proforma): Ebitda consolidato aggregato (+16,9% rispetto al 2018)

1.000

numero dei dipendenti

216.700

tons/anno di latte e derivati (nel 2019)

292

MILA tons/anno di pasta (nel 2019)

22.400

tons prodotti da forno (nel 2019)

43.500

tons prodotti senza glutine (nel 2019)

Grazie all'ultima operazione finanziaria, il gruppo avvia un consolidamento nel mercato lattiero caseario italiano. E sale sul podio dei principali player del settore.

duzione e commercializzazione di circa 120 prodotti, che vanno dal latte e i suoi derivati, agli yogurt e alle bevande vegetali, distribuiti con i marchi Tappo Rosso, Mukki, Tigullio e Vicenza. Si tratta di prodotti che raggiungono circa 16mila punti vendita sia della Gd sia del normal trade.

Cosa vi ha spinto verso questa operazione?

L'integrazione di due importanti operatori del settore (Newlat e Centrale del Latte d'Italia), entrambi con un significativo potenziale sinergico, ha come obiettivo il consolidamento del mercato lattiero caseario italiano e un nuovo progetto di sviluppo. Questa operazione ci permette di rappresentare il terzo gruppo operante nel settore, con una capacità produttiva completa e competitiva. Ma dirò di più: con l'acqui-

sizione di Cli diventiamo leader di mercato in quattro regioni (Piemonte, Liguria, Veneto e Toscana). Non solo. La nuova struttura produttiva vanta una potenzialità di crescita maggiore, oltre a una presenza territoriale più ampia, rispetto ai nostri diretti competitor.

Verso quali tipi di attività siete orientati?

Centrale del Latte d'Italia diventerà la piattaforma di riferimento per l'intero mondo lattiero caseario. Abbiamo individuato una serie di sinergie di varia natura che porteranno a efficienze sostanziali nel breve termine. Uno dei principali punti di interesse, ad esempio, sarà la complementarità dei brand e dei territori nonché le relative filiere produttive di alta qualità, come quella toscana, un vero fiore all'occhiello anche per i prodotti bio. Questo permetterà ai

consumatori di avere a disposizione una gamma di prodotti unici con brand storici e di grande rilevanza territoriale.

Quali sono i punti di forza?

Oltre alle potenzialità intrinseche dell'operazione, l'acquisizione di Centrale del Latte d'Italia, esempio di grande eccellenza, ci permetterà di dare vigore a temi di primaria importanza. Tra questi, la territorialità - vantiamo tre importantissime filiere del latte, in Piemonte, nel Veneto e in Toscana -, e la sostenibilità. Infatti, oltre ad avere stalle che rispettano il benessere animale, investiamo in nuove tecnologie a favore di impianti ecologici e sostenibili.

