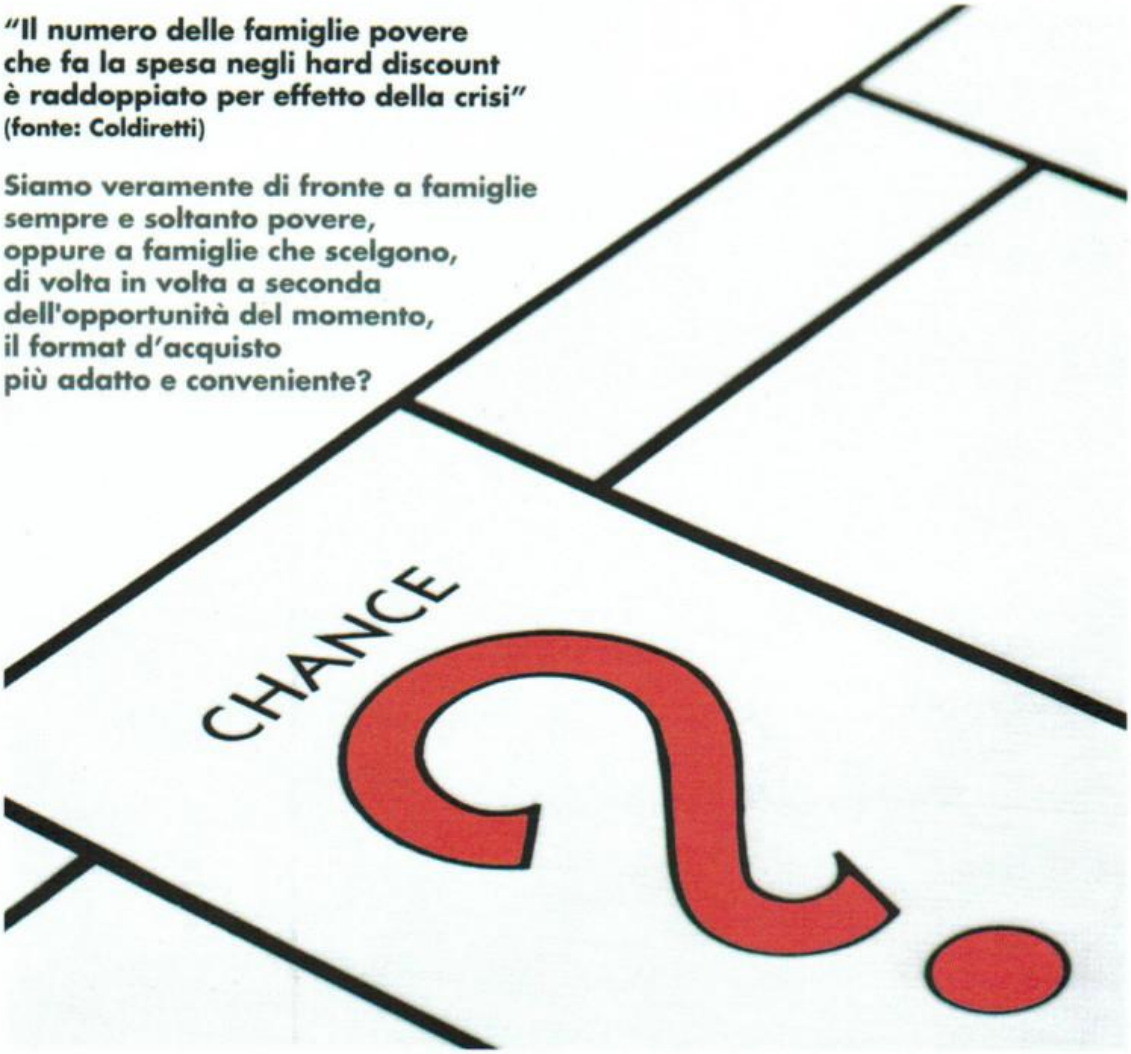
Largo Consumo

PREZZO DI COPERTINA € 15,00
N. 6 GIUGNO 2012 - ANNO XXXII
PUBBLICAZIONE MENSILE
"POSTE ITALIANE SPA
SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE
D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004
N. 46) ART. 1 COMMA 1, DCB MILANO"
6/2012

RIVISTA DI ECONOMIA E MARKETING SULLA FILIERA DEI BENI DI CONSUMO

"Il numero delle famiglie povere che fa la spesa negli hard discount è raddoppiato per effetto della crisi"
(fonte: Coldiretti)

Siamo veramente di fronte a famiglie sempre e soltanto povere, oppure a famiglie che scelgono, di volta in volta a seconda dell'opportunità del momento, il format d'acquisto più adatto e conveniente?



Approfondisci il tema su: tinyurl.com/CopLC062012

Ma quale mare aperto

Il settore dell'acquacoltura è in costante crescita e le prospettive sono molto incoraggianti, anche se il consumatore continua a essere pieno di pregiudizi.

di **Elena Consonni**

Approfondimenti:
http://tinyurl.com/LCAcquacoltura

L'acquacoltura è l'attività zootecnica a più alta crescita negli ultimi trent'anni e continuerà a esserlo anche in futuro». È quanto ha affermato **Marco Gilmozzi**, vice presidente **Feap** (European Federation of Acquaculture Producers), aprendo i lavori di AquaMed 2012, evento dedicato alla filiera euro-mediterranea dell'acquacoltura. A decretare il successo di questa attività i mutamenti demografici: si stima che a livello mondiale la popolazione aumenterà del 30% al 2050, arrivando a quota 9 miliardi, ed esprimerà un fabbisogno di prodotti ittici che l'attività della pesca non sarà in grado di colmare, anche in considerazione del fatto che si sta verificando una forte riduzione degli stock ittici (gruppi di popolazioni di pesce indipendenti) internazionali.

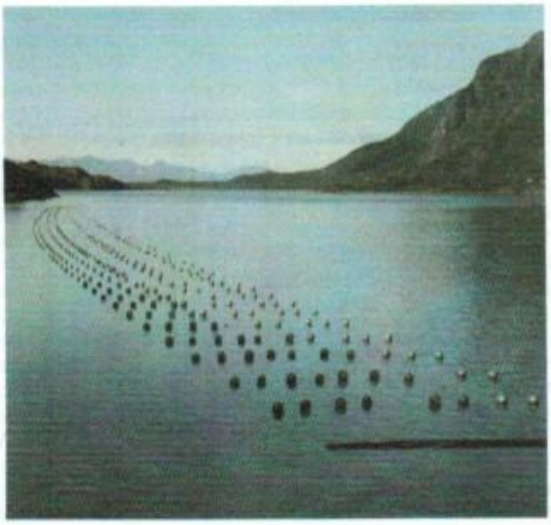
Già oggi, secondo i dati **Fao**, i prodotti dell'acquacoltura rappresentano circa il 50% di tutto il pesce fresco e trasformato consumato a livello mondiale e si stima che entro il 2030 tale percentuale arriverà all'85% dei prodotti ittici consumati. Dagli anni Novanta a oggi, infatti, si è assistito all'aumento degli stock pienamente sfruttati, che sono la metà degli stock totali, e sovrasfruttati (il 30% del totale). Le popolazioni sottosfruttate sono invece in forte calo e oggi rappresentano solo il 20% degli stock totali. Non è un caso, quindi, se il trend della pesca mondiale è tendenzialmente in calo, sempre a partire dagli anni Novanta.

L'andamento dei prezzi, in base alla legge – ancora una volta confermata – della domanda e dell'offerta, riflette quello delle catture: dopo un periodo di sostanziale stabilità, a partire dal 2000 il prezzo del pesce è cresciuto di circa il 20%. Un aumento che deriva dalla media fra l'impennata del prezzo del pescato (all'incirca del 40%) e la sostanziale stabilità di quello del prodotto di acquacoltura. Tra gli anni Novanta e oggi, infatti, secondo dati Fao, il contributo dell'acquacoltura sul totale del pesce disponibile sul mercato mondiale è in netto aumento e oggi rappresenta circa il 40% del totale. Gran parte dell'allevamento si concentra in Cina: se si sottrae l'impennata che il settore dell'acquacoltura ha conosciuto nel colosso asiatico, il settore è cresciuto a ritmi decisamente più tranquilli.

SOSTENIBILITÀ E SICUREZZA

«Questo settore – ha sottolineato Gilmozzi – è candidato a rispondere alle sempre maggiori esigenze nutrizionali del pianeta, e per questo motivo rappresenta un'attività strategica per qualsiasi Paese. Nel suo complesso, inoltre, tutta l'acquacoltura mondiale, se intesa come un unico allevamento, è un'attività che può essere definita sostenibile ed è già oggi potenzialmente in grado di autorifornirsi di materie prime per la sua stessa alimentazione, senza incidere in alcun modo sugli stock naturali. Un percorso già avviato, in grado di trasformare un'attività giovane e ancora pioneristica in una matura e, soprattutto, eco-sostenibile. Perché tutto questo si avveri ci dovrà essere una forte interazione fra produttori, associazioni dei consumatori e grande distribuzione».

Quanto all'Italia, **Pier Antonio Salvador**, presidente di **Api** (Associazione piscicoltori italiani) ha auspicato che il pesce d'acquacoltura italiano entri in modo stabile nell'alimentazione degli italiani, in particolare degli studenti. «Esistono già delle iniziative pilota, promosse da Api – ha sottolineato Salvador – ma andrebbero incoraggiate con il supporto del settore pubblico per una serie di vantaggi evidenti che l'introduzione del pesce nella refezione scolastica comporterebbe. Il primo è senz'altro quello della freschezza, essendo gli allevamenti italiani. Così si potrebbe davvero proporre il pesce a km zero. Va poi considerata la sicurezza alimentare: mangimi, tecnologia e natura formano, infatti, un insieme decisamente favorevole. Grazie anche ai contributi istituzionali siamo arrivati a una precisa tecnica produttiva e a una generalizzazione sistematica dei controlli sanitari, che ci permettono di affermare l'assoluta affidabilità del pesce di acquacoltura italiano. Per il consumatore questo significa avere prodotti sicuri a costi ragionevoli».



Date queste premesse, non stupisce che la visione del mercato degli operatori sia tendenzialmente positiva. «Quello dell'acquacoltura – afferma **Luca Tinelli**, presidente di **Spezzina Itticoltura** – è un settore che sta vivendo un momento abbastanza positivo, considerando la situazione globale decisamente negativa. Molte aziende, però, si stanno portando dietro il peso delle grosse difficoltà accumulate negli anni 2008-2009 che, dati i margini di guadagno ridotti, fanno fatica a recuperare. Per fortuna mi risulta che, in generale, le vendite siano più che accettabili e, in alcuni casi, anche i prezzi siano stati ritoccati al rialzo. Il consumatore medio ha ridotto la tradizionale diffidenza nei ▶

Allevamenti biologici a norma di legge

Nel mondo, nel 2010, la produzione da acquacoltura biologica ammontava, secondo dati **Organic Services** e **Naturland**, a 110.000 tonnellate, moltissime rispetto alle 53.000 tonnellate del 2008, ma ancora poche rispetto ai 55 milioni dell'acquacoltura totale (0,2%). Ci si attende comunque che nel 2015 si arrivi a quota 500.000. L'Europa, con 24.900 tonnellate, è il primo produttore mondiale di acquacoltura biologica, seguito dall'Asia. «In Italia – ha spiegato **Fabrizio Piva**, amministratore delegato di **Ccpb** (Consorzio per il controllo dei prodotti biologici) intervenendo ad Acquamed – non vi sono dati produttivi e commerciali disponibili, ma il numero di operatori dediti all'acquacoltura non superava i 15 alla fine dello scorso anno; gli organismi di certificazione oggi riconosciuti sono 5». «L'acquacoltura biologica – ha sottolineato **Pino Lembo** di **Egtop**, il comitato permanente di esperti sull'agricoltura biologica della Commissione europea – si basa su un approccio integrale ai processi produttivi basato su principi fondamentali quali la tutela dei consumatori, l'attenzione al benessere dell'animale, il rispetto dell'ambiente e dei valori etici, sociali e delle tradizioni». L'itticoltura biologica è storia recente, solo negli anni Novanta sono iniziati i primi progetti in questo senso. Anche la normativa comunitaria in materia è relativamente giovane. «Solo alla fine del 1999 – ha spiegato Piva – la Commissione europea pubblicò il regolamento /99, che aggiornava il 2092/91 e introduceva il diritto per ogni stato membro di riconoscere standard nazionali o leggi per disciplinare l'acquacoltura biologica». Specifiche regole per la certificazione furono introdotte nel 2007 e 2008 (Reg. Ce 834/07 e 889/08, inerenti tutti i prodotti bio e applicabili anche a quelli ittici) e nell'agosto 2009 la Commissione pubblicò il Reg. Ce 710/09, applicabile dal 1 luglio 2010, implementando specifiche regole sull'acquacoltura biologica. A livello comunitario nel concetto di acquacoltura è inserita anche la produzione di alghe marine, sia selvatiche sia coltivate, definendone le regole dell'ottenimento e della raccolta. A livello nazionale, il Decreto Ministeriale 11954 del 30.07.2010 contiene specifiche disposizioni per l'acquacoltura biologica; il dm 11955 si occupa della domanda di certificazione. Vi è, infine, una proposta di decreto per il campionamento in acquacoltura biologica.

confronti del prodotto di allevamento, ma c'è ancora tanta strada da fare e molto da lavorare sull'informazione. La grande distribuzione ha già da molto tempo puntato forte sul prodotto di allevamento, soprattutto perché disponibile tutto l'anno con continuità e stabilità dei prezzi, condizioni essenziali per la gdo. Le maggiori catene hanno fatto investimenti importanti per creare credibilità al prodotto, per esempio istituendo i prodotti a marchio, che sono garantiti dalla catena stessa». Fra i temi cui sia la distribuzione sia i consumatori sono più sensibili c'è quello della sicurezza. «Moltissime risorse – spiega **Tinelli** – sono dedicate alla gestione del prodotto in modo da ottenere una sicurezza inattaccabile. I clienti sono invece meno sensibili alla sostenibilità ambientale, che invece è di primaria importanza per l'allevatore: l'ambiente è senz'altro la prima risorsa di un allevamento e la sua tutela e salvaguardia sono obbiettivi fondamentali per un'attività destinata a durare nel tempo».

