

Pastaria

P55.evo



DOMINIONI

www.dominioni.it

La rivista del network di informazione professionale per il produttore di pasta

- www.pastaria.it
- www.pastariahub.com
- www.pastabid.com



un brevetto Landucci

Lavacanne

*pulizia
sanificazione
efficienza*



LAVACANNE LANDUCCI
l'unico sistema brevettato
di pulizia e sanificazione delle canne
tramite vapore

landucci



SINCE 1925

Landucci s.r.l. - Via Landucci, 1 - 51100 Pistoia - Italia - Tel. +39 0573 532546 - Fax +39 0573 533067

www.landucci.it



Colophon

Pastaria DE 3/2020
Maggio



EDITORE

Kinski Editori S.r.l.

sede legale

Via Possioncella 1/1 42016 • Guastalla

sede operativa

Via Dall'Aglio 21/2 • 43122 Parma [Italia]

tel. +39 (0)521 1564934

fax +39 (0)521 1564935

Email redazione@pastaria.it

ROC no. 23238

DIRETTORE RESPONSABILE

Lorenzo Pini

COPYRIGHT ©

Kinski Editori S.r.l. Poiché siamo ostinatamente convinti che la condivisione dell'informazione, delle idee e della conoscenza possa contribuire a rendere migliore il mondo, la diffusione di questa rivista non solo è consentita ma addirittura promossa e incentivata. Puoi inviare la rivista a tuoi conoscenti, stamparla e distribuirla, inserire un link di download sul tuo sito, condividerla sui tuoi canali sui social network, ecc. ecc. Purché sempre gratuitamente e senza modificare l'originale.

INTERNET SERVICE PROVIDER (ISP)

xPlants.it (Levata di Curtatone, Mantova)



FORMATRICI PER PASTA RIPIENA

- Facile accesso per la pulizia e la manutenzione
- Realizzate in acciaio inox AISI 304 e interamente lavabile con acqua ad alta pressione e detergente
- Pannello di controllo con interfaccia operatore per controllare le ricette e i parametri di produzione della macchina e dei suoi accessori
- Design igienico
- Cambio stampo rapido senza attrezzi
- Unità centrale di ingrassaggio posizionata su carter, facilmente accessibile



FORMATRICE CAPPELLETTI MOD. FA630 CON POMPA A VITE PER RIPIENI TRADIZIONALI.
Disponibile in vari modelli.



FORMATRICE PER CAPPELLETTI

- Fino a 180 colpi/minuto a seconda del formato
- Adatto per produrre molti formati, come cappelletti, tortelloni, formati jumbo, saccottini e molti altri
- Braccio di sollevamento per facilitare il cambio stampo
- Pompa del ripieno e sistema di taglio degli scarti posizionati su ruote



FORMATRICE RAVIOLI MOD. FJS300 PER FORMATI JUMBO CON POMPA A LOBI PER RIPIENI CREMOSI.
Disponibile in vari modelli.



• FORMATRICE RAVIOLI

- Tecnologia del vuoto brevettata che garantisce la perfetta sigillatura con ripieni cremosi
- Adatta a produrre formati jumbo e forme speciali con ripieno caratterizzato da ingredienti in pezzi
- Sincronizzazione automatica grazie ai motori brushless



FORMATRICE RAVIOLI MOD. FAD540.
Disponibile in vari modelli.

FORMATRICE RAVIOLI

- Fino a 180 colpi al minuto a seconda del formato
- Adatto per produrre formati come mezza luna, triangoli, fiori, ravioli di varie misure, o qualsiasi formato personalizzato
- Capacità di produzione oltre 1000 kg/h





Patrocini & Sostenitori



Patrocini

Pastaria ha ottenuto il patrocinio delle più prestigiose associazioni nazionali e internazionali di produttori di pasta alimentare.

I patrocini di Pastaria





THREE TECHNOLOGIES PERFECTLY MATCHING
TO BE YOUR BEST PARTNER FOR
DRY PASTA AND SNACKS



FEN IMPIANTI SRL

Via Sole, 72 - Tezze sul Brenta (VI) - Italy
www.fenitalia.com
+ 39 0424 868711

ANSELMO IMPIANTI SRL

Via Fossano, 33 - Bene Vagienna (CN) - Italy
www.anselmoitalia.com
+ 39 0172 654755

L.T.A.

Viale Dell'Industria, 11 - Thiene (VI) - Italy

Sostenitori

Gli strumenti di informazione e aggiornamento professionale che compongono il network di Pastaria sono liberi e gratuiti grazie alla sensibilità e al sostegno di aziende leader che operano a livello internazionale nel campo della fornitura di ingredienti, semilavorati, macchine, impianti e servizi per la produzione di pasta fresca, secca, gnocchi e piatti pronti.

I sostenitori di Pastaria





LEBEN
INGREDIENTS



MOLINO PASINI





**REGISTER
TODAY!**

NPA 2020 Webinar Series

National Pasta Organization is pleased to announce the schedule for webinars that NPA will be hosting monthly over the next six months for several presentations that were scheduled to take place at the 2020 Annual Meeting. These webinars will be free of charge for all NPA members and non-members that registered for the 2020 Annual Meeting. If you are not a member of NPA and you did not register for the 2020 Annual Meeting but you are still interested in attending some or all of the webinars, please email info@ilovepasta.org to receive complimentary registration.



Webinar Schedule

Wednesday, June 24, 2:00 – 3:00 pm ET

State of the Industry Report & NPA Moving Forward

Carl Zuanelli, Nuovo Pasta Productions and NPA Board Chairman

Thursday, July 16, 2:00 – 3:00 pm ET

U.S. Durum Outlook

Jim Peterson, North Dakota Wheat Commission

Tuesday, September 22, 2:00 – 3:00 pm ET

NPA Communications and Research Update

Alexandra Ozerkis and Kara Yacovone, NPA Communications

Thursday, October 22, 2:00 – 3:00 pm ET

NPA Technical Affairs Committee (TAC) Report

*Alexis Freier-Johnson, 8th Avenue Food & Provisions
& NPA Technical Affairs Committee Chair*

Thursday, November 12, 2:00 – 3:00 pm ET

Legislative & Regulatory Update

Gary Kushner, Hogan Lovells and NPA General Counsel

Register now in advance for one or all five of the webinars in this series!

Sponsor Opportunities

Sponsorships are available for all webinars!
Sponsor one or more of the 5 webinars.

There are 2 sponsorship levels available:

Platinum Level
Sponsorship

\$1000

Gold Level
Sponsorship

\$500

Benefits for Sponsors:

- Your logo will be featured in NPA's promotions for the webinar, in the post-webinar survey email, and on a slide at the beginning of the webinar
- Access to webinar attendee list
- Get your company information out in front of all NPA members and non-members!

Reach out to info@ilovepasta.org if you are interested in sponsoring.

1



Atti del Pastaria Festival 2019. Pasta

**Giovanni Peira, Giacomo
Pasino**

Dipartimento di Management,
Università degli Studi di Torino

gourmet ad Indicazione Geografica



Pubblichiamo una sintesi del contributo di Giovanni Peira al convegno *Innovazione di prodotto: dalla tradizione al mercato*, organizzato dall'Associazione Produttori Pasta Fresca e gnocchi della piccola e media impresa e dell'artigianato (APPAFRE) svoltosi nell'ambito del Pastaria Festival 2019.

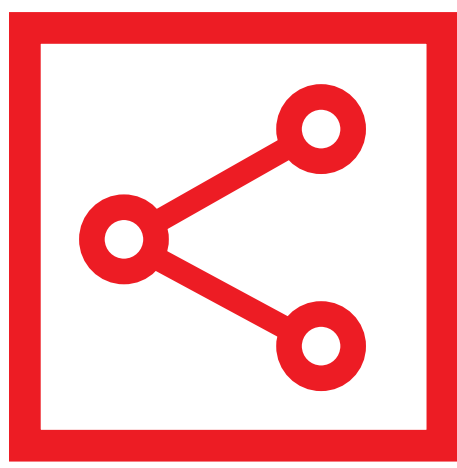
Il mercato alimentare italiano, fra cui anche quello della pasta alimentare, vede il palesarsi di due tendenze. La prima è legata ai nuovi stili alimentari dei consumatori. Dal primo “Rapporto sulle abitudini alimentari degli italiani” del Censis si parla di politeismo alimentare, ovvero un paradigma alimentare che spinge i consumatori (soprattutto i Millennials e la Generazione Z) a contaminare stili ed alimenti con un desiderio di curiosità e sperimentazione, cercando di prestare maggiore attenzione ad un consumo più responsabile attento agli aspetti salutistici, etici e sostenibili. La seconda è il comportamento delle aziende del comparto pastario che, per rispondere ai nuovi stili di consumo, indirizzano le strategie sull’innovazione di prodotto e la diversificazione dell’offerta (come ad esempio la pasta integrale, biologica, speciali con farine di legumi, gluten free, a rapida cottura, pasta realizzata in 3D).

Dagli ultimi dati disponibili, la produzione mondiale di pasta è passata dai 9 milioni di tonnellate (1998) a quasi 15 milioni t (2018). Il principale Paese produttore continua a rimanere l’Italia con oltre 3,3 milioni di tonnellate di pasta prodotta, di cui oltre la metà viene esportato soprattutto negli Stati Uniti, Francia, Germania e Regno Unito. Il fatturato alla produzione conta di 4,8 miliardi di euro.

Tra le tipologie di paste commercializzate, un segmento che sta riscotendo sempre più interesse da parte degli attori della filiera pastaria sono le specialities, ovvero prodotti gourmet commercializzati nella fascia di prezzo più elevata di mercato, in cui vi sono anche le paste certificate ad Indicazione Geografica.

L’Unione europea già dal 1992 istituì tre regimi di qualità certificati che attualmente sono disciplinati dal Regolamento Ue n. 1151/2012. Sono prodotti a Denominazione di Origine Protetta (DOP) quelli strettamente associati allo specifico territorio del quale prendono il nome, e devono rispondere a tre requisiti: originari di un luogo, regione o di un Paese determinati; qualità e caratteristiche di un prodotto derivate essenzialmente o esclusivamente da un particolare ambiente geografico e dai suoi fattori naturali o umani; le fasi di produzioni devono svolgersi nella zona geografica delimitata.

L’Indicazione Geografica Protetta (IGP) invece è destinata ai prodotti collegati ad un territorio; la relazione con esso è meno stringente rispetto al prodotto DOP e alla relativa area territoriale. Questi prodotti devono rispondere a tre condizioni: originari di un determinato luogo, regione o Paese; alla regione geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità, la reputazione o le altre caratteristiche; almeno una del-



PASTARIA FESTIVAL

Sharing know-how on pasta manufacturing



25
SETTEMBRE
2020
SAVE
THE
DATE
PARMA





le fasi di produzione deve svolgersi nell'area territoriale indicata.

Diversamente dalle Indicazioni Geografiche DOP e IGP, l'altro segno della qualità è la Specialità Tradizionale Garantita (STG), che si rivolge a prodotti agricoli e alimentari che abbiano una produzione o composizione "specificata" (cioè differente da altri prodotti simili) e "tradizionale" (cioè esistente da almeno vent'anni), anche se non prodotti necessariamente solo in tale zona.

L'Indicazione Geografica è il link fra prodotto tipico e nome geografico sulla base del quale al prodotto è applicabile uno strumento di tutela giuridica ovvero un segno distintivo che esprime questo legame e lo certifica ai consumatori. Pertanto la valorialità dell'indicazione geografica sintetizza una molteplicità di esigenze: la conservazione e valorizzazione delle identità alimentari, storiche, culturali ed economiche delle

comunità locali; la biodiversità; la dimensione collettiva con un "sapere" condiviso a livello locale; la tutela contro contraffazioni e usi illeciti.

Dal database comunitario Door, alla fine del 2019 erano presenti 1460 Indicazioni Geografiche a livello europeo, di cui 642 DOP, 756 IGP e 62 STG. A livello di classe merceologica, le più numerose sono i prodotti ortofrutticoli (390), i formaggi (239) e i prodotti a base di carne (181). A livello di singolo Paese, l'Italia ha il maggior numero di Indicazioni Geografiche registrate con 299 di cui 167 DOP, 130 IGP e 2 STG, di cui 112 prodotti ortofrutticoli, 52 formaggi, 46 oli e 43 prodotti a base di carne. Il valore alla produzione, secondo le stime di Qualivita (2017), è di circa 7 miliardi di euro, con un valore al consumo di circa 15 miliardi di euro ed un valore all'export di 3,5 miliardi di euro.



MACCHINE ED IMPIANTI PER PASTA



ITALGI S.R.L. VIA PONTEVECCHIO 96A - 16042 CARASCO (GE) - ITALY
TEL. (+39) 0185.350206 (+39) 0185.351525 - E-MAIL: ITALGI@ITALGI.IT - WEB: WWW.ITALGI.IT

Le Indicazioni Geografiche complessivamente hanno ottenuto un buon riscontro sul mercato, anche se con alcune zone d'ombra. Da un lato vi sono sicuramente degli aspetti positivi, come lo sviluppo dei volumi produttivi, il consolidamento delle quote di mercato e la penetrazione di nuovi canali distributivi; ma dall'altro vi sono anche dei fattori negativi, quali l'aumento della concorrenza tra specialties e contrazione dei margini operativi. Il mercato delle Indicazioni Geografiche è fortemente polarizzato in due grandi cluster di prodotti. Nel primo, i quattro quinti del fatturato del mercato è realizzato da circa una decina di indicazioni geografiche, come ad esempio Parmigiano Reggiano (1,3 miliardi di euro), Grano Padano (1,293 miliardi di euro) e Prosciutto di Parma (890 milioni di euro). Nel secondo vi sono molte indicazioni di piccole-medie dimensioni, che faticano a promuoversi al di fuori del proprio areale di produzione ed a raggiungere una certa consistenza economica, nonostante abbiano un ruolo di grande importanza nel contesto dello sviluppo locale.

Tra le classi merceologiche previste dalla normativa sui regimi di qualità, la pasta alimentare ha registrato fino ad oggi solo 10 prodotti IGP, di cui 2 francesi "Pâtes d'Alsace IGP" (2005- anno di registrazione sul portale Door) e "Raviole du Dauphiné IGP" (2010), 2 tedeschi "SchwäbischeMaulta-

schen IGP" (2009) e "SchwäbischeSpätzle IGP" (2012) ed uno cinese "LoungkouFen Si" (2010). L'Italia si può fregiare di cinque eccellenze pastarie: "Pasta di Gragnano IGP" (2013), "Maccheroncini di Campofilone IGP" (2013), "Cappellacci di zucca ferraresi IGP" (2016), "Pizzoccheri della Valtellina IGP" (2016) e "Culurgionis d'Ogliastra IGP" (2016). Dall'ultimo rapporto di Qualivita, si evince che vi è stata una crescita continua nella produzione di pasta alimentare certificata, attestata a circa 32.600 tonnellate (2017), di cui 30.800 t di "Pasta di Gragnano IGP", con un valore alla produzione di circa 114 milioni di euro di cui il 75% realizzato nei mercati esteri, 1.657 t dei "Pizzoccheri della Valtellina IGP", 53 t di "Maccheroncini di Campofilone IGP" e 50 t di "Cappellacci di zucca ferraresi IGP".

Il mercato della pasta alimentare, in questi ultimi anni, ha dimostrato una grande vivacità in termini di differenziazione ed innovazione, ed il segmento delle paste gourmet certificate ad Indicazione Geografica potrebbe rappresentare un terreno di sperimentazione. Il modello pastario italiano è conosciuto in tutto il mondo e rappresenta l'eccellenza, non solo nei formati classici di pasta, ma anche decine di tipologie di paste molto variegata conosciute solo a livello regionale.

OPPORTUNITÀ DI LAVORO

Un importante pastificio con sede a Gedda, in Arabia Saudita, sta cercando professionisti esperti per ricoprire i seguenti profili lavorativi.

Il nostro impianto vanta linee di produzione di nidi e di pasta lunga e corta con diverse capacità produttive (0,7, 2, 4 e 6 tonnellate all'ora). Sono linee automatiche e all'avanguardia, e il nostro principale fornitore è l'azienda Fava. Abbiamo anche una linea semiautomatica con 6 essiccatoi statici fornita da Storci per la produzione di formati speciali quali lasagne, cannelloni e conchiglioni.

Le opportunità di lavoro sono:

PASTA PRODUCTION MANAGER

PASTA MAINTENANCE MANAGER

La descrizione dei suddetti ruoli e le relative responsabilità sono disponibili su richiesta.

L'esperienza di lavoro in pastifici italiani rappresenta un requisito preferenziale.

Benefit

- Pacchetto retributivo di espatrio vantaggioso e trattabile (comprensivo di stipendio base, indennità per spese di trasporto e alloggio)
- 30 giorni di ferie annuali retribuite
- Biglietti aerei (tutto l'anno) classe Economy per tutta la famiglia (coniuge e figli < 18 anni)
- Assicurazione sanitaria classe A per tutta la famiglia
- Rimborso spese di trasferimento

I candidati che desiderino trasferirsi a Gedda, in Arabia Saudita, devono avere una buona padronanza della lingua inglese e possedere le capacità e competenze richieste dai suddetti ruoli professionali. Inviare il vostro CV completo al seguente indirizzo e-mail: **CarrieraOra@gmail.com**

Questi prodotti sono annoverati nella categoria delle Produzioni Agroalimentari Tradizionali (PAT).

