INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 01/05/2016

Diffusione: Mensile

Pagina: 74

NOTIZIE DAL MONDO

Un organismo a sostegno e difesa del Made in Italy

Lo scorso febbraio si è costituito ufficialmente a Torino Italian Identity, l'organismo associativo operante a livello internazionale, indipendente e senza scopo di lucro che promuove l'identità italiana dei prodotti, primi ambasciatori del Made in Italy nel mondo, fortemente voluto da un gruppo di imprenditori, professori universitari, professionisti e consumatori che si è unito in questo ambizioso e importante progetto. Esso, con l'obiettivo di difendere, tracciare e valorizzare i prodotti italiani nel mondo, è in linea con la proposta di legge 1454, attualmente all'esame dell'Aula della Camera, che punta a migliorare l'accesso alle informazioni che consentano la tracciabilità dei prodotti in modo da favorire il diritto all'informazione dei consumatori e tutelarne gli interessi.

Italian Identity conta ad oggi 56 soci promotori e vede come presidente Paolo Rovellotti, imprenditore vitivinicolo presidente Agroqualità, vicepresidenti Marco Masselli, ideatore progetto Italcheck, Marco Cassinera, coordinatore master in marketing e comunicazione IED Torino, Marco Camuccio, presidente Comitato Made in Italy Gruppo Giovani Imprenditori – Confindustria.

A credere nel progetto sin dalle prime battute, oltre ai promotori, Marco Gay oggi Presidente dei Giovani Industriali di Confindustria.

A sostenere Italian Identity anche RINA Services, società di certificazione leader in Italia che, attraverso la sua Agroqualità, ha da subito creduto nell'iniziativa.

Per loro e per tutti coloro che si uniranno, Italian Identity rappresenta la possibilità di far parte di un organismo strutturato, efficace e coordinato, che ad oggi mancava, che dialogherà con le imprese, istituzioni e le associazioni di categoria, per tutelare e valorizzare il Made in Italy nel mondo attraverso la promozione dello schema di certificazione Italcheck.

ITALIAN IDENTITY ORGANISMO

Controlli sul DNA contro le contraffazioni olearie

In un recente convegno sull'olio d'oliva tenutosi al Parco Tecnologico di Lodi, PTP Science Park, si è parlato dell'applicazione su larga scala dello strumento del DNA controllato al fine di osteggiare le contraffazioni sul prodotto.

Risalendo alle molecole costitutive delle olive da cui proviene l'olio è possibile indicare con precisione che i prodotti che finiscono sulle tavole dei consumatori siano naturali e contengano quello che dicono di contenere.

Riproduzione vietata

ITALIAN IDENTITY ORGANISMO

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : Giugno 2015

N° 558

Pagina : 35

A TuttoFood non solo cibo

Non solo piacere per le papille al salone dell'alimentazione, ma anche imballaggi e servizi.
La kermesse milanese è stata l'occasione per presentare nella sua prima uscita ufficiale Flow, la bottiglia per l'Olio Extravergine di Oliva 100% Made in Italy sviluppata nell'ambito del progetto Solo Olive Italiane da Unaprol, Symbola e con il sostegno di Verallia e Guala Closures. Disegnata da tre studentesse di led Milano per comunicare attraverso il suo design innovativo i valori dell'Olio Extravergine di Oliva, continua il suo viaggio di valorizzazione dell'olio all'interno di Expo, che culminerà a luglio con un grande convegno sull'Olio totalmente Italiano.

Tuttofood ha anche rappresentato per la società di certificazione Agroqualità (RINA) il primo appuntamento istituzionale in calendario per incontrare aziende e buyer, per parlare non solo di cibo e di agroalimentare, ma anche di autenticità dei prodotti italiani e di italian sounding. Per questo ha ospitato nel proprio stand **Italcheck**, lo schema internazionale di certificazione e tracciabilità user friendly nato nel 2014 grazie alla partnership tra Enisus & Co. e Agroqualità dopo 2 anni di sviluppo, che oggi permette di certificare, tracciare e verificare i prodotti autenticamente italiani. Italcheck, oltre a certificare il prodotto italiano, permette ai consumatori di verificare e tracciare la filiera dei prodotti autenticamente italiani in tempo reale, collegandosi da pc, smartphone o tablet, anche in mobilità, fotografando il QR code da qualsiasi device. L'utente si collega direttamente nella sua lingua di riferimento (già disponibili 10 lingue: italiano, inglese, francese, spagnolo, russo, tedesco, portoghese, cinese, giapponese, arabo) per ottenere gratuitamente informazioni sul prodotto. Già oltre 100 le aziende del settore agroalimentare che hanno iniziato il percorso per ottenere la certificazione. Tra questi, presenti in fiera, Albergian, Calabria Food, B.Langhe, J Gasco, Fratelli Minaglia, Rizzoli Emanuelli.

La prossima edizione di TuttoFood, la sesta, tornerà a Milano dal 7 al 10 maggio 2017.