Sicurezza e sostenibilità sono valori chiave anche per l'**Azienda Agricola Pisani Dossi** e sono elementi imprescindibili per ottenere un prodotto di qualità. «Il settore dell'acquacoltura – commenta **Stefano Marturano**, responsabile produzione e R&D dell'Azienda Agricola Pisani Dossi –, da un punto di vista della produzione, va molto bene. La tecnologia è sempre più raffinata e mirata, il personale più specializzato, le attrezzature e i materiali d'uso (mangimi compresi) sempre più evoluti. Questi aspetti fanno sì che la resa produttiva sia in crescita. Da un punto di vista economico/finanziario il settore è costantemente penalizzato dalla non corrispondenza tra l'incremento dei costi di esercizio (energetici, lavoro, materie prime) e il valore del prodotto. Nonostante l'ottimizzazione dei processi produttivi il margine dei ricavi è costantemente in diminuzione. In questo quadro risulta drammatica la comparsa di prodotti provenienti da Paesi in via di sviluppo con operazioni di marketing estremamente aggressive».

IL CONFRONTO FRA IMPATTO AMBIENTALE DELLA PESCA E DELL'ACQUACOLTURA

potenziale impatto	pesca	acquacoltura
Sovrasfruttamento delle risorse	sì	Limitato all'origine dei mangimi
Prese accidentali	sì	inesistenti
Impatto sul fondale	sì	Basso
Impatto sull'ecosistema	alto	Basso
Consumo energetico	alto	Relativamente ridotto
Consumo di territorio/ impatto paesaggistico	-	sì

Fonte: Friend of the Sea — Largo Consumo

UN CONSUMATORE POCO INFORMATO

Secondo Marturano, un problema per il settore è tutt'oggi il cattivo vissuto del pesce d'allevamento. «Purtroppo – sottolinea – vi sono ancora diffidenze e cattiva informazione verso i prodotti di allevamento ittico. Non si è mai sentito un cliente chiedere se tale pezzo di vitello o tale pollame provenga da un impianto zootecnico, mentre spesso accade che un branzino oppure un'orata vengano scartati perché prodotti di allevamento. È indispensabile ottenere una continua campagna di informazione che chiarisca l'identica salubrità del prodotto di acquacoltura rispetto al selvatico, molto spesso la maggiore freschezza e igiene alimentare». Gli allevamenti, infatti, sono monitorati in tutte le fasi della loro attività dagli istituti di controllo preposti, mentre il pesce selvatico pescato è controllato solo dalla cattura alla commercializzazione, non si sa in quali acque abbia vissuto o di cosa si sia alimentato.

«C'è ancora una visione bucolica del pescato – sottolinea **Stefano Bottoli**, direttore vendite Italia di **Agroittica Lombarda** – sia da parte della grande distribuzione, sia del consumatore. Nonostante questo, però, il vissuto del pesce d'allevamento sta piano piano migliorando. E i dati lo confermano: nel 2011 abbiamo registrato un trend positivo, nonostante la contingenza negativa; nei primi due mesi del 2012 c'è stato un rallentamento dovuto ai fattori climatici, praticamente abbiamo perso 15 giorni a causa del maltempo, cui si sono aggiunti gli scioperi degli autotrasporti, che hanno danneggiato molto un prodotto fresco come il nostro. Unica eccezione il caviale, che è andato molto bene anche perché viaggia per via espressa in piccoli volumi e quindi non è stato danneggiato molto dagli scioperi». Anche Agroittica fa della qualità il proprio punto di forza. «Alla lunga premia – prosegue Bottoli – anche se non è facile farla percepire a chi non ci conosce. Per questo abbiamo adottato numerosi schemi di

certificazione, come Ifs, Brc e Friend of the Sea. La sostenibilità, quindi, è parte integrante della politica aziendale. L'allevamento, infatti, è nato per utilizzare le acque di raffreddamento della vicina acciaieria».

«La futura prospettiva dell'industria dell'acquacoltura – ha sottolineato a questo proposito **Bianca Maria Poli**, del Dipartimento di Biotecnologie agrarie, Sezione di Scienze animali dell'**Università di Firenze**, nell'ambito del suo intervento ad Acquamed – è il movimento verso una vera sostenibilità in termini di una graduale e sostanziale diminuzione della farina e olio di pesce nei mangimi e la loro sostituzione con quantità crescenti di altre sorgenti alimentari, prevalentemente di origine vegetale, alghe incluse. Tali cambiamenti potranno essere seguiti da modifiche significative della qualità e della salubrità per il consumatore. Serve, però, maggiore vigilanza sul prodotto, scegliendo punti di riferimento utili per gli allevatori, per offrire con costanza un prodotto sicuro, di alta qualità e salubre. È necessario stabilire standard di qualità ben definiti su base scientifica per ciascuna specie allevata, per le differenti strategie di alimentazione e condizioni di allevamento (biologico incluso)».

MARCHI DI QUALITÀ E CERTIFICAZIONI

Tra i marchi di qualità disponibili ci sono quelli di origine. In tutto i prodotti ittici registrati sono 24, di cui due italiani. Sei sono le Dop, di cui 4 relative a prodotti d'allevamento; tra le 18 Igp, 8 sono pesci allevati. Fra gli altri standard internazionali si trova la certificazione ecologica Asc (Aquaculture Stewardship Council) rilasciata dal **Wwf** e le linee guida tecniche emanate dalla **Fao**. In Italia, dal 2003 sono in vigore gli standard tecnici di qualità di **Api**, per la certificazione di prodotto di trote, spigole e orate di acquacoltura. È in divenire una Norma Uni, fortemente voluta dalla grande distribuzione, che mira a specificare i requisiti del processo di produzione nella filiera ittica per valorizzare e qualificare il prodotto ittico fresco allevato e pescato, intero o preparato, destinato al consumo umano. In quest'ottica, il prodotto ittico viene considerato nella sua accezione "commerciale" e nella sua collocazione sul mercato.

«L'attuale forza e credibilità dell'acquacoltura – ha precisato Poli – aumenterebbe con una più completa standardizzazione. Il settore industriale e le istituzioni preposte dovrebbero utilizzare le Linee Guida della Fao e completarle con schemi di qualità del prodotto per l'acquacoltura nazionale ed europea e prevedere un Certificato nazionale o europeo di conformità. La capacità di rendere riconoscibile la qualità del prodotto locale in questo mercato, globale e competitivo, consentirebbe un miglioramento dell'immagine pubblica (fattore essenziale per lo sviluppo nel settore), conferendo alle imprese un vantaggio commerciale, per esempio un migliore margine di profitto e soprattutto prezzi più stabili».

Tra i fattori di competitività dell'acquacoltura rispetto alla pesca vi è la sostenibilità. «La pesca – ha affermato **Paolo Bray**, fondatore e direttore di **Friend of the Sea**, in occasione di Acquamed – ha diverse controindicazioni per l'ambiente, perché spesso implica un eccessivo sfruttamento degli stock, il rischio di prese accidentali e danni all'habitat e al fondale marino. A questo bisogna aggiungere anche il consumo di molti litri di carburante e i conseguenti aumenti dei prezzi dei prodotti ittici. Viceversa, l'acquacoltura è sostenibile, ha un basso consumo ambientale ed energetico, oltre a offrire prezzi più vantaggiosi per i consumatori».

Friend of the Sea è una certificazione che viene conferita ai prodotti ittici che rispettano standard minimi di sostenibilità. Possono essere certificati sia il prodotto fresco, sia quello trasformato (surgelato, conserve, affumicato, ecc.). Nel caso dei prodotti di acquacoltura, i criteri per ottenerla riguardano l'assenza di impatto su habitat critici, la prevenzione delle fughe di pesce o delle prese accidentali, l'utilizzo di mangimi a loro volta certificati o dei ritagli, il mancato utilizzo di ormoni o di vernici antifouling (che ostacolano la formazione di incrostazioni organiche), la gestione dei rifiuti, dell'acqua e dei mangimi, la sostenibilità sociale e l'aumento dell'efficienza energetica. Complessivamente nel mondo sono 220 le aziende, operative in 45 nazioni, che hanno prodotti certificati Friend of the Sea, numero in cui sono annoverati anche parecchi marchi privati delle principali catene distributive, alcune delle quali italiane. L'Italia è uno dei Paesi più virtuosi, con l'11% di certificazioni rispetto al totale mondiale; è seconda solo alla Spagna (13%). Solo una piccola parte di queste aziende si occupano di acquacoltura: sono 30 in tutto il mondo gli allevamenti ittici certificati, la metà dei quali di piccole dimensioni. «Il 35% degli audit che effettuiamo – ha precisato Bray – dà esiti negativi. Le principali non conformità riguardano la mancanza di verifica dei parametri dell'acqua in ingresso e in uscita, l'impatto sul fondale, l'uso di vernici, la scarsa gestione dei rifiuti e la mancanza di attenzione all'aspetto sociale».

Operare in maniera sostenibile, però, ha un costo. Fortunatamente l'Unione europea mette a disposizione dei fondi per sostenere l'acquacoltura sostenibile. Fino al 2013, infatti, è attivo il Fep (Fondo europeo pesca), che fornisce finanziamenti finalizzati a sostenere la politica comune della pesca per assicurare lo sfruttamento delle risorse acquatiche viventi e sostenere l'acquacoltura ai fini della sostenibilità dal punto di vista economico, ambientale e sociale. Sono previste misure per investimenti produttivi nell'acquacoltura; misure idroambientali, di sanità pubblica e veterinaria. Dal 2014, questo fondo sarà sostituito dal Feamp (Fondo europeo per gli affari marittimi e la pesca). Attivo fino al 2020, il fondo avrà una dotazione complessiva pari a 6,5 miliardi di euro. Anche il 7° programma quadro, attivo fino al 2013, include bandi cui possono aderire aziende del comparto. Per un aggiornamento sui finanziamenti a disposizione, è possibile collegarsi al link http://www.isprambiente.gov.it/site/it-IT/Pubblicazioni/Periodici_tecnici/PRUE/, da cui è scaricabile il bollettino Prue (Programmi ricerca Unione europea) elaborato da Ispra (Istituto superiore per la ricerca e protezione ambientale). ■

IL MERCATO DELL'ACQUACOLTURA BIOLOGICA: 2000-2015 (in tonnellate)

2000	5.000	**2008**	53.000
2003	8.000	**2010**	110.000
2004	18.000	**2015**	500.000
2006	25.000		

Fonte: Organic Services and Naturland — *Largo Consumo*

LA PRODUZIONE ACQUICOLA BIOLOGICA PER CONTINENTE: 2009 (produttori e t)

continente	produttori	tonn.
Europa	123	24.500
Asia	75	19.000
America	14	7.000
Oceania	12	1.000
Africa	1	2.000

Fonte: Organic Services and Naturland — *Largo Consumo*

Internazionale

Settimanale

Data 07-06-2012
Pagina 96
Foglio 1

www.ecostampa.it

Ethical living

Pesci certificati

Molti prodotti ittici etichettati come sostenibili vengono in realtà da stock ipersfruttati. Un nuovo studio pubblicato sulla rivista **Marine Policy** rivela che circa un quarto dei campioni segnalati come rispettosi dell'ambiente, in realtà, non sono sostenibili. I ricercatori hanno preso in considerazione i prodotti con il marchio Marine stewardship council (Msc) e quelli con l'etichetta Friend of the sea (Fos). In teoria, queste certificazioni dovrebbero aiutare i consumatori a scegliere i prodotti rispettosi dell'ambiente, anche se comportano spesso una spesa maggiore. Ma l'analisi ha rivelato che su 71 stock garantiti da Msc e su 76 garantiti da Fos rispettivamente il 31 per cento e il 19 per cento non avrebbero dovuto ottenere la certificazione. Tra le specie certificate erano presenti sgombri, pesce spada e tonno.

Il problema potrebbe derivare dal rapido aumento negli ultimi anni della quantità di prodotti da certificare, che rende difficile compiere controlli davvero accurati. Un altro problema è come misurare la sostenibilità della pesca, perché non c'è accordo totale sugli indicatori da considerare. Tutto questo ha portato a un diffuso scetticismo nei confronti della certificazione dei prodotti ittici, soprattutto per quelli con l'etichetta Msc, scrive **Nature**. Forse nuove ricerche scientifiche potranno aiutare a ristabilire la fiducia nelle certificazioni. Per il momento bisogna accontentarsi di quelle esistenti, che comunque offrono più garanzie dei prodotti senza marchio.

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

L'INFORMATORE NAVALE DI NAPOLI

Mensile

Data 06-2012
Pagina 6
Foglio 1 / 2

Pesce Sostenibile per essere veri Amici del Mare

La gestione delle acque del pianeta è un tema fondamentale che sta mettendo a dura prova i governi e le autorità di tutto il mondo. Nel mese di maggio gli Stati Membri dell'Unione Europea sono stati chiamati al tavolo della riforma della CFP (Common Fisheries Policy), un'urgenza dettata dal cattivo stato dei mari, saccheggiati anche a causa di politiche poco incisive e controlli non sufficienti. A Rio de Janeiro è in programma tra pochi giorni il summit mondiale sull'ambiente: uno dei punti più critici in agenda è proprio la gestione sostenibile degli oceani. Dal loro stato di salute dipende il destino dell'intera popolazione mondiale ma oggi molte specie marine sono a rischio di estinzione, la biodiversità è gravemente minacciata e le attività di pesca indiscriminata sono ancora troppo diffuse. Gli oceani coprono tre quarti della superficie terrestre e raccolgono il 97% di tutta l'acqua a disposizione sul pianeta. Il sostentamento di più di tre miliardi di persone dipende da risorse generate dal mare e dalla costa. Gli oceani ospitano oltre 200.000 specie viventi identificate. Le acque degli oceani assorbono il 30% dell'anidride carbonica prodotta dall'uomo, limitando gli effetti del riscaldamento globale. L'oceano è la maggior riserva di proteine esistente al mondo; per oltre due miliardi e mezzo di persone il mare rappresenta la fonte principale di cibo. L'industria ittica occupa circa 200 milioni di persone. Purtroppo il 40% della risorsa marina è in grave pericolo a causa di un'attività umana dissennata, dovuta a inquinamento, pesca indiscriminata, degradamento delle zone costiere (fonte UN). Le previsioni di scienziati e studiosi mettono in guardia da una prospettiva di impoverimento senza ritorno ma la situazione può cambiare e tutti possono contribuire a migliorare le cose, cominciando dall'acquisto consapevole dei prodotti ittici.