Per essere definito prodotto tradizionale, un prodotto agroalimentare (di origine animale o vegetale) deve “essere ricondotto a metodiche di lavorazione, conservazione e stagionatura che risultino consolidate nel tempo e in particolare per un periodo non inferiore a 25 anni” (art. 1 del D.M 350/99). Dal XIX Censimento, i prodotti agroalimentari tradizionali sono complessivamente 5.147 di cui vi sono decine di paste alimentari censite nelle varie Regioni italiane (non è possibile fornire un dato preciso in quanto la categoria comprende anche i prodotti da forno) come ad esempio in Piemonte gli “agnolotti”, in Liguria le “trofie” ed in Emilia Romagna i “tortellini di Bologna”. Nel corso di questi anni, diverse organizzazioni locali hanno dato grande enfasi a questo strumento, utilizzandolo in modo distorto, in quanto l’unica finalità è quella di fornire delle deroghe igienico-sanitarie, ai prodotti che ne fanno richiesta e non di “stressare” il legame tra prodotto e territorio a fini di valorizzazione soprattutto in chiave di animazione territoriale, contravvenendo alla normativa comunitaria dei regimi di qualità delle denominazioni di origine.

Sfogliando l’elenco dei PAT, fra cui anche le paste alimentari si desume che un numero limitato di prodotti avrebbe le caratteristi-

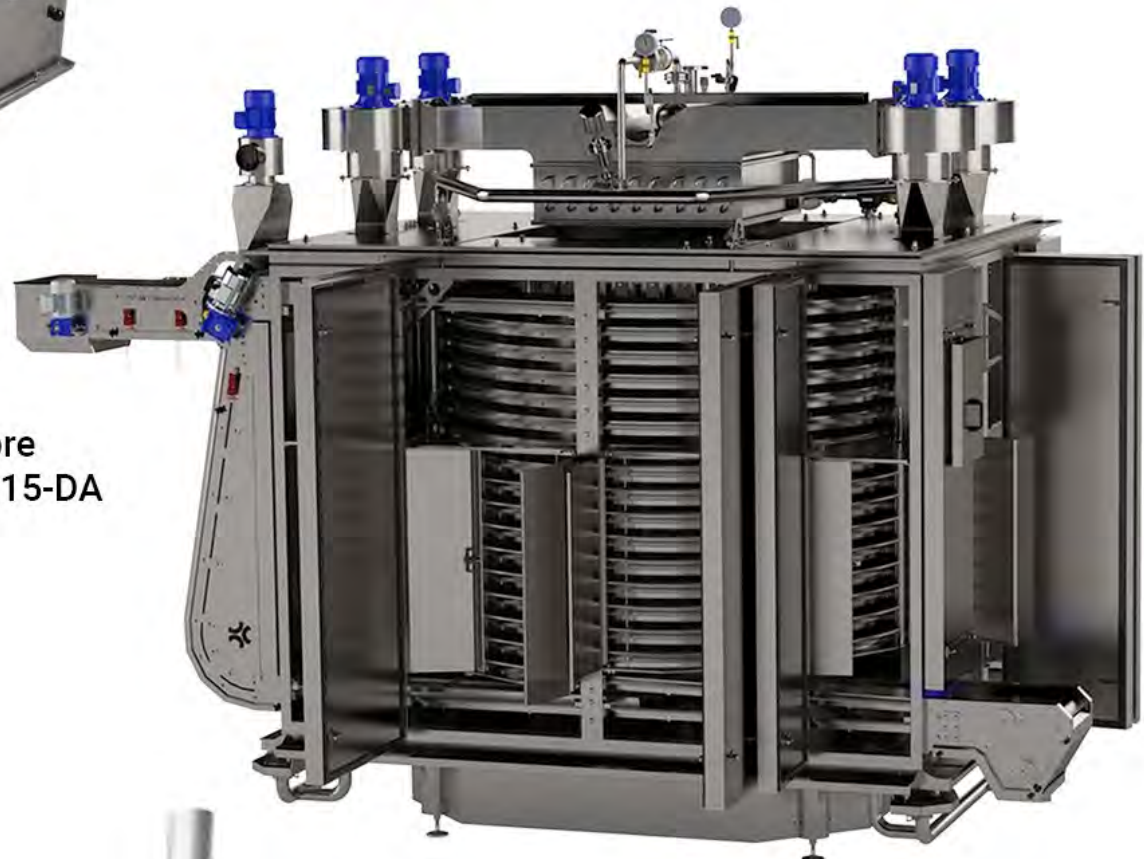
che dimensionali in termini di volume e valore di potersi fregiare del segno di qualità DOP o IGP, mentre la stragrande maggioranza di essi, soprattutto a causa dei bassi volumi produttivi con un mercato perlopiù locale, avrebbe la necessità di uno strumento ad hoc di tutela e di valorizzazione, nel rispetto delle normative in materia di Indicazione Geografica.

Il patrimonio pastario italiano è straordinariamente ricco. Ogni pasta evoca storia, tradizione, qualità e sarebbe auspicabile, in conclusione di questo breve viaggio tra le eccellenze regionali, ne potessero essere individuate alcune per iniziare un progetto di tutela e valorizzazione, secondo i regimi di qualità comunitari, come è già stato realizzato per le nostre cinque indicazioni geografiche che si fregiano del marchio IGP. Il percorso non è né semplice e né breve, anzi è irto di numerosi ostacoli. La decisione delle aziende pastarie regionali di utilizzare un’Indicazione Geografica è il frutto di una complessa valutazione che oltre alla dimensione economica, deve contemplare una visione collettiva nella governance del segno di qualità. L’ottenimento di una DOP o IGP potrebbe rappresentare un’efficace strumento competitivo anche per le aziende artigianali di piccole e medie dimensioni.

Dal piccolo negozio ai laboratori artigianali fino ai pastifici industriali



Pastorizzatore Mod. AE-N
per il trattamento a vapore
di pasta alimentare corta e farcita
Fino a 20/30 kg/h



Pastorizzatore a spirale a vapore
Mod. P13-81-DA e Mod. P15-115-DA
Produzione da 250 a 900 Kg/h



Pastorizzatore Mod. AV
Adatto per il trattamento termico
di paste fresche o ripiene
Da 100 a 2000 kg/h

2



Osservatorio prezzi 2/2020

a cura del
**Centro studi economici
Pastaria**



**La rubrica quadrimestrale di Pastaria sui prezzi delle principali materie prime
impiegate dai pastifici.**

La pandemia di Covid-19 ha messo il bollino “sell” sui mercati delle materie prime, aprendo una faglia con potenziale sismico di eccezionale portata.

Lo scenario macroeconomico globale marcatamente recessivo e la prospettiva di un drastico ridimensionamento dell’interscambio mondiale, pronosticato dal Wto (Organizzazione mondiale del commercio), hanno affossato su tutta la linea il comparto energy, accentuando il fenomeno ribassista con il progressivo aggravarsi dell’emergenza sanitaria.

La prima evidenza, rimarcata nel Commodity market outlook della Banca Mondiale, pubblicato ad aprile, è la caduta verticale del prezzo del petrolio, che le misure di contenimento dei contagi hanno innescato a seguito del fermo parziale delle attività produttive e di trasporto.

Per una concomitanza di elementi, per lo più associati a fattori tecnici e a transazioni speculative, il Wti, benchmark d’Oltreatlantico, ha collassato per la prima volta nella storia sotto la linea dello zero. I prezzi, sul mercato fisico, si attestano attualmente a meno di 20 dollari al barile, mentre orbitano attorno ai 25 dollari per il Brent, greggio di riferimento europeo.

In prospettiva, seppure in un contesto di grave crisi economica, i listini potrebbero recuperare almeno in parte il terreno perso in questi mesi attestandosi, nella previsio-

ne della World Bank, su una media di 35 dollari quest’anno è di 42 nel 2021. Va tuttavia evidenziato che le variabili preimposte nei modelli previsionali non colgono tutti i possibili scenari, basando le proiezioni su un graduale e progressivo ritorno alla normalità, sia pure con le cautele imposte dall’emergenza.

Petrolio a parte, la pandemia ha acceso un faro potente sulle materie prime alimentari, mostrando i limiti delle catene di approvvigionamento globali.

Sui mercati delle soft commodity hanno agito in concomitanza diversi fattori, dalla chiusura del canale Horeca (hotel, bar ristoranti e caffetterie) alla riduzione dei costi degli input agricoli (energia e fertilizzanti), dalle dinamiche valutarie, che hanno spinto in alto il dollaro Usa nei rapporti di cambio con le altre valute, agli acquisti di massa dettati dal panico, conseguenti alle misure restrittive di contrasto alla diffusione del virus.

L’indicatore dei prezzi agricoli elaborato dalla Banca Mondiale ha guadagnato poco più dell’1% nel primo trimestre 2020 e il 3,1% su base annua. Partendo da queste evidenze gli analisti non prevedono grossi scossoni, con un aumento medio di circa l’1% nell’intera annata e del 2% nel 2021. Anche se i molteplici fattori di rischio, ad iniziare dalla durata e dalla gravità della pandemia, rendono le prospettive molto



PENTA ENGINEERING

Food processing & machinery

Technology made in Italy



PRESSA P20
DOPPIA VASCA

EXTRUDER P20
DOUBLE BASIN



PRESSA 40
COMPLETAMENTE IN INOX

EXTRUDER 40
TOTALLY INOX MADE



SFOGLIATRICE AUTOMATICA
A DOPPIA USCITA SD54

AUTOMATIC SHEETER
DOUBLE EXIT SD54



LINEA DI TRATTAMENTO

PRODUCTION LINE

Machines and plants for fresh pasta
Dry pasta - Cooked pasta
Ready meals

T. +39 02 9370494
www.pentapastamachine.com
info@pentapastamachine.com



PREZZI E TENDENZE DI ALCUNE MATERIE PRIME ALIMENTARI (MARZO 2020)

	Prezzo (€/t)	Variazione mensile	Variazione annuale	Proiezione
Frumento tenero fino nazionale	202,75	1,6%	-6,9%	▼
Frumento duro fino Nord	268,5	2,3%	20,7%	▼
Farine frumento tenero tipo 00	413,75	0,9%	-1,5%	▼
Semole sup. min. di legge	477,5	0%	11,7%	▼
Uova M	14,32	3,8%	11,9%	=
Carni suine prosciutto per crudo 12 kg e oltre	3,48	-5,7%	11,2%	▲
Carni bovine vitellone: mezzene I qualità	4,96	-0,6%	1,2%	▲
Latte spot	33,92	-11,6%	-17,6%	▲
Burro zangolato	3,03	-13,4%	-26,1%	▲
Grana Padano 9 mesi e oltre	6,78	-2,4%	-14,7%	▲
Olio di oliva extra vergine	3,1	1,6%	-48,8%	▲

Fonte: elaborazioni Centro studi economici Pastaria su dati vari.

Frumenti, farine e semole: Granaria di Bologna; Uova: CCIAA di Forlì; Carni suine e bovine: CUN e Borsa merci di Modena; Latte: CCIAA Lodi; Burro e Grana Padano: Borsa merci di Milano; Olio di oliva: CCIAA Bari.

Insieme possiamo raggiungere nuovi grandi traguardi.



**Associazione
Produttori
Pasta Fresca**

*"Il Presidente"
Giovanni Rana*



persifal.design.it

Tra le nostre specialità da oggi **piatti pronti.**



I NOSTRI OBIETTIVI

- Allargare il mercato italiano ed inserirsi in quello europeo con l'incentivazione e l'adozione nel mondo della pasta fresca dei **"piatti pronti o da cuocere a base di pasta fresca"**.
- Per tutelare pasta fresca e gnocchi, anche da un punto di vista legislativo nel loro progressivo inserimento nei mercati europei attraverso **ECFF** (European Chilled Food Federation).

I NOSTRI SERVIZI

- Una guida anticipata sui trend di mercato e su quelli tecnici.
- Un appoggio sicuro su problemi legislativi generali ed aziendali dove A.P.P.F. è tradizionalmente informata.
- Una gestione associativa concorde e non burocratizzata dove il Presidente e gli Associati hanno diritto ad un voto e la segreteria è sempre vicina.

SOSTENITORI - FORNITORI

• EUROVO | Imola - BO
• LCB FOOD SAFETY | FRANCIA

• PAVAN IMP. | Galliera Veneta - PD
• PARMOVO | Colorno - PR

• GRISMEC | Ornago - MB
• SALUM. LANZARINI | Bassano - VI

• MOLINO SONCINI | Sorbolo - PR
• CARTA STAMPA | Briosco - MB

• ADEA | Busto Arsizio - VA
• TECNESSENZE | Minerbio - BO



via Dei Borromeo, 16
Padova - Italy
T. +39 049 8760941

E. info@appf.it
W. www.appf.it

MONITOR SUI MERCATI				
FAO Food Price Index	Prezzo (2002-2004=100)	Variazione mensile	Variazione annuale	Proiezione
	172,2	-4,3%	2,7%	▲
Soft Red Winter FOB US Gulf port	Prezzo (USD/t)	Variazione mensile	Variazione annuale	Proiezione
	228,12	-4,5%	13,8%	▼
Mais, U.S. No. 2 Yellow FOB US Gulf port	Prezzo (USD/t)	Variazione mensile	Variazione annuale	Proiezione
	162,42	-3,7%	-2,3%	▼
<i>IMF Food Price Index, Soft Red Winter, Mais: Marzo 2020</i>				

più incerte rispetto a uno scenario recessivo con caratteristiche cicliche ordinarie. Le dinamiche dei consumi, che hanno manifestato un carattere di forte selettività tra i diversi comparti dell'alimentare, mostrano un denominatore comune rappresentato dal fermo Horeca, che ha sottratto circa un terzo del fatturato food & beverage, con punte del 50% nel comparto vinicolo. Le filiere cerealicole, che hanno potuto beneficiare di una forte domanda nell'off-trade (Gdo e piccole superfici), non sono esenti da una pesante contrazione delle vendite nell'extra-door e dalle difficoltà di esportazione, seppure meno marcate rispetto ad altri settori. La situazione appare tuttavia a macchia di leopardo a livello di singole commodity. I frumenti, che hanno beneficiato di alcune spinte al rialzo, potrebbero rafforzare la tendenza, in un clima di incertezza alimentato da decisioni unilaterali di restrizioni al com-

mercio con l'estero. La più eclatante è quella di Mosca, considerando la leadership della Russia nell'export di frumento, dopo l'annuncio della sospensione delle vendite all'estero fino all'inizio di luglio. Al contrario, il mancato impiego energetico nella produzione di bioetanolo, seguito al tracollo del barile di greggio, ha zavorrato le quotazioni del mais, facendo anche scattare un dazio Ue sulle importazioni del cereale di 5,27 euro/tonnellata, a tutela dei produttori europei in situazioni di prezzi internazionali eccezionalmente bassi. Il forte calo delle richieste, in assenza di ordinativi sul circuito dell'Horeca, ha impresso una decisa spinta al ribasso ai prezzi dello zucchero, penalizzando anche le quotazioni spot del latte alla stalla e i listini dell'intero segmento delle carni fresche e lavorate. Nessuna novità di rilievo sul mercato degli oli di oliva, che esprimono quest'anno quotazioni storicamente basse, mentre

dovrebbe segnatamente migliorare a consuntivo la situazione sul mercato del riso favorito anche dall'attuale assetto dei fondamentali associato a una richiesta irrobustita dall'emergenza Coronavirus.

Sulle sorti di bar e ristoranti, l'Ufficio studi della Confcommercio ha formulato una prima stima, pronosticando nel bilancio di quest'anno una perdita di oltre un terzo del fatturato. Il calo, basato su valutazioni prudenziali, potrebbe risultare a consuntivo ancora più significativo se il ritorno alla "nuova" normalità sarà particolarmente lento, osservano gli analisti.

Da rilevare l'emergere di nuove tendenze che potrebbero cambiare in maniera strutturale le abitudini di acquisto delle famiglie italiane. Il riferimento è all'e-commerce, canale che nell'alimentare sta registrando incrementi a doppia cifra, confermati a fine marzo dal 162% di crescita annua misurata dalla società di ricerche di mercato Nielsen.

OTTIENI IL MASSIMO DAL NETWORK DI PASTARIA.

✓ Leggi il **Magazine digitale**

Esce tutti i mesi dispari. Scaricalo da pastaria.it o leggilo con l'App

✓ Leggi la **Rivista cartacea**

Per ricevere i prossimi numeri registrati su pastaria.it e attiva un abbonamento gratuito. Esce tutti i mesi pari

✓ Leggi gli articoli pubblicati su **Pastaria.it**

Collegati quotidianamente per scoprire le novità del settore

✓ Segui e condividi l'attività sui nostri **canali social**

Facebook: <https://www.facebook.com/PastariaMagazine/>

Twitter: <https://twitter.com/rivistapastaria>

✓ Partecipa al **Pastaria Festival**

Registrati a pastaria.it per ricevere l'invito gratuito* all'edizione 2019

✓ Installa l'**App gratuita**

Per smartphone e tablet, iOS e Android, disponibile sugli store digitali

E inoltre:

✓ Trova e richiedi offerte per macchine, ingredienti e servizi su **pastariahub.com**

✓ Inserisci i tuoi prodotti su **pastabid.com**, nelle degustazioni internazionali di pasta (**Pastaria Degù**) e nell'annuario **Eccellenza Pastaria**.