Riproduzione vietata

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 547 - 01/06/2014
Diffusione : 5499
Periodicità : Mensile
IndustrAliment_547_38_2.pdf

Pagina 38
Dimens92.2 %
4074 cm2

Sito web: www.chiriottieditori.it

Segnali di ripresa dal salone dell'agroalimentare di Parma

CIBUS PARMA 2014

Record di visitatori per la 17ª edizione di Cibus – la fiera internazionale dell'alimentare che si tiene a Parma ogni due anni – arrivati a 67.000 unità, facendo registrare un +12% rispetto al passato, mentre sono state 2.700 le aziende espositrici, un centinaio in più dell'edizione precedente, seguendo un trend di crescita continua dai 2.100 del 2010. In crescita anche il numero dei buyer stranieri presenti: 1.000 in più rispetto all'edizione del 2012, per un totale di 12.000.

Al successo di Cibus hanno contribuito, oltre alla cura dell'organizzazione, anche aspetti congiunturali come la leggera ripresa dei consumi interni dei primi mesi del 2014, un clima di maggiore ottimismo nel Paese e, soprattutto, l'occasione straordinaria rappresentata da Expo 2015, la esposizione universale che è dedicata proprio ai temi dell'alimentazione nel pianeta e a cui le aziende alimentari italiane avranno l'opportunità di partecipare nel padiglione "Federalimentare4Expo", una struttura di 7.000 m² che verrà gestita da Federalimentare con la consulenza tecnica ed organizzativa di Fiere di Parma.

Dai dati diffusi da Nomisma risulta che, con il 14% di contributo al PIL, l'agroalimentare rappresenta un asset strategico per il Paese. Nonostante la perdurante crisi economica, questa importante filiera del tessuto produttivo italiano continua a manifestare segnali incoraggianti. Tanto che la sola industria alimentare, nell'ultimo quinquennio, rappresenta uno dei pochi comparti del manifatturiero a mettere a segno una crescita nel valore aggiunto (+6,5% tra il 2007 e il 2013 contro un -15% del totale industria manifatturiera).

Nel 2013 le esportazioni di prodotti alimentari italiani hanno toccato il massimo storico, arrivando a 27,5 miliardi di euro, un valore quasi raddoppiato nell'ultimo decennio. Si tratta di un risultato strategico, soprattutto alla luce della stagnazione dei consumi alimentari sul mercato nazionale che – a causa di una recessione senza precedenti – perdura ormai da diversi anni e che ha visto diminuire la spesa alimentare (a valori costanti) di quasi il 10% dal 2007.

Un risultato importante che tuttavia nasconde criticità aziendali che limitano un pieno sfruttamento dell'ampio potenziale sui mercati internazionali. Solamente il 12% delle aziende alimentari italiane (escluse quelle delle bevande) esporta: tradotto in valori assoluti, significa che meno di 6.500 imprese sono in grado di vendere fuori confine. Inoltre, nonostante l'indiscussa immagine e riconoscibilità del food made in Italy nel mondo e i buoni risultati ottenuti negli ultimi anni, l'alimentare italiano esporta la metà di quello tedesco (57 miliardi di euro) e la sua propensione all'export (21%) è decisamente inferiore a quella di tutti i principali competitor europei (27% per la Francia e 34% per la Germania).

Piccole dimensioni (il 98,5% dell'industria alimentare è composto da imprese con meno di 50 addetti), ridotta capacità organizzativa e conoscenze manageriali spesso non adeguate agli sviluppi dello scenario globale sono tra i principali freni ad un

Copyright (Industrie Alimentari)

Riproduzione vietata

ITALCHECK ITALIAN IDENTITY

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 547 - 01/06/2014
Diffusione : 5499
Periodicità : Mensile
IndustrAliment_547_38_2.pdf

Pagina 39
Dimens92.2 %
4074 cm2

Sito web: www.chiriottieditori.it

ulteriore sviluppo dell'agroalimentare nazionale.
Proprio nell'intento di fornire un supporto alle imprese del settore e nei loro percorsi di crescita Nomisma e la Fondazione CUOA – unendo le reciproche esperienze nel campo della ricerca economica e della formazione manageriale – hanno presentato in occasione di Cibus un corso executive per il management delle imprese alimentari, che mira a rispondere alle esigenze degli operatori e ad aggiungere alla loro esperienza, metodologie e conoscenze gestionali e produttive, funzionali ad un ulteriore miglioramento dei risultati aziendali.

L'analisi Nomisma su inefficienze e speculazioni nella filiera agroalimentare italiana