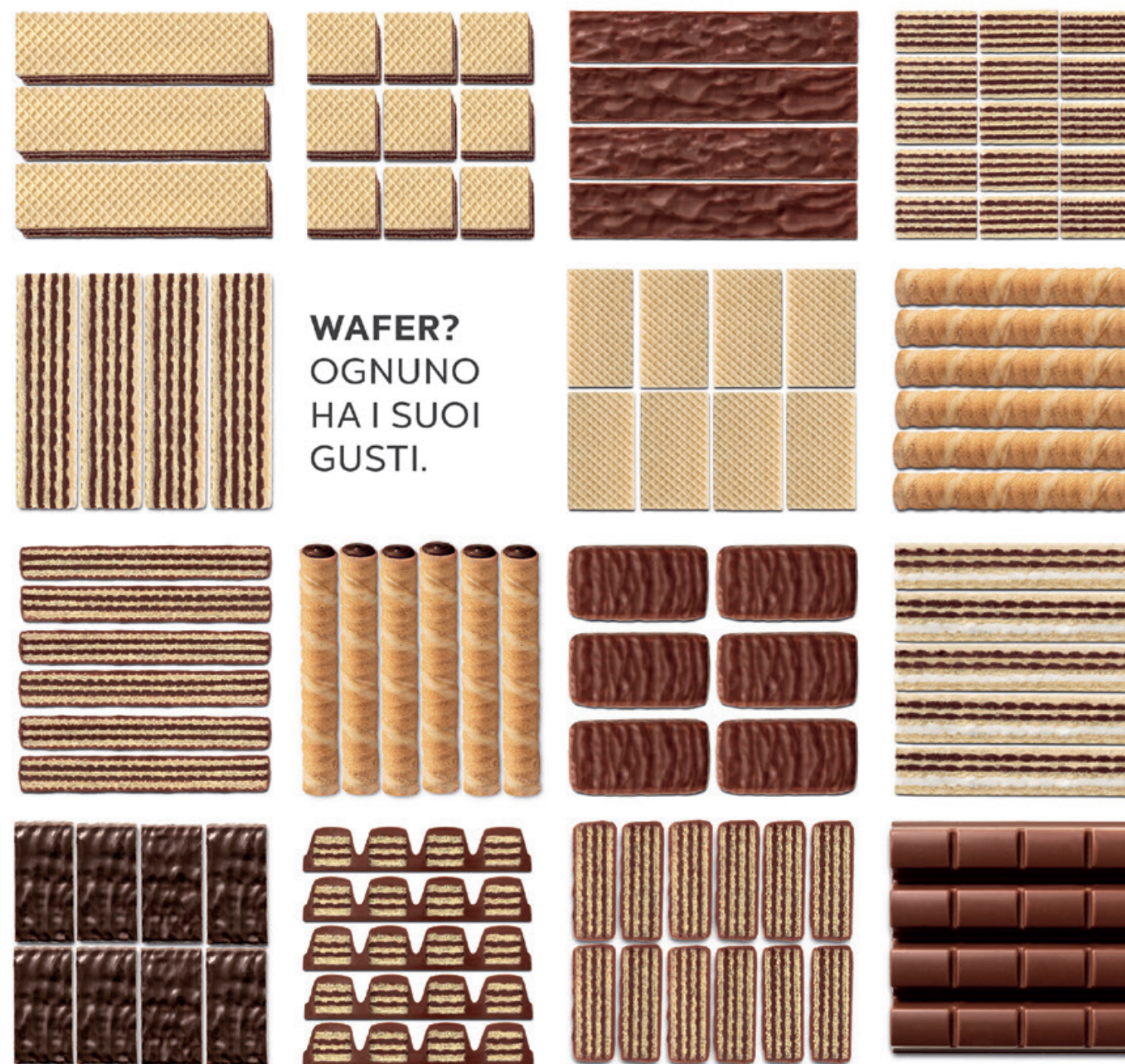
Cos'altro c'è nell'orizzonte di Newlat?

Newlat ha ancora una forte potenzialità di crescita, soprattutto dal punto di vista finanziario. Questo

ci consente di guardare già ad altri dossier nella speranza di mettere a punto, quanto prima, nuove operazioni.

Per finire, come avete vissuto i primi mesi dell'emergenza da Covid-19?

La diffusione della pandemia ha destato anche in noi una grandissima preoccupazione. Il nostro primo pensiero, dunque, è stato quello di mettere in sicurezza tutta la nostra forza lavoro in modo tale da continuare a lavorare a pieno regime e, nello stesso tempo, garantire i prodotti a scaffale, quali beni di prima necessità. Detto questo, marzo e aprile sono stati due mesi molto vivaci dal punto di vista dei consumi, sia a livello nazionale che internazionale, che ci ha permesso di registrare un importante incremento dei ricavi.



**WAFER?
OGNUNO
HA I SUOI
GUSTI.**

LAGO LI HA TUTTI.



COME I NUOVI DELIZIOSI WAFER "MINI ROLL". NUOVI NEL GUSTO, NELLA FORMA... E NELLO SCAFFALE DEI WAFER.



Ripartire con creatività

Per supportare la ripresa di ristoranti e imprese, Paolo Massobrio (ilGolosario) promuove iniziative concrete e innovative. Dal 'Sostenisario', il sito che offre servizi per lo sviluppo sostenibile del settore food&wine, fino alla guida delle attività che hanno avviato l'home delivery.

Lo stato di emergenza dovuto alla diffusione della pandemia da Covid-19 e l'obbligo di lockdown necessario a contenere il contagio hanno portato alla drastica chiusura, l'11 marzo scorso, di tutti i locali della ristorazione. Una situazione che, nel protrarsi dei tempi restrittivi, è diventata drammatica, mettendo a dura prova un intero comparto. Sono parecchi i protagonisti del settore che, tuttavia, non si sono dati per vinti e hanno escogitato un nuovo modo per continuare a lavorare, nel rispetto dei limiti imposti dall'eccezionalità delle circostanze. Paolo Massobrio, giornalista e critico enogastronomico - che dal 2000 pubblica ilGolosario, la guida che è diventata negli anni un vero e proprio punto di riferimento per gli amanti "delle cose buone d'Italia" -, ci racconta di un settore che ha voglia di ricominciare ed è ricco di idee innovative. Ma che necessita di essere sostenuto. "Esistono molte realtà che stanno reagendo con grande creatività. Una parola chiave, questa, che gli italiani hanno nel proprio Dna e che fa del nostro Paese un territorio ricco e inimitabile sotto tutti i punti di vista, a partire da quello culinario. Per questo motivo, ristoranti e imprese vanno sostenuti nel risolvere le molteplici criticità che interessano il loro settore", esordisce. Da qui l'idea di costituire un gruppo di lavoro, chiamato Revolù, composto dal team di Golosaria e da un pool di professionisti del settore - tra cui architetti, avvocati ed esperti di marketing e di comunicazione sociale - volto all'innovazione nel campo del food & wine. L'obiettivo? Capire cosa serve oggi, in tempo di emergenza, ai ristoranti, negozi e a tutte le realtà coinvolte nelle guide de ilGolosario, e di cosa avranno bisogno domani. "Insieme abbiamo