Friend of the Sea

Friend of the Sea (FOS) è un' associazione non profit internazionale, con sede in Italia, che svolge attività di certificazione per i prodotti da pesca ed acquacoltura sostenibile. Il suo impegno è quello da una parte di motivare l'industria ad adottare metodi di pesca sostenibili e a generare prodotti che permettano di sfruttare le risorse dell'ambiente acquatico preservandone gli equilibri, dall'altra intende sensibilizzare il consumatore fornendogli gli strumenti per poter agire in maniera consapevole. Se è urgente che tutta l'industria ittica si responsabilizzi è altrettanto importante garantire trasparenza nell'informazione rivolta al consumatore, che ha diritto di conoscere quali prodotti provengano da attività di pesca controllate e a minore impatto ambientale. L'atto di acquistare diventa così una precisa espressione di volontà tradotta in comportamento sostenibile. Tutto ciò dopotutto, non significa altro che poter continuare a lungo a godere di tutti i benefici che il mare ci può offrire.

Le origini

Creata nel 2006 da Paolo Bray, Friend Of the Sea nasce dal successo del progetto Dolphin-Safe dell'Earth Island Institute (www.earthisland.org), organizzazione internazionale con sede a San Francisco (USA), di cui Paolo Bray è Direttore in Europa. L'Earth Island Institute vanta un'esperienza quasi ventennale nella certificazione ambientale di prodotti ittici. In questi anni ha promosso il progetto Dolphin-Safe (per una pesca del tonno a salvaguardia dei mammiferi marini www.dolphinsafetuna. org) che ha visto il coinvolgimento di tutta l'industria mondiale del tonno e che ha prodotto un risultato straordinario: la riduzione fino al 98% della mortalità dei delfini e cioè circa 100.000 delfini salvati ogni anno, ovvero milioni dall'inizio del progetto.

Sulla base dell'esperienza e dei risultati tangibili acquisiti nel corso di questo progetto Paolo Bray ha lanciato Friend of the Sea, uno schema di certificazione che garantisce sia i prodotti della pesca che quelli dell'acquacoltura, entrambi identificati dal medesimo logo. I criteri di certificazione cui fa riferimento per i metodi di produzione seguono le Linee Guida della FAO e rispondono a rigidi dettami di sostenibilità.

I Requisiti di Certificazione

Per i prodotti da acquacoltura vengono passate al vaglio: la qualità delle acque, i cui parametri devono rispettare una precisa normativa; la prevenzione delle fughe di pesce (viene stabilito un limite delle possibilità di fuga); viene accertato il non utilizzo di OGM ed ormoni della crescita; viene valutata la gestione dei rifiuti e l'impatto dei mangimi. L'auditor analizza inoltre l'impatto del sito produttivo sugli habitat critici (mangrovie, zone umide, ecc). Per la certificazione di prodotti della pesca, questi devono provenire da stock/popolazioni non sovrasfruttate (la valutazione si basa su precise indicazioni della FAO e degli organismi competenti) ed essere pescati con metodi selettivi che comportano basso livello di prese accidentali e di scarti, e inoltre non devono danneggiare il fondale. Le aziende produttrici vengono sottoposte ad audit anche in termini di responsabilità sociale nei confronti dei propri operatori e dei dipendenti degli impianti di trasformazione e viene valutato anche l'aspetto "efficienza energetica".

Audit Indipendenti

Enti di certificazione internazionale, come Bureau Veritas, CSQA, RINA ed SGS verificano in maniera indipendente, attraverso ispezioni in loco, la conformità ai criteri di certificazione sostenibile Friend of the Sea. Sempre più richiesta sia in Italia che all'estero, la certificazione di parte terza, effettuata cioè da soggetti indipendenti, è ormai considerata pratica fondamentale per conferire credibilità alle procedure di analisi. Solo così si dà evidenza agli occhi dei clienti e del consumatore finale, della sostenibilità ambientale di quei prodotti ittici pescati o allevati.

Le aziende e i prodotti certificati

Oltre 250 aziende di produzione e distribuzione in 50 Paesi nel mondo si sono rivolte a FOS per la valutazione della sostenibilità dei loro prodotti. Flotte artigianali ed industriali, piccoli e grandi impianti di acquacoltura nei cinque continenti sono stati ad oggi auditati e, se conformi ai requisiti, certificati Friend of the Sea. Il 40% circa delle produzioni e degli stock sottoposti a valutazione non ha passato il test e, ad oggi, sono disponibili sui mercati internazionali oltre 70 specie diverse con il bollino Friend of the Sea.

Tra le aziende con prodotti certificati, alcuni nomi importanti nel mondo della produzione ittica e Omega-3 internazionale sono: Omega Protein, Marine Harvest, Norway Prawns, Calvo, Frinsa, Toralla, Gomes da Costa, Seacold, Clean Seas, Raptis. Fra i produttori italiani certificati vi sono: Agroittica Lombarda (principale produttore mondiale di caviale da storione allevato); Astro (trote del Trentino); Caviale Srl (Caviale); Delicius (acciughe); COAM (marchio Scandia, salmone); Fjord (salmone da Scozia e Norvegia); Generale Conserve (marchio As do Mar di tonno e sgombro); L'Isola d'oro (acciughe); Panapesca (vongole e surgelati vari); Rizzoli Emanuelli (sgombro e sardine); Società Agricola Sterpo (trote).

Da alcuni anni anche la GDO ha cominciato a recepire il messaggio richiedendo gli audit Friend of the Sea per i propri prodotti private-label. In Italia parliamo di Coop, Conad ed Esselunga, all'estero di Al Campo (Gruppo Auchan), Aldi, Dia (Gruppo Carrefour), Lidl, Metro, Waitrose, Cold Storage e Great Food Hall a Singapore e in Cina.

Commento del Fondatore e Direttore

"Auspichiamo che il consumatore si affidi sempre più alla certificazione Friend of the Sea al momento dell'acquisto", commenta **Paolo Bray** direttore di Friend of the Sea. *"Le aziende produttrici italiane ed estere sarebbero a maggior ragione più attente nel selezionare i fornitori in base alle garanzie di sostenibilità e i cittadini contribuirebbero attivamente a salvaguardare l'ambiente marino. Tutti insieme si può fare molto...parola di un amico del mare"*.

www.ecostampa.it

109850

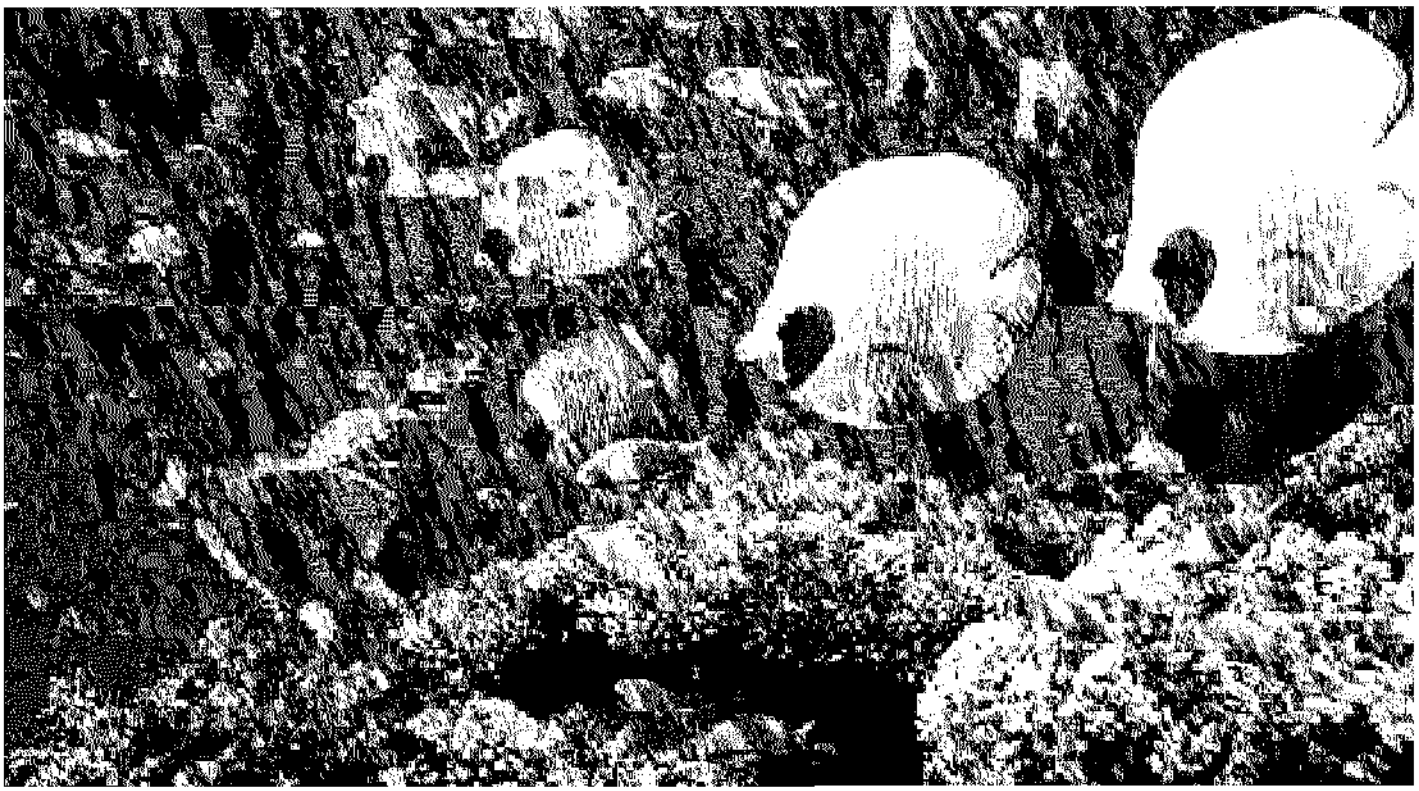
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

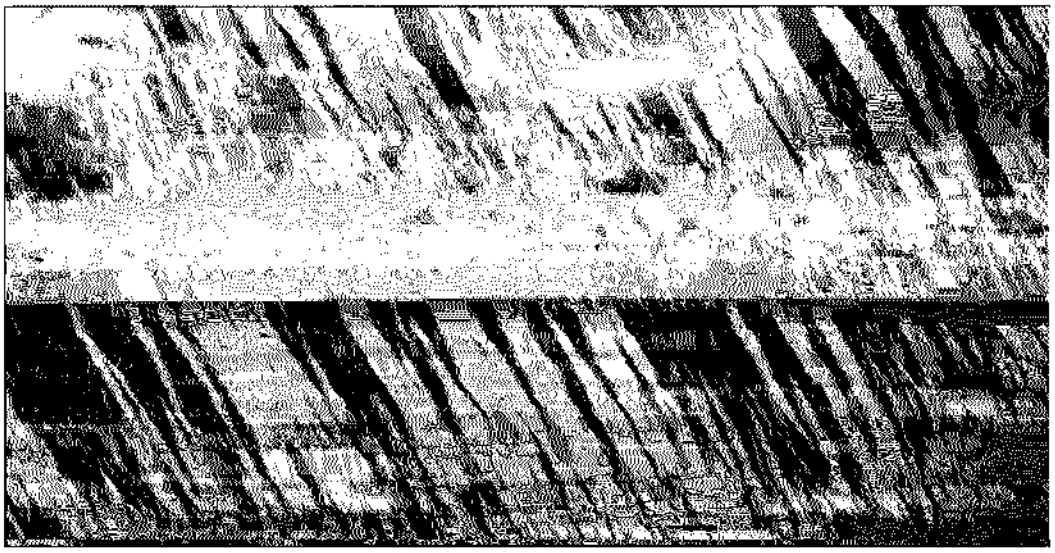
L'INFORMATORE NAVALE di NAPOLI

Mensile

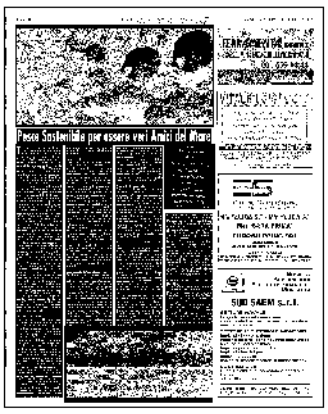
Data 06-2012
Pagina 6
Foglio 2 / 2

www.ecostampa.it





In occasione della Giornata Mondiale degli Oceani, Friend of the Sea ricorda l'importanza di preferire prodotti ittici sostenibili



109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

INDUSTRIE ALIMENTARI
Mensile
Data 06-2012
Pagina 34/38
Foglio 1 / 5

www.ecostampa.it

Questione di sostenibilità

Sono sempre di più le aziende alimentari, comprese quelle di piccole e medie dimensioni, che si trovano a dover rispondere alle richieste dei loro clienti riguardanti la sostenibilità: certificazioni, bilanci di impatto ambientale, produzioni etiche. Far fronte alla sfida è impegnativo ma non impossibile, anche per le PMI, come è emerso dai vari interventi tenuti durante il corso "Sostenibilità della produzione degli alimenti", recentemente organizzato da OM a Milano. La giornata ha voluto illustrare il tema della sostenibilità in tutte le sue sfaccettature, offrendo spunti per l'implementazione di soluzioni atte a ridurre l'impatto ambientale delle aziende che operano nel settore alimentare.

Obblighi e opportunità

L'attenzione verso l'ambiente non costituisce solo una moda del momento, ma è innanzitutto dettata dalle politiche europee. **Alessia Bortolozzo**, che si occupa di responsabilità sociale ed etica presso CSQA, ha richiamato l'attenzione del pubblico verso gli obiettivi ambiziosi che l'UE si prefigge di raggiungere entro il 2020 ("strategia 20-20-20"): ridurre del 20% i gas a effetto serra; ridurre del 20% i consumi energetici attraverso un aumento dell'efficienza energetica; soddisfare il 20% del nostro fabbisogno energetico mediante l'utilizzo delle energie rinnovabili. Non ottemperare a queste richieste ci costerebbe 60 miliardi di euro in importazioni petrolifere e di gas.