In occasione del giorno di chiusura di Cibus, Nomisma ha pubblicato sulla propria newsletter l'analisi dell'economista Paolo Bono dal titolo "La filiera agroalimentare italiana inefficienze sì speculazioni no". Da essa si evince che il processo di produzione e distribuzione di prodotti agroalimentari coinvolge una rilevante porzione dell'economia italiana, rappresentandone il 13,2% degli occupati (3,3 milioni di lavoratori) e l'8,7% del PIL (119 miliardi di euro). Tante e fortemente integrate sono le imprese che operano nei diversi anelli della filiera: aziende agricole, imprese di trasformazione alimentare, grossisti, grandi superfici distributive, piccoli negozi al dettaglio, operatori della ristorazione, senza dimenticare l'importante indotto di imprese esterne ad essa che offrono servizi essenziali come trasporto, packaging, logistica, energia, mezzi tecnici e beni strumentali per l'agricoltura e l'industria alimentare, servizi di comunicazione e promozione. Tuttavia, non mancano ritardi strutturali, legati sia al tessuto imprenditoriale che alle inefficienze del "Sistema Paese", che limitano la competitività della filiera e ne frenano l'ulteriore sviluppo, nonostante un ampio potenziale ancora inespresso. Fra le criticità del tessuto produttivo c'è anzitutto la ridotta dimensione delle imprese, cui si affianca un grado di concentrazione della fase distributiva non ancora allineato a quanto avviene nei principali Paesi europei (Germania, Francia, Regno Unito). Ciò contribuisce a mantenere elevato il numero di passaggi nella filiera e a ridurre la possibilità di raggiungere economie di scala utili alla riduzione dei costi di produzione.
Allo stesso tempo, diversamente da quanto percepito nell'immaginario collettivo, buona parte del made in Italy alimentare richiede l'approvvigionamento di importanti produzioni agricole di base (come cereali, soia, carni bovine e suine, latte) dall'estero; fattore questo che sposta una parte rilevante del valore delle vendite alimentari al di fuori dei confini nazionali.
A queste peculiarità, si aggiungono gli effetti che derivano dai deficit infrastrutturali e dagli elevati costi "di sistema", *in primis* quelli del trasporto su gomma delle merci e dell'energia elettrica decisamente superiori alla media europea. Tali criticità strutturali, di filiera e di sistema, provocano un aggravio di costi che si ripercuote sia sulla competitività delle imprese che sulla formazione dei prezzi alimentari al consumo.
Per quanto riguarda il prezzo pagato dai consumatori italiani per beni alimentari, ben il 97% serve a ripagare i costi di produzione, mentre la somma di tutti gli utili conseguiti dalle imprese dei diversi anelli della filiera raggiunge appena il 3%.
In questo quadro, l'acceso dibattito che spesso domina l'attenzione mediatica su "chi" e "quanto" guadagna all'interno della filiera agroalimentare non sembra trovare grande fondamento. Al di là della diversa capacità di creare utile nelle varie fasi della filiera, il dato di fatto più significativo è la marginale importanza di utili e di presunte "azioni speculative" nella formazione dei prezzi finali. Questo perché il livello e l'andamento dei prezzi al consumo sono quasi interamente legati a quanto avviene sul fronte dei costi di produzione. È quindi la riduzione dei costi il tema su cui concentrare l'attenzione, per creare nuovi spazi di reddito senza procurare un aggravio sul prezzo pagato dai consumatori. Tutto ciò è possibile, a patto però di mettere finalmente mano in maniera risoluta ai deficit strutturali che ancora oggi contraddistinguono imprese e "sistema Paese".
In conclusione, il messaggio globale che arriva dalla 17ª edizione di Cibus è chiaro: è possibile una ripresa delle vendite sul mercato interno (è questo il significato della presentazione a Cibus di centinaia di novità di prodotto) ed è possibile fare molto di più sul fronte dell'esportazione. Per cogliere l'opportunità di aumentare il valore dell'export alimentare da 26 a 70 miliardi

Copyright (Industrie Alimentari)

Riproduzione vietata

ITALCHECK ITALIAN IDENTITY

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 547 - 01/06/2014
Diffusione : 5499
Periodicità : Mensile
IndustrAliment_547_38_2.pdf

Pagina 40
Dimens92.2 %
4074 cm2

Sito web: www.chiriottieditori.it

di euro nei prossimi dieci anni, come pare possibile dagli studi di settore, sarà fondamentale il sostegno finanziario ed istituzionale alle imprese e dalla lotta alla contraffazione sui mercati esteri. In questo senso assicurazioni e progetti sono giunti dal Ministro delle Politiche Agricole, Maurizio Martina, e dal Vice Ministro dello Sviluppo Economico, Carlo Calenda, che entrambi hanno visitato Cibus 2014.

Il sapore dell'innovazione al Cibus 2014

Presentiamo di seguito una breve panoramica delle eccellenze dell'agroalimentare italiano presentate a Parma.

Presso lo stand **Pedon**, azienda vicentina che quest'anno ha festeggiato i 30 anni di attività e la leadership mondiale nel mercato dei cereali e dei legumi secchi, si sono alternati in show-cooking gli Chef della Boscolo Étoile Academy, per esaltare il gusto e la versatilità delle linee Pedon. Ricordiamo la novità nella categoria a livello mondiale de "I Salvaminuti 90 secondi" in modalità "ready to eat", ossia cereali e legumi cotti al vapore con aggiunta di olio extra vergine di oliva e confezionati in busta doypack microondabile. In soli 90 secondi al microonde o in padella si ottiene un piatto gustoso, genuino e versatile per molte ricette. A piacere, I Salvaminuti 90 secondi possono essere consumati anche freddi versando il contenuto della confezione nel piatto e semplicemente sgranando il prodotto con la forchetta.

Novità che stupisce è Hasta la Pizza della goriziana **MEGIC Pizza**, un piccolo calzone dalla pasta croccante, gustoso e nutriente come la pizza tradizionale italiana, sorretto da uno stecco (il classico bastoncino del gelato), che proprio per questo può essere gustato in qualsiasi momento della giornata senza il rischio di sporcarsi o ungersi. Questo originale snack "da passeggio" contiene meno del 10% di grassi ed è disponibile nei gusti margherita, prosciutto, salamino e cioccolato.