ideato 'SOSTENISARIO', una sezione all'interno del sito ilgolosario.it che, come si può intuire da questo neologismo, coniuga sostenibilità e sostegno concreto e immediato alle aziende".

Certi che niente sarà più come prima e proiettati verso il post emergenza, attraverso il SOSTENISARIO sono state messe a punto interessanti iniziative. "Sul sito è possibile accedere a un corso gratuito di 10 video lezioni dedicate al corretto utilizzo del mondo social, con la possibilità di successivi approfondimenti. Stiamo valutando progetti relativi a come potrebbe essere strutturato il ristorante di domani, partendo da nuove tematiche relative, ad esempio, al controllo della qualità dell'aria, ma anche dell'acustica, dell'illuminazione, fino alle nano tecnologie della sanificazione". Oggetto di indiscutibile interesse, poi, è l'home delivery. Come spiega Paolo Massobrio, in queste settimane si è rivelato uno strumento di primaria importanza che, di necessità virtù, ha permesso a tanti ristoranti e produttori di continuare a lavorare. "Si-

curamente l'home delivery rimarrà anche nel post-emergenza. È quindi necessario uscire dall'improvvisazione e procedere nel segno della professionalità: i nostri avvocati stanno lavorando per individuare il modello più corretto, regolato da precise norme. Nel frattempo, insieme a Marco Gatti, abbiamo ideato 'Il Golosario delivery', la guida italiana alle attività che stanno proponendo l'home delivery in questo periodo di forzato isolamento. Ci sono già 300 locali ed è consultata da migliaia di persone ogni giorno. La guida si sta rivelando un grande successo e un aiuto tangibile per gli operatori, per cui ne andiamo fieri. Abbiamo già visto i primi risultati. Il Ristorante Pinocchio di Borgomanero (No), ad esempio, a Pasqua ha consegnato 70 pasti, esattamente come i coperti che avrebbe servito se il ristorante fosse stato aperto. Lucca Cantarin, maestro pasticciere della Pasticceria Marisa di San Giorgio delle Pertiche (Pd), ha consegnato a domicilio l'intera produzione di colombe artigianali in anticipo sui tempi previsti. Oltre a questo, pubblichiamo anche

le storie delle iniziative attuate da produttori e ristoratori, in modo che siano interessanti esempi e spunti per altri. Guido Porrati della bottega Parla come Mangi di Rapallo (Ge), ad esempio, racconta come ha avviato il suo delivery. Un produttore del Golosario che fa liquori in Toscana, invece, spiega di come ha convertito l'operatività aziendale, scegliendo di realizzare gratuitamente alcool per la sanificazione. Raccogliamo anche richieste di consigli o aiuti. Come quella del Consorzio della Robiola di Roccaverano che ha lanciato un appello per sostenere i suoi produttori, sull'orlo del tracollo. Il nostro contributo ha permesso loro di esportare in tempi veloci i propri prodotti in Francia, grazie al supporto di un'enoeca di Dolcacqua (Im) che ha fatto da ponte. Insomma, per chi si è attrezzato, qualcosa si sta muovendo".

A supporto di tutte queste iniziative, ricordiamo poi la funzione strategica di Golosaria, la fiera enogastronomica che si terrà a Milano dal 31 ottobre al 2 novembre. La kermesse, che ha già nel suo Dna il sostegno alle imprese e alle realtà artigianali del mondo del food, vedrà la presenza di un'area dedicata al gruppo Revolù che raccoglierà idee e ispirazioni e fornirà a tutti gli operatori consigli e strumenti per affrontare i nuovi scenari.

"Noi de ilGolosario vogliamo quindi raccontare la 'ripartenza'. Che inizia adesso, senza aspettare una data del Governo. Nel presentare queste iniziative proiettiamo il settore oltre l'emergenza: gli esempi virtuosi, da un lato offrono opportunità nuove al mondo enogastronomico, dall'altro dimostrano la propensione verso la sostenibilità, che è il valore più importante che ci portiamo appresso dopo questo forzato periodo di riflessione".