La **fig. 1** mette in evidenza quanto in Italia siamo ancora lontani dall'obiettivo fissato dall'UE per le energie rinnovabili, ma **Leonardo Setti** dell'Università di Bologna ha una visione più ottimistica: "Abbiamo cambiato marcia, possiamo farcela!". Il professore ha riferito che in meno di 2 anni (2010-2011) il Conto Energia ha permesso di installare 12.000 MWp di potenza fotovoltaica in Italia, quanto quella che verrebbe prodotta in un anno da una centrale nucleare da 1.600 MW. Il professore, esperto di sistemi integrati per la gestione dell'energia, ha posto l'accento sull'opportunità di utilizzare la biomassa in eccesso (proveniente da scarti dell'industria agroalimentare, residui di potature o coltivazioni dedicate) per produrre energia da fonte rinnovabile. Alla base deve però esserci un sistema efficiente, con piatta-

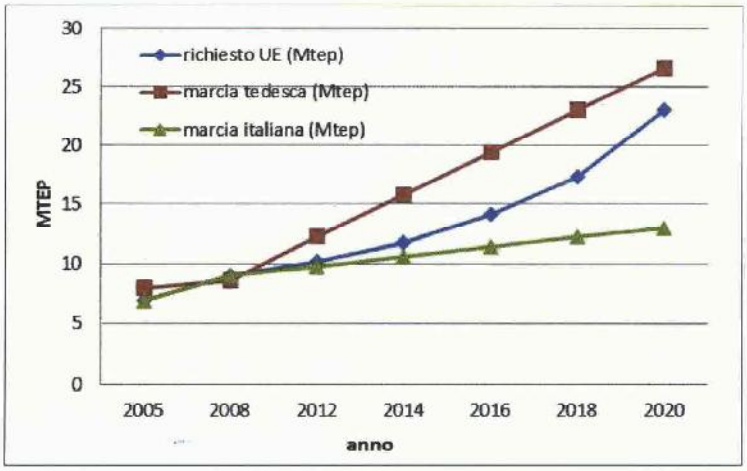


Fig. 1 - Stato di avanzamento di Italia, Germania e UE verso le energie rinnovabili (Mtep = Milioni di tonnellate equivalenti di petrolio).

109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

forme per la raccolta degli scarti simili a quelle create dai consorzi per il riciclo e il riuso, oltre a un rapporto di filiera tra chi raccoglie e chi gestisce il calore. Solo così la "bioraffineria" – ossia il sistema che integra i processi di trasformazione della biomassa per la produzione integrata di combustibili, calore, fertilizzanti, ecc. – può diventare sostenibile anche economicamente.

Il Life Cycle Assessment

Quanto impatta un prodotto o un'attività sull'ambiente? Lo stesso prodotto diventa più sostenibile cambiando il packaging e/o intervenendo a livello logistico? Quali sono le fasi più impattanti nella produzione di una merce? Sono tutte domande a cui è possibile rispondere applicando l'LCA (Life Cycle Assessment), una metodologia di valutazione dei carichi energetici e ambientali associati ad un prodotto o ad un processo, lungo l'intero ciclo di vita (approvvigionamento delle materie prime, trasformazione, trasporto, fine vita).

L'LCA è regolamentato a livello internazionale dallo standard ISO 14040, che individua tre tappe fondamentali nello studio: definizione di scopi e obiettivi, analisi d'inventario (raccolta dati e preparazione del modello di calcolo), analisi degli impatti (calcolo vero e proprio). "Fondamentale è avere una buona banca dati – ha sottolineato **Assunta Filareto** dello Studio LCE (Life Cycle Engineering) –. Ne esistono numerose, sia commerciali che pubbliche, come quella realizzata dal Joint Research Centre di Ispra, gratuitamente scaricabile online. Naturalmente, tanto più le banche dati sono complete e maggiori le risorse impiegate, quanto più il risultato del modello si avvicina a quello reale".

Poiché i risultati ottenuti da una LCA sono molto complessi, occorre sintetizzarli in indicatori che vanno però scelti con grande attenzione. Uno dei più utilizzati è il "carbon footprint", che rappresenta le emissioni di gas serra associate alla produzione di un prodotto o alla fornitura di un servizio (**fig. 2**). Ultimamente sta iniziando a diffondersi anche il "water footprint", che fornisce una stima della quantità di acqua necessaria per la produzione di un bene (**fig. 3**) e si differenzia in "blue", "grey" o "green" a seconda della tipologia (acqua proveniente da falde o bacini idrici, acqua piovana, acqua inquinata). Un altro indicatore che sta emergendo nel settore alimentare è l'"ecological footprint", che indica quanto "spazio" occupa un sistema per produrre le risorse di cui ha bisogno per funzionare.

Comunicare senza "greenwashing"

"Una delle criticità che si stanno iniziando a manifestare – ha osservato l'ingegnere di LCE – è legata al fatto che i tanti strumenti, spesso ideati da produttori singoli od operatori privati, stanno iniziando a confondere il consumatore che si trova con molti marchi simili e non riesce a percepire quale di questi rappresenti effettivamente il meglio per l'ambiente. Nell'opinione pubblica più attenta si sta iniziando a diffondere il concetto di "greenwashing" per identificare il fenomeno per cui un produttore utilizza la comunicazione ambientale per coprire una situazione non completamente sostenibile. Essere classificati come "greenwasher" sarebbe un boomerang molto critico". In poche parole, la sostenibilità reclamizzata deve corrispondere alla realtà ed essere mantenuta nel tempo, altrimenti si perde la faccia. Come è accaduto alle 100 aziende italiane (oltre a molte altre estere) espulse dal programma Global Compact delle Nazioni Unite per non avere tenuto fede agli impegni presi sul fronte ambientale, sociale e di governance.

Il tema della comunicazione è stato al centro del coinvolgente intervento di **Sissi Semprini** di Greenbean, un'agenzia italiana di brand communication dedicata alla sostenibili-

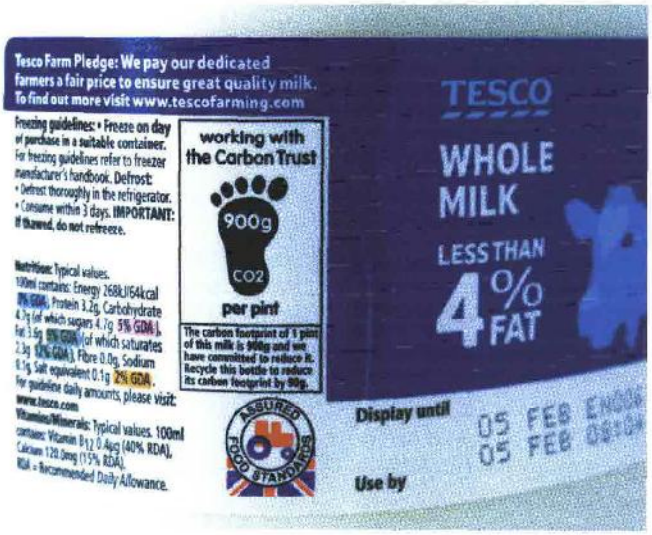


Fig. 2 - Indicazione della carbon footprint su una confezione di latte Tesco.

109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

INDUSTRIE ALIMENTARI
Mensile
Data 06-2012
Pagina 34/38
Foglio 3 / 5

www.ecostampa.it

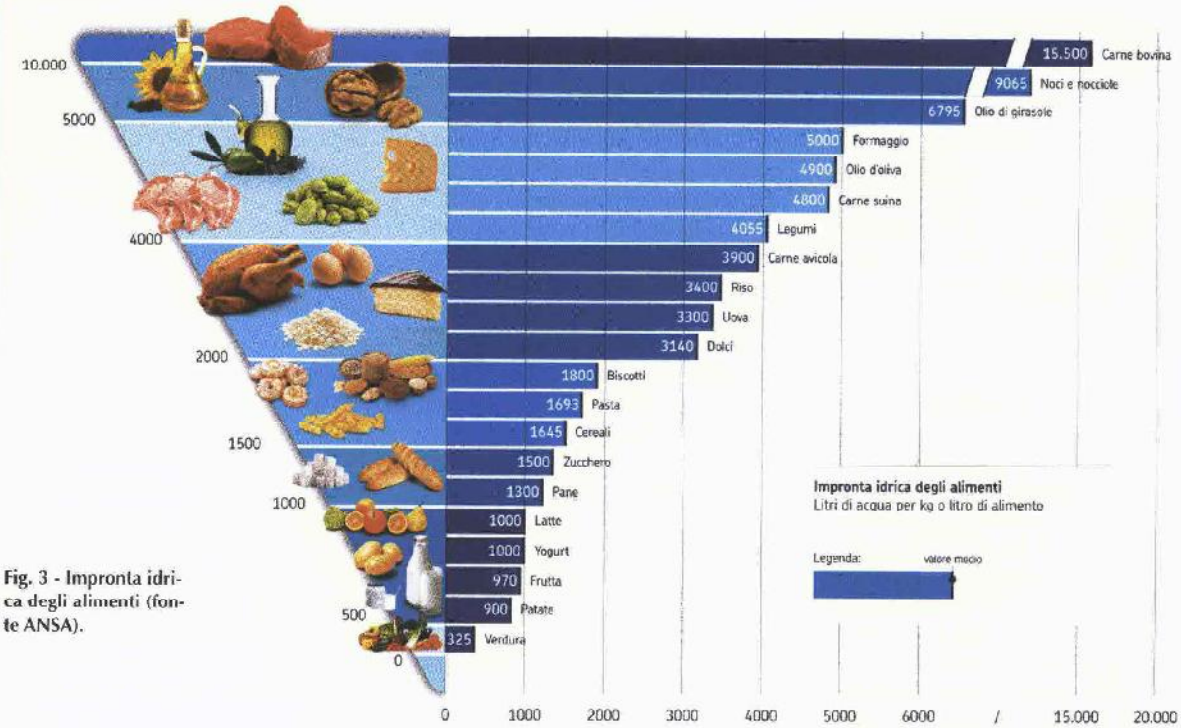


Fig. 3 - Impronta idrica degli alimenti (fonte ANSA).

tà, che ha smascherato molti casi di "greenwashing" anche a livello nazionale. Dichiarare che un prodotto è "verde" basandosi solo su una caratteristica ma ignorandone altre magari più significative, oppure presentare dati e informazioni in modo autoreferenziale, senza l'intervento di una terza parte (certificazioni esterne o elementi oggettivi di verifica) o ancora comunicare caratteristiche "green" di fatto irrilevanti, sono tutti esempi di "greenwashing", riferiti dalla relatrice. Bisogna evitarli per non perdere credibilità agli occhi dei consumatori. Sono infatti sempre più numerosi quelli attenti ai temi sociali e ambientali, che spesso sposano questi concetti con stili di vita corretti per la salute. Per loro è stato coniato il neologismo Lohas, che sta per Lifestyles of Health and Sustainability. "All'estero i Lohas sono già un mercato ricercato, monitorato e con un valore – ha rivelato Semprini –. In Italia vogliamo raccontare per la prima volta questo segmento: Ducpuntozero, in collaborazione con Greenbean e con Luigi Zarro di Lohas International, condurrà la ricerca Lohas in Italia con l'obiettivo di fotografare il fenomeno nel nostro Paese e calcolarne potenzialità e valore".

Le certificazioni "green"

"Per evitare il greenwashing, già ci sono le prime indicazioni (best practice) – ha detto Alessia Bortolozzo –. Ad esempio, alcune linee guida chiariscono come una comunicazione ambientale "robusta" richieda l'adozione di metodologie riconosciute in fase di studio e l'utilizzo di standard verificabili in fase di comunicazione, sia essa a livello aziendale o di prodotto, e soprattutto nei casi in cui si facciano affermazioni di tipo prestazionale". In quest'ottica svolgono un importante ruolo le norme tecniche volontarie, anche se non ne esistono di certificabili che abbiano come oggetto la sostenibilità nel suo insieme (aspetti economici, ambientali e sociali), ma vengono solo affrontati singoli elementi.

La relatrice di CSQA ha passato in rassegna le norme inerenti l'argomento oggetto della giornata, a partire dalla UNI ISO 26000:2010, che non è certificabile ma stabilisce delle linee guida su aspetti quali responsabilità, trasparenza, etica, rispetto degli stakeholder, rispetto degli standard di comportamento internazionale e dei diritti umani. Sono invece certificabili le norme ISO 14001 (che specifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale), ISO 50001 (sui sistemi di gestione dell'energia; va a sostituire la EN 16001, ritirata lo scor-

109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

so ottobre) e UNI ISO 14064 (sistemi di gestione e rendicontazione dei gas serra).
Poi ci sono norme e standard più specifici, come UNI 11233 (applicazione di tecniche colturali atte a ridurre l'utilizzo di fitofarmaci e a preferire quelli a basso impatto ambientale), Global GAP sulle buone pratiche agricole (Good Agricultural Practice), LEAF (Linking Environment And Farming) e UTZ per una produzione agricola responsabile, MSC e Friend of the Sea per la pesca sostenibile, PEFC e FSC (gestione responsabile delle foreste).
Alcuni standard dettano regole in tema di etichettatura: Ecolabel, Emas, EPD.
Il Life Cycle Assessment è normato dalle UNI ISO 14040 e 14044, mentre la carbon footprint dalle UNI ISO 14064 e PAS 2050 e 2060.
Per quanto riguarda il sociale, si può fare riferimento alle norme BS OHSAS 18001 (salute e sicurezza nei luoghi di lavoro) e SA 8000 (gestione di aspetti quali impiego obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione, discriminazione, orari di lavoro, retribuzione, ecc.). Esiste poi lo standard Fair Trade che garantisce che i prodotti siano stati lavorati secondo i criteri del commercio equo e solidale (**fig. 4**).

Fig. 4 - Anche Cadbury ha una linea di cioccolato Fair Trade.

Packaging: colpevole o innocente?