L'originale pizza su stecco Hasta la Pizza di MEGIC Pizza.

Da gustare "con gli occhi e con la bocca" i golosi biscotti de **La Molina** firmati dal maestro pasticciere Gianluca Fusto, che reinterpretano classici della tradizione, come i cantucci e le lingue di gatto. Mori, Biondi, Lingue e Lingue Scure sono le quattro novità che deliziano il palato con tutto il sapore del cioccolato o la croccantezza delle mandorle, proposte in una scatola molto particolare di cartone legate con una cordicella a forma stellata.

Le raffinate Lingue di gatto de La Molina.

Gastronomia Toscana, storica azienda di eccellenza alimentare di Pra-

"I Salvaminuti 90 secondi" di Pedon, confezionati in busta doypack microondabile.

I Piccoli Lussi Quotidiani della Gastronomia Toscana a firma di Gianfranco Vissani.

Copyright (Industrie Alimentari)

Riproduzione vietata

ITALCHECK ITALIAN IDENTITY

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 547 - 01/06/2014
Diffusione : 5499
Periodicità : Mensile
IndustrAliment_547_38_2.pdf

Pagina 41
Dimens92.2 %
4074 cm2

Sito web: www.chiriottieditori.it

to, ha presentato "Piccoli Lussi Quotidiani", la nuova linea di piatti pronti freschi nati in collaborazione con lo chef Gianfranco Vissani, una delle più autorevoli firme della cucina italiana. 7 piatti pronti freschi, assolutamente non surgelati, pronti in soli 2 minuti: Risotto alla certosina con gamberetti, sogliola funghi e curry; Risotto Black Velvet con salsa di cipolla e groviera; Zuppa rustica alle patate e funghi; Zuppa di topinambur al caffè; Crespella toscana al cavolo nero con salsa alle banane e curry rosso; Lasagna ai carciofi e salsa di pistacchi; Lasagne all'astice.

Latteria Montello ha proposto i suoi celebri formaggi freschi a marchio "Nonno Nanni". In particolare, il nuovo fresco Spalmabile Nonno Nanni è il risultato di tre anni di ricerca e per freschezza, delicatezza e cremosità rispecchia in pieno l'alta qualità del marchio Nonno Nanni, con inoltre un perfetto equilibrio tra gusto vivace e delicato, ottenuto anche grazie a un'attenta selezione dei fermenti lattici. La Robiola e il Caprino senza lattosio rispondono invece alla crescente richiesta di prodotti delattosati per gli intolleranti, mentre le Fettine contengono un 20% di stracchino che permette di ottenere un sapore più gustoso. È una particolarità che era già stata molto apprezzata dai consumatori nei Formaggini Nonno Nanni, che contengono ben il 30% di stracchino.

Novità anche nel settore degli snack, con la nuova linea Eldorada di **Amica Chips**: "I Profumi dell'Orto al gusto di timo, salvia e rosmarino" e "I Sapori dell'Orto al sapore di carote e pomodori, basilico e sedano" sono le patatine proposte in confezioni che richiamano il profumo di una tradizione sen-

Il Fresco Spalmabile Nonno Nanni, della Latteria Montello.

Copyright (Industrie Alimentari)

Riproduzione vietata

ITALCHECK ITALIAN IDENTITY

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 547 - 01/06/2014
Diffusione : 5499
Periodicità : Mensile
IndustrAliment_547_38_2.pdf

Pagina 42
Dimens92.2 %
4074 cm2

Sito web: www.chiriottieditori.it

Le croccanti e gustose patatine Eldorada ai profumi dell'orto di Amica Chips.

za tempo, che regalano la croccantezza delle patatine tradizionali e, grazie alle sfoglie più spesse, un gusto deciso e intenso, ma delicato allo stesso tempo. Senza dimenticare che le patatine Eldorada sono cotte a mano ed hanno il 20% di grassi in meno.

Direttamente da Bronte arriva la frutta secca di altissima qualità di **Madero Pastry**, azienda siciliana d'eccellenza nel settore della pasticceria. Al Cibus ha presentato tutta la sua gamma di pistacchi, nocciole, mandorle e pinoli che fanno del profondo legame con i luoghi d'origine e dell'impiego di tecniche di altissima tecnologia i loro punti di forza.

Madero Pastry nel panorama delle proprie referenze propone due linee: la prima dedicata alla frutta secca "pronta all'uso", in particolare Pistacchio di Bronte, Mandorle di Sicilia, Nocciole dei Nebrodi nelle varianti sgusciata, pelata, tostata e affettata; la seconda ai derivati della frutta come: granelle, farine, pesti e creme, ingredienti indispensabili ai più grandi chef e maestri pasticceri, per dare libero sfogo al loro estro e alla loro creatività.