1. Paolo Massobrio e Marco Gatti insieme allo chef Antonino Cannavacciuolo (al centro) durante un evento a Golosaria Milano 2019.

2. Da sinistra, Paolo Massobrio, il comico Giacomo Poretti e Marco Gatti, autore insieme a Massobrio della guida '1 Ristoranti de ilGolosario', durante l'ultima edizione di Golosaria Milano 2019



Nasce Cibus Forum

Rinviato al 2021 il salone dell'alimentazione parmense. Che lascia spazio, il prossimo 2 e 3 settembre, a un evento internazionale intitolato 'Food&beverage e Covid: dalla transizione alla trasformazione'. Al via anche 'My Business Cibus', piattaforma di matching digitale.

La decisione ufficiale è stata presa: l'edizione numero 20 di Cibus, salone internazionale dell'alimentazione, è rimandata al 2021, dal 4 al 7 maggio. Ad annunciarlo Fiere di Parma, in accordo con i partner Federalimentare e Ice Agenzia. "Non esistono le condizioni oggettive per poter garantire uno svolgimento del salone nel mese di settembre, mantenendo gli standard qualitativi e quantitativi di incoming, soprattutto estero, al livello delle abituali aspettative delle aziende espositrici, degli stakeholder e dei partner istituzionali", spiega

l'ente fiera. "Non sarebbe stato possibile accettare un'edizione ridotta di Cibus proprio perché il salone dell'alimentazione rappresenta per la community internazionale degli operatori dell'agroalimentare l'evento di riferimento assoluto per la promozione dell'autentic Italian food&beverage".

Ma se per il 'grande Cibus' dovremo aspettare altri 12 mesi, un'occasione di confronto per gli operatori del comparto ci sarà già a fine estate. Fiere Parma ha infatti annunciato la nascita di un 'Cibus Forum' da titolo: 'Food&beverage e Covid: dalla transizione alla tra-

sformazione', che andrà in scena il prossimo 2 e 3 settembre. Al centro: le nuove abitudini d'acquisto dei consumatori, la riorganizzazione del lavoro, la ripresa della produzione e dell'export per la filiera agroalimentare.

"Operatori del settore ed esperti italiani e internazionali si incontreranno per un confronto a più voci sugli scenari futuri", spiegano gli organizzatori. "Sarà un evento sia

fisico sia digitale che si terrà nel quartiere fieristico di Fiere di Parma, in un padiglione appositamente modulato e strutturato per accogliere, in maniera sicura e nel rispetto dei più avanzati standard safe&security, un numero ristretto di ospiti e key speaker. Cibus Forum sarà trasmesso anche in diretta streaming". Fra gli appuntamenti che si terranno nel corso dell'evento, segnaliamo mercoledì 2 settembre

gli Awards di *Salumi&Consumi*, *Formaggi&Consumi*, *Carni&Consumi*, *DolciSalati&Consumi*, *PastaRiso&Consumi*.

Sarà invece operativa già dal 12 maggio un'innovativa piattaforma digitale di sourcing e business matching, chiamata My Business Cibus, che consentirà agli operatori di scoprire e selezionare tutti i prodotti, anche i più nuovi, delle aziende espositrici di Cibus.



MY BUSINESS CIBUS

In attesa di Cibus Forum a settembre e, in prospettiva, di Cibus 2021, Fiere di Parma e Federalimentare presentano un'innovativa piattaforma digitale, 'My Business Cibus', dedicata a buyer e operatori. A partire dal 12 maggio, accedendo al portale www.mybusiness.cibus.it, sarà infatti possibile scoprire circa 200mila prodotti offerti dalle 3mila aziende espositrici di Cibus, indicizzati per una rapida fruizione delle informazioni. Il funzionamento è semplice: si può cercare direttamente un'azienda o un prodotto inserendo il nome dell'apposito spazio, oppure effettuare ricerche più 'ampie' selezionando la categoria d'interesse o la regione di provenienza desiderata. Direttamente dalla piattaforma è anche possibile inviare una richiesta alle aziende o, quando serve, chiedere l'assistenza di un consulente personale.



Base Pizza

GRANI ANTICHI

CON ACQUA DI MARE

Fonte di fibre
24 ore di lievitazione naturale

METODO ARTIGIANALE

STESA A MANO

CON LIEVITO MADRE

SHELF LIFE DI 60 GIORNI

VARIANTI: BIANCA
INTEGRALE
GRANI ANTICHI

vallefiorita.it

“Apriamo tutto, da luglio, in sicurezza”

TH Resorts si prepara ad accogliere gli ospiti dal 30 giugno. Garantendo tutte le misure necessarie. Il comparto turismo, che vale il 13% del Pil, può e deve ripartire. Ma serve chiarezza su liquidità e burocrazia. Intervista a Graziano Debellini, presidente del Gruppo.