* riservato ai produttori di pasta

M O L I N O

DeVita



Semole di Grano Duro
da filiera certificata
Italia



www.molinidevita.it

Industria Agroalimentare De Vita srl

Sede Legale: Via Donizetti 16 - 71033 Casalnuovo Monterotaro (Foggia - Italy)

Stabilimento: S.P. 11 Torremaggiore - Casalnuovo Monterotaro Km 14
71030 Casalvecchio di Puglia (Foggia - Italy)

Tel. +39 0881.558556 - Fax +39 0881.558451 Tel. +39 3409832238 +39 3409641335

www.molinidevita.it - mail: info@molinidevita.it



3



Atti del Pastaria Festival 2019. Life Cycle Assessment di

un format street food sostenibile: dalla progettazione alla fornitura del servizio

Roberto Beghi, Andrea
Casson, Ilaria Fiorindo,
Valentina Giovenzana
Dipartimento di Scienze Agrarie e
Ambientali, Università degli Studi di
Milano



Pubblichiamo una sintesi del contributo di Roberto Beghi al convegno *Pasta gluten free e piatti pronti: produzione e nuovi format distributivi*, che si è svolto nell'ambito dell'ultima edizione del Pastaria Festival (Parma, 27 settembre 2019).

Il ventesimo secolo è stato un periodo storico in cui il consumismo ha portato sia a notevoli incrementi di produzione sia a trascurare aspetti di fondamentale importanza come la tutela dell'ambiente. Negli ultimi anni sono esplose iniziative sostenute da consumatori e aziende, le quali cercano di ridurre la quantità di rifiuti prodotti, promuovendo attività di recupero, riuso e riciclo, dimostrandosi inoltre attente agli effetti ambientali che derivano dalla produzione, trasformazione e consumo degli alimenti. Le filiere alimentari sono state identificate come una delle attività più inquinanti a causa del processo di produzione e della fase di cottura domestica (Notarnicola B. et al, 2017). Infatti, le emissioni dei principali gas a effetto serra come CO₂, CH₄, N₂O, sono strettamente associate alla fase di preparazione degli alimenti (Carlsson-Kanyama A., 1998).

Negli ultimi decenni si è registrato un aumento del consumo di pasti fuori casa dovuto al cambiamento degli stili di vita dei consumatori, al tempo limitato per la preparazione del pasto e ad un inferiore reddito disponibile. Tali fattori hanno portato a cambiamenti significativi dei consumi e contribuito all'affermarsi della ristorazione mobile (Choi J. et al., 2013). Si è registrato infatti un incremento delle imprese di catering, di fast food e street food che ha portato ad un aumento dei consumi di prodotti alimentari semi-cotti o già pronti.

L'Organizzazione per l'alimentazione e l'agricoltura (FAO) delle Nazioni Unite ha definito, nel 1989, il termine "street food" come "cibi pronti e bevande preparati e/o venduti da venditori e venditori ambulanti, specialmente nelle strade e in altri luoghi pubblici". Sebbene siano apparentemente isolati dal principale settore ristorativo, gli street food sono classificati come servizi di ristorazione mobile e sono principalmente impegnati nella vendita di pasti e snack, in genere per il consumo immediato.

Lo street food, oltre a rappresentare una quota considerevole del consumo alimentare in tutto il mondo, viene visto come un fenomeno culturale, sociale ed economico. La ristorazione mobile infatti offre diverse opzioni per soddisfare le esigenze, gli stili di vita e le abitudini alimentari dei consumatori e svolge un ruolo significativo nel mantenimento delle tradizioni culinarie specifiche di ogni paese, con crescente importanza soprattutto



noi prepariamo
ripieni e condimenti
... a voi la pasta!

per le società più sviluppate, in cui l'interesse per la gastronomia associato al turismo alimentare è in aumento. Inoltre, i prodotti offerti, generalmente hanno costi inferiori rispetto ad altre realtà ristorative consentendo, in alcuni casi, di consumare un pasto nutrizionalmente equilibrato fuori casa (Privitera D. e Nesci F., 2014).

Molte delle più recenti realtà di street food nascono dal riutilizzo di strutture innovative come container vuoti inattivi che possono rappresentare un pericolo ambientale legato al consumo di materie prime ed energia finalizzato alla costruzione e alla pratica di smaltimento dello stesso. Promuovere attività di recupero, riuso o riciclo di alcuni prodotti può contribuire a migliorare le prestazioni ambientali e ridurre la quantità di rifiuti prodotti. In questo scenario, un container navale dismesso destinato alla preparazione e alla vendita di prodotti gluten

OTTIENI IL MASSIMO DAL NETWORK DI PASTARIA.

✓ Leggi il **Magazine digitale**

Esce tutti i mesi dispari. Scaricalo da pastaria.it o leggilo con l'App

✓ Leggi la **Rivista cartacea**

Per ricevere i prossimi numeri registrati su pastaria.it e attiva un abbonamento gratuito. Esce tutti i mesi pari

✓ Leggi gli articoli pubblicati su **Pastaria.it**

Collegati quotidianamente per scoprire le novità del settore

✓ Segui e condividi l'attività sui nostri **canali social**

Facebook: <https://www.facebook.com/PastariaMagazine/>

Twitter: <https://twitter.com/rivistapastaria>

✓ Partecipa al **Pastaria Festival**

Registrati a pastaria.it per ricevere l'invito gratuito* all'edizione 2019

✓ Installa l'**App gratuita**

Per smartphone e tablet, iOS e Android, disponibile sugli store digitali

E inoltre:

✓ Trova e richiedi offerte per macchine, ingredienti e servizi su **pastariahub.com**

✓ Inserisci i tuoi prodotti su **pastabid.com**, nelle degustazioni internazionali di pasta (**Pastaria Degù**) e nell'annuario **Eccellenza Pastaria**.

* riservato ai produttori di pasta

Progettazione:
l'idea che prende forma



Costruzione:
solidità senza eguali



Efficienza:
soluzioni senza tempo



Formazione:
da sempre per i pastai



pama parsi macchine s.r.l.
tel. +39 06 9570662 - pamaroma.it

free quali pasta, panini e patatine, può rappresentare un servizio innovativo, che offre un prodotto di facile consumo e che possibilmente rispecchi caratteristiche di sostenibilità. L'obiettivo di questo studio, che si inserisce all'interno del progetto "Gluten-free 2.0" finanziato da Regione Lombardia, è quello di valutare la sostenibilità ambientale del container al fine di quantificare gli impatti derivanti dalla preparazione dei prodotti alimentari erogati. È stato utilizzato il metodo *Life Cycle Assessment* (LCA), definito nelle norme ISO 14040:2006 e 14044:2006 che permette la valutazione attraverso il ciclo di vita degli elementi in ingresso e in uscita, nonché dei potenziali impatti ambientali di un prodotto o, come in questo studio, di un servizio. Il concetto di base è quindi quello di individuare tutti i flussi di massa ed energia che confluiscono (input) o fuoriescono (output) dal processo produttivo lungo tutto il suo ciclo di vita.

Le norme ISO 14040/14044:2006 definiscono la struttura dell'LCA e le 4 fasi per la sua attuazione.

Fase 1: definizione dell'obiettivo e del campo di applicazione

È la fase preliminare in cui sono definiti gli obiettivi e il campo di applicazione dello studio, l'unità funzionale, i confini del sistema studiato, la quantità e i requisiti di

qualità dei dati necessari per l'analisi, le assunzioni e i limiti, chi esegue e a chi è indirizzato lo studio, quali prodotti si studiano.

Fase 2: analisi dell'inventario (LCI Life Cycle Inventory)

Questa fase consiste nella raccolta dei dati e nella definizione delle procedure di calcolo volte a quantificare i flussi in entrata e in uscita rilevanti rispetto al sistema studiato, in accordo all'obiettivo e al campo di applicazione.

Fase 3: valutazione degli impatti (LCIA Life Cycle Impact Assessment)

Ha lo scopo di valutare l'impatto ambientale del processo studiato in termini di salute umana, ambiente e consumo di risorse naturali (mediante categorie di impatto).

Fase 4: interpretazione

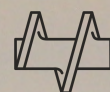
Prevede un procedimento sistematico volto all'identificazione, qualifica, verifica e valutazione dei risultati delle fasi di inventario e delle categorie di impatto, al fine di soddisfare i requisiti dell'obiettivo e del campo di applicazione.

Questa fase è importante per lo sviluppo di conclusioni e azioni migliorative.



FOOD TECHNOLOGIES

Pasta fresca ripiena o piana, secca, speciale, integrale, pre-cotta, sterilizzata, surgelata, con o senza glutine e con o senza l'impiego di farine speciali: non c'è limite alla personalizzazione del tuo impianto per la produzione di pasta.



PASTA MACHINERY



PASTA FRESCA



PASTA PRECOTTA

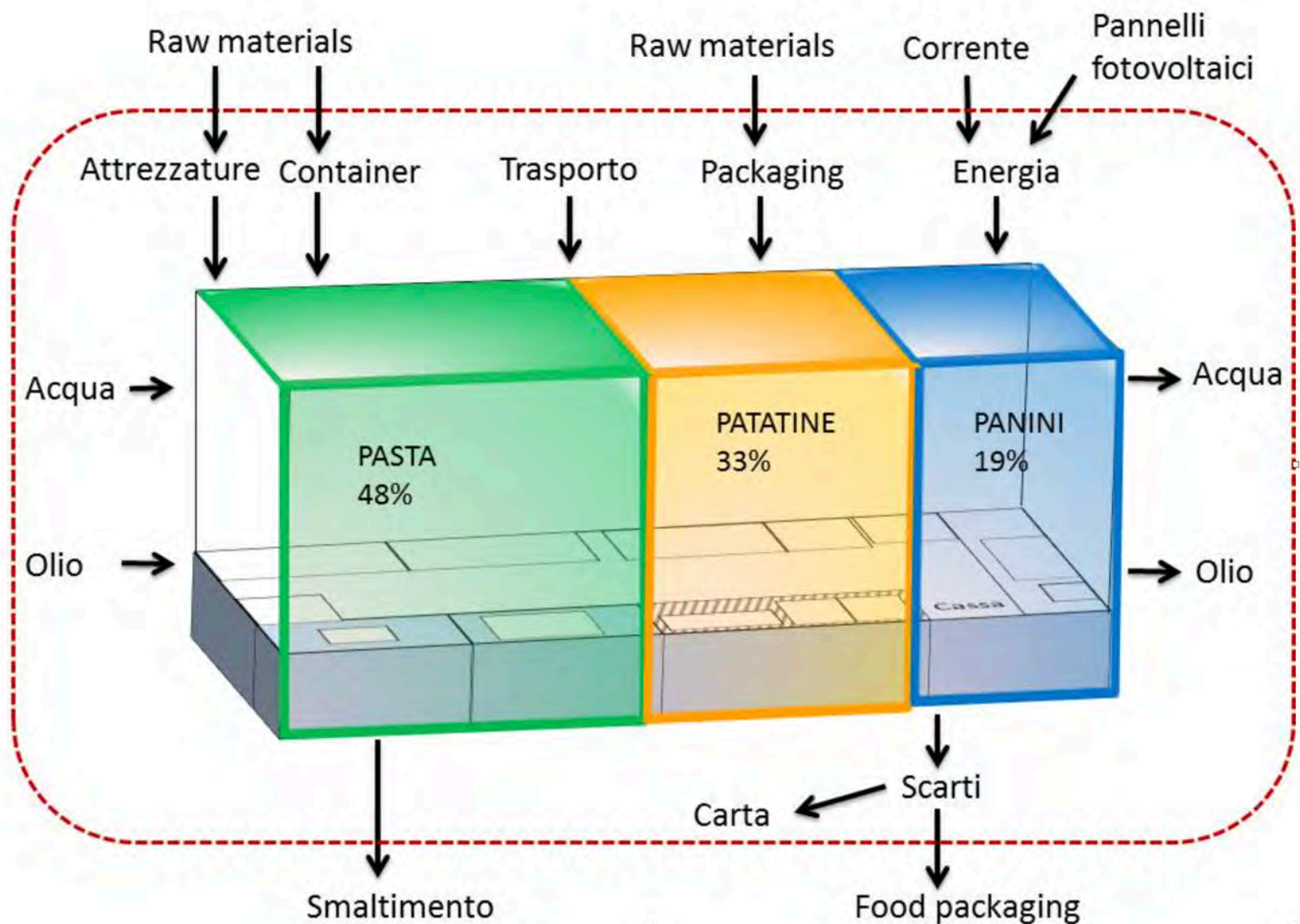


PASTA SECCA



GNOCCHI

Figura 1 DEFINIZIONE DEI CONFINI DEL SISTEMA DEL CONTAINER E DEL FLUSSO DI RIFERIMENTO



In questo studio, l'analisi LCA è stata condotta valutando l'impatto ambientale di un pasto composto da una porzione di pasta, un panino e una porzione di patatine, analizzando tutte le attività che vengono svolte all'interno del container, dalla fase di conservazione, attraverso il rinvenimento e la cottura fino alla fase di servizio del pasto, trascurando però il ciclo di vita dei diversi tipi di prodotti che possono essere preparati.

È stata considerata la fase di trasformazione del container navale in un format street food. Si è ipotizzato di utilizzare il container in diversi eventi durante l'anno: durante il periodo invernale il container sarà presente in un evento espositivo, due fiere di paese e tre sagre mentre durante il periodo estivo sarà utilizzato in una street food parade. Nell'ottica di identificare quale soluzione potesse garantire maggiore sostenibilità al servizio offerto dal container, so-

tutta **l'arte italiana** per la pasta...in una macchina



MACCHINE PER PASTA FRESCA

CAPITANI

Vicolo Novaia, 10
22074 Lomazzo - CO
Tel. + 39 02 96778142
Fax + 39 0296778193
info@capitanionline.com
www.capitanionline.com

no state considerate alcune variabili alternative: l'olio di semi di colza, utilizzato per la frittura delle patatine, verrà sostituito con olio di semi di girasole; gli imballaggi in cartone e polipropilene verranno sostituiti da packaging in polpa di cellulosa e le forchette in plastica da quelle in acido polilattico; lo street food parade dell'evento estivo verrà sostituito da uno scenario

di stazionamento presso spazi adibiti ad eventi.

La [Figura 1](#) descrive in dettaglio i fattori del ciclo di vita inclusi nell'analisi. Sulla base dello spazio occupato dalle attrezzature è stato possibile suddividere il container tra le tre preparazioni attribuendo alla pasta il 48% dello spazio, alle patatine il 33% e ai panini il restante 19%.

Tabella 1 RAPPRESENTAZIONE DELLE CATEGORIE D'IMPATTO DEL METODO DI ANALISI ILCD 2011 MIDPOINT+ V1.10

Categoria d'impatto	Unità di misura	Acronimo
Cambiamento climatico	kg CO ₂ eq	CC
Riduzione dell'ozono	kg CFC-11 eq	OD
Tossicità umana, effetti non cancerogeni	CTUh	HT-NC
Tossicità umana, effetti cancerogeni	CTUh	HT-C
Particolato	kg PM _{2.5} eq	PM
Radiazioni ionizzanti HH	kBq U235 eq	IRHH
Radiazioni ionizzanti E	CTUe	IRE
Formazione di ozono	kg NMVOC eq	POF
Acidificazione	molc H ⁺ eq	ACID
Eutrofizzazione terrestre	molc N eq	TEU
Eutrofizzazione acqua dolce	kg P eq	FEU
Eutrofizzazione marina	kg N eq	MEU
Ecotossicità acque dolci	CTUe	FECO
Uso del suolo	kg C deficit	LU
Esaurimento risorsa acqua	m ³ water eq	WRD
Esaurimento risorse minerali e fossili	kg Sb eq	RRD

Kronos®

Meglio un seme che una nave.