Non si può trattare il tema della sostenibilità senza parlare di imballaggi, dato che su di essi gravano pesanti pregiudizi circa il loro impatto ambientale. Per sapere se tali pregiudizi trovano conferma nella realtà bisognerebbe adottare un approccio "olistico", che tenga conto anche del ruolo svolto dal packaging nella protezione degli alimenti. **Sara Limbo** del Defens (ex Distam), Università degli Studi di Milano, si è così espressa: "Per raggiungere gli obiettivi che vengono imposti da una politica di sostenibilità è fondamentale non dimenticare che esiste un limite con il quale ci si deve sempre confrontare e che (forse) rende più facile l'analisi dell'esistente e la valutazione di nuove proposte: il packaging deve proteggere il contenuto lungo tutta la supply chain".
Piuttosto che cercare di stabilire se sia meglio impiegare materiali riciclati, riciclabili, biobased, biodegradabili (**fig. 5**), oppure fare prevenzione (spessori ridotti, imballaggi monomateriale, no overpackaging), la ricercatrice ritiene più utile indirizzare gli sforzi verso un'ottimizzazione del packaging, dal momento che un imballaggio performante può prolungare la shelf life di un alimento e, di conseguenza, ridurre gli sprechi. Il cibo che finisce in pattumiera perché guastato, spesso ha richiesto più energia e materie prime per produrlo rispetto all'imballaggio che lo contiene. Allora, a conti fatti, un imballaggio più "impattante" potrebbe portare a una riduzione complessiva dell'impatto ambientale di un prodotto confezionato se si considera la conseguente riduzione degli sprechi. "La stima delle perdite alimentari – ha però aggiunto Limbo – è quasi sempre condotta sulla base della massa persa, più raramente si tiene conto dell'energia consumata e dell'impatto provocato sull'ambiente. Includere questi dati nelle analisi del ciclo di vita è ancora molto difficile e implica grandi incertezze".

Fig. 5 - Verdure confezionate in vaschetta di PLA, una bioplastica biodegradabile e compostabile ottenuta da fonte rinnovabile (amido).

Finanziare la ricerca

Le PMI, che dispongono di risorse limitate da dedicare alla ricerca e sviluppo, dovrebbero tenere presente che a livello nazionale e comunitario vengono regolarmente stanziati fondi per finanziare progetti di ricerca che hanno attinenza con la sostenibilità. Il problema è conoscerli e presentare nei tempi giusti il progetto giusto per il bando in questione. Impresa non facile, tanto che sempre più atenei e aziende si rivolgono a esperti che se ne occupano, come **Antonella Castellani**, consulente presso il Politecnico di Torino. La relatrice si è soffermata sul Settimo Programma Quadro quale principale strumento della UE per finanziare la ricerca in Europa. Per un periodo che va dal 2007 al 2013 il budget totale supera i 50 miliardi di euro, dei quali quasi 2 miliardi vanno all'area agroalimentare. "Attenzione: a luglio usciranno le ultime call per cui verranno stanziati tutti i soldi avanzati dagli anni scorsi –

www.ecostampa.it
109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

INDUSTRIE ALIMENTARI
Mensile
Data 06-2012
Pagina 34/38
Foglio 5 / 5

www.ecostampa.it

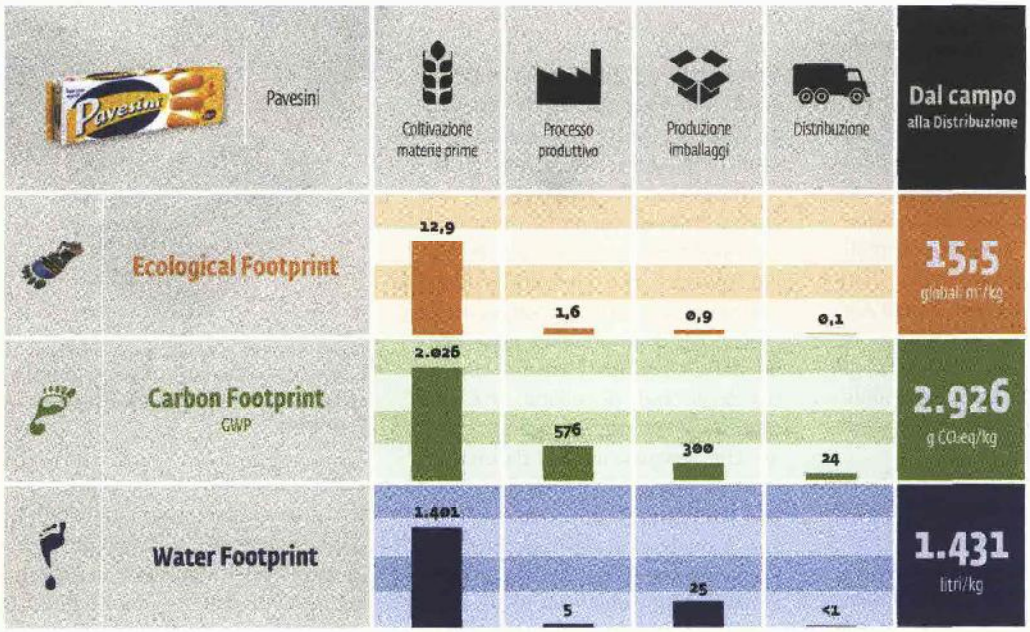


Fig. 6 - Misura degli indicatori di performance ambientali di prodotto per i biscotti Pavesini (Barilla).

ha sottolineato l'esperta –. Vi consiglio di partecipare. Una grossa fetta (15%) degli 1,9 milioni di euro dedicati al tema 2 KBBE (Knowledge Based Bio-Economy) è destinata alla ricerca delle PMI".

Solitamente i progetti non sono proposti da singole realtà ma da un consorzio formato da diversi enti: università, PMI, industrie, associazioni, organismi internazionali, ecc. Se non si hanno già contatti diretti, è possibile ricercare eventuali partner consultando il sito Cordis della Commissione Europea, dedicato proprio all'informazione in materia di ricerca e sviluppo (http://cordis.europa.eu), oppure rispolverando i progetti che sono già stati approvati, o ancora rivolgendosi ai National Contact Points.

"Prima di presentare un progetto è essenziale leggere attentamente il work programme, scegliere il topic più adeguato e sapere esattamente cosa proporre nel progetto", ha raccomandato Castellani, suggerendo di scrivere la proposta in maniera chiara e schematica (anche con grafici, tabelle e disegni), dato che i valutatori possono non essere proprio i più esperti di quel settore. È da sottolineare che spesso viene premiata l'originalità dei progetti e sempre più importanza viene data alla diffusione dei risultati.

Esempi virtuosi

Durante la giornata sono state riportate interessanti case history di sostenibilità, come quello di Granarolo, che ha calcolato l'impatto ambientale del suo latte pastorizzato alta qualità confezionato in bottiglia di plastica. Per prima in Italia, l'azienda emiliana ha divulgato le informazioni attraverso la Climate Declaration EPD (Dichiarazione Ambientale di Prodotto), uno strumento che assicura la veridicità delle dichiarazioni. Sul sito internet del sistema internazionale EPD (www.environdec.com) sono consultabili le schede che riassumono i risultati degli studi LCA di molti prodotti, fra i quali i più recenti sono di Barilla, come i biscotti a marchio Pavesini (**fig. 6**).

Nel settore vinicolo è stata segnalata l'esperienza della Cantina Salcheto di Montepucliano (Siena), prima cantina "off grid" al mondo, cioè scollegata dalla rete di distribuzione energetica nazionale perché completamente autonoma grazie a dotazioni tecniche innovative e all'impiego di energie rinnovabili. L'azienda ha dato vita ad un gruppo di lavoro che riunisce diversi membri (centri di ricerca, istituti, università, ecc.) impegnati in progetti di ricerca sullo sviluppo del water footprint nel settore vitivinicolo e sull'analisi ecosistemica degli assorbimenti del vigneto. Del gruppo di lavoro fa parte anche CSQA, che sta redigendo un registro delle emissioni di gas serra nel settore vinicolo con la finalità di portare vantaggi alle aziende aderenti in termini di marketing e comunicazione, oltre alla possibilità di vendere crediti di CO_2.

Questi esempi insegnano che la sostenibilità rappresenta più un'opportunità che un vincolo per le imprese.

Rossella Contato

109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ZAFFERANO

Quadrimestrale

Data 06-2012
Pagina 40
Foglio 1

www.ecostampa.it

REDAZIONALE

Agroittica Lombarda: storia di un successo tutto italiano

Inizia negli anni 70 la scalata di Agroittica Lombarda, leader mondiale nell'allevamento dello storione, che nel 2006 supera le 20 tonnellate annue di caviale prodotto presso i suoi stabilimenti di Calvisano, nel bresciano. Tutto ha origine in un territorio ricco di storia e risorse naturali dove i soci di un'acciaieria decidono di sfruttare le acque per il raffreddamento dell'acciaio per creare uno stabilimento di itticoltura all'avanguardia. Nei primi anni la consulenza scientifica dell'Università di Davis in California porta all'introduzione dello Storione Bianco: una varietà dalle carni bianchissime. Questa novità segna l'inizio di un prosperoso ciclo per l'azienda che sviluppa la tecnica di riproduzione fino a quando, nel 1990, realizza un modernissimo impianto di trasformazione di oltre 2.300 mq dove il pesce viene lavorato, filettato in tranci o in carpaccio, affumicato per essere poi confezionato e spedito. Nel '92 inizia ad estrarre e commercializzare dai propri storioni un caviale di altissima qualità: *il Caviale Calvisius*. Da un intenso lavoro nascono 4 raffinate varianti: *Calvisius Tradition, Calvisius Venise, Calvisius Oscietra Classic e Calvisius Oscietra Royal*. A questi si affianca l'esclusiva *Linea Elite*, per fornire prodotti lavorati a mano e scelti dalle proprie produzioni d'eccellenza. Il Calvisius da oggi compare sul mercato in una nuova confezione, *il Lingotto*, nato da un'innovativa tecnica di disidratazione, saporito e deciso, pronto per essere tagliato a lamelle o grattugiato. Nel tempo i prodotti di Agroittica Lombarda si sono consolidati nei mercati internazionali come un simbolo del "Made in Italy" di grande qualità, nel rispetto dell'ambiente. L'azienda è stata infatti insignita del riconoscimento "Friend of the Sea" per la sua tecnica di acquacoltura sostenibile che permette la nascita degli storioni e salvaguarda la specie.

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

ALIMENTI & BEVANDE
Mensile
Data 09-2012
Pagina 105/06
Foglio 1 / 2

www.ecostampa.it

È SUCCESSO ANCHE...

**Notizie varie
che non sempre trovano spazio
su quotidiani e stampa a grande diffusione,
ma che sono interessanti ed utili
per gli operatori del mondo agroalimentare.**

a cura della **Redazione**

Salumi, Levoni è il nuovo presidente dell'Isit

L'assemblea dell'Istituto salumi italiani tutelati (Isit), che raggruppa i Consorzi dei salumi Dop e Igp, ha nominato, lo scorso 21 giugno a Modena, come nuovo presidente Nicola Levoni, che subentra a Francesco Negroni.
"*Ricoprire questa carica* – ha affermato Levoni – *è per me un grande onore e una grande opportunità, dal punto di vista sia professionale sia personale. Tra le funzioni che caratterizzano maggiormente l'Istituto vi è il coordinamento strategico dei Consorzi aderenti e la vigilanza collettiva per quanto riguarda le possibili contraffazioni di salumi Dop e Igp. Un'azione di contrasto che cresce di anno in anno: nel 2010 Isit ha operato oltre 1.000 controlli in 700 punti vendita, mentre nel 2011 più di 3.600, in 958 punti vendita. Dobbiamo continuare in questa direzione: la lotta alla contraffazione è per noi prioritaria*".

Nicola Levoni, neopresidente dell' Isit

Conad amplia l'offerta di prodotti ittici sostenibili

Aumentano i prodotti ittici a marchio Conad derivati da impianti di acquacoltura certificati sostenibili, che portano sul bancone del fresco dei punti vendita dell'azienda branzini, orate, rombi e trote sostenibili, riconoscibili dall'etichetta "Friend of the Sea".
Ogni nuovo impianto di allevamento da cui provengono i prodotti certificati è sottoposto ad audit e ogni fase, dalla produzione alla distribuzione, è oggetto di un'accurata analisi condotta da organismi indipendenti che seguono i dettami di questa certificazione.
Friend of the Sea è uno standard internazionale *no profit* per prodotti derivati dalla pesca e dall'acquacoltura, frutto di allevamenti rispettosi degli habitat critici, mangimi no OGM e privi di ormoni della crescita, rispetto della normativa sui parametri delle acque, applicazione di sistemi per prevenire le fughe di pesce e ottimizzare la gestione dei rifiuti.
Per maggiori informazioni su questa certificazione, www.friendofthesea.org/news

Tetra Pak Italia, Cabal nominato presidente

Alejandro Cabal ha assunto la posizione di presidente di Tetra Pak Italia, *leader* nelle soluzioni di trattamento e confezionamento degli alimenti.
"*Sono onorato di essere alla*

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

è successo anche...

guida della prima sede Tetra Pak aperta fuori dai confini svedesi oltre 45 anni fa", ha affermato Cabal. *"La mia priorità è conoscere e ascoltare personalmente i clienti, per capire come possiamo servirli meglio e per sottolineare il valore che Tetra Pak può dare al loro* business, *che va ben oltre la fornitura di contenitori e macchinari"*.

Salumi Dop piacentini, coppa e pancetta in crescita del 3-4%

Dal Consorzio salumi Dop piacentini arrivano segnali positivi: la produzione e il consumo di coppa e pancetta nel 2011 sono cresciuti del 3-4%, mentre si rileva stabile il dato relativo al salame. Questi i valori comunicati durante l'assemblea del Consorzio, tenutasi a La Faggiola di Gariga (PC) lo scorso 6 luglio. *"L'aumento del 3-4% della coppa piacentina Dop e della pancetta piacentina Dop è molto confortante soprattutto in un momento di crisi economica e rileva il consistente livello di qualità raggiunto. I nostri prodotti sono posizionati molto bene anche nella distribuzione, con molti punti vendita di qualità"*, ha affermato Antonio Grossetti, presidente del Consorzio. Molto importante l'attività di vigilanza per la protezione delle Dop. *"Il piano di tutela del marchio Dop è una fondamentale azione a garanzia del nostro prodotto e del nostro lavoro, che si esplica presso tutte le sedi interessate (salumifici, punti vendita, grande distribuzione organizzata, dettaglianti e ristorazione), tramite un ispettore appositamente nominato dal*

Consorzio. Questa attività ha già prodotto risultati significativi: 592 punti vendita visitati. L'autenticità dei prodotti Dop è stata verificata attraverso il riscontro di un idoneo sistema di etichettatura applicato al salume stesso e, in alcuni casi, tramite la visura della fattura in conformità alle norme vigenti", ha concluso Grossetti.