Ismea Oltre 40 anni di storia, 31 strutture in Italia, 100 milioni di euro di fatturato. Sono alcuni numeri di TH Resorts, con sede a Padova, tra i principali player italiani del settore hospitality di fascia medio-alta. Un comparto, quello del turismo in Italia, che vale 230 miliardi di euro e il 13% del Pil. “Senza un’immediata risposta, il settore diventerà facile preda di speculatori e non ci sarà prospettiva”, spiega Graziano Debellini, presidente di TH Resorts, in questa chiacchierata a tutto campo. A tema, tra l’altro, la riapertura delle strutture in sicurezza, il rilancio del comparto e il giudizio sull’operato del Governo.

Iniziamo dalle riaperture. Che programmi avete?

Intendiamo aprire a fine giugno le 30 strutture per la prossima stagione estiva, mettendo in sicurezza i villaggi secondo le indicazioni della autorità sanitarie. Corriamo un rischio, è chiaro. Ma siamo decisi ad aprire tutto in sicurezza.

Cosa intendete?

Le strutture andranno ripensate in termini di progettualità e riqualificazione, lavorando per adattare l’offerta alla contingenza del momento e proporre un prodotto vacanze che rassicuri i clienti. Vogliamo aprire senza fare del male a nessuno. Se la sicurezza dipende dalla distanza, faremo in modo di rispettarla.

Perché siete così determinati ad andare in questa direzione?

Vorrei dimostrare che si può andare in vacanza, facendo tamponi a personale e ai clienti e misurando anche la temperatura, se necessario. Del resto, credo ci sia una tale pressione in questi mesi di ‘reclusione’ in casa, che tutti vogliono andare in vacanza. Verrebbero anche per lavare i piatti, secondo me...

Quale cambio organizzativo implica la decisione di aprire?

Un cambiamento che deve passare attraverso l’innovazione tecnologica e digitale. Per questo devono essere coinvolte le maestranze e il personale dovrà essere adeguatamente formato sulle disposizioni e i protocolli post emergenza.

Quali sono le conseguenze economiche del lockdown per il vostro settore?

Secondo un recente studio The European House-Ambrosetti, solo ad aprile, abbiamo perso 300mila posti di lavoro. Se il trend prosegue, arriveremo a 6 milioni. Un disastro occupazionale e sociale senza precedenti e difficilmente gestibile.

E le conseguenze per TH Resorts?

In tempi normali ad aprile le percentuali di prenotazione confermate per l’estate sarebbero state pari all’80% per la montagna e al 70% sul mare. A oggi siamo a zero. Ogni giorno che passa rischia di compromettere la stagione e creare un ulteriore danno a gestori e proprietari di immobili. Non solo: un milione e mezzo di stagionali attendono di capire se avranno un lavoro nei prossimi mesi. Per questo è prioritario che siano attuati quanto prima tutti gli interventi a sostegno del settore enunciati nell’ultimo decreto, espressi con chiarezza nel Manifesto del turismo. Sulla gestione degli stagionali, tra l’altro, ho il dente avvelenato da tempo...

Come mai?

Mi sembra assurdo che non ci sia la possibilità di utilizzare i voucher. Mi pare un fatto vergognoso: per ogni situazione ci vuole uno strumento adeguato. E per i lavoratori stagionali di agricoltura e turismo, i voucher



Graziano Debellini

TH RESORTS

TH Resorts è uno dei principali player a livello nazionale attivo nella gestione di 31 strutture alberghiere – hotel, villaggi, resort – specializzato nel segmento leisure di fascia medio-alta. Secondo l’Osservatorio Horwath 2019, nel 2018 TH Resorts è la prima catena alberghiera in Italia nel segmento leisure per numero di camere e ha una posizione di leadership predominante nel segmento montagna con una quota di mercato pari al 23% circa. Fondato a Padova nel 1977, negli anni si è focalizzato sull’acquisizione di nuove strutture, principalmente in un’ottica ‘asset light’, affiancando all’attività di gestione anche quella di tour operator e sviluppando accordi commerciali con agenzie di viaggio e on-line travel agency italiane. Da sempre il Gruppo ha prestato grande attenzione al tema dell’occupazione: al picco della stagione turistica impiega un totale di circa 9mila persone, incluso l’indotto.



sono strumenti indispensabili.

Cosa pensa dei provvedimenti economici del governo per fronteggiare l'emergenza?

La direzione è quella giusta, anche se temo la presenza eccessiva di esperti e di task force. Il rischio è di avere tot capita, tot sententia. Quindi incertezza. Ad ogni modo, a mio avviso restano da affrontare meglio tre questioni.