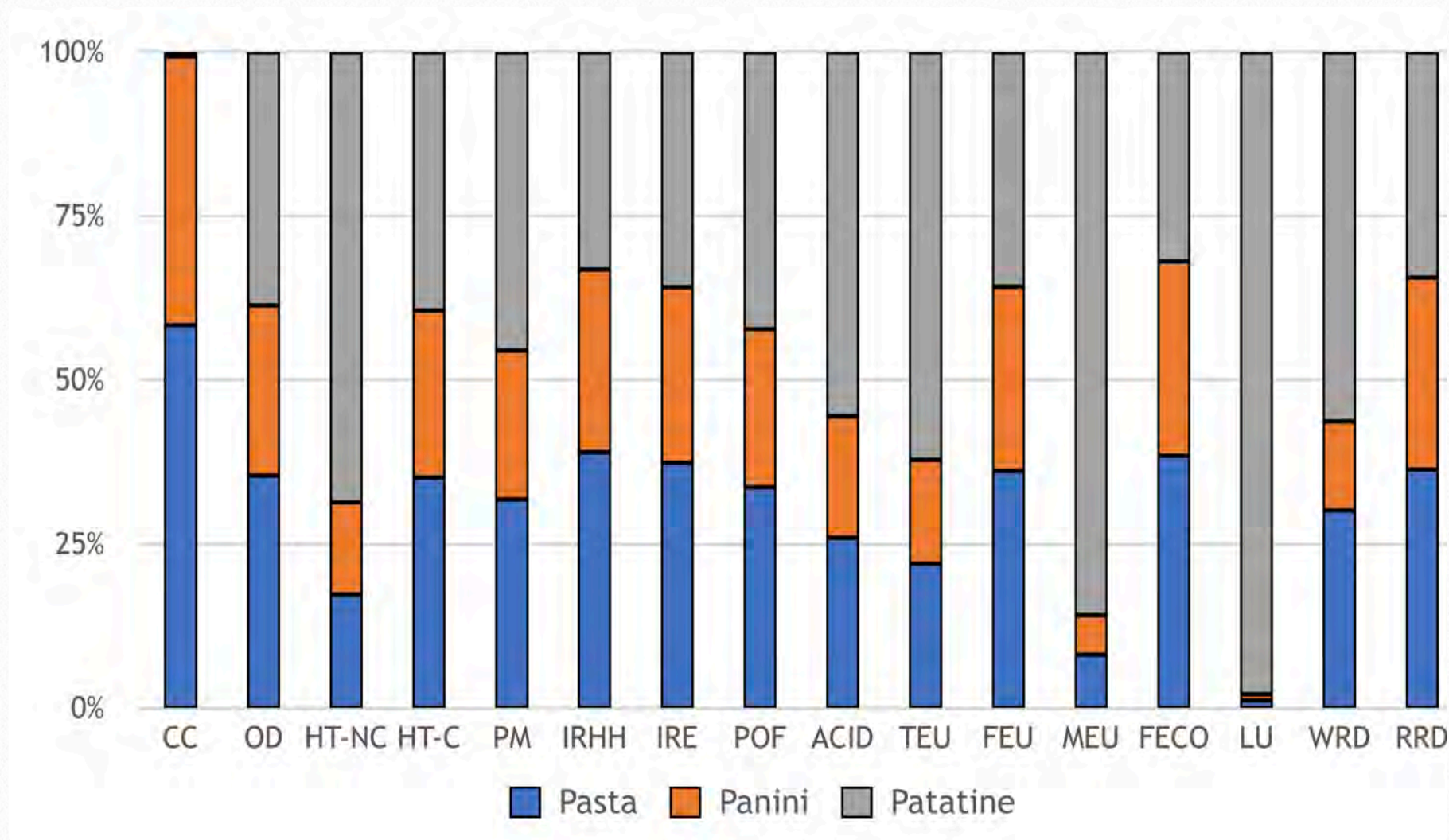
Il Progetto Kronos® nasce dalla collaborazione con Albert Carlton, padre dei Desert Durum dell'Arizona, i grani duri di altissima qualità da sempre importati dai migliori pastifici italiani per produrre pasta premium. Molino Grassi dal 1992 è riuscita ad avere l'esclusiva per la riproduzione sia del seme

che del grano adottando e perfezionando tecniche colturali adattate al clima mediterraneo, mantenendo così intatte le caratteristiche organolettiche. Kronos® è una semola di frumento unica per contenuto proteico, resistenza alla cottura, sapore e colore. L'ideale quindi per una pasta fresca, gustosa e sempre al dente.

Per saperne di più: www.molinograssi.it



Figura 2 RAPPRESENTAZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE DI PASTA, PANINI E PATATINE, NELLE VARIE CATEGORIE DI IMPATTO



In fase di elaborazione dei dati è stato utilizzato il software SimaPro versione 9 (www.pre.com) che permette di ottenere i risultati in termini di impatto ambientale. In [Tabella 1](#) sono rappresentate le 16 categorie d'impatto del metodo di analisi ILCD 2011 con rispettive unità di misura e acronimi ai fini di poter interpretare correttamente le figure riportate di seguito. I risultati degli impatti vengono rappresentati in istogrammi dove sull'asse delle X figurano le categorie d'impatto e sull'asse delle Y è riportata una scala percentuale. In [Figura 2](#) vengono riportati gli impatti

ambientali del format street food suddividendolo per tipologia di prodotto offerto: pasta, panini e patatine. Dai risultati ottenuti, è osservabile come la produzione di patatine determina impatti maggiori rispetto alla produzione di pasta e panini. Il valore medio (media tra le categorie di impatto) riferito alle patatine è pari a 48%, dettato dall'utilizzo di olio di colza per la frittura. L'impatto della pasta (25%), che si posiziona al secondo posto in termini di impatto medio, è dovuto principalmente al con-



IMPIANTI E MACCHINE PER LA PASTA

Macchina per cappelletti 540
Completamente lavabile

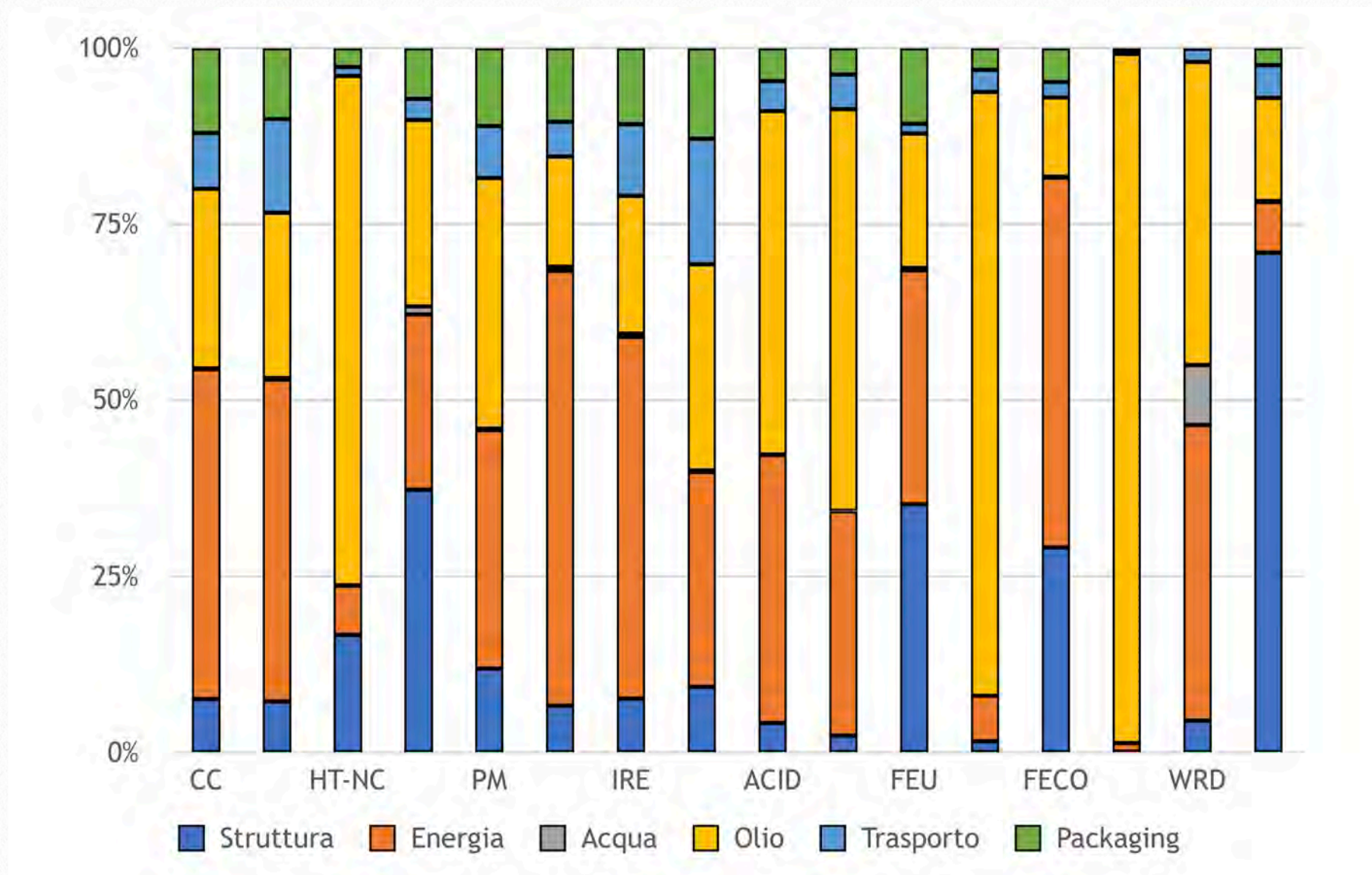


TECNA (TECNOLOGIE ALIMENTARI) SRL Via Milano 52 – 22070 BREGNANO (CO) - ITALY
Tel. +39 (0)31 774293 Fax +39 (0)31 774308

www.tecnasaima.it

tecna@tecnasaima.it

Figura 3 RAPPRESENTAZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE PER FATTORI DA SIMAPRO VERSIONE 9



sumo energetico delle attrezzature e all'impiego di acqua necessari per la cottura. Il panino, invece, è il fattore che impatta meno (18%), l'impiego di attrezzature per questa tipologia di prodotto è nettamente inferiore ed inoltre la domanda è minore. In seguito è stata effettuata un'analisi in base ai diversi fattori che contribuiscono all'ottenimento del servizio stesso (struttura, energia, acqua, olio, trasporto, packaging), al fine di identificare quelli maggiormente impattanti.

In [Figura 3](#) è osservabile che i fattori energia, olio e struttura sono i maggiori responsabili degli impatti ambientali, assumendo valori medi percentuali rispettivamente del 35%, 34% e 15%. Nonostante il container sia dotato di pannelli fotovoltaici, l'energia richiesta dalle diverse attrezzature elettriche risulta essere comunque alta. L'impatto elevato del fattore olio, attribuibile al prodotto patatine, è sostanzialmente dipendente dall'attività di coltivazione della colza. Ipotizzando di sostitu-



PASTA FRESCA

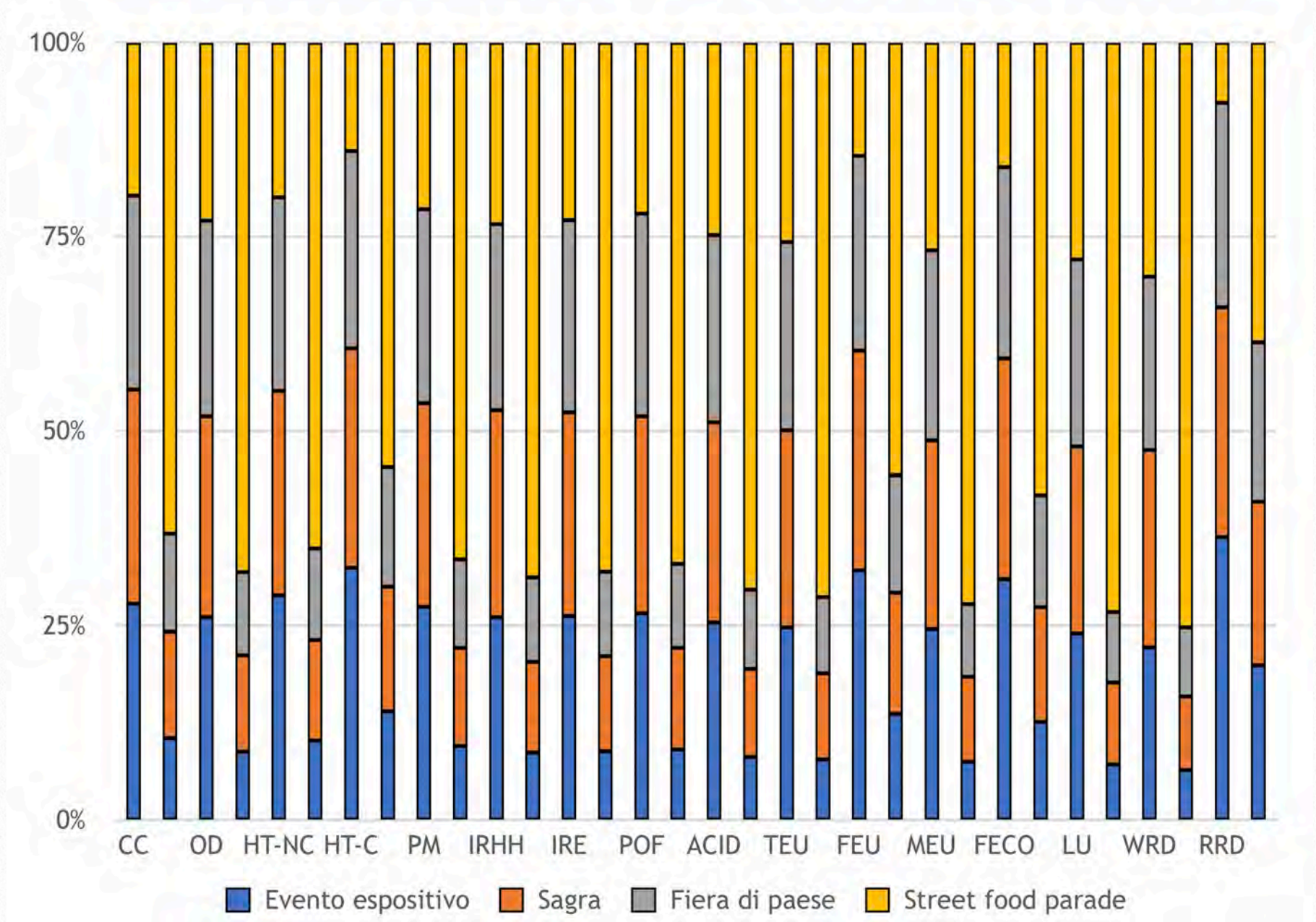
LE FARINE DEDICATE AI MAESTRI PASTAI



Un **nuovo look** la **qualità di sempre**,
le farine Pivetti per i professionisti della pasta sono ideali per ogni esigenza.
Perfette per la **produzione di pasta fresca o secca**,
sono adatte ad essere impiegate nel rispetto delle cucine regionali.
Due referenze ideali per la ristorazione disponibili nei formati da 25 kg e 5 kg.

Qualità per tradizione, ricerca per passione.

Figura 4 RAPPRESENTAZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE PER EVENTI CONSIDERANDO FU (FUNCTIONAL UNIT) E UN ANNO DI ATTIVITÀ (1 YEAR)

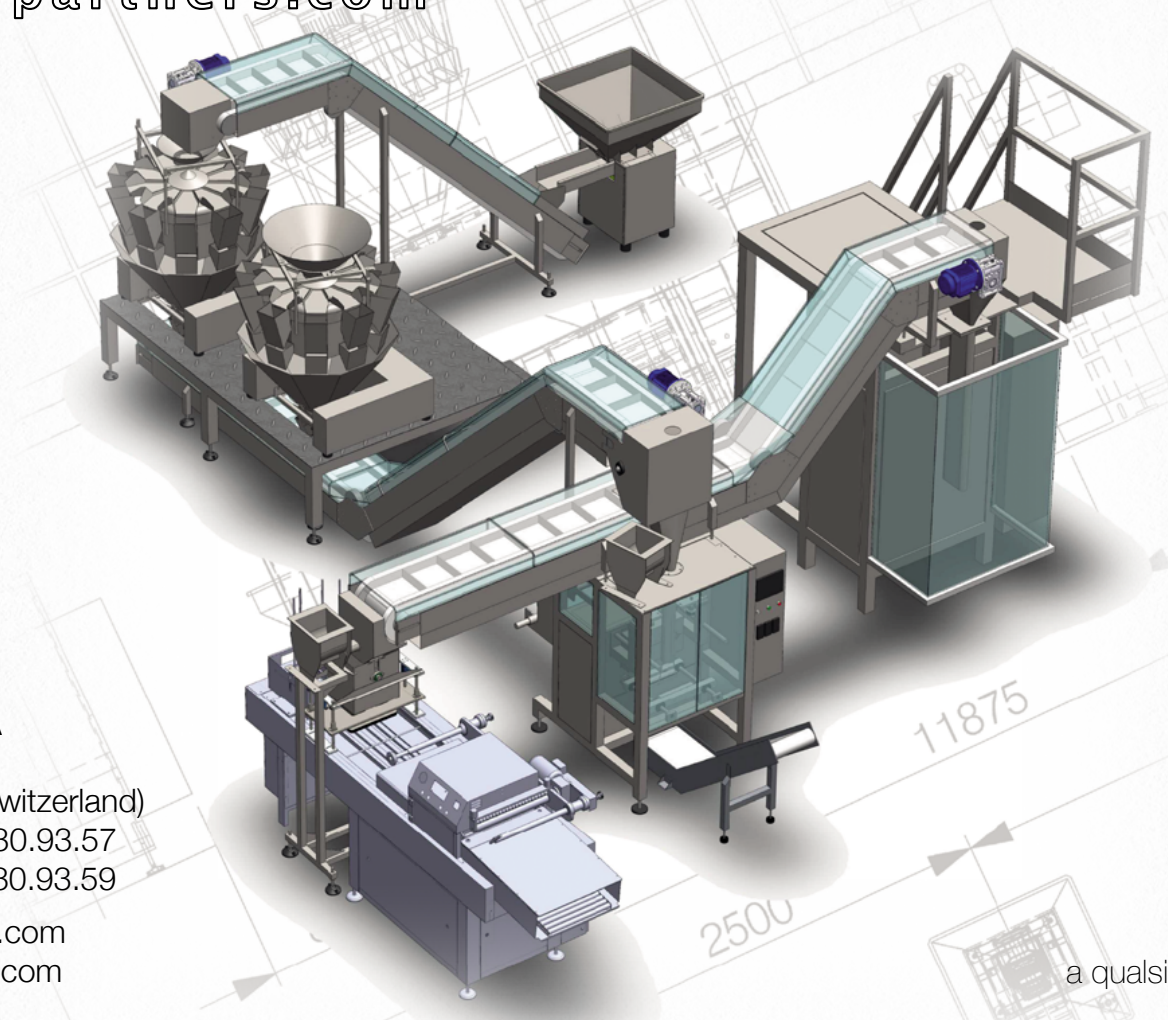


re l'olio di colza con quello di girasole (altra tipologia di olio comunemente usata) si assiste a un generale aumento degli impatti.