Dall'esperienza del **Cavalier Umberto Boschi**, specialista di Felino nei salumi tipici della zona di Parma, è nata la linea 1922 - la Cantina di Umberto e Rosa, destinata al canale HoReCa. Prodotti di eccellenza che vanno dal Salame Gran Riserva alla Spalla di San Secondo tipica della gastronomia parmigiana, passando dalla Pancetta della tradizione e il Prosciutto di Parma 24 mesi.

La crema di pistacchio Perfecta di Madero Pastry.

Le quattro nuove referenze al tonno di Callipo.

Rappresentante della tradizione italiana dei salumi è anche **Palmieri**, con la mortadella Favola, la prima ed unica al mondo insaccata e cotta nella cotenna naturale. Delicata, digeribile, naturale e senza glutine, è inconfondibilmente profumata e morbida grazie alla speciale cottura nella cotenna. Inoltre, si distingue per il timbro a fuoco e la tipica legatura a mano.

La Giacinto Callipo Conserve Alimentari e la Callipo Gelateria, le due aziende food del Gruppo **Callipo**, hanno proposto le loro ultime e originali novità di prodotto: la prima quattro nuove referenze in vetro, di cui due condimenti "Per Primi" da aggiungere alla pasta appena cotta per realizzare velocemente primi piatti gustosi, genuini e con ingredienti di alta qualità, nella versione "Tropeana" con cipolla rossa di Tropea Calabria IGP e "Marinara" con paté di olive nere. Gli altri due, ideali da consumare come contorno o piatto veloce per tutte le occasioni, sono i "ConTonno" nelle due versioni con tonno e verdure grigliate e con tonno e fagioli. La Callipo Gelateria, invece, ha scelto il palcoscenico del Cibus per il debutto e la presentazione in anteprima dei suoi nuovissimi "Cuori Liquidi", realizzati con una particolare ricetta che permette di avere un gelato con all'interno un cuore molto morbido, anche appena estratto dal freezer di casa. Sono disponibili in due versioni: "Yogurt con Cuore alla Fragola" decorato con meringa rosa e "Tiramisù con Cuore al Caffè" decorato con spolvero di cacao. Entrambi senza glutine e quindi adatti ad essere consumati anche da chi ha problemi di celiachia, i due gelati sono distribuiti nei canali del retail e della GDO in minicup monopor-

Copyright (Industrie Alimentari)

Riproduzione vietata

ITALCHECK ITALIAN IDENTITY

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 547 - 01/06/2014
Diffusione : 5499
Periodicità : Mensile
IndustrAliment_547_38_2.pdf

Pagina 43
Dimens92.2 %
4074 cm2

Sito web: www.chiriottieditori.it

zione da 80 g e sono dotati di un pratico cucchiaino sotto il coperchio che ne favorisce un pronto consumo in ogni momento.

In occasione del Cibus 2014 Olio **Cirio** ha presentato la sua nuova immagine di marca e il completo rinnovo della linea attraverso il claim: "Amiamo vivere la cucina".
La nuova bottiglia degli extra-vergine vede sagomati nei lati del vetro una forchetta e un cucchiaio: due simboli della cucina quotidiana che invitano a condire ogni giorno nuove ricette piene di calore e fantasia, mentre la forma arrotondata della bottiglia, che ricorda la sagoma del logo cuore di Cirio, ed il collo rendono il nuovo packaging Olio Cirio unico ed immediatamente riconoscibile sullo scaffale. La grafica semplice, pulita ed evocativa delle quattro etichette completa il restyling, per una scelta facile ed immediata del prodotto desiderato. Quattro le differenti tipologie di olio: tre di extra-vergine (delicato, classico, rustico non-filtrato) e l'olio d'oliva Ricette delicate, per salse, piatti a vapore e ricette dove non si devono coprire i sapori.

L'olio extra-vergine Classico di Cirio.

Oleificio Zucchi, storica azienda cremonese specializzata nella produzione di oli di oliva e oli di semi a marchio proprio e nella fornitura di marche private, ha presentato il progetto legato al nuovo marchio Zucchi, totalmente rinnovato nell'immagine e nell'offerta assortimentale. La nuova gamma oliva a marchio Zucchi è composta dai classici Extravergine di oliva, Olio di oliva e Olio di sansa, a cui si aggiungono un Extravergine di oliva Dolce Fruttato, un Extravergine biologico e i due "top di gamma" Extravergine 100% italiano ed Extravergine 100% italiano biologico, senza dimenticare un'ampia gamma di nuovi oli aromatizzati (condimenti a base di olio extra vergine di oliva aromatizzati al peperoncino, al tartufo bianco, al limone, all'arancia, solo per citarne alcuni).
Per la linea semi, la gamma Zucchi prevede oli di girasole, mais, soia, arachide e dal prodotto per friggere. A queste referenze si aggiungono gli oli di semi biologici (girasole, mais, lino e prodotto per friggere) e gli oli di semi "speciali" (zucca, sesamo, avocado, vinacciolo) che permettono ai consumatori di esplorare nuove soluzioni culinarie puntando sulle caratteristiche nutrizionali dei semi. Infine, la rinnovata offerta a marchio Zucchi si estende alla gamma degli aceti: di vino bianco e rosso, di mele e balsamico di Modena IGP.

Zucchi.