Quali?

Gli ammortizzatori sociali sui lavoratori stagionali; il chiarimento su burocrazia e tempi in tema di liquidità; maggiori certezze sul credito d’imposta.

Possiamo fare un esempio?

Per risolvere il problema della liquidità delle imprese, che è la vera urgenza, i prestiti a sei anni non bastano: per ripagarli, un’azienda dovrebbe avere una marginalità del 15%. Un’utopia. Come minimo bisogna portare la scadenza a 30-20 anni.

Vediamo più da vicino il vostro gruppo: quanti pasti gestite al giorno?

Tenendo conto che la nostra è un’attività principalmente stagionale che si sviluppa nel periodo dicembre-marzo in inverno e giugno-settembre in estate, quindi per circa otto mesi all’anno pari a 240 giorni circa, sviluppiamo oltre 1,2 milioni di colazioni e oltre 2,25 milioni di pasti fra pranzi e cene, con una media giornaliera di circa 5mila colazioni e 9.375 pasti.

Come vi approvvigionate?

Siamo organizzati con un ufficio acquisti centralizzato che provvede a definire contratti quadro con i fornitori. Abbiamo accordi stabili “con servizio garantito” in tutta Italia con primari player di catering italiani e accordi locali con produttori del territorio. Ogni struttura, in base agli accordi e al budget di spesa, gestisce il suo magazzino con l’obiettivo di avere un’alta rotazione delle scorte. Nella norma le merci in magazzino girano completamente ogni 10-15 giorni circa.

Avete rapporti diretti con aziende alimentari?

Certamente, in particolare dove l’azienda riesce a garantire un servizio di consegna articolato nel territorio, cosa che non è sempre facile. Di qui la necessità di avere dei grossisti.

Lavorate anche con i cash and carry?

Salvo qualche urgenza, normalmente lavoriamo con grossisti e produttori. Il servizio cash and carry è minimale.

Vi servite di produttori locali?

Certamente, in particolare sia per i prodotti freschi e freschissimi come il comparto ortofrutta e la panetteria, il pesce, i prodotti tipici del territorio. Soprattutto per le situazioni dove il fornitore locale garantisce un servizio veloce e immediato al fine di coprire ogni esigenza.

Come si suddivide la vostra clientela, tra italiani e stranieri?

Circa il 50% dei clienti nel periodo invernale sono stranieri, mentre in quello estivo siamo attorno al 10-15%. Quest’anno, naturalmente, fa un po’ storia a sé. Ma contiamo molto sugli italiani che non andranno all’estero – di solito espatria circa il 40% – e rimarranno in Italia quest’estate.

Resta il fatto che riaprire sia una scommessa, come diceva in apertura. E comporta dei rischi.

Sì, lo ribadisco. Ci vuol coraggio ad aprire. Bisogna gestire una situazione di passaggio e ci sarà incertezza su tempi e strumenti finanziari. Ma ciò che conta è che le aziende continuino a vivere. Soltanto chi vive potrà godere della fiducia degli investitori. E ricominciare.

sana

32° salone internazionale del biologico e del naturale

IL LATO NATURALE DEL BUSINESS



FOOD



CARE & BEAUTY



GREEN LIFESTYLE



BolognaFiere
3 | 6
Settembre
2020

an event by

Bologna Fiere

www.sana.it

CON IL PATROCINIO DI



IN COLLABORAZIONE CON

FEDERBIO AssoBio

guida buyer - schede prodotto

Marzo 2020


AMARELLI
www.amarelli.it

Polvere di liquirizia in confezione da 100 g

Succo di liquirizia in polvere spray dry altamente solubile. Piccolo formato ideale per le ricette a base di liquirizia. **Ingredienti principali** Liquirizia, sciroppo di glucosio, zucchero di canna.

Peso medio/pezzature
Pratico sacchetto da 100 g.
Shelf life
3 anni.

APICOLTURA CASENTINESE
www.apicolturacasentinese.com

Solofrutta

Solofrutta è una composta di frutta biologica con solo tre ingredienti: altissima percentuale di frutta, succo d'uva e succo di limone. Senza addensanti e aromi. Ha il tipico sapore della frutta, fresco e naturale.

Ingredienti principali
Frutta, succo di limone e succo d'uva.
Peso medio/pezzature
295 g.
Shelf life
24 mesi.

BISCOTTIFICIO VERONA
www.biscottificioverona.com

Kit completo Tiramisù alla fragola

La confezione-Kit contiene tutti gli ingredienti per la preparazione del Tiramisù alla fragola per sei persone, in soli dieci minuti.