Il fattore struttura, che comprende l'insieme delle attività di personalizzazione del container e gli elettrodomestici, ha un impatto non trascurabile (15%) dovuto alle

pratiche di riallestimento del container da navale a formato street food.

I fattori packaging e trasporto presentano valori medi percentuali rispettivamente del 7% e 5%. Ipotizzando di sostituire il packaging attualmente utilizzato con uno a base biologica, si registrano vantaggi ambientali quantificabili in 3 punti percentuali.



G&Partners SA
 Via Carvina 4
 6807 Taverner (Switzerland)
 tel.: +41 (0)91 930.93.57
 fax: +41 (0)91 930.93.59
 www.g-partners.com
 info@g-partners.com

Impianto "doypack"
 La nuova tendenza di innovazione ed estetica nel settore Pasta

Impianto "compatto"
 Con una altezza totale di 2.5 metri, è studiato per realtà con esigenze di spazi contenuti ed importanti rese.

Impianto ad "alte Velocità"
 La migliore tecnologia G&P, evoluta ed adattata ad esigenze di target con rese fino a 150 conf./min. Adatta a produzioni industriali.

Impianto a "4 saldature"
 Innovazione nel mondo delle buste stand upc valorizzando prodotti da display e creando la richiesta forma ad "astuccio".

Impianto "economico"
 Semplice, funzionale ed interamente in acciaio inox. I suoi costi ridotti lo rendono adatto a qualsiasi tipologia di necessità e prodotto.





Un momento del convegno *Pasta gluten free e piatti pronti: produzione e nuovi format distributivi*, svolto nell'ambito del Pastaria Festival 2019

Come ultima analisi si è deciso di suddividere gli impatti derivanti dal servizio per tipologia di evento in cui viene collocato. In [Figura 4](#), per ogni categoria di impatto, sono riportate due colonne: a sinistra quella che si riferisce all'unità funzionale (UF) e a destra quella riferita al periodo annuale.

Dalla [Figura 4](#) è osservabile come nella colonna relativa alla UF non vi sia una netta distinzione tra i quattro eventi. Prendendo come esempio la categoria CC, il 28% dell'impatto è attribuibile all'evento espositivo, il 27% alla sagra, il 25% alla fiera di paese e il 20% alla street food parade. Se

riferendosi all'UF quest'ultimo rappresenta l'evento meno impattante, cambiando unità di riferimento e passando a una base temporale, la Street food parade risulta essere il fattore più impattante nel corso di un anno in quasi la totalità delle categorie d'impatto (circa 65%). Ipotizzando di sostituire la street food parade con un evento statico, si riscontra convenienza in termini di impatti ambientali in tutte le categorie d'impatto. Anche per quanto concerne la UF si assisterebbe a una diminuzione percentuale complessiva del 12%. Dalle considerazioni che vedono una suddivisione degli impatti per fattori ([Figura](#)



Aspiriamo il futuro

Le nuove farine proteiche di legumi
per la tua pasta!

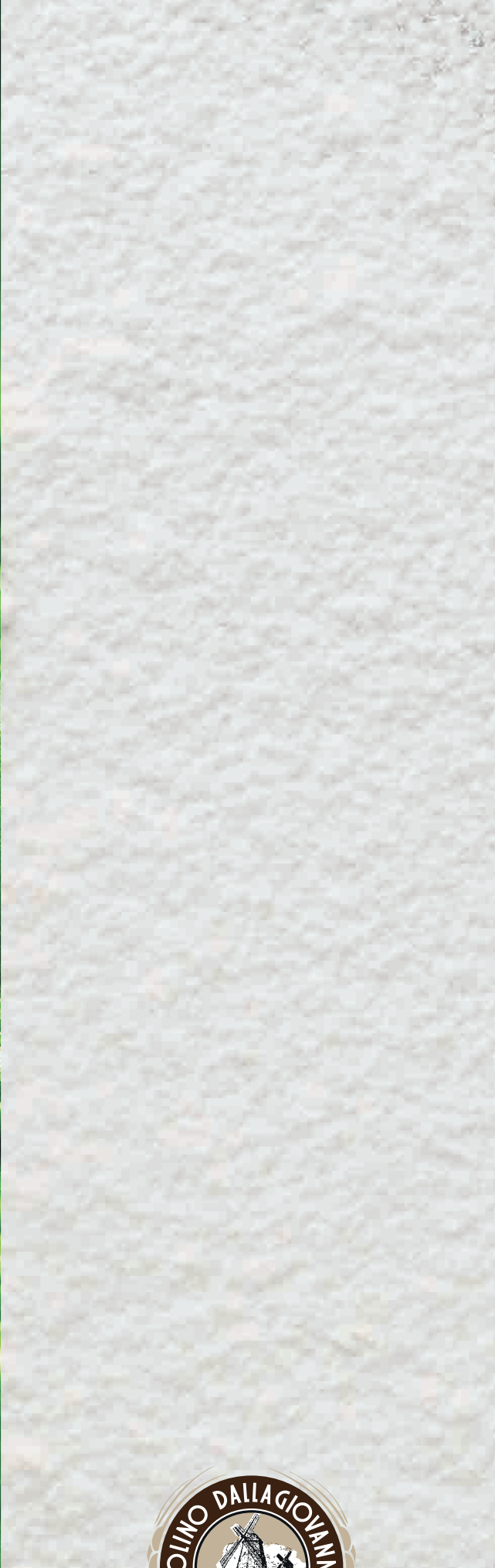
www.martinorossispa.it

3), si è potuto notare come la struttura rappresenti una percentuale inferiore rispetto a tutti gli altri fattori in gioco. Questo studio ha valutato infatti l'impatto ambientale di un servizio di uno street food format costruito con un container navale riutilizzato ma, quanto conviene in termini ambientali preferire un container a fine carriera piuttosto che costruirne uno nuovo? Analizzando la categoria d'impatto Cambiamento Climatico (CC), il costo ambientale che dipende solo dalla personalizzazione del container navale in street food format è pari a 1280 kg di CO₂ eq. I vantaggi legati al riutilizzo del container riguardano la produzione evitata di un nuovo container che richiede 12.800 kg di CO₂ eq e la produzione evitata di un furgone (food truck) allestito per lo street food che rilascia 20.900 kg di CO₂ eq in atmosfera. Inoltre, la produzione di nuovi format street food richiedono ingenti spese ambientali oltre a investimenti economici. L'utilizzo del container navale a fine vita e la sua customizzazione significano un vantaggio ambientale di 11 volte rispetto alla costruzione di un container nuovo e di 17 rispetto alla costruzione e allestimento di un furgone per lo street food. Considerando che la produzione alimentare ha un grande impatto sull'ambiente e che lo street food sta avendo un rapido sviluppo, il riutilizzo di container inattivi

può essere un modo per ridurre l'impatto ambientale di questo servizio, contribuendo anche se in piccola percentuale, all'ottenimento di una filiera più sostenibile.

Bibliografia

- Carlsson-Kanyama, A. (1998). *Climate change and dietary choices—how can emissions of greenhouse gases from food consumption be reduced?*. *Food policy*, 23(3-4), 277-293.
- Choi, J., Lee, A., & Ok, C. (2013). *The effects of consumers' perceived risk and benefit on attitude and behavioral intention: A study of street food*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(3), 222-237.
- Notarnicola, B., Tassielli, G., Renzulli, P. A., Castellani, V., & Sala, S. (2017). *Environmental impacts of food consumption in Europe*. *Journal of Cleaner Production*, 140, 753-765.
- Privitera, D., & Nesci, F. S. (2015). *Globalization vs. local. The role of street food in the urban food system*. *Procedia Economics and Finance*, 22, 716-722.



**I NOSTRI COLORI, IL NOSTRO SAPERE.
FAR FARINA DAL 1832**

dallagiovanna.it

4



Premio Pastaria 2020 per le migliori tesi di dottorato e di laurea magistrale sulla pasta

Redazione



Seconda edizione per il premio Pastaria per le migliori tesi di dottorato e di laurea magistrale sulla pasta alimentare.

Kinski Editori, editore della rivista specializzata Pastaria, bandisce anche per l'anno 2020 un premio per la miglior tesi di dottorato e due premi per le due migliori tesi di laurea magistrale riguardanti la ricerca applicata all'attività di produzione di pasta alimentare.

Entità dei premi

Il premio per ciascuna delle due migliori tesi di laurea magistrale consiste in euro 400,00 (quattrocento/00) e in un diploma rilasciato da Pastaria.

Il premio per la migliore tesi di dottorato consiste in euro 700,00 (settecento/00) e in un diploma rilasciato da Pastaria.

La premiazione



La premiazione il prossimo 25 settembre, in occasione della quarta edizione del Pastaria Festival.

Requisiti di partecipazione

Condizione di partecipazione al Premio per le migliori tesi di laurea magistrale: aver conseguito la laurea magistrale, presso un'università italiana pubblica o privata,



DURUM
wheat

—  — IS THE —  —

PAMPAS'
GOLD

FROM THE LAND OF WHEAT
· SINCE ·
PASTA
ARGENTINA
· 1860 ·





nel periodo compreso tra luglio 2018 e luglio 2020, con voto non inferiore a 105/110 in una delle seguenti discipline: Biologia (LM-06), Biotecnologie Agrarie (LM-07), Biotecnologie Industriali (LM-08), Farmacia e Farmacia Industriale (LM-13), Scienze Chimiche (LM-54), Scienze dell'Economia (LM-56), Scienze della Nutrizione Umana (LM-61), Scienze e Tecnologie Agrarie (LM-69), Scienze e Tecnologie Alimentari (LM-70), Scienze e Tecnologie della Chimica Industriale (LM-71).

Condizione di partecipazione al Premio per la migliore tesi di dottorato: aver conseguito, nel periodo compreso tra luglio 2018 e

luglio 2020, il titolo di Dottore di ricerca in un corso di dottorato in Scienze, Tecnologie e Biotecnologie Alimentari e affini.

Domanda di partecipazione

La domanda di partecipazione, unitamente agli allegati, dovrà essere inviata alla redazione di Pastaria entro il 31 luglio 2020. È possibile scaricare il bando e la domanda di partecipazione [cliccando qui](#).

Concretizziamo le *Vostre idee*



Grazie alla nostra esperienza ed alla costante evoluzione tecnologica siamo in grado di realizzare macchine ed impianti su misura.

Contattateci, saremo lieti di fornirvi la soluzione adatta per voi.
www.facchinigroup.com

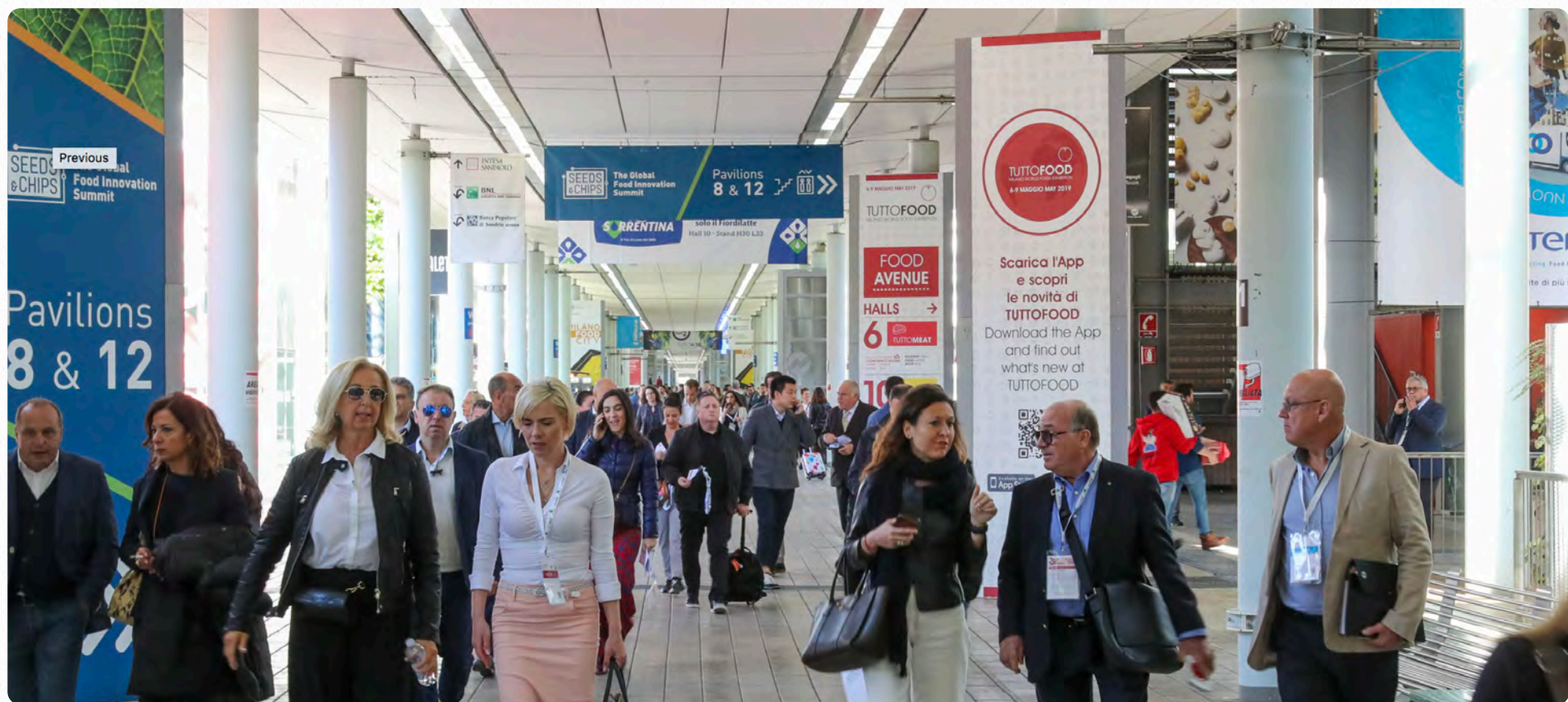
5



L'agroalimentare oltre l'emergenza: Tuttofood

Comunicato stampa

partner a tutto campo degli operatori, 365 giorni l'anno



Alimentare anticiclico, tra febbraio e marzo +17% congiunturale e +19% tendenziale; nuovo picco settimanale per il confezionato nella GDO a quota 1.354 milioni di euro, il 69% degli italiani torna anche nei negozi di vicinato. A marzo l'e-commerce cresce a ritmi tra il 57% e il 95%; bene anche il food delivery che amplia le merceologie. Forte orientamento dei consumatori verso IV e V gamma e multiprodotto conservabile; crescono anche carni, ittico, uova fresche, ortaggi. Tuttofood a fianco degli operatori con il monitoraggio dei mercati, la visibilità per gli attori delle filiere e il percorso verso la prossima edizione 2021.

Stiamo assistendo nell'arco di poche settimane a cambiamenti che di norma richiedono anni. Nuove abitudini di acquisto e di consumo. Boom dell'e-commerce e salti quantici nella trasformazione digitale. Impreviste rimodulazioni nelle catene di fornitura e nei commerci internazionali.

Un settore in prima linea

In tutti questi cambiamenti il Food and Beverage si trova in prima linea. Secondo il rapporto sull'impatto dell'emergenza Covid-19 elaborato a marzo 2020 da ISMEA - Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare, pur confrontandosi con il fermo quasi totale del canale Ho.Re.Ca. il settore si conferma tra i meno colpiti e rafforza la sua valenza anticiclica.

Rielaborando dati Nielsen l'Istituto rileva che, nella settimana dal 9 al 14 marzo, la spesa per prodotti confezionati nella distribuzione organizzata ha toccato un nuovo picco a 1.354 milioni di euro. Nel complesso, tra il 17 febbraio e il 15 marzo le vendite sono cresciute del 17% rispetto alle 4 settimane precedenti (congiunturale) e del 19% rispetto allo stesso periodo nel 2019 (tendenziale). La maggior parte della spesa continua a essere effettuata nei supermercati (43%) mentre la spesa alimentare online registra incrementi settimanali tra il 57% e il 95%. Una crescita esponenziale confermata anche dall'Osservatorio eCommerce B2C del Politecnico di Milano, secondo il quale il Food & Grocery è il settore che più ha beneficiato del boom di vendite online. Partendo da una penetrazione di solo l'1,1% a fine 2019, ha visto in poche settimane la domanda moltiplicarsi in misura rilevante, registrando una forte preferenza da un lato per i prodotti che conferiscono una percezione di sicurezza, come cibi in scatola o a lunga durata, dall'altro lato a quelli contribuiscono all'idea di "fare qualcosa insieme" in famiglia: pane, farina, lievito.

