

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Luglio/Agosto 2019
anno 18 - numero 105



FETTINE DI SOIA BIOLOGICA

**NON
OGM**
ONLY NATURAL



ABS Food Srl
Via Spagna, 22 - Peraga di Vigonza (PD)
Tel. +39 049 8936851 - info@absfood.com

ABSFOOD.COM



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

CHIRIOTTI  EDITORI



AromataGroup

aromatagroup.com



RUBRICHE

- 3 Unplugged**
- 4 Legislazione commentata** - Ultime notizie sull'origine (A. Ambanelli)
- 8 Food safety** - Classificare e caratterizzare i batteri: dalla microbiologia classica alle tecniche di sequenziamento genomico (M. Bianchi - L. Decastelli)
- 10 Food design** - L'etica nel Food Design (P. Barichella)
- 14 Tecniche culinarie** - L'etica professionale in cucina (M. Di Lorenzi)
- 18 Marketing e tendenze** - Nuovi prodotti nel mondo
- 22 Fiere - Vitafoods**, un'edizione ancora in ascesa. Parte I - Alcune aziende focalizzate sulla "bellezza dall'interno" - Fonte di proteine e collagene per la salute delle ossa - Proteine animali e vegetali - Soluzioni di packaging con bio-plastiche - Opercolatrici per il settore nutraceutico - Per conto terzi - Ferro biodisponibile senza retrogusti - Prototipi per la nutrizione degli sportivi - Ceppi di clorella a basso contenuto di clorofilla - Peptidi di collagene solubili per sportivi - Soluzioni per l'industria alimentare e nutraceutica - Gelatina: importante fonte di proteine - Per il riempimento di lattine - Ingredienti naturali - Prodotti liofilizzati per l'industria alimentare - Produzione probiotici
- 34 Prodotti servizi** - Zuccheri aggiunti: dalle puree di frutta la soluzione per rispettare l'etichettatura della FDA - Amidi a etichetta pulita - Sorprese per l'industria dei dolci e degli snack - Gusto e innovazione - Dal latte materno a quello artificiale: diminuiscono le differenze - Ingredienti salutistici e buoni - Testurizzati di soia non OGM biologici - Gamma di polisaccaridi per ridurre gli zuccheri e migliorare la struttura dei gelati - Proteine di ceci con massima funzionalità - Formulazioni enzimatiche per lievitati da forno soffici più a lungo - Riduzione dell'acrilamide fino al 90% - Il pistacchio di Bronte è quasi pronto: Marullo si prepara alla raccolta
- 42 Nutrizione** - Il vertical farming Made in Italy - Come dovranno essere i sistemi alimentari del futuro - Agroalimentare sempre più sostenibile
- 46 Ricerca applicata** - Trasformazione del saccarosio in uno zucchero più utile - Aggiunta di farine di quinoa bianca, rossa o nera alla farina base per pane - Effetto di albume e proteine della soia nei pani senza glutine - Proprietà funzionali di miscele farina-crusca - Pane arricchito con lievito naturale di canapa - Pane con succo di patata essiccato
- 50 Leggi** - Modifica per gli acidi grassi trans - Soppresso per motivi di sicurezza il furan-2 (5H)-one - Ridotto il quantitativo di vitamina D nelle formule per lattanti
- 54 Mercati consumi** - Le tendenze che influiscono su salute e nutrizione - Sempre più apprezzati i sostituti della carne - I boomer chiedono la riduzione dello zucchero - I cavolfiori offrono prestazioni migliori dei burger vegetali
- 62 Notizie dal mondo** - La personalizzazione "naturale" come misura preventiva - Tracciabilità della filiera del cacao - La filiera italiana degli integratori alimentari al Vitafoods - Standard internazionali per una produzione sostenibile di cacao - Impegno internazionale contro i grassi *trans*
- 66 Agenda** - Alle porte una nuova edizione di Sana - Tutto esaurito per Cibus Tec 2019 - A Verona la rassegna del bio foods & natural self-care - Ottime prospettive per Anuga 2019 - Il mondo degli ingredienti si ritrova a Parigi - Calendario
- 72 Indirizzi aziende**

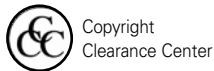


LUGLIO/AGOSTO 2019
anno 18 - n. 105

DEPARTMENTS

- 3 UNPLUGGED
4 EDITED LAW
8 FOOD SAFETY
10 FOOD DESIGN
14 CULINOLOGY
18 MARKETING & TRENDS
22 EXHIBITION
34 PRODUCTS & SERVICES
42 NUTRITION
46 APPLIED RESEARCH
50 LAWS
54 MARKETING
62 NEWS
66 DIARY
72 COMPANIES' ADDRESS

Bimestrale - ISSN 1594-0543

July/August
Year 18 nr. 105**ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

GUIDA PER GLI AUTORI

- I lavori originali devono avere il titolo in italiano e inglese, possibilmente breve, ed essere corredati dai rispettivi riassunti in italiano ed inglese, ognuno composto da un massimo di 1.000 battute, oltre alle relative parole chiave, sempre in italiano e inglese. Il documento dev'essere salvato in formato MsWord senza incorporare eventuali grafici, diagrammi, disegni e figure, che vanno salvati a parte in jpg ad alta risoluzione (300 dpi). È bene: distinguere le lettere O e I dai numeri 0 e 1; usare il tasto "Enter" o "Invio" unicamente per terminare un paragrafo, i titoli, i sottotitoli, ecc., ma non per suddividere le righe; non effettuare la sillabazione manuale con i trattini; non numerare le righe; evidenziare i simboli greci (a, b, D, ecc.); usare il tasto tabulatore nelle tabelle.