Confezionamento in atmosfera protettiva, l'Università di Pollenzo apre le porte a Rivoira

Realizzata una postazione di confezionamento all'interno del laboratorio di analisi sensoriale dell'Università

Mondo accademico e sistema produttivo per decenni hanno faticato a incontrarsi, ma oggi gli esempi virtuosi di collaborazione tra i due mondi sono numerosi. Tra questi, merita un posto di rilievo la collaborazione tra l'Università degli studi di Scienze gastronomiche (Unisg) di Pollenzo, nata da un'idea di Carlo Petrini, già fondatore di Slow Food, finalizzata alla creazione di un centro internazionale di formazione e di ricerca al servizio di chi opera per un'agricoltura rinnovata, per il mantenimento della biodiversità, per un rapporto organico tra gastronomia e scienze agrarie, e Rivoira, società fondata nel 1920 e che oggi fa parte del gruppo multinazionale Praxair, leader nella produzione e distribuzione di gas industriali.
Con i suoi prodotti (ossigeno, azoto, argon, anidride carbonica, elio, gas rari, gas puri, gas speciali, gas medicinali, gas refrigeranti e ghiaccio secco), le tecnologie e la sua esperienza, Rivoira si propone come collaboratore ad alto valore aggiunto. L'azienda ha così favorito ulteriormente lo sviluppo della propria presenza nel comparto dei gas alimentari, dove oggi propone applicazioni e soluzioni per l'industria del *food & beverage*.
L'intesa tra Unisg e Rivoira, definita nei primi mesi dello scorso anno, è nata dalla volontà di mettere in comune le rispettive esperienze per realizzare progetti di innovazione nel campo delle tecnologie alimentari e sviluppare nuovi prodotti e applicazioni.
Grazie all'accordo di collaborazione, Rivoira ha allestito all'interno dell'Università una postazione dedicata all'attività di confezionamento in atmosfera protettiva. Le apparecchiature sono state collocate nel laboratorio di analisi sensoriale che, anche grazie alla dotazione di Rivoira, consente agli studenti di apprendere le principali tecniche di valutazione delle proprietà degli alimenti. Il laboratorio è aperto anche alle aziende intenzionate a fare ricerca e a studiare con metodi scientifici le proprietà sensoriali dei propri prodotti.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
109850

Golf & Gusto
Bimestrale
Data 10-2012
Pagina 36/39
Foglio 1 / 4

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
www.ecostampa.it
109850

Golf & Gusto
Bimestrale
Data 10-2012
Pagina 36/39
Foglio 2 / 4

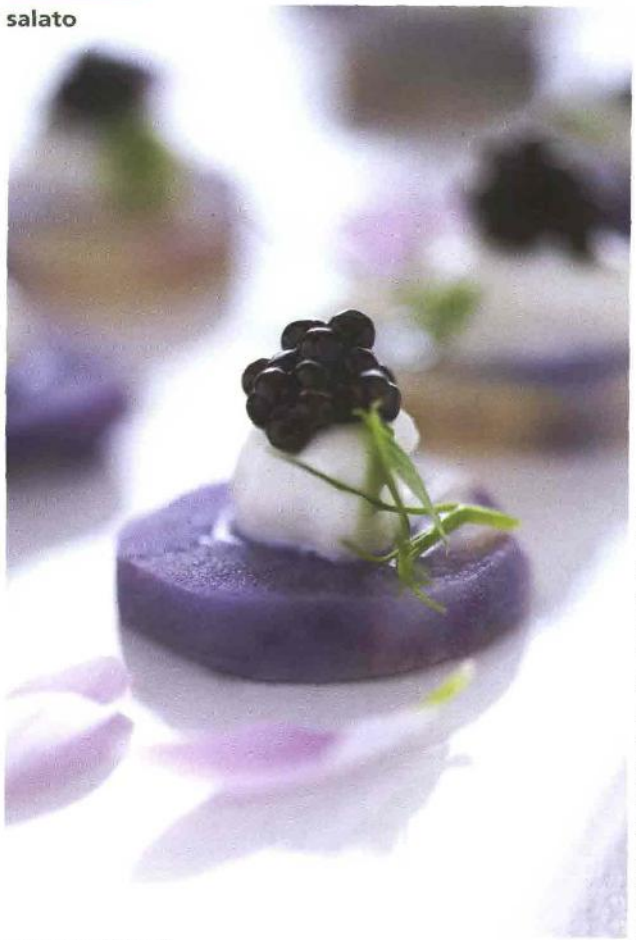
qualità ed eccellenza in un gioiello italiano

Il caviale una prerogativa dei russi? Non esattamente. Nel nostro Paese esiste un vero e proprio gioiello dell'enogastronomia italiana

Il periodo non è dei migliori, ma almeno per le feste di natale uno cerca di farsi un regalo e avere una tavola il più lussuosa possibile, il più gustosa possibile è quello che ci premia. Ecco quindi la ricerca di quei prodotti che non sono sempre sul nostro piatto come il Caviale. Piccole e preziose perle nere che si fondono in bocca lasciando quel loro particolare gusto e che tanto bene vanno in abbinata ad un vino ricco di bollicine. Il caviale è un alimento che si ottiene attraverso la lavorazione e la salatura delle uova di diverse specie di storione, cioè di pesci che appartengono alla famiglia degli Storioni, pesci di acqua dolce.. Il caviale granulare ha una consistenza cremosa ed è formato da piccoli grani morbidi, di gusto delicato. L'etimologia della parola è argomento di discussione e l'English Oxford Dictionary ritiene possibile che l'origine del termine "caviar" sia italiana, ma la parola "caviale" deriva più probabilmente dal persiano (Khåg-åvar) letteralmente "pesce generatore di uova".

www.ecostampa.it
109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Golf & Gusto
Bimestrale
Data 10-2012
Pagina 36/39
Foglio 3 / 4



www.agroittica.it

Prodotti analoghi al caviale si producono anche con uova di altri pesci, tra i più noti quello ottenuto da uova di salmone, spesso chiamato "caviale rosso" o ikura e da uova di lompo che vengono artificialmente colorate di rosso o di nero. In questi casi il valore commerciale è decisamente inferiore e per la normativa italiana il prodotto deve essere etichettato come "succedaneo del caviale"; in altri paesi il nome caviale viene fatto precedere dalla specie di pesce in questione, anche se per caviale in senso stretto generalmente si intende quello di storione, mentre gli altri prodotti andrebbero più propriamente chiamati uova di pesce. Ma ecco che in Italia noi abbiamo queste piccole e preziose perle nere che nascono nel cuore della pianura padana e arrivano sulle tavole più prestigiose di intenditori e appassionati gourmet. Icona del lusso di qualità e della cucina più raffinata, il Caviale Calvisius è una prelibatezza alimentare divenuta ormai di culto, un vero e proprio must have nelle location più esclusive e nei menu più ricercati. Il Calvisius Tradition è un esempio supremo del grande artigianato italiano nell'ambito delle specialità alimentari di alta gamma; si tratta del primo caviale prodotto da Agroittica Lombarda fin dal 1992, un best seller mondiale ottenuto dallo Storione Bianco, uno dei più grandi al mondo. Uova grandi, sapore fruttato e delicato, basso contenuto di sale: un alimento prestigioso che può diventare anche un'idea regalo fuori dal comune. Da un intenso lavoro di ricerca e sviluppo nascono altre 3 raffinate varianti: Calvisius Oscietra Classic e Calvisius Oscietra Royal, Calvisius Venise. A questi si affianca l'esclusiva Linea Elite, per fornire prodotti lavorati a mano e scelti dalle proprie produzioni d'eccellenza. Agroittica Lombarda infatti effettua l'allevamento a ciclo completo curando e garantendo il suo prodotto dall'origine al confezionamento ed è stata insignita dell'importante riconoscimento "Friend of the Sea" per la sua tecnica di acquacoltura sostenibile che permette la nascita degli storioni e salvaguarda la specie.

Per stupire ospiti e commensali, non c'è niente di meglio che il nuovissimo Lingotto di Caviale Calvisius: nato da un'innovativa tecnica di disidratazione e avvolto da un'elegante carta dorata, l'ultimo prodotto firmato Agroittica Lombarda ha un gusto deciso e sofisticato, ed è subito pronto per essere tagliato a lamelle o grattugiato. Un colpo di teatro che renderà il lavoro in cucina ancora più scenografico e suggestivo. Nel tempo, i prodotti dell'azienda bresciana, leader mondiale per la produzione di caviale, si sono consolidati sempre più nei principali mercati internazionali come simboli del "Made in Italy" di grande pregio, nel pieno rispetto dell'ambiente.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
www.ecostampa.it
109850

www.ecostampa.it

gusto

G.H. Mumm Protocoles Deluxe Coffret: l'incipit è lo champagne, l'idea centrale è il divertimento, il punto di riferimento sono i sensi, lo strumento è la tradizione con i suoi rituali.

Non basta stappare una bottiglia per degustare il vino più elegante al mondo.
Questa consapevolezza ha portato la Maison di Reims a creare il **"G.H. Mumm Protocoles Deluxe Coffret"** in edizione limitata per offrire gli strumenti indispensabili ad apprezzare pienamente lo champagne; un cordon rouge concettuale che lega fra loro oggetti, gesti e sapere. E così si fa portavoce della vera cultura dello champagne e la riedita con spirito creativo. I rituali e le regole, ritrovati e reinventati, stuzzicano il piacere intellettuale e fisico e, ispirandosi al 'secrétaire de campagne' di Napoleone che contiene tutto il necessario - dettagli, accessori e indicazioni - dilata il piacere della degustazione delle due Cuvée racchiuse all'interno, secondo i Protocolli della Maison. Ogni elemento è stato selezionato dallo Chef de Cave Didier Mariotti e da esperti enologi in collaborazione con l'Atelier Du Vin, laboratorio che dal 1926 progetta e crea tutto ciò che ruota intorno al mondo del vino.
Realizzato in legno laccato bianco con finiture in oro, è facilmente trasportabile grazie a due eleganti maniglie esterne e a un cavalletto d'appoggio. L'interno in sontuosa pelle rossa a riprendere l'emblema della Maison, il Cordon Rouge.
Lo scrigno, in vendita in Italia in soli 15 pezzi, rivela all'apertura tutto l'occorrente per una perfetta degustazione nel rispetto dei Protocolli G.H. Mumm:

- due Cuvée eccezionali, G.H. Mumm Cordon Rouge e G.H. Mumm Vintage 2004
- 4 flûte
- 2 calici finemente decorati, creati per apprezzare al massimo i sapori, gli aromi e l'intensità del Vintage
- un elegante pinza apribottiglie by Atelier Du Vin per rimuovere il tappo di sughero senza difficoltà
- un termometro by Atelier Du Vin per degustare lo champagne alla giusta temperatura
- un tappo speciale by Atelier Du Vin per preservare il perlage
- una raffinata serviette personalizzata G.H. Mumm per servire lo champagne
- un paio di guanti bianchi da sommelier
- un vassoio estraibile
- la Glacette firmata Patrick Jouin
- una speciale guida alla degustazione
- una selezione dei 100 G.H. Mumm Protocoles, le card illustrate dai tratti epigrammatici del graphic designer Noma Bar, con le indicazioni, i suggerimenti e i consigli per servire e assaporare lo champagne con disinvolta eleganza e incantato entusiasmo.

Prezzo consigliato: euro 1.200.

"Sogni e Biscotti" specialità tradizionali italiane ha preso ispirazione dal biscotto della fortuna della tradizione cinese che contiene al suo interno un bigliettino con un saggio consiglio si ispira la nuova linea dolciaria. Amaretti, baci di dama, croccanti al caramello, frollini al cioccolato e molti altri biscotti della tradizione dolciaria italiana che coniugano la bontà e la dolcezza di eccellenti squisitezze italiane con splendide frasi e citazioni d'autore. Capostipite della linea sono gli amaretti prodotti dalla storica azienda ISAIA di Sassello, comune montano in provincia di Savona noto per il suo storico dolce la cui ricetta risale all'Ottocento: l'amaretto di Sassello, biscotto a base di mandorle famoso per la sua morbidezza e l'inconfondibile sapore dolce – amaro. Sogni e Biscotti è lieta di proporre gli storici amaretti di Sassello nella nuova ed esclusiva versione con citazioni e aforismi d'autore. Scarta il biscotto, gustane tutta la bontà e leggi il messaggio racchiuso al suo interno. Un pensiero su cui riflettere, un consiglio, una curiosità. Cosa ti riserverà il destino? Sogni e Biscotti è un piacere tutto da scoprire. Da gustare da soli e in compagnia o da regalare a qualcuno davvero molto speciale.In vendita nei migliori Bar&Restaurant della tua città. Venduti anche in confezione regalo da 9 amaretti a 9,00 euro.