Dopo il successo ottenuto con il premio internazionale "Eletto Prodotto dell'anno", Cuor di Mare, il Sale Marino Extravergine 100% Italiano di **Atisale**, è sbarcato al Cibus di Parma con un ospite d'eccezione: Fe-

Federico Francesco Ferrero, il nuovo Masterchef d'Italia, è stato ospite dello stand di Atisale.

Copyright (Industrie Alimentari)

Riproduzione vietata

ITALCHECK ITALIAN IDENTITY

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 547 - 01/06/2014
Diffusione : 5499
Periodicità : Mensile
IndustrAliment_547_38_2.pdf

Pagina 44
Dimens92.2 %
4074 cm2

Sito web: www.chiriottieditori.it

derico Francesco Ferrero, il nuovo Masterchef d'Italia, che ha presentato il suo primo libro "Missione Leggerezza", dedicato a un nuovo concetto di cucina italiana dietetica, emozionante, intensa, coinvolgente ma anche sana. Valori che si sposano pienamente con Cuor di Mare, il sale di selezione che si distingue per la preziosità dell'ambiente in cui viene coltivato: la Salina di Margherita di Savoia, la più grande d'Europa e oasi naturale riconosciuta anche come patrimonio storico italiano.

Oltre alle novità di prodotto, ricordiamo ancora un'innovazione di processo presentata al salone di Parma, adottata dalla **Latteria Soligo**: Safetypack, il Laser Food Control System, progetto internazionale di ricerca co-finanziato dall'Unione Europea che rivoluzionerà gli standard di sicurezza dell'industria alimentare consentendo il monitoraggio dell'atmosfera interna e l'integrità delle confezioni sul 100% della produzione in linea superando l'attuale sistema dei controlli a campione. Di fronte a casi mediatici come quelli della "mozzarella blu" che rischiano di danneggiare l'intero Made in Italy, la risposta di Latteria Soligo è la sperimentazione in anteprima europea di questo progetto triennale, partito nel Novembre 2013, co-finanziato dall'Unione Europea.

L'installazione pilota sarà realizzata presso la linea di confezionamento di mozzarella per pizza dove un sensore spettroscopico a laser permetterà il monitoraggio dell'atmosfera interna e il controllo dell'integrità di tutte le confezioni, per realizzare un controllo in tempo reale sull'intera produzione, con notevole beneficio per l'azienda, ma soprattutto con garanzia totale di sicurezza per il consumatore.

Latteria Soligo ha aderito al progetto europeo Safetypack per il controllo in linea di tutte le confezioni delle sue mozzarelle.

Sistema interattivo per certificare e tutelare il Made in Italy

Alla fiera Cibus di Parma, svoltasi il mese scorso, è stata presentata la certificazione di **Italcheck**, un sistema brevettato che permette ad aziende e consumatori di tracciare la filiera del Made in Italy e di certificare i prodotti realmente realizzati in Italia, tutelando sia i produttori attivi sul territorio italiano, sia i consumatori di tutto il mondo che scelgono di investire in un prodotto italiano al 100%.

Le aziende interessate a tutelare e promuovere la propria produzione attraverso questa certificazione e la piattaforma di tracciabilità, vengono accreditate in seguito ad un audit in grado di verificare che tutte le fasi di produzione siano corrispondenti ai disciplinari di accreditamento Italcheck. In caso di un riscontro positivo l'azienda viene inserita nel database dei produttori accreditati e l'azienda può utilizzare il bollino Italcheck che autentica l'identità italiana dei prodotti. Ogni azienda accreditata potrà accompagnare i propri prodotti, oltre che con il bollino, anche con il codice di verifica IC-code e/o con un QR per rendere diretta la verifica o, a seconda del prodotto e delle necessità più specifiche, NFC, RFID. Inoltre il sistema può essere implementato con servizi utili all'azienda quali tracciabilità, autenticazione e geolocalizzazione, per tenere sotto controllo eventuali contraffazioni, mercati paralleli e anomalie presenti.

La Smart Utility Italcheck si appoggia su una piattaforma digitale fruibile in tutto il mondo, che collega l'utente direttamente nella sua lingua di riferimento (italiano, inglese, francese, spagnolo, tedesco, portoghese, cinese, giapponese, russo, arabo) permettendo un controllo rapido ed efficace. Scaricando gratuitamente la WebApp Italcheck, è difatti possibile verificare in tempo reale se un prodotto in vendita è effettivamente al 100% italiano; tramite il canale Italcheck è inoltre possibile ottenere maggiori informazioni sul prodotto stesso o contattare in tempo reale l'azienda, raggiungendo la scheda informativa, il suo sito web ed i canali social.

Copyright (Industrie Alimentari)

Riproduzione vietata

ITALCHECK ITALIAN IDENTITY

INDUSTRIE ALIMENTARI

N° e data : 01/06/2014

Periodicità: bimestrale Pagina : 483

Sistema interattivo per certificare e tutelare il MADE IN ITALY

Alla fiera Cibus di Parma, svoltasi il mese scorso, è stata presentata la certificazione di **Italcheck**, un sistema brevettato che permette ad aziende e consumatori di tracciare la filiera del Made in Italy e di certificare i prodotti realmente realizzati in Italia, tutelando sia i produttori attivi sul territorio italiano, sia i consumatori di tutto il mondo che scelgono di investire in un prodotto italiano al 100%.