Ingredienti principali
Vaschetta per contenere il dolce Tiramisù, confezione di 12 Savoiardi Marini al cacao, busta di preparato Mascarpone alla fragola, bustina di bagna alla fragola, bustina di granella di zucchero rosa.
Peso medio/pezzature
220 g.
Shelf life
12 mesi.

DOMORI
<https://domori.com/>

Cioccolato Bianco con Pistacchi Interi

Il contrasto tra la dolcezza e l'aroma di latte che caratterizza il cioccolato bianco e i pistacchi interi, tostati e leggermente salati.

Ingredienti principali
Zucchero di canna, burro di cacao, pistacchi salati (20%), latte in polvere, emulsionante: lecitina di soia, estratto di vaniglia.
Peso medio/pezzature
75 g.
Shelf life
14 mesi.

ADR
www.sassellese.it

Canestrellini

Tipico dolce della tradizione pasticceria ligure, piccolo nella proporzioni ma grande nella bontà, il Canestrellino rappresenta oggi il vero 'fiore all'occhiello' della produzione di ADR. A base di golosa pasta frolla, questa specialità si distingue subito per la caratteristica forma circolare forata al centro e coronata da piccoli petali. Ma a rendere davvero unici e inimitabili i Canestrellini 'La Sassellese' sono la friabilità al palato e la preziosa spolverata di bianchissimo zucchero a velo dopo la cottura che, grazie a un procedimento esclusivo, si mantiene inalterata nel tempo in tutta la sua fragranza.

Ingredienti principali
Farina di frumento, margarina vegetale (olio di palma, olio di cocco, acqua, emulsionante: mono- e digliceridi degli acidi grassi vegetali da palma e girasole, correttore di acidità: acido citrico), zucchero, tuorli d'uova*, aromi. Senza grassi idrogenati. *Uova fresche da galline allevate a terra.
Peso medio/pezzature
250 g.
Shelf life
11 mesi.

LAGO GROUP
www.lagogroup.it

Ciambelle Panna e Cioccolato

Soffice pasta margherita al cioccolato farcita di vellutata crema alla panna.

Ingredienti principali
Ciambella al cioccolato con farcitura alla panna pasta 75% - Farina di grano tenero tipo '0', uova, zucchero, margarina vegetale (olio di cocco, olio di girasole), fecola di patate, cioccolato in polvere 3,2% (pasta di cacao, zucchero, cacao magro in polvere), cacao magro in polvere, agenti lievitanti: difosfato disodico. Farcitura latte e panna 25% - Sciroppo di glucosio, saccarosio, panna in polvere (6% nella farcitura), olio di girasole, latte scremato in polvere.
Peso medio/pezzature
Confezione da 6 ciambelle 240 g (6 x 40 g).
Shelf life
6 mesi.

PASTICCERIA QUADRIFOGLIO
www.pasticceriaquadrifoglio.com

Bicchierini 60 g

60 grammi di puro gusto. Tutta la linea dessert 60 g è composta da delicate mousses adagiate su base di biscotto e decorate con salse o topping. Due le linee disponibili: ricotta o mascarpone. Tanti gusti disponibili: frutta, cioccolato, caramello e molto altro.

Ingredienti principali
Biscotto digestive, burro, ricotta/mascarpone, topping.
Peso medio/pezzature
60 g.
Shelf life
25 giorni.

PASTIGLIE LEONE
www.pastiglieleone.com

Linea Dolce Vita

Dedicata agli amanti della dolcezza, 'Marca Leone' è una collezione di latte regalo per celebrare la 'dolce vita' italiana. Le meraviglie del nostro Belpaese quali Portofino, la Costiera Amalfitana e la Riviera sono state interpretate con disegni ad acquerello.

Ingredienti principali
Zucchero, sciroppo di glucosio, frutta in proporzione variabile 12% (polpa di mele, succo di mirtillo, fragola, limone), essenze di agrumi, aromi naturali. Gelificante: pectina di frutta. Acidificante: acido citrico.
Peso medio/pezzature
Lattina 30 g (Pastiglie assortite gusto agrumi mandarino, limone e arancia). Latte ovali 100 g (gelatine alla frutta assortite).
Shelf life
24 mesi (Pastiglie).
Non è presente la data di scadenza ma all'estero vengono indicati 36 mesi.

EUROVO
www.eurovoservice.com

La Meringa Francese

Un semilavorato a base di albumi d'uovo, prima pastorizzati con una miscela di zuccheri e poi montati in maniera stabile. Questa massa montata è destinata alla cottura in forno e può essere utilizzata per prodotti a base di meringhe alla francese. Ideale per la produzione di meringhe, macarons, dacquoise, masse giapponesi, meringhe al cacao, meringhe al cioccolato, tutte le tipologie di amaretti e molto altro.