109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

GREEN BUSINESS
Mensile
Data 10-2012
Pagina 12
Foglio 1

www.ecostampa.it

La pesca si fa sostenibile

FRIEND OF THE SEA – Cresce tra tutti gli stakeholder l'attenzione per la pesca e l'acquacoltura sostenibile.
Una condizione imprescindibile per garantire continuità e sicurezza economica al settore, considerato il progressivo impoverimento degli stock.
A contribuire in maniera attiva alla sensibilizzazione sul tema e alla diffusione della certificazione di prodotto da pesca sostenibile, Friend of the Sea, che farà il punto sulla situazione del settore il prossimo 11 ottobre nel corso di un evento che coinvolgerà industria e distribuzione moderna, e di cui *GreenBusiness* sarà media partner. L'obiettivo dell'incontro, che coinvolgerà alcune delle aziende già certificate, è incentivare il confronto sul tema tra industria e Gdo, rinnovando l'attenzione sulla necessità di innalzare gli standard di sicurezza del prodotto. «Attualmente sono 300 le aziende che si appoggiano a Friend of the Sea in 50 paesi nel mondo per verificare il livello di impatto della produzione ittica – afferma **Paolo Bray, fondatore e direttore di Friend of the Sea** –. Per l'ottenimento della certificazione di prodotto da pesca sostenibile, questo deve originare da stock non sovrasfruttati ed essere pescato con metodi selettivi e rispettosi del fondale marino. Per l'acquacoltura la certificazione di sostenibilità della produzione include la verifica di parametri come l'impatto della costruzione del sito di produzione, la qualità delle acque in uscita, la prevenzione delle fughe di pesce e l'ottimizzazione della gestione di acque, rifiuti ed energia. Negli ultimi due anni, inoltre, gli standard di riferimento si sono estesi anche a prodotti derivati come gli integratori alimentari a base di omega 3». Una delle aree critiche è il reperimento del maggior numero di dati possibile in fase di audit della pesca.
«Non possiamo rilasciare certificazioni in assenza di dati precisi – fa notare Bray –, difficilmente reperibili in molte aree in via di sviluppo dove non ci sono risorse per realizzare studi di stock assessment. Stiamo cercando di migliorare alcune lacune nella raccolta di informazioni attraverso camere a circuito chiuso posizionate direttamente sui pescherecci». Intanto in Italia l'attenzione è crescente. Tra i retailer, Conad, Coop Italia ed Esselunga hanno cominciato ad affidarsi ad audit di certificazione di parti terze e al progetto Friend of the Sea, per verificare la sostenibilità dell'origine di alcuni loro fornitori. «Sono da segnalare delle eccellenze tra i produttori in Italia per l'impegno sostenibile – fa notare Bray –: Agroittica Lombarda, Generale Conserve, Coam, Fjord, solo per citarne i principali. Il nostro obiettivo è estendere la sensibilizzazione sul tema, coinvolgendo nel processo anche diversi enti di certificazione».

di Sofia Rambaldi

Paolo Bray
fondatore e direttore
di Friend of the Sea

SAVE THE DATE
Friend of the Sea Day
11 ottobre presso l'Hotel Hyatt di Milano ore 9.30
In media partnership con ***GreenBusiness***

Attualmente le aziende ittiche certificate sono 300 in 50 paesi nel mondo

Operazione spiagge pulite

FOS E ASDOMAR – Friend of the Sea e Generale Conserve, l'azienda produttrice del tonno AsdoMar, hanno promosso un'iniziativa per ripulire le spiagge di tre grandi parchi naturali italiani, il Parco del Delta del Po, il Parco di San Rossore e il Parco della Maremma. L'evento ha dato anche l'opportunità di effettuare una campagna di sensibilizzazione per il rispetto dell'ambiente e nei confronti della pesca sostenibile. Più di 20 km di spiagge sono state ripulite da un centinaio di persone e sono state raccolte oltre 10 tonnellate di rifiuti.

109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

URBAN

Mensile

Data 10-2012
Pagina 68/69
Foglio 1 / 5

www.ecostampa.it

MILANO

DI MIRTA OREGNA

PISACCO

via Solferino, 48
02-91765472
chiuso domenica sera e lunedì

Picasso? No, no, proprio Pisacco, anche se con l'arte in un certo senso ha a che fare. È un nome che non vuole dire nulla ma te lo ricordi. L'apertura più chiacchierata del momento colpisce sin dall'insegna: dietro, una squadra di professionisti gourmand, tra cui emerge l'architetto Tiziano Vudafieri, autore dell'interior, che ha creato il suo bistrot urbano arredandolo con i mobili del nuovo brand Discipline, tavoli disegnati ad hoc, lampadari acquistati a Parigi da Merci e diverse opere d'arte contemporanea. Ci piace che non esista il classico bancone d'ingresso ma un tavolo a cui sedere per un Mini-Martini o un Birrino in bicchierini vintage, da accompagnare a una fetta di formaggio del giorno o da Hamburger e Toast Berton; ci piace che il bar sopra e il ristorante sotto siano spazi fluidi e intercambiabili; ci piace che il menu (stampato come un'e-mail) sia sfizioso nella sua semplicità (calamari alla plancia con avocado e lime, minestrone con pesto, capesante e capperi), ma impeccabile nell'esecuzione e, per di più, accessibile (30 euro di media); ci piace anche la carta dei vini con chicche come il Quinto Quarto, fatto con gli "scarti" di vendemmia. La firma dei piatti è Andrea Berton, ex Trussardi come tutti sanno, eseguiti felicemente da Matteo Gelmini (Food Art, Eat's), quindi in cucina si va sul sicuro, ancor di più in sala se c'è Giovanni Fiorin, altro valido transfuga del levriero.

Consigliato per
uscire a cena come nei gastro-bistrot di Parigi: alta qualità e prezzi accessibili

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

ROSSO & BIANCO

VINOIR

ripa di Porta Ticinese, 93b
02-39811202
chiuso domenica

Non è una bottega, tanto meno un wine-bar, piuttosto un wine-lab con vetrina sul Naviglio nato per incontrare il pubblico e dare sostanza a idee e progetti di Gianluca e Maddalena. Grandi eno-appassionati, entrambi sommelier, talebani dell'artigianalità nella ricerca di etichette, hanno lasciato il mondo della consulenza digitale per raccontare (e vendere) oltre 350 diverse bottiglie, qui divise in "Quotidianità non banale", "Emozione in più" e "Si vive una volta sola", non unicamente come prezzo ma anche come esperienza organolettica. I cartellini poi sono illuminanti: è così che, passeggiando sui legni di una baita altoatesina, ti porti a casa la Sicilia liquida di Barraco, un vino consolatorio come il Primitivo di Manduria di Attanasio o un Taurasi Poliphemo con l'etichetta disegnata da Vinicio Capossela. Poi ci sono libri, oli, birre non pastorizzate, distillati, e chissà, trattandosi di un work in progress, anche altro. Perché il vino, si legge sulla parete, è come un libro: ti appassioni alla sua storia!

Da non perdere
la possibilità di essere ammessi a una degustazione "carbonara" nella loro cantina

AGENDA D'AUTUNNO

EASY-CHIC E NON SBAGLI

DROGHERIA PLINIO

via Plinio, 6
393-8796508
sempre aperto

In bottega. Tante sono le facce di questa drogheria (di nuova generazione) con cucina che lo si stenterebbe a credere guardando le due sobrie vetrine che si affacciano sull'omonima via Plinio, a due passi da Lima. Superate queste tutto è una sorpresa, a partire dagli arredi vintage-chic studiati dagli architetti con i tre soci proprietari: bottiglie di latte e barattoli da conserva in vetro trasformati in lampadari, sedie in formica anni '50, pareti colorate e scaffali per i prodotti che qui sono in vendita e che alla bisogna diventano mensole per mangiare. Denominatore comune: la qualità, a partire dal caffè del mattino (lo spagnolo E') , proseguendo per gli sfiziosi piatti del menu (pranzo e cena a prezzi contenuti) fino al tradizionale aperitivo con calice di vino che suggeriamo di accompagnare con i formaggi della Cascina Biraga.

REFETTORIO

via dell'Orso, 13
02-89096664
chiuso sabato a pranzo e domenica sera

In silenzio. Sobrietà sì ma con gusto, ed ecco che Rinaldo Invernizzi, lasciati banche e finanza, ha chiesto all'architetto Castellini di progettare un refettorio contemporaneo, bianco ma non spoglio, raffinato ma non lezioso, dove i milanesi potessero pasteggiare bene e in centro spendendo tra i 12 e i 18 euro. Certo, si devono apparecchiare, e se qualcuno suona la campanella il tono di voce va abbassato, ma in cucina c'è un giovane chef piemontese di origini israeliane che sa prendere per la gola anche con cibi poveri: humus, melanzane al limone e la vera insalata russa. Certo, se quel giorno non ti vanno né le lasagnette né il galletto al forno, devi passare alla carta, e la spesa lievita intorno ai 20-25 euro. Questo mese, in risposta al brunch, ha inizio il pranzo domenicale con arrosti, bolliti e patate al forno, unica nota di opulenza in tanta sobrietà conventuale.

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

TEMAKINHO

ripa di Porta Ticinese, 37
02-8356134
chiuso lunedì

In coda. Se già siete sushi-addicted questo è un indirizzo da provare, se anche non lo foste vale lo stesso consiglio, ma attenzione niente bacchette, qui si usano mani o una pinzetta di legno, perché il sushi è uno sfizioso temaki nippo-brasiliano fatto al momento dallo chef Robert, da accompagnare con una caipirinha alla frutta (o un vitaminas, frullato analcolico). Il locale, primo in Europa e ispirato al villaggio brasiliano di Paraty, è piccolo tanto che la sera si prenota con una settimana di attesa, ma il cono di alga nori ripieno di tartare di salmone, avocado, Philadelphia, uova di pesce volante (Salmão gustoso) o il roll con gamberoni impanati, tartare di surimi, mango e salsa spicy (Camarão Carioca), fatti con pesce sostenibile "Friend of the Sea" e gustati sulle note della bossa-nova, sono una bella novità a costi accessibili (25/30 euro). E non fatevi mancare una fetta di cheese cake al maracuja!

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

PANINO LAB

via Montevideo, 8
02-22220034
chiuso domenica

Per anni vetrina extra della storica ferramenta Viganò, sulla via che conduce in Zona Tortona, questo piccolo spazio oggi si trasforma in paninoteca-gourmand. Non una location come tante altre, ma un luogo che Carlo Zerbi (fotografo con una vita precedente tra colori, acciai e computer) ha messo insieme curando con passione contenitore (gli arredi) e contenuto (i panini). Tra pareti grigie coperte da piastrelle bianche come nella metro parigina e specchi antichi, si mangia su una trentina di sobri coperti, sullo sfondo di un bel bancone in zinco illuminato da lampade di recupero in ferro smaltato verde bottiglia. Come si desume dall'insegna qui si mangiano panini farciti con ingredienti selezionati: slinzega valtellinese con porcini piemontesi sott'olio e crema di Fontina; oppure bottarga di Cabras con peperone alla brace e ricotta di bufala, e ancora buzzonaglia di tonno, pachino semi-secchi e burrata d'Andria. In carta ce ne stanno 10/12, che cambiano a rotazione, da accompagnare con un calice di vino, birra o coca, spendendo al massimo 15 euro. Attenzione però: chiude alle 22.

Consigliato per
una piccola pausa di qualità nella storica enclave del design

www.ecostampa.it

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

PRIMA & DOPO

HONKY TONKS'

via Fratelli Induno, 10
chiuso lunedì / wi-fi

Torna nelle mani di Vinicio Valdo lo storico locale di fronte all'Ospedale Buzzi e, ancora una volta, quello che lui tocca è oro. Restyling totale in stile art déco (soffitti rosso rubino, pareti sabbia e pavimenti con inserti di ferro, riuso di ali d'aereo). Resta la consolidata formula dell'happy hour con buffet (e cocktail di livello, da 5 euro); si aggiunge la possibilità di mangiare pizza al trancio, carni alla griglia, polli allo spiedo e affettati.

Da non perdere
godersi un drink sdraiati sul divano capitonné lungo 10 metri

FORESTA WOODBAR

via Celestino IV, 6
02-91764217
chiuso domenica / no wi-fi

Nuovo, alle spalle delle Colonne, un lounge bar aperto tutto il giorno con uno spazioso "garden-box" interno e piacevoli arredi in legno curati da Centropolis Design. L'aperitivo (9 euro) prevede cocktail classici e rivisitati con tecniche speciali (gelatine, sferificazioni e così via) e un buffet curato, con monoporzioni di orzo, pasta, e altri stuzzichini. E per chi ha sonno, Caffè Foresta con Grand Marnier, Nutella e scorza d'arancia!

Da non perdere
Natural Identity, la versione di Christian dello Spritz: lychee, soda, prosecco, ginger beer e caviale sferificato

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

NUOVO CONSUMO

Mensile

Data 11-2012
Pagina 60/61
Foglio 1 / 2

www.ecostampa.it

Rosa salmone

Silvia Inghirami

Carne rosea con punte di giallo, morbida ed elastica, poco grassa. Così deve presentarsi un salmone affumicato di qualità.

C'era una volta un salmone che risalì un torrente, abboccò all'amo di un pescatore, finì prima sotto sale poi affumicato dalla legna del bosco. Ecco, questo pesce non esiste quasi più. Il 90 per cento del salmone affumicato in commercio è d'allevamento e qualche volta la legna del bosco è sostituta dalla segatura o ancor peggio da aromi chimici. Ma un tempo una tartina di salmone era una rara prelibatezza da servire nell'antipasto del cenone natalizio. Negli ultimi anni, invece, il salmone è diventato un prodotto considerato di qualità, ma per tutte le occasioni, il prezzo è fortemente diminuito e le vendite sono cresciute, destagionalizzandosi. In particolare, hanno conquistato fette importanti di mercato da un lato i prodotti di primo prezzo, più convenienti, e dall'altro il top di gamma.

Le pratiche confezioni sottovuoto e a peso ridotto hanno favorito gli acquisti: come le vaschette di bresaola, si tengono in frigo per una cena veloce, ma a cui si vuole conferire un tocco di eleganza. Molti lo usano come sostitutivo di un piatto di pesce fresco o per alternare il consumo della carne, sapendo di guadagnarsi una buona dose di proteine e soprattutto di Omega 3.

Alfa omega

Secondo un recente studio dell'Università di Yale, Omega 3 e Omega 6 avrebbero grandi potenzialità nella prevenzione del cancro, in particolare quello all'endometrio, tra i più insidiosi e diffusi nella popolazione femminile.

«È vero, la presenza di questi acidi grassi è importante – spiega **Elena Orban** dell'*Inran*, l'Istituto nazionale di ricerche per l'alimentazione e la nutrizione – anche se gli allevatori tendono a sostituire le farine di pesce con le farine vegetali, che riducono gli Omega 3 e accrescono gli Omega 6».