Bene anche il food delivery che conquista nuovi spazi, come suggerisce l'Osservatorio Just Eat: il 90% degli italiani lo ritiene un servizio essenziale e il 60% lo sta utilizzando. La pizza si conferma il piatto più ordinato, seguita da hamburger, sushi, pollo e cucina italiana. In forte crescita dolci e i gelati (+133%), ma anche sushi e cibo giapponese nei formati famiglia (+124%) e i salutistici poké bowl (+54%).

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



Si consolida inoltre il trend ad affiancare alla GDO i negozi di prossimità: un sondaggio di Havas Commerce rivela che il 69% degli italiani è tornato a fare la spesa nei piccoli negozi di quartiere prediligendo prodotti di prima necessità (76%), prodotti da forno (49%) e cibi ricreazionali (39%).

Sempre riguardo ai comportamenti di acquisto, ancora ISMEA nota un forte orientamento verso i prodotti di IV e V gamma e il multiprodotto conservabile, specie nelle prime settimane di lockdown. Tra le singole merceologie, inoltre, si segnalano per crescita le carni (+29% tendenziale e +20% congiunturale), l'ittico (+28% e +29% rispettivamente), le uova fresche (+26% e

+23%) e gli ortaggi (+24% e +22%). Quali invece i prodotti di cui si sente di più la mancanza? Tornando al sondaggio Havas, gli italiani indicano nell'ordine i dolci artigianali (28%), i prodotti freschi (22%) e verdura e frutta fresche (21%).

L'impegno di Tuttofood al fianco degli attori delle filiere

Ferma restando la priorità assoluta di preservare la vita e la salute delle persone, non mancano dunque i segnali che invitano a guardare alle fasi successive. In queste difficili settimane lo staff di Tuttofood si è focalizzato ancora di più per mettere in



Abimapi

Brazilian Manufacturers Association of Biscuits,
Pasta and Industrialized Breads & Cakes

SOLUTIONS AND INNOVATION TO DEVELOPMENT OF THE SECTOR

Together we are stronger

- + Assistance and solutions for export
- + Technical and legal advice available
- + Information and official sector data
- + Strategic partnerships for industries
- + Representation with public and private agencies

32 billion in sales per year



3.4 million tons of products



75 % of national consumption



ABIMAPI Project



www.happygoods.com.br

SUPPORT



www.simabesp.org.br



Contact

+55 11 5188 6200

contato@abimapi.com.br

www.abimapi.com.br

Paulista Avenue 1754 – zip code 01310-920 – São Paulo - Brazil

pratica il nostro concetto di fiera non solo come marketplace internazionale, ma anche come partner a tutto campo degli operatori nel sostenere il loro business, 365 giorni l'anno. Sulla base del nostro costante monitoraggio dei mercati e degli stili di consumo abbiamo prodotto osservatori per aiutarli a orientarsi tra le nuove tendenze. Abbiamo acceso un riflettore sui comparti e dato voce agli attori delle filiere con gli approfondimenti settoriali del nostro web magazine. Ma, soprattutto, abbiamo continuato a lavorare per un'edizione 2021 che sia sempre più un punto di riferimento per l'agroalimentare in Italia e all'estero. Iniziando proprio dai comparti più dinamici.

Nasce Tuttofruit, con il fresco ortofrutticolo e le innovazioni della IV gamma

Dopo il successo riscosso nell'edizione 2019 dal salone Fruit Innovation, l'anno prossimo frutta e verdura fresche, insieme alla IV gamma (verdure e ortofruttili freschi confezionati) diventano protagoniste di un vero e proprio nuovo settore, Tuttofruit, valorizzando in modo ancora più efficace i prodotti ortofruttili ad alto contenuto di servizio. Oltre alla IV e V gamma, gli operatori troveranno frutta secca, disidratata e fresca oltre a ortaggi freschi, legumi, ortofrutta biologica, ma anche prodotti

erbe aromatiche e spezie. Attese significative presenze di produttori nazionali e internazionali mentre gli operatori italiani ed esteri includeranno, tra gli altri, importatori e grossisti, buyer della GDO, rappresentanti del settore Ho.Re.Ca. e gestori di piattaforme di distribuzione. Si conferma alta inoltre alta l'attenzione all'internazionalizzazione grazie a un forte investimento nello scouting, con la costante integrazione di nuovi buyer altamente profilati nel portafoglio top buyer.

Tuttofood è la fiera internazionale del B2B dedicata al food & beverage.

L'ultima edizione ha visto la partecipazione di 3.079 brand, dei quali il 16% internazionali.

I visitatori professionali nel 2019 sono stati 82.551, dei quali il 23% esteri da 143 Paesi.

Per informazioni aggiornate:

www.tuttofood.it, @TuttofoodMilano.

**DISPONIBILI IN
QUATTRO VERSIONI**

Una linea completa e professionale di preparati per gnocchi composta da tre formulazioni perfettamente studiate per una produzione a freddo. Indicati sia per lavorazioni artigianali

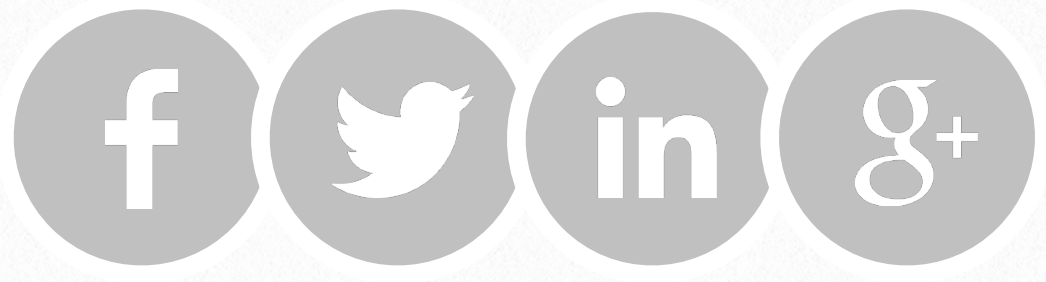
che industriali. La qualità superiore e il dosaggio ottimale degli ingredienti, conferiscono agli gnocchi una perfetta tenacità e resistenza. **Scopri la linea completa su molinopasini.com**



**PREPARATI
PER GNOCCHI
MOLINO PASINI:
TUTTO IL
NECESSARIO
PER CUCINARE
GNOCCHI
MORBIDI E
CONSISTENTI**

DESIGN: STUDIO OVER

6



Effetto Covid, sulle paste pesa il fermo

a cura del
**Centro studi economici
Pastaria**

Horeca e il rischio frenata dell'export



Ma è boom di vendite nella Gdo, con incrementi a doppia cifra che ribaltano di netto la tendenza negativa del 2019.

La pasta torna protagonista nel carrello degli italiani. L'effetto pandemia da Coronavirus ha fatto da propulsore alle vendite degli alimenti "da dispensa", lasciando aumenti a doppia cifra nei mesi di marzo e aprile anche per il prodotto simbolo del made in Italy.

Si può affermare che, nonostante le difficoltà legate alla chiusura di ristoranti, bar e caffetterie, che rappresentano il core business del canale Horeca, le paste hanno potuto almeno in parte compensare le perdite di fatturato nel "fuori casa" determinate dalle misure di lockdown, grazie a una significativa accelerazione delle vendite nella grande distribuzione organizzata e nel piccolo dettaglio alimentare, che con la crisi ha conosciuto una fase di significativo rilancio.

Più luci che ombre? Difficile tirare le somme, per lo meno in questa fase di graduale approccio alla "nuova normalità", dal momento che in ballo ci sono anche le esportazioni, componente non secondaria per tutto l'alimentare made in Italy.

All'estero le paste, che rientrano tra i prodotti più export-oriented insieme al vino, muovono oltre metà del fatturato, ma alle condizioni attuali, con le catene logistiche a mezzo regime in diversi paesi (le paste italiane raggiungono quasi 200 destinazioni), la macchina dell'export potrebbe oggettivamente accusare qualche rallentamento.

C'è poi l'aspetto produttivo, che tocca molto da vicino comparti industriali, per esempio quello della meccanica, che hanno optato per la delocalizzazione, ma che oggi riconoscono le difficoltà nel continuare a gestire filiere molto lunghe con pezzi di produzione sparsi ai quattro angoli del Mondo.

Un aspetto che il sistema pastario affronta con maggiore serenità, dal momento che tutti i principali player del settore hanno tenuto i cicli produttivi in Italia e investito in stabilimenti all'estero prevalentemente per rafforzare la presenza in mercati chiave come gli Stati Uniti.

Certo è che, seppure con maggiori margini di sicurezza rispetto ad altri comparti produttivi, l'intera manifattura alimentare non è esente da rischi. Al contrario, le implicazioni della pandemia e della crisi economica rendono incerto il futuro per 6 imprese su 10.

Un'indagine del Dipartimento di economia aziendale dell'Università Roma Tre, commissionata dall'Unione Italiana Food, l'associazione nata dalla fusione di AIDEPI e AIIPA (450 imprese alimentari per 20 settori merceologici, compresi pasta, caffè e conserve vegetali), rivela che il 59% degli intervistati, su un campione di 120 aziende alimentari, si attende quest'anno un calo sia della produzione sia del volume d'affari. Preoccupano anche gli effetti di lungo termine della pandemia di Covid-19 che per il 61% del campione avrà un impatto "elevato" o "molto elevato" in futuro. Diversi gli ambiti interessati. La gestione finanziaria e le carenze di liquidità rappresentano attualmente i principali fattori nevralgici. Ma elementi di fragilità si ravvisano anche nelle fasi della logistica e di riflesso nell'interscambio con l'estero, con rischi potenziali inoltre negli approvvigionamenti delle materie prime alimentari.

Per Italmopa, l'associazione dell'industria molitoria, malgrado l'incremento del consumo di farina per uso domestico, il settore sta registrando, dall'inizio dell'emergenza Covid-19, una contrazione particolarmente significativa, e comunque senza precedenti, dei volumi di vendita complessivi, scesi del 25% su base annua. Determinanti il crollo della richiesta di ristoranti, pizzerie e pasticcerie e la riduzione, seppure contenuta, della domanda da parte della panifica-

zione e dell'industria dolciaria. L'evidenza più preoccupante è tuttavia il pesante dietro front delle esportazioni, dopo un trend positivo protrattosi per oltre dieci anni. Un fattore che, per analogia, potrebbe mettere in seria difficoltà anche le paste che, all'estero, negli ultimi dodici mesi hanno sperimentato un progresso di oltre il 7% sfiorando un valore di 2,6 miliardi di euro, massimo di sempre. Stessa dinamica se si guarda alle movimentazioni reali, con un record di 2,2 milioni di tonnellate esportate tra gennaio e dicembre dell'anno scorso, in crescita del 6,2% su 2018.

Sul mercato interno, l'effetto stock, come accennato, ha dato un forte impulso alle vendite di conserve, paste, riso e biscotti. I dati Nielsen, relativamente alle paste secche, segnalano a fine marzo un aumento del 19,3% su base annua, in netta controtendenza con il dato negativo delle vendite del 2019.

Più attenuata la dinamica delle paste fresche, che hanno però accelerato la crescita rispetto alla performance comunque positiva del 2019.

Significativo anche il cambio di rotta dei prezzi al consumo, con il sottoindice ISTAT del reparto paste che segnala a marzo un rincaro annuo dell'1,6%, a fronte di riduzioni dello 0,3% di febbraio e dello 0,6% di inizio anno.



Impastatrice continua
Continuous mixer



Premixer



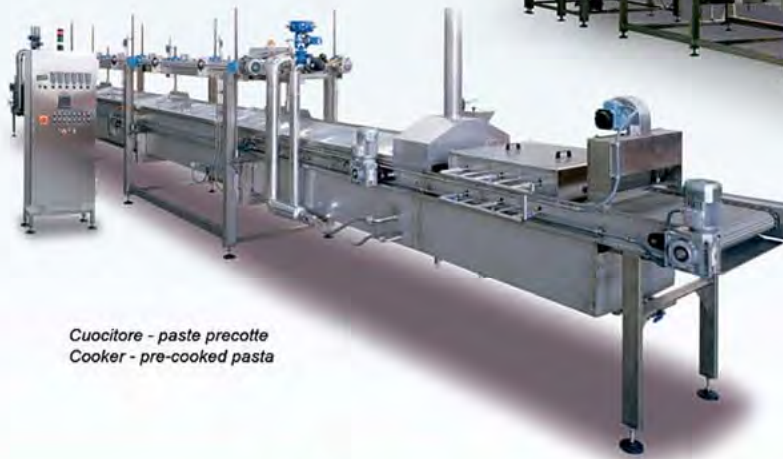
Vagonetto trasporto impasto
Mixing transport shuttle