Ingredienti principali
Albumi d'uovo pastorizzato, miscela di zuccheri.
Peso medio/pezzature
Brik da 1,250 kg – cassa da 12 brik.
Shelf life
6 mesi.

FIOR DI LOTO
www.fiordiloto.it

Crema spalmabile con latte di cocco e nocciole

Golosa crema spalmabile senza glutine e senza lattosio realizzata con latte di cocco e nocciole tostate.

Ingredienti principali
Zucchero di canna, latte di cocco in polvere 17%, nocciole tostate 15%, cacao in polvere 12%, olio di semi di girasole, burro di cacao 5,2%.
Peso medio/pezzature
200 g.

FRACCARO SPUMADORO
www.fraccarospumadoro.it

'I CUCCIOLI' Panini dolci allo Yogurt o con gocce di cioccolato

Soffici panini dolci, senza coloranti né conservanti e senza grassi idrogenati. Disponibili in due gusti: allo yogurt o con gocce di cioccolato. Il prodotto nasce dalla collaborazione tra Fraccaro e 'Cuccioli', un 'mondo' fatto di libri, peluche, giochi in scatola e ora finalmente anche di merendine, la cui scelta è ricaduta proprio sui prodotti sani e genuini di Fraccaro. L'azienda, insieme ai Cuccioli, propone infatti ai bambini una merenda sana e gustosa, caratterizzata da materie prime di qualità e senza olio di palma.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero tipo '0', cioccolato fondente 13% o yogurt (latte) intero 4%, uova, zucchero, lievito naturale da pasta madre 7% (grano), aromi naturali. Può contenere latte e soia.
Peso medio/pezzature
200 g (40 g x 5 pz).
Shelf life
6 mesi.

INDACO
www.indacocandy.com

Colfresh Dental black

Chewing gum senza zucchero con carbone attivo, tè verde e calcio.

Ingredienti principali
Carbone attivo, tè verde e calcio.
Peso medio/pezzature
Zipper bag 28 g.
Shelf life
3 anni.

PUGLIA SAPORI
www.pugliasapori.com

Taralli 100% integrali

I nuovi Taralli della linea classica Puglia Sapori sono formulati con farina 100% integrale, olio d'oliva e olio extra vergine d'oliva. Il sapore unico del classico snack della tradizione pugliese, in un packaging reminiscente della nostra terra, si arricchisce così di tutti i benefici della farina integrale: non un semplice snack, ma anche un alleato dell'organismo grazie all'alto contenuto di fibre.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero integrale, vino bianco, olio d'oliva, olio extravergine d'oliva, sale.
Peso medio/pezzature
Busta da 250 g.
Shelf life
12 mesi.

STUFFER
www.stuffer.it

Stuffer Crea Pasta Sfoglia di Farro 270 g

La pasta sfoglia di farro 270 g Stuffer Crea è un prodotto innovativo, studiato per sfruttare al massimo i trend di crescita del gradimento e del consumo del farro in Italia: è realizzata con ingredienti di altissima qualità e, soprattutto, con il 100% di farina di farro. L'elegante confezione completa il tutto, attirando facilmente l'attenzione dei consumatori.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero tipo '0', olio di girasole (9,5%), sale, lievito, olio extravergine di oliva (1,5%), farina d'orzo maltata.
Peso medio/pezzature
240 g/10 pz per ct.
Shelf life
8 mesi.

VALLEDORO
www.valledorospa.it

Green Griss 240 g

Con i nuovi grissini Green Griss, Valledoro protegge la natura. Confezionati in imballi 100% compostabili. Incarto esterno e monoporzionamento mantengono la freschezza e le caratteristiche organolettiche dei grissini e possono essere smaltiti nei rifiuti organici perché costituiti da sostanze compostabili.

Ingredienti principali
Farina di grano tenero tipo '0', olio di girasole (9,5%), sale, lievito, olio extravergine di oliva (1,5%), farina d'orzo maltata.
Peso medio/pezzature
240 g/10 pz per ct.
Shelf life
8 mesi.

WITOR'S
www.witors.it

Delicious Caramello

Cioccolato al latte con cremoso ripieno al caramello e croccante caramello salato.

Ingredienti principali
Praline di cioccolato al latte (cacao: 30% minimo) con cremoso ripieno al caramello e caramello croccante.
Peso medio/pezzature
Autoportante 125 g – confezionati singolarmente.
Shelf life
15 mesi.



We are ready to support you in a new challenge:
Sustainability.

USAGE FIELDS

- MONO-MATERIALS R-PET



100% Recycled
100% Recyclable



100% Washable
100% Reusable

- BIO-PLASTICS



100% Compostable
100% Biodegradable
100% Recyclable



Bring us your needs, **BECAUSE WE CARE**