In compenso, il trattamento di affumicamento non crea più troppi danni dal punto di vista nutrizionale perché è divenuto blando, a temperature non elevate, se non addirittura a freddo. Questo conferisce al prodotto la naturale morbidezza, dovuta anche alla presenza di grasso: come in tutti i pesci allevati, i grassi sono in quantità superiore agli esemplari pescati, ma nel salmone vengono ridotti proprio grazie al processo di affumicamento: «Nel salmone fresco

Il Fior fiore dell'Alaska

Il salmone affumicato dell'Alaska, Fior fiore Coop, pescato e trattato nel rispetto dell'ambiente e della salute.

Il salmone selvaggio della linea *Fior fiore* Coop, appartenente alla pregiata varietà sockeye, non è un pesce da allevamento, ma viene pescato nelle acque fredde e pulite dell'Oceano Pacifico settentrionale mediante sistemi di pesca tradizionali che salvaguardano la naturale riproduzione della specie, nel rispetto dell'ecosistema marino. Coop aderisce, infatti, al progetto internazionale *Friend of the sea* che, attraverso analisi rigorose e controlli costanti, verifica che le tecniche di pesca garantiscano la sostenibilità ambientale.

Una volta pescato, il salmone è sottoposto a salatura a secco e a lenta affumicatura con legni selezionati, procedimenti di conservazione che non richiedono l'aggiunta di aromi o altri additivi. Sano perché selvaggio, il caratteristico colore intenso gli deriva proprio da un'alimentazione esclusivamente a base di organismi marini.

La linea *Fior fiore* di Coop propone cibi di grande pregio, che assicurano la certezza della provenienza, della tipicità e dell'autenticità a un buon prezzo.

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

www.ecostampa.it

la percentuale di grassi arriva fino al 20 per cento – rileva Orban –, nell'affumicato al 6/7 per cento, una quantità non molto alta». Il livello della temperatura incide anche sulla quantità d'acqua e sulla consistenza: se alta il salmone avrà meno acqua, ma risulterà anche più stopposo. Diverso il discorso nel caso di un prodotto preparato con "aroma purificato di fumo", un estratto previsto dalla normativa ma che è bene non consumare in dosi consistenti: il salmone potrà anche risultare morbido, ma la qualità è decisamente inferiore. Il giudizio dell'esperta è nel complesso positivo, a condizione che si controlli l'etichetta perché il salmone affumicato sotto vuoto ha in genere una scadenza di 3 mesi.

Andati in fumo

Ma come distinguere tra i vari tipi di salmoni in vendita, norvegesi, scozzesi, irlandesi? La provenienza in realtà conta poco: fatto salvo il selvaggio, spesso proveniente dall'Alaska, quello che conta non è l'origine, ma il tipo di lavorazione. Gran parte del salmone affumicato in vendita in Italia viene preparato in Polonia e in Francia, paesi che importano il pesce dal Nord Europa. Comunque, in generale, lo scozzese risulta più grasso e saporito, l'irlandese più delicato e il norvegese una via di mezzo tra i due. Semplificando, potremmo dire che il gusto è soggettivo ma che si paga di più il prodotto che presenta l'affumicatura migliore.

Questa avviene dopo un doppio lavaggio e un'immersione in salamoia che dà al pesce una leggera salatura. Il fumo viene ottenuto da vari legni (quercia, castagno, olmo, rovere, frassino) e l'aggiunta di erbe aromatiche. Il prodotto di qualità deve avere la carne rosea con una punta di giallo non rossa arancione o chiazzata; la consistenza della polpa deve essere morbida e leggermente elastica; l'esterno non deve emettere liquido untuoso ma la fetta deve essere giustamente grassa.

Come per il pesce crudo la parte migliore è la mediana: la coda, più salata e stoppacciosa, è meglio destinarla a usi di cucina. Pasta, crêpe, torte rustiche, soufflé, mousse, pâté: le ricette sono infinite, ma per gli intenditori il modo migliore per gustare il salmone affumicato è al naturale, con del pane di segale ed eventualmente un filo di burro e una fettina sottile di limone. ▮

presidi Slow Food di Francesca Baldereschi

Puntare sul rosso

In zuppe e minestre, in abbinamento con carne, pesce e ortaggi. Il fagiolo rosso di Lucca, pasta morbida, sapore e profumo intensi.

Rosso di Lucca, Aquila o Lupinaro, Cannellino di San Ginese, Malato, Mascherino sono solo alcuni dei nomi con cui sono conosciuti da secoli i fagioli della Lucchesia, un variegato insieme di ecotipi e varietà che hanno caratterizzato la storia agricola e alimentare della piana di Lucca e delle sue propaggini collinari. Il profondo radicamento di questa coltivazione nel territorio lucchese è testimoniato dai numerosi piatti della cucina locale che li utilizzano, dalle zuppe e minestre ai secondi fino all'abbinamento come contorno a carne, pesce e ortaggi. In alcuni statuti delle comunità locali e in monografie di scrittori lucchesi, come *Le pratiche della campagna lucchese* (1846) del marchese Antonio Mazzarosa, si fa riferimento alla coltura dei fagioli ed elenca anche un discreto numero di varietà, con notizie sulle tecniche colturali, sulle rese e sui risultati economici attesi da questa attività agricola.

Sono i terreni della piana di Lucca, da secoli dedicati alla coltivazione di cereali e fagioli, che donano a quest'ultimi una naturale delicatezza che accomuna tutte le varietà storiche della zona. Il *fagiolo rosso di Lucca* veniva prodotto nelle aree più fertili della piana in terreni di medio impasto, tendente al sabbioso e, in particolare a Lucca e Capannori, nei terreni vicini ai corsi d'acqua, dove veniva coltivato in consociazione con il mais.

Il seme è caratterizzato da una colorazione rossa di varia intensità con striature che vanno dal vinaccia scuro al nerastro, un poco somigliante a un borlotto, ma da non confondere con questa tipologia. Il profumo e il sapore intenso e deciso uniti alla morbidezza estrema della pasta lo rendono ideale per i primi piatti della tradizione lucchese minestra di farro, zuppa alla frantoiana e pasta e fagioli. Purtroppo negli ultimi decenni questo tipo di cucina era stata progressivamente abbandonata dalla popolazione e dalla ristorazione locale perché ritenuta povera e di poco interesse.

Negli ultimi anni l'interesse crescente dei consumatori verso i legumi e i piatti della tradizione ha permesso di avviare progetti di recupero della semente e della coltivazione. Un attento lavoro di cernita e selezione ha consentito di riportare il seme relativamente in purezza e di valorizzare il lavoro di un numero imprecisato di coltivatori appassionati che hanno mantenuto in questi anni la semente del *rosso di Lucca* e di altre varietà. Un patrimonio collettivo che il Presidio vuole valorizzare e riportare sul mercato, incentivando anche la ristorazione locale a proporre i piatti della gastronomia lucchese utilizzando i fagioli storici del territorio. ▮

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

MF

Quotidiano

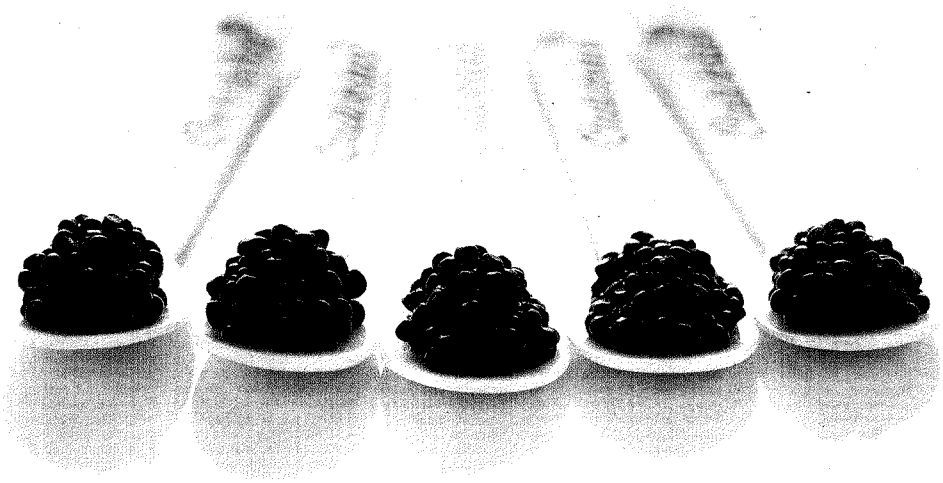
Data 18-12-2012
Pagina 20
Foglio 1 / 2

www.ecostampa.it

MF FOCUS

Il caviale una prerogativa dei russi?

Il top è in Italia e si chiama Calvisius



Nel nostro Paese esiste un vero e proprio gioiello della gastronomia italiana, il **Caviale Calvisius**. Piccole e preziose perle nere che nascono nel cuore della pianura padana e arrivano sulle tavole più prestigiose di intenditori e appassionati gourmet: una prelibatezza alimentare divenuta ormai di culto, un vero e proprio must have nelle location più esclusive e nei menu più ricercati.

Il **Calvisius Tradition** è un esempio supremo del grande artigianato italiano nell'ambito delle specialità alimentari di alta gamma; si tratta del primo caviale prodotto da **Agroittica Lombarda** fin dal 1992, un best seller mondiale ottenuto dallo storione bianco. Uova grandi, sapore fruttato e delicato, basso contenuto di sale per un prodotto prestigioso che può diventare anche un'idea regalo fuori dal comune. Da un'attenta e appassionata ricerca nascono altre tre raffinate qualità: **Calvisius Oscietra Classic e Calvisius Oscietra Royal, Calvisius Venise**.

L'eccellenza del Caviale Calvisius si deve alle **caratteristiche uniche delle acque di Calvisano** e del **Parco del Ticino**, che grazie ad un modello di acquacoltura sostenibile, danno vita ad un caviale di assoluta qualità.

L'azienda è stata insignita anche del prestigioso riconoscimento **Friend of the Sea**: essa **permette, infatti, la corretta riproduzione di storioni e contribuisce così a salvaguardare la specie, rispettando la Convenzione di Washington (Cites).** Inoltre, grazie alla rigida procedura produttiva, Agroittica è titolare delle **certificazioni ISO 9001, IFS (International Food Standard) e BRC (British Retail Consortium)** e nel 2006 il Caviale Calvisius ha vinto il prestigioso premio **Mercury Arward** riservato ai migliori prodotti del food serviti a bordo delle compagnie aeree.

La garanzia di una filiera controllata al 100%, un'alimentazione completamente organica, la purezza delle acque, la tracciabilità, i rigorosi controlli igienico-sanitari, sono punti di forza del Caviale Calvisius che gli hanno permesso di ottenere una leadership tra gli esperti del settore. Ad oggi Agroittica risulta essere, su scala mondiale, la realtà maggiormente all'avanguardia riguardo al know how per la produzione di caviale di altissima qualità, attraverso un **connubio perfetto tra tecnologia moderna e metodo artigianale**.

109850

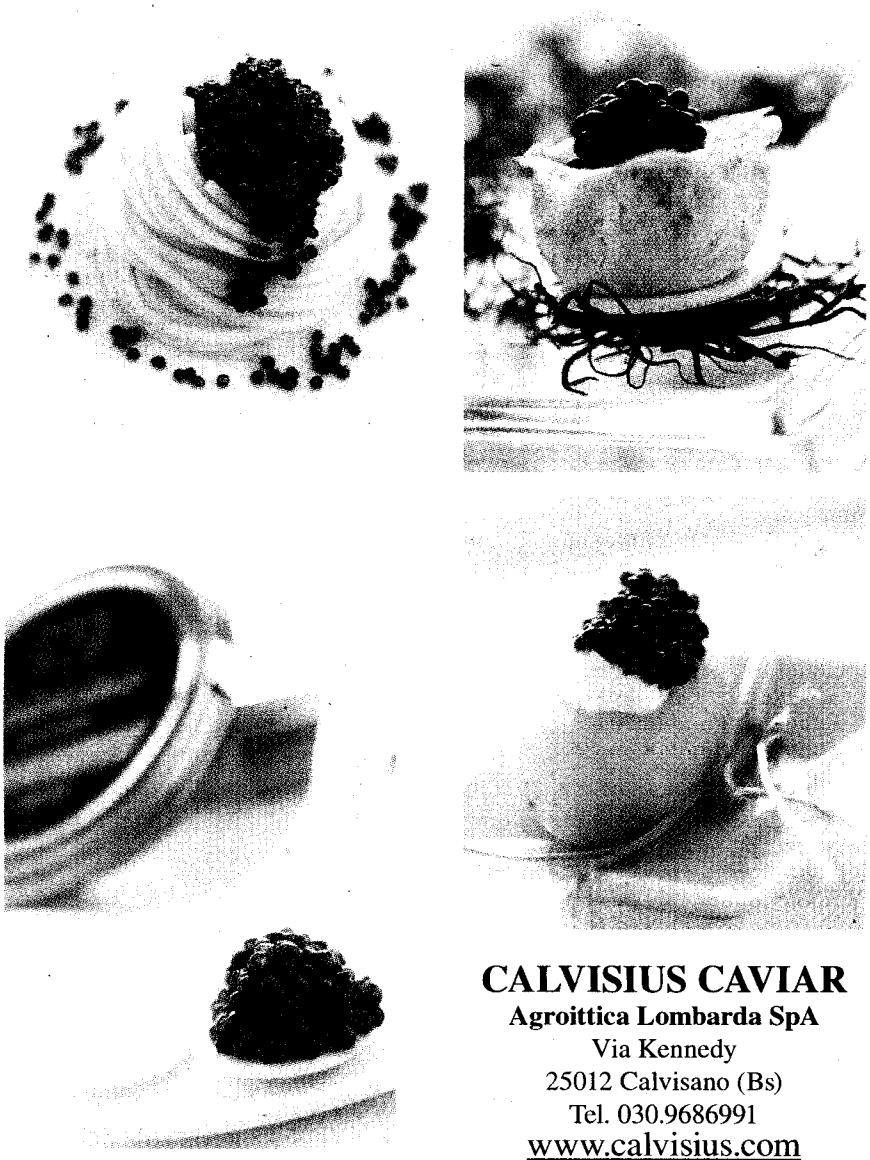
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

MF

Quotidiano

Data 18-12-2012
Pagina 20
Foglio 2 / 2

www.ecostampa.it



CALVISIUS CAVIAR
Agroittica Lombarda SpA
Via Kennedy
25012 Calvisano (Bs)
Tel. 030.9686991
www.calvisius.com

109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.