Taglierina automatica
Automatic cutting machine



Pastorizzatore pre-essiccatore
Pasteurizer pre-dryer



Cuocitore - pasta precotte
Cooker - pre-cooked pasta



Cuocitore per piatti pronti
Cooker for convenience food



Pastorizzatore - Pasteurizer



Cuocitore a cilindro
Drum cooker

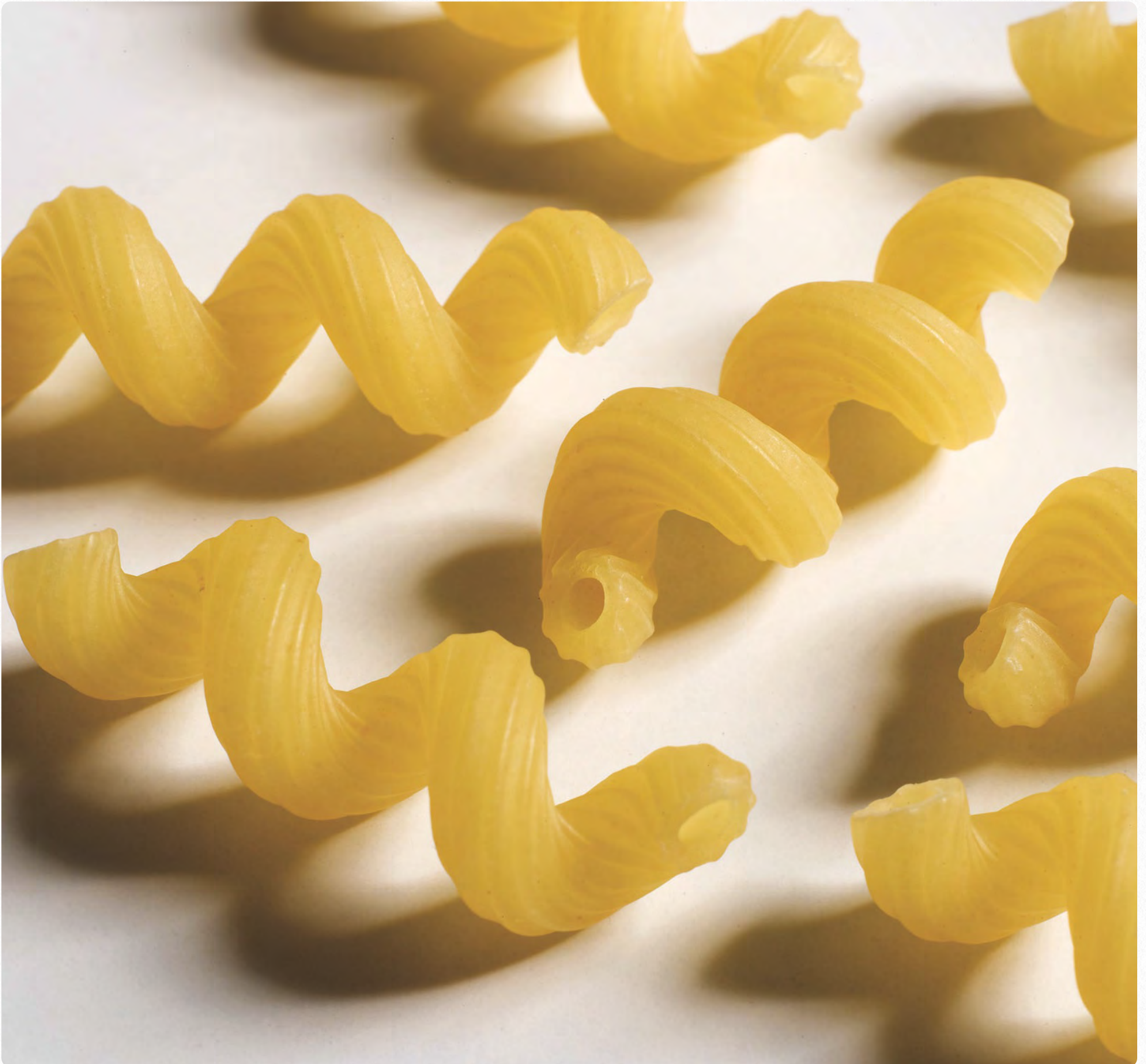
TECHNOLOGY PERFORMANCE RELIABILITY

7



Notizie in breve

a cura della
Redazione



Coronavirus, gara di solidarietà dei pastifici

Ventilatori, mascherine, donazioni in denaro. E, ovviamente, pasta. Di fronte all'emergenza Coronavirus, sono tantissimi i pastifici che hanno deciso di portare il loro contributo alla causa, dando vita a una bellissima gara di solidarietà. Le iniziative sono spesso state prese, come è prassi, dai vertici aziendali; ma non mancano casi in cui anche i dipendenti si sono resi protagonisti, come è accaduto al pastificio Fabianelli, i cui lavoratori hanno consegnato mille chili di pasta alla Caritas di Castiglion Fiorentino. Dai dipendenti e consulenti de La Molisana sono stati raccolti diecimila euro utilizzati per acquistare tablet Microsoft Surface per il reparto di Terapia Intensiva dell'Ospedale Cardarelli di Campobasso. La famiglia Ferro, proprietaria dell'azienda, ha invece stanziato circa 100mila euro per l'acquisto di tre ventilatori polmonari e aiutato con importanti quantità di pasta gli Empori della Solidarietà della Caritas di Roma a favore delle famiglie più bisognose. Anche Giovanni Rana ha donato pasta per le famiglie in difficoltà e, soprattutto, ha sostenuto con 400mila euro l'acquisto di apparecchiature per la ventilazione assistita per gli ospedali della provincia di Verona. Rummo ha invece donato all'ospedale Rummo-San Pio di Benevento 6 sonde ecografiche wireless e 5 fibrobronscopi, oltre a 6 iPad per il funzionamento delle sonde e controlli immediati per l'individuazione Covid-19. Una donazione in denaro è stata invece disposta nei confronti della Misericordia di Benevento, secolare sodalizio di volontariato attivo nel trasporto e nell'assistenza sanitaria. Una super donazione porta invece la firma del Gruppo Barilla: due milioni di euro per il reparto di terapia intensiva dell'ospedale Maggiore di Parma, oltre ad attrezzature mediche e logistiche destinate alla Protezione Civile e Croce Rossa della stessa città. Trenta ventilatori per terapia sub-intensiva ai reparti Covid pugliesi sono stati acquistati da Divella, mentre il pastificio Novella di Sori (GE) ha devoluto 50mila euro all'ospedale San Martino. Il pastificio Ferrara di Nola ha invece donato 10mila mascherine FFP2 all'ospedale Cardarelli di Napoli. Tantissime, poi, sono state le donazioni di pasta. Il Premiato Pastificio Afeltra, insieme a Eataly, ha devoluto una tonnellata di pasta di grano duro di Gragnano alla Croce Rossa

THE Mature inside



TEAM
DI ESPERTI



APPLICAZIONI
TAILOR MADE

Nel nostro *Application lab* studiamo soluzioni Tailor Made ideali per le necessità produttive dei nostri clienti.

via Dante Alighieri, 43 - Lissone (MB) ITALY - Tel. +39 039 9405130

 **LEBEN
INGREDIENTS**

www.lebeningredients.it

Sicilia. Altre donazioni di pasta sono arrivate da Pasta di Camerino, dal Pastificio dei fratelli Cellino, dal pastificio Colavita, da Pasta Baronia, dall'Antico Pastificio Morelli, dai pastifici Valleoro e Domenico Paone di Formia e da tantissime altre realtà che hanno agito in silenzio.

È scomparso Luke A. Marano senior, infaticabile ambasciatore della pasta nel mondo

Luke A. Marano senior, di Philadelphia, Pennsylvania, si è spento serenamente all'età di 94 anni a Foulkeways, Gwynedd, Pennsylvania, il 21 aprile 2020.

Primogenito di Vincent e Antoinette Marano, nato e cresciuto a Chestnut Hill (Pennsylvania), aveva iniziato la sua carriera lavorando al Caruso's Market, da generazioni il negozio di famiglia, ed ebbe l'opportunità di mettersi alla prova come imprenditore nel 1960, quando rilevò la Philadelphia Macaroni Company (PMC), il pastificio di famiglia, che allora versava in cattive acque.

Grazie a oculati investimenti nelle materie prime e all'aggiudicazione di un importante appalto pubblico, riuscì a rilanciare l'azienda di famiglia, che si affermò rapidamente sui mercati nazionali e internazionali.

All'età di 73 anni fondò la Minot Milling, azienda molitoria di primaria importanza.



Luke A. Marano Senior
(fotografia cortesia: Philadelphia Macaroni Co.)

Continuò a lavorare fino a 93 anni.

Fu tra i più attivi membri della National Pasta Association (NPA), l'associazione di categoria statunitense con la quale collaborò per favorire la promozione e la tutela della pasta alimentare.

Nel 1992 fu nominato *Pasta Man of the Year* dalla National Pasta Association, associazione della quale ricoprì anche il ruolo di presidente. Instancabile promotore della pasta nel mondo, fu tra i fondatori dell'International Pasta Organisation.

Per maggiori informazioni:

<https://www.jacobfruth.com/obituary/luke-marano-sr>

Di Martino, finanziamento da 10 milioni

Un finanziamento da 10 milioni per implementare i piani di sviluppo e crescita azien-



10-12 JUNE 2021

ISTANBUL EXPO CENTER HALL 5-6



15th INTERNATIONAL TRADE FAIR FOR FOOD PROCESSING AND PACKAGING TECHNOLOGIES



FOOD INGREDIENTS & ADDITIVES



FOOD PROCESSING TECHNOLOGIES



PRINTING & LABELING



FOOD PACKAGING



SUPPLY CHAIN



FOOD AUTOMATION & CONTROLS



WAREHOUSING



FOOD SAFETY & HYGIENE

www.fotegistanbul.com



THIS FAIR ORGANIZED BY THE APPROVAL OF UNION CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY ACCORDING THE LAW NUMBER 5174.

dali. È quanto ottenuto dal Pastificio Di Martino da UniCredit, nell'ambito del programma Garanzia Italia di Sace. Per Giuseppe Di Martino, titolare del pastificio "è un bel segnale per il Paese che il primo finanziamento della banca con garanzia Sace nell'ambito del Decreto Liquidità vada ad una impresa del Sud", aggiungendo che "grazie a questa operazione potremo assorbire al meglio lo shock subito dalla filiera produttiva a seguito della diffusione del Covid-19 e far fronte con maggiore tranquillità alle esigenze di capitale circolante, garantendo quindi la continuità operativa e la fornitura dei nostri prodotti".

Francesco Giordano, co-ceo Commercial Banking Western Europe di Unicredit ha sottolineato come il pastificio di Gragnano (Napoli) rappresenti un esempio di azienda locale che "ha saputo conquistare una posizione di leadership nel suo segmento di mercato, il food & beverage, che è strategico per il rilancio e la crescita del Paese".

Garofalo fa "uscire le ricette"

In un momento storico in cui rimanere in casa il più possibile è fondamentale per il bene di tutti, Garofalo ha ideato un'iniziativa per fare uscire... le ricette. "Restate a casa ma uscite le ricette" è il motto lanciato online dal pastificio storico di Gragnano per invogliare gli italiani a dare libero sfogo

alla creatività in cucina. Sulla pagina Facebook dell'azienda sono state postate foto di ingredienti di stagione facilmente reperibili, sotto le quali gli utenti dovevano condividere la loro ricetta. Per i più piccoli, invece, Garofalo ha lanciato "Il gioco è pronto": da una pagina del sito del pastificio, è possibile scaricare e stampare l'occorrente per la preparazione di un piatto di pasta creativo, colorando tutti gli elementi. Una volta realizzato il piatto, i genitori sono invitati a condividere le foto sulle loro stories di Instagram.

Rana, Rummo e Novella aumentano gli stipendi dei dipendenti

Due milioni di euro per aiutare i dipendenti rimasti sulle linee produttive. Il pastificio Giovanni Rana ha deciso di aumentare del 25% lo stipendio di marzo e aprile per tutti i 700 dipendenti che lavorano nei cinque stabilimenti italiani del gruppo. Oltre all'aumento di stipendio per ogni giorno lavorato, i dipendenti del pastificio hanno ricevuto anche un ticket mensile straordinario di 400 euro da utilizzare per le spese di baby-sitting. In più, è stata stipulata una polizza assicurativa in caso di contagio da Covid-19 che va ad integrare il rafforzamento delle procedure di sicurezza messe in atto per l'emergenza. Il pastificio Rummo ha invece

PASTARIA HUB

TECHNOLOGIES
INGREDIENTS
SERVICES
FOR PASTA
MANUFACTURERS



macchine e impianti

PASTARIA HUB

Il punto di riferimento
in internet per chi **cerca e offre**
tecnologie, ingredienti e servizi
per i **produttori di pasta.**

www.pastariahub.com

È una iniziativa Pastaria



ingredienti



servizi

corrisposto 500 euro in busta paga a chi deve svolgere la sua attività in questo periodo e stipulato una polizza assicurativa in caso di contagio da Covid-19. Decisioni simili sono state prese dal Pastificio Novella di Sori (GE) che ha allungato il ciclo di produzione e aumentato gli stipendi ai dipendenti del 20-30%. Inoltre è stata attivata un'assicurazione aziendale che prevede fra le altre cose un sostegno per le spese di baby sitting.

La Molisana, al via una nuova linea di produzione

Il pastificio La Molisana di Campobasso ha affrontato l'emergenza Coronavirus aumentando la produzione per far fronte all'aumento degli ordini del 60% e dando il via a una nuova linea di pasta. L'aumento della produzione è stato del 30%, ha spiegato all'Ansa il titolare e direttore operativo Flavio Ferro, e la crescita della richiesta è andata al di là della possibilità e della capacità produttiva. Gli ordini sono arrivati dalla clientela italiana e internazionale con una percentuale che si è più che raddoppiata. Per il futuro, Ferro stima un trend di richiesta della pasta in aumento "in virtù del suo essere bene di prima necessità". Guardando in avanti, gli investimenti prevedono l'inserimento di "almeno un'altra linea di pasta che porterebbe a dieci le linee di produ-

zione con una capacità produttiva vicina alle 600 tonnellate al giorno".

Dalla Costa, nasce la pasta "ABC"

Pasta per piccoli chef. È la pasta "ABC" ideata dall'azienda Dalla Costa Alimentare, con formati dedicati alle lettere dell'alfabeto per divertire e intrattenere i bambini. In un periodo in cui stare a casa con i figli è impegnativo, la pasta diventa così non solo un ottimo piatto da gustare, ma anche un'occasione di svago e di distrazione creativa. L'azienda di Castelminio di Resana (TV) produce 87 formati di pasta con 21 diverse semole e farine e 19 diverse aromatizzazioni e conta 60 dipendenti. Con un'esperienza pastaia di tre generazioni e 25 anni di attività alle spalle, esporta in 51 Paesi del mondo, con una quota di export al 70%.



SAPORITO
— Denmark Salmon —

SALATO +
AFFUMICATO +
CRUDO



CRUDO +
SALATO



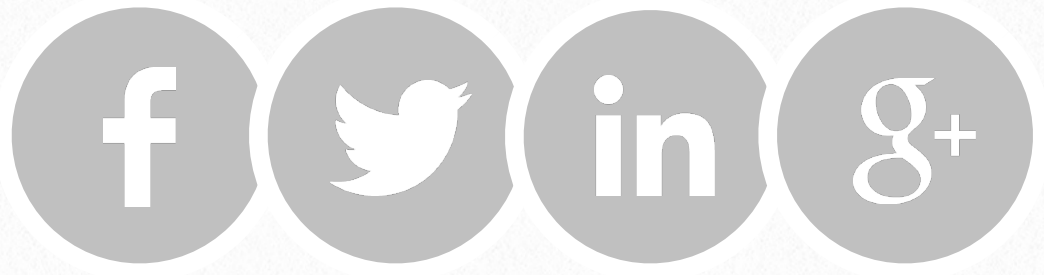
SALATO +
AFFUMICATO



IL TUO RIPIENO UNICO

Rendi esclusivo il ripieno della tua pasta!
Scegli il salmone e le quantità, noi lo renderemo inimitabile.

8



Dopo un'esperienza alla DEMACO, studente di ingegneria del Florida Tech nominato stagista dell'anno dell'ateneo

Comunicato stampa



Uno studente di ingegneria ha ricevuto il riconoscimento di Florida Tech Student Employee of the Year per la sua attività presso la DEMACO. Lakshmi Narasimhon, che frequenta un master in ingegneria meccanica al Florida Tech Institute, ha collaborato a numerosi progetti ed elaborati tecnici complessi durante il tirocinio alla DEMACO, una società specializzata nello sviluppo di soluzioni tecnologiche e macchinari per la pasta per le aziende alimentari più grandi del mondo.



**Per informazioni
DEMACO**

info@demaco.com

www.demaco.com

Lakshmi “Simhon” Narasimhon è stato nominato *Florida Tech Student Employee of the Year (off-campus)* per l’eccezionale lavoro in campo ingegneristico svolto dallo studente presso la DEMACO, società che si occupa della progettazione e costruzione di macchine e impianti per la pasta per le aziende alimentari più grandi del mondo.

Simhon ha lavorato fianco a fianco con i team commerciale, tecnico e di produzione della DEMACO per l’elaborazione di planimetrie e gruppi meccanici destinati a impianti a elevate prestazioni sia per il settore della pasta secca che per quello della pasta fresca e surgelata.

Il riconoscimento ha messo in luce la professionalità e capacità di collaborazione dello studente, competenze fondamentali per il successo di progetti complessi.

Simhon ha collaborato con il direttore di stabilimento di Riviana Foods, azienda produttrice della pasta Ronzoni, nello sviluppo di un progetto per il potenziamento di un estrusore per pasta secca DEMACO, un’esperienza che, come ricorda il ragazzo, gli ha insegnato “tantissimo su come integrare assieme meccanici in sistemi molto più grandi”, sottolineando inoltre come “la sinergia tra il lavoro di squadra e una progettazione accurata e dettagliata è fondamentale per ottenere risultati eccellenti”.

John Alberga, ingegnere capo della DEMACO, ha affermato: “è stato un piacere avere Simhon nel nostro team. Ci ha sempre ascoltato con enorme attenzione, riuscendo a capire facilmente anche concetti complicati.” Simhon consegnerà il master in ingegneria meccanica ad agosto e ha intenzione di unirsi alla squadra DEMACO a tempo pieno.



DEMACO Titan Series

Superior Pasta Quality



FLOW X is **DEMACO's** proprietary dough processing and rheology system for optimized pasta quality.

We make the most of your raw materials.



9



La pasta nel Medioevo italiano

Al Ronzoni



Il variegato e straordinario mondo della pasta affonda le proprie radici nel Medioevo italiano.

La storia della pasta italiana affonda le radici nel Medioevo. Tuttavia, la gente dell'epoca non riusciva a percepire né a definire la trasformazione che stava lentamente avvenendo nelle proprie abitudini alimentari. Svariate tradizioni distinte stavano confluendo in quella categoria più ampia che successivamente avrebbe preso il nome di "pasta". Come scrive John Dickie in *Delizia: The Epic History of Italians and Their Food (Delizia: l'epica storia degli italiani a tavola, ndt)*, è possibile considerare queste tradizioni come "famiglie diverse che hanno dato vita all'ampio e variegato clan della pasta attraverso una serie di matrimoni incrociati". In principio erano gli *gnocchi*: cotti in acqua, brodo o in umido, sono presenti in versioni simili nella tradizione culinaria di quasi ogni paese. Poi è stata la volta delle *lasagne*. Pare che la parola derivi dall'antico termine latino *laganum*, una sfoglia di pasta che veniva fritta per ottenere un particolare formato di impasto. Dopo le lasagne sono entrate in scena le *tagliatelle*. Un'altra straordinaria invenzione del Medioevo italiano sono poi i *tortellini*, letteralmente "piccole torte", che vengono però cotti in acqua bollente anziché in forno. Tanti discendenti delle famiglie gnocchi, lasagne, tagliatelle e tortellini sono raggruppati oggi sotto la denominazione di "pasta fresca", vale a dire cotta poco dopo essere stata prodotta, quando l'impasto è ancora umido; molte tipologie di pasta fresca contengono anche uova. C'è poi una quinta famiglia, quella della "pasta essiccata", in cui si annoverano spaghetti, penne, fusilli e svariati altri formati che attualmente riempiono gli scaffali dei supermercati di tutto il mondo. Per chiarezza, per riferirsi al prodotto essiccato in Italia si usa abitualmente il termine "pasta secca": generalmente (sempre oggi in Italia, *ndr*) questa è preparata con grano duro, una varietà a elevato contenuto di glutine.

Gli italiani iniziarono a consumare anche la pasta secca nel Medioevo e il termine più diffuso all'epoca era *maccherone* – scritto in svariate grafie – che deriva dal verbo *maccare*, vale a dire pestare o schiacciare. Ma per complicare un po' la vita agli storici, era utilizzato per indicare non solo gli gnocchi di pasta fresca, ma anche varie tipologie di pasta secca di grano duro.