Le aziende interessate a tutelare e promuovere la propria produzione attraverso questa certificazione e la piattaforma di tracciabilità, vengono accreditate in seguito ad un audit in grado di verificare che tutte le fasi di produzione siano corrispondenti ai disciplinari di accreditamento Italcheck. In caso di un riscontro positivo l'azienda viene inserita nel database dei produttori accreditati e l'azienda può utilizzare il bollino Italcheck che autentica l'identità italiana dei prodotti. Ogni azienda accreditata potrà accompagnare i propri prodotti, oltre che con il bollino, anche con il codice di verifica IC-code e/o con un QR per rendere diretta la verifica o, a seconda del prodotto e delle necessità più specifiche, NFC, RFID. Inoltre il sistema può essere implementato con servizi utili all'azienda quali tracciabilità, autenticazione e geolocalizzazione, per tenere sotto controllo eventuali contraffazioni, mercati paralleli e anomalie presenti.

La Smart Utility Italcheck si appoggia su una piattaforma digitale fruibile in tutto il mondo, che collega l'utente direttamente nella sua lingua di riferimento (italiano, inglese, francese, spagnolo, tedesco, portoghese, cinese, giapponese, russo, arabo) permettendo un controllo rapido ed efficace. Scaricando gratuitamente la WebApp Italcheck, è difatti possibile verificare in tempo reale se un prodotto in vendita è effettivamente al 100% italiano; tramite il canale Italcheck è inoltre possibile ottenere maggiori informazioni sul prodotto stesso o contattare in tempo reale l'azienda, raggiungendo la scheda informativa, il suo sito web ed i canali social.

Riproduzione vietata

anno 52 - n. 538
settembre 2013

CON IL PATROCINIO DI AITA

INDUSTRIE ALIMENTARI

Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1 comma 1 DCB TO - n. 08/2013 - IP - ISSN 0019-901X

CHIRIOTTI EDITORI - 10064 PINEROLO - ITALIA - Tel. 0121393127 - Fax 0121794480 - info@chiriottieditori.it

ITALCHECK.
Il "Made in Italy" come
non l'avete mai visto.

TAGGA CON IL TUO
SMARTPHONE
OPPURE DIGITA L'IC-CODE
1D7DCC11BF
SU WWW.ITALCHECK.IT

ITALCHECK
È RICONOSCIBILITÀ
DELL' AUTENTICO
PRODOTTO ITALIANO
ALL'ESTERO
E SUL TERRITORIO
NAZIONALE.

Il "Made in Italy" è sinonimo di altissima qualità. Ma non è così facile distinguere un prodotto realizzato nel nostro Paese dai falsi, con gravi danni economici alle aziende. ITALCHECK è un sistema internazionale che verifica, autentica e tutela l'identità italiana di un prodotto. È una piattaforma che accredita le aziende grazie a un Audit da parte di un ente terzo, **Agroqualità S.p.A.**, così da assicurare l'assoluta oggettività delle valutazioni. Con la sua Smart Utility permette al consumatore di controllare da qualsiasi Smartphone, iPad, Tablet o PC, se un prodotto in vendita è italiano e autentico al 100%. ITALCHECK è dedicato a tutte le tipologie di aziende che vogliono proteggere se stesse, i propri fornitori, dealer, importatori e soprattutto i consumatori finali.

ITALCHECK®
ITALIAN IDENTITY

SEDE DI TORINO:
Via Martiri del XXI, 110 - Pinerolo (TO) - ITALY
Infoline +39 0121 376768 - info@italcheck.it
www.italcheck.it

ITALCHECK è un Marchio Depositato di Enisus & Co. S.r.l.

PARTNER AUDIT VERIFICA
Agroqualità
LA CERTIFICAZIONE DELLE QUALITÀ

Insalata completa per la pausa pranzo

La Mare e Sole è la new entry per l'estate 2013 della linea di ciotole Pausa Pranzo OrtoRomi, premiate con il riconoscimento "Eletto Prodotto dell'Anno 2013". Un mix inedito, grazie alla nota esotica data dalle foglie intere di tatsoi, red chard e mizuna, varietà di insalate orientali dal gusto unico, e dal sapore intenso dello sgombro in tranci. Alla novità dell'esclusiva ricetta si unisce l'apprezzata praticità della ciotola: basta infatti aprire la confezione, versare i ricchi ingredienti, come sgombro e olive nere, sulla base vegetale, condire con il kit dressing incluso, con olio extravergine d'oliva e aceto balsamico IGP, e gustare tutta la bontà estiva di Mare e Sole.

L'insalatona pronta Sole e Mare di Ortoromi.

Olio extra vergine italiano a bassa acidità

Sagra Oro è il nuovo olio Extra Vergine 100% Italiano a bassa acidità nato dall'esperienza di Salov, oggi una delle poche grandi realtà olearie a mantenere una identità completamente italiana. Si caratterizza per l'acidità mai superiore allo 0,3%, ben il 60% rispetto a quella massima consentita dalla normativa comunitaria, e per la sua origine 100% italiana. Si ottiene infatti dalle olive più fresche e sane frante immediatamente dopo la raccolta, senza nessun ulteriore intervento.
Sagra Oro si presenta in una bottiglia dalla forma elegante e slanciata, con un'etichetta color oro che sottolinea la ricchezza del contenuto.