PER I PICCOLI LABORATORI

PASTO-DRYER

UNICO MACCHINARIO
DOPPIA TECNOLOGIA

- Pastorizzazione
- Pre-essiccazione

Idoneo ai trattamenti termici delle paste fresche per il confezionamento in ATM.

- Ampliamento canali di vendita
- Minimo investimento
- Ingombri ridotti
- Prodotto finito di alta qualità
- Facilità di igienizzazione

ZINDO
Pasta Machines & Processing

via Foggia 71/73 - 76121 Barletta Italy - tel. +39 0883 510672 fax +39 0883 510741 info@zindo.it www.zindo.it



**25-30
kg/h**

**CIO' CHE MANCA
PER LA VOSTRA CRESCITA**

la baresina

Come affermato nel recente articolo (*È stato Marco Polo a portare la pasta in Italia?*, in *Pastaria DE 2/2020*) la prima menzione nota della pasta secca in Italia è attribuibile al cartografo Muhammad al-Idrisi, a cui il re normanno Ruggero II di Sicilia aveva commissionato la realizzazione di una mappa del mondo allora conosciuto su un oggetto d'argento levigato chiamato *planisfero*. Nel compendio di geografia intitolato *Diletto di chi è appassionato per le peregrinazioni attraverso il mondo* che accompagnava il planisfero si leggeva:

“A ponente di Termini vi è un grazioso abitato che si chiama Trabia. Le sue acque perenni alimentano parecchi mulini. Nella sua campagna sorgono imponenti edifici in cui si fabbricano grandi quantità di *itriya*, che viene esportata ovunque: in Calabria e nei territori musulmani e cristiani, dove se ne spediscono moltissimi carichi per nave.”

Itriya è un termine arabo. Secondo Dickie, in un testo arabo di medicina scritto da un medico ebreo vissuto in Tunisia all'inizio del X secolo si spiega che due secoli prima di al-Idrisi e del suo planisfero, la parola *itriya* indicava già filamenti lunghi e sottili di pasta secca che venivano cotti in acqua bollente. L'*itriya* prodotta in Sicilia ed esportata in terre così lontane poteva essere solo a base di grano duro: dalla sconfitta di Annibale a opera dei Romani, questa varietà ha rappresentato la coltura più preziosa

dell'isola. Ai tempi di al-Idrisi, gli italiani adottarono il termine *itriya* e lo adattarono per definire questo bene esotico d'importazione: oggi come allora *trie* indica strisce sottili di pasta come le tagliatelle. In alternativa, la *itriya* potrebbe corrispondere a ciò che si indica con il termine più rustico vermicelli. Per “spaghetti”, ossia “piccoli spaghi”, vale un discorso analogo, anche se la parola entrò nel lessico quotidiano solo agli inizi dell'Ottocento. A quanto pare *itriya* non affonda le radici neppure in Arabia, bensì è una traslitterazione araba della parola greca *itrion* che identificava un alimento a base di un impasto cotto in un liquido.

Ad al-Idrisi sfuggirono molte caratteristiche geografiche fondamentali dell'Italia. Puntò infatti il suo interesse quasi esclusivamente sulle città. Per questo motivo individuò quei cambiamenti che stavano cominciando a conferire all'Italia la configurazione attuale. Al nord e al centro, le città fondate e costruite dai Romani stavano riacquistando slancio. A colpire al-Idrisi sono i loro “monumenti eccezionali”, la “dinamica artigianalità”, i “mercati vivaci”, e le “persone ricche e operose”. Queste descrizioni catturano l'essenza di quanto stava accadendo alle città della Pianura Padana e del Valdarno, mentre al sud si assisteva al declino dell'influenza musulmana. Dalla caduta dell'Impero romano, diversi popoli invasero la

I GRANDI MAESTRI
DELLA PASTA
SCELGONO MININNI.



penisola cercando di far rivivere l'autorità imperiale, quali gli Ostrogoti, con Teodorico il Grande all'inizio del VI secolo, i Bizantini, i Longobardi e i Franchi di Carlo Magno. Tuttavia, alla fine del primo millennio, nel nord e centro Italia l'autorità centrale si affievolì a tal punto che le città riuscirono ad affermare la propria indipendenza e a prosperare grazie all'industria e al commercio.

Il motore della rinascita delle città medievali italiane fu proprio il commercio: il racconto di al-Idrisi secondo cui “numerosissime navi” esportavano pasta dalla Sicilia sembra infatti essere vero. Anche se il cartografo di Ruggero II potrebbe avere un po' esagerato, intorno al 1150 il commercio dell'*itriya* a Trabia era effettivamente eccezionale. Al-Idrisi non menziona altri centri di produzione della pasta neanche lontanamente simili, neppure nelle regioni nordafricane che conosceva perfettamente e da cui possiamo supporre che l'*itriya* giunse in Sicilia. Gli storici non hanno trovato prove dell'esistenza di una produzione di pasta su larga scala in un altro luogo o in un'epoca precedente. Quindi, molto probabilmente, fu solo dopo aver raggiunto la Sicilia e i mercati del Mediterraneo orientale che la pasta secca divenne oggetto di una produzione e distribuzione centralizzata destinata a un mercato più ampio. Alcuni sostengono che l'*itriya* si diffuse così tanto nella Sicilia nor-

manca perché era un alimento perfetto per i marinai, sottolineando inoltre che diede impulso alla “rivoluzione commerciale” che avrebbe più tardi interessato i porti italiani. Pur non essendo certi di questa teoria è innegabile che la Sicilia sia la culla della pasta secca in Italia.

Dopo un secolo e mezzo dalla creazione del planisfero, in varie città situate lungo costa tirrenica – da Genova a Napoli, da Palermo a Cagliari – i cuochi cominciarono a utilizzare l'*itriya* trasformandola in *trie*, *vermicelli* e *maccheroni*. Tuttavia, come sottolinea Silvano Serventi nella sua opera intitolata *La pasta: Storia e cultura di un cibo universale*, le prime pietanze a base di pasta erano elaborate e preparate appositamente per le classi agiate della società, almeno da quanto si evince dalle ricette e dai libri di cucina dell'epoca che ci sono pervenuti. Si trattava prevalentemente di piatti a base di pasta fresca, in particolare ripiena, spesso cotta al forno e condita con zucchero, cannella e noce moscata. Queste pietanze simili a dolci rappresentavano circa due terzi delle ricette medievali giunte fino ai giorni nostri. L'affascinante storia di come la pasta italiana è diventata un gustoso alimento di massa sarà l'argomento del prossimo articolo.

50^o

DOMINIONI



READY TO THE FUTURE

INNOVAZIONE DI PROGETTO

TECNOLOGIA

DESIGN



PRODUZIONE
FINO A
55 KG/H

**NUOVA Macchina
Combinata Automatica
con Innovativo Design,
per la produzione di
paste estruse corte,
lunghe, ripiene e sfoglia.**

DOMINIONI

www.dominioni.it

Tel.: +39 031 495111 - info@dominioni.it

10



Pastificio dell'Arco

Redazione



La pasta fresca prodotto artigianalmente è la specialità di un piccolo negozio di Rivalta di Torino.



**Per informazioni
Pastificio dell'Arco**

T.+39 (0)11 9092277

pastificiodellarco@gmail.com



A scorrere il curriculum di Gigi Mazzilli, si fa fatica a far tornare i conti: troppa esperienza per un pastaio di soli 53 anni. Scuola alberghiera, dipendente per un decennio del pastificio che è oggi di sua proprietà, vent'anni da titolare, un diploma di sommelier in tasca, esperienze di insegnamento di alto profilo. Ma soprattutto un laboratorio di produzione tra i più noti della zona, per la qualità e l'attenzione alla valorizzazione della materia prima locale.

Ha radici lontane la passione di Mazzilli per il buon cibo: origini pugliesi, una mamma innamorata della buona cucina, che assieme al padre non hanno mai fatto mancare il supporto in negozio. Ma anche grandi insegnamenti e l'instradamento all'arte della gastronomia più raffinata, sin da adolescente. Le stagioni nei ristoranti, dall'età di 14 anni, che si alternavano con le lezioni teoriche e pratiche all'Istituto Alberghiero di Pinerolo, dove sono stati decisivi docenti come Eynard, Pautassi, Regaldo e molti altri che hanno contribuito ad una formazione che mette insieme competenze e abilità, dalla scelta degli ingredienti, al servizio al tavolo.

Esperienze internazionali e insegnamenti preziosi che oggi Mazzilli mette a disposizione dei propri clienti. Molti, moltissimi sono acquirenti del prodotto sfuso al banco e raggiungono il pastificio da diversi comuni del circondario. Ci sono poi imprese che fanno catering e alcuni ristoranti di alto profilo. Il negozio, – che è anche gastronomia ed enoteca – offre una vetrina ampia e variegata, ricca soprattutto di pasta freschissima farcita, ripiena delle più raffinate specialità, tutte ricette tradizionali rivisitate ed impreziosite o formulate direttamente dalla casa, ma sempre con materia prima scelta e di stagione. Si acquista solo sfusa e impacchettata sul momento.

Al banco sono disponibili prodotti diversi. Tra le specialità più note, i Tortelli fatti a mano ai gamberi oppure Ravioli con gamberi e ceci o con gamberi, scorza di limone e timo. Per gli Ag-

nolotti tradizionali, invece, solo carni di razza piemontese della adiacente macelleria di Gilberto Oliva, che lavora capi provenienti da tre cascine della zona. E ancora: Ravioli alla bagna cauda e tapinambur o Ravioli con Tomino di Rivalta. Una ricetta, quest'ultima, pensata nel Pastificio dell'Arco per valorizzare un formaggio pregiato che un'impresa storica locale, il Caseificio Quaranta, operativo da oltre 100 anni, propone da sempre. Un connubio di specialità e saperi locali che si è meritata la denominazione comunale d'origine (De.Co) trasformando quel luogo noto soprattutto per la produzione automobilistica in dimora di eccellenze alimentari. Il pastificio propone altresì dei formati diversi a seconda del periodo dell'anno o della ricorrenza, portando sul banco specialità differenti per le feste o per occasioni particolari. Per la ristorazione invece, il pastificio prevede anche dei prodotti dedicati e definiti specificamente con il committente.

Come spesso accade nelle imprese artigiane, gli insegnamenti del mastro pastaio, hanno permesso ad alcuni ex dipendenti, che al Pastificio dell'Arco hanno fatto apprendistato, di avviare un'attività propria. Oggi Mazzilli opera prevalentemente da solo o con l'aiuto di un collaboratore. "L'impegno è totalizzante", dice "perché mi devo occupare di molte cose, dalla spesa per la cucina e il laboratorio, all'amministrazione. Ma è

anche un lavoro che dà enormi soddisfazioni professionali ed umane. Più volte mi sono stati proposti dei semilavorati che mi avrebbero permesso di accorciare i tempi di preparazione dei ripieni e ridurre così anche i costi, ma sono convinto che la carta vincente, soprattutto per i piccoli, sia la qualità e proprio quel lavoro di pazienza che si fa nel retro del laboratorio e che, pur richiedendo uno sforzo notevole, viene poi ripagato".

Una struttura snella ha dei limiti, forse, ma anche il vantaggio di essere più elastica, da molti punti di vista. "Noi operiamo con una clientela vasta e dialoghiamo direttamente con il consumatore finale. La stragrande maggioranza cerca sapori non omologati, ed è alla differenziazione che puntiamo. Durante il lock down ci siamo resi conto di quanti clienti avessimo nel circondario, perché molti di questi, non potendosi spostare da un comune all'altro, non potevano raggiungerci. Ma nel tempo abbiamo fidelizzato anche tanti compaesani e la loro fiducia in questa difficile fase, è stata di grande conforto. Abbiamo creato negli anni dei legami forti con il mercato locale e se c'è stato un lato positivo nella pandemia, è aver potuto rinsaldare certi rapporti, che nei giorni più bui si sono rivelati una grande ricchezza, sul piano commerciale, quanto su quello umano" conclude Mazzilli. Il territorio, anche quello piemontese, è fatto di tante piccole realtà, che assieme sono una forza.



APPAFRE

Associazione produttori pasta fresca
della piccola e media impresa



INSIEME PER ESSERE PIÙ FORTI!

A.P.PA.FRE. associa imprenditori della piccola e media impresa, produttori di pasta fresca e gnocchi, per meglio tutelare una categoria di produttori, troppo spesso dimenticati. I nostri associati, sono riconosciuti dalle istituzioni e dal mercato, come categoria di pastai che rappresentano la vera tipicità e la migliore tradizione culinaria italiana. Fiore all'occhiello del made in Italy, riconosciuta e apprezzata anche all'estero.

A.P.PA.FRE. si caratterizza per la capacità di offrire gratuitamente ai propri associati, qualsiasi consulenza di carattere tecnico e normativo, oltre alla divulgazione di informazioni su iniziative legislative.

Per info e/o contatti:

Virna Soncin (segretario) - Cell. 348.6593130

SOCI SOSTENITORI / FORNITORI

Ecochimica S.r.l. Casalzuigno (VA)
PRC Impianti S.r.l. Borgo Ticino (NO)
Molino Grassi S.p.A. Fraore (PR)
IPAM S.r.l. Zibello (PR)
G&Partners S.A. Taverne (CH)

Italgi S.r.l. Carasco (GE)
Milani Foods S.r.l. Verona (VR)
Parmovo S.r.l. Colorno (PR)
Pastaria – Kinski Editori Parma (PR)
ePublic S.r.l. Novara (NO)



A.P.Pa.Fre. Sede operativa c/o CNA PIEMONTE NORD

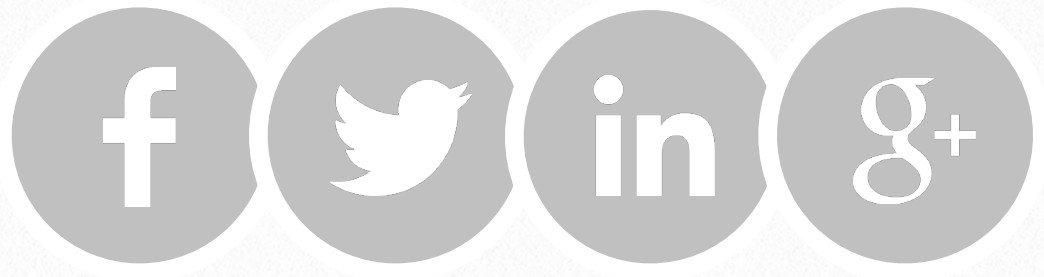
Viale Dante Alighieri 37 - 28100 Novara (NO)

Tel. 0321.399564/5 - Fax 0321.398488

info@appafre.it - www.appafre.it

Piemonte Nord

11



Cibus rinviato a maggio 2021

Comunicato stampa



La fiera del made in Italy alimentare si terrà a Parma dal 4 al 7 maggio 2021 - Fiere di Parma e Federalimentare annunciano intanto un Forum internazionale sulla ripartenza dell'agroalimentare il 2 e 3 settembre di quest'anno a Parma – Parte subito la innovativa piattaforma digitale “My Business Cibus”, dedicata agli operatori internazionali per la ricerca e il matching con l'Authentic Italian.

La XX edizione del Salone Internazionale dell'Alimentazione Cibus è stata riprogrammata al prossimo anno, dal 4 al 7 maggio 2021. La decisione è stata presa da Fiere di Parma e Federalimentare, in accordo con Agenzia ICE e le aziende della filiera agroalimentare. A settembre di quest'anno si terrà a Parma un forum internazionale dal titolo "Cibus Forum – Food&Beverage e Covid: dalla transizione alla trasformazione". Partirà invece in questi giorni una innovativa piattaforma digitale di Sourcing e Business Matching, chiamata "My Business Cibus".

Per quanto riguarda lo svolgimento di Cibus, è stato constatato che 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. 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'"Authentic Italian food&beverage".

"Cibus Forum – Food&Beverage e Covid: dalla transizione alla trasformazione" si terrà dal 2 al 3 settembre 2020 a Parma. Co-

me sono cambiati i comportamenti dei consumatori dopo l'emergenza Covid? Come dovrà essere riorganizzato il lavoro? Come sarà possibile far riprendere produzione ed export della filiera agroalimentare? Operatori del settore ed esperti italiani ed internazionali si incontreranno per un confronto a più voci sugli scenari futuri. 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.

In attesa della prossima edizione di Cibus, Fiere di Parma e Federalimentare, hanno predisposto una innovativa piattaforma digitale, "My Business Cibus", che consentirà agli operatori commerciali di conoscere e selezionare tutti i prodotti, anche i più nuovi, delle aziende espositrici di Cibus. Tutti i prodotti pubblicati sui siti web delle aziende sono stati indicizzati per una veloce e semplice fruizione integrata delle informazioni da parte dei buyer, che potranno scegliere tra quasi 200mila prodotti offerti da 3mila aziende. La piattaforma è operativa dal 12 maggio 2020.



COME IN UN PERCORSO MUSEALE, MOLINO PASINI VI CONDUCE
ALLA SCOPERTA DELLE NUOVE CONFEZIONI DELLE LINEE PIZZERIA,
PASTA FRESCA, PASTICCERIA E PRIMITIVA

MOLINOPASINI.COM