Il nuovo Olio extra vergine italiano a bassa acidità Sagra Oro.

Nuovo presidente per l'ESA

L'Associazione europea dei produttori di snack (ESA) ha eletto Philip Myers, già in forza alla PepsiCo Europe, come nuovo presidente, succedendo per i prossimi due anni ad Anne Klanke, membro del direttivo aziendale della Lorenz Snack-World.

La notevole esperienza maturata da Myers in comunicazioni e relazioni pubbliche fa ben sperare che la sua collaborazione con l'ESA sia proficua e possa massimizzare il valore dei membri dell'associazione.

Nuova rappresentata per Unimex

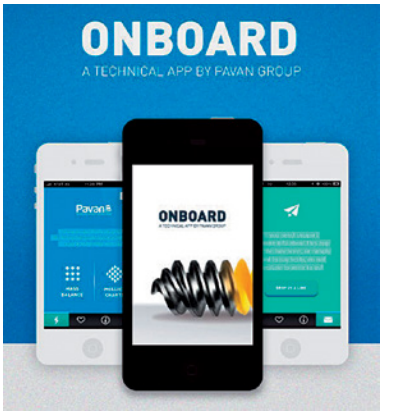
Cresce il portafoglio delle aziende rappresentate in tutt'Italia dalla **Unimex** di Bergamo. A Fam, Stumabo e Kiremko si è infatti aggiunta anche l'olandese **Sormac**, specializzata nella produzione di macchine per la trasformazione delle verdure, in particolare per le operazioni di spietratura, lavaggio, spazzolatura, asciugatura, calibratura, pelatura, taglio, trasporto e pesatura.
Anche Sormac, come le altre tre rappresentate, gode di ottima fama internazionale visto che molte delle sue macchine sono state vendute ed installate in diversi Paesi nel mondo e si distingue per la costante ricerca di innovazioni.

Agroqualità acquisisce Is.Me.Cert.

Agroqualità, realtà del Gruppo RINA e Sistema Camerale, ha recentemente portato a termine l'acquisizione di Is.Me.Cert. (Istituto Mediterraneo di Certificazione), ente di certificazione specializzato nella valorizzazione delle produzioni agroalimentari di qualità del sud Italia nato su iniziativa delle regioni Campania, Basilicata, delle Province di Salerno e Benevento e di Unioncamere Campania che controlla ben 112 tra prodotti agroalimentari e vini a Denominazione di Origine e ad Indicazione Geografica, diventando così l'organismo di controllo di riferimento per tutto il Centro/Sud Italia.
La forza di Agroqualità, arricchita delle competenze di Is.Me.Cert., è nella possibilità di proporsi alle imprese nazionali come unico interlocutore nell'offerta di tutti gli schemi certificativi più richiesti nel settore agroalimentare. Agroqualità può infatti erogare sia servizi finalizzati alla certificazione regolamenta di prodotto (DOP – IGP – STG), sia servizi di certificazione secondo gli standard internazionali di qualità, ambientali e di sicurezza alimentare.
L'obiettivo è quello di essere sempre più vicini alle esigenze delle PMI agroalimentari meridionali, per favorirne l'internazionalizzazione attraverso servizi certificativi universalmente riconosciuti.

Un'app per iPhone e iPad dedicata alla produzione di pasta e snack

La nuova app per iPhone e iPad sviluppata da **Pavan Group** – disponibile nell'App Store – si chiama Onboard ed è stata sviluppata appositamente per i tecnologi alimentari e gli operatori attivi nella produzione di pasta secca, pasta fresca e snack pellet. L'app è stata concepita per diventare uno strumento di lavoro veloce e preciso, da utilizzare nelle funzioni di processo di tutti i giorni.
L'app si divide in due sezioni principali: Mass Balance e Mollier Charts.
- Mass Balance fornisce tool utili per calcolare ricette di impasto e valori di essiccazione. È prevista la possibilità di gestire sia ricette mono-ingrediente – ingrediente secco e acqua, tipicamente per pasta secca – che ricette multi-ingrediente tipiche per la pasta fresca, con la possibilità di inserire fino a 8 elementi diversi e calcolarne le quantità assolute e relative nonché l'acqua necessaria per ottenere una determinata umidità dell'impasto finale.
- Mollier Charts fornisce invece i dati relativi al diagramma del vapore saturo, con la possibilità di scegliere come punto di partenza temperatura o umidità.
È anche possibile inviare via e-mail i calcoli ed i risultati ottenuti, per condividere con i colleghi informazioni e ricette utilizzate.
Attraverso l'app è inoltre possibile esplorare il mondo del Gruppo Pavan, guardare i video realizzati presso gli impianti produttivi e scoprire le attività della Scuola di Tecnologia, il Food Tech Master che offre corsi formativi avanzati specifici per le figure professionali chiave nella gestione di impianti produttivi di pasta secca, pasta fresca e snack pellet.



È nata l'applicazione per i tecnologi alimentari di pasta secca, fesca e snack pellet (Pavan Group).