- I nomi degli Autori e quelli degli Istituti o Enti, presso i quali essi svolgono la loro attività, vanno sempre indicati per esteso, con l'indirizzo preciso.

- È fatto obbligo di riportare le unità di misura ed i simboli secondo le direttive pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale (ad esempio g - kg - t - m² - s - L), così come i numeri con quattro o più cifre devono essere scritti interponendo il punto fra le migliaia e la virgola per i decimali.

- La bibliografia va posta sempre al termine dell'articolo; per ogni riferimento bibliografico vanno indicati nell'ordine: nomi degli autori (iniziale del nome e cognome per esteso), titolo fra virgolette, nome della rivista, numero del volume, numero della prima e dell'ultima pagina dell'articolo, anno di pubblicazione.

- Le bozze di stampa sono inviate agli Autori una sola volta.

- All'Autore verrà inviata via mail una copia in PDF dell'articolo impaginato, che potrà essere duplicato o usato per stampare estratti in quantità illimitata, senza alcun onere.

- I lavori devono essere inviati via mail a: folco@chiriottieditori.it

Chiriotti Editori srl

Viale Rimembranza 60
10064 Pinerolo - TO - Italia
Tel. 0121 393127
Fax 0121 794480
E-mail: info@chiriottieditori.it

Direttore Responsabile

Alberto CHIRIOTTI
alberto@chiriottieditori.it

Capo Redattore

Simonetta MUSSO
musso@chiriottieditori.it

Redazione

**Laura SBARATO, Rossella CONTATO,
Chiara MANCUSI, Matteo BARBONI**

Segretaria di Redazione

Elena FOLCO
folco@chiriottieditori.it

Coordinatore Scientifico

Sebastiano PORRETTA

Direttore Marketing

Monica PAGLIARDI
pagliari@chiriottieditori.it

Direttore Commerciale

Francesco COPPOLA
coppola@chiriottieditori.it

Assistente Commerciale

Luca RUSSO
russo@chiriottieditori.it

Ufficio Traffico

Monica PRIMO
primo@chiriottieditori.it

Amministrazione

Giuseppe CHIRIOTTI

Abbonamenti

Marilù CIANFLOCCA
abbonamenti@chiriottieditori.it

Resp. Trattamento Dati

Ottavio CHIRIOTTI

PER ABBONARSI

Telefonare allo 0121 378147
(servizio abbonamenti)
o spedire una e-mail a:
abbonamenti@chiriottieditori.it
Prezzo una copia € 1,00
- numeri arretrati € 10,00

La riproduzione, anche parziale, di articoli ed illustrazioni pubblicati sulla rivista è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione scritta dell'Editore.

I manoscritti, i dischetti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati.

L'Editore non assume alcuna responsabilità per quanto riguarda eventuali errori contenuti negli articoli e per quanto espresso dagli Autori.

1 anno in Italia € 45,00
Estero € 65,00
(via aerea € 95,00)
Versione in PDF: € 29,99

STAMPA: Tipolitografia Giuseppini - Pinerolo
PROPRIETÀ: © 2019 Chiriotti Editori srl
PERIODICITÀ: bimestrale - sped. in A.P.
comma 20/B, art. 2, legge 662/96 - Torino
INTERNET: www.chiriottieditori.it
Suppl. a "Industrie Alimentari" -
Aut. Tribunale di Pinerolo n. 262
(19-11-1962)

This bimonthly journal is published
by Chiriotti Editori srl
Viale Rimembranza, 60
10064 Pinerolo - Italy
Tel. +39 0121 393127
Fax +39 0121 794480
E-mail: info@chiriottieditori.it
Yearly subscription abroad

PDF version € 29,99
Surface mail: € 65,00
Air mail: € 95,00



Il ciclo di vita dell'etichetta

di Sebastiano PORRETTA

Le etichette dei prodotti alimentari, fra le altre cose, parlano e raccontano i consumi degli italiani, i trend, le mode, le trasformazioni.

Gli ingredienti, così come valori nutrizionali, l'origine delle materie prime, i claim sono diventati messaggeri dei valori del brand da comunicare per orientare le scelte del mercato e alimentare la fiducia.

Per questo negli anni ci sono diventati familiari dei fenomeni come la percezione dell'italianità, il *free-from*, il *rich-in*, le intolleranze alimentari, i regimi alimentari legati a stili di vita (bio, veg, kosher, halal).

Parallelamente, secondo i risultati della quinta edizione dell'Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy, un crescente numero di claim sta occupando le etichette e sembrano mostrare un ciclo di vita proprio come quella degli alimenti: alcuni sono in una fase di maturità, altri in declino, altri del tutto nuovi. "Senza coloranti" e "senza conservanti" stanno del tutto scomparendo, mentre sono in fase di crescita "bio", "integrale" o "senza zuccheri aggiunti". Tra gli emergenti "senza antibiotici", "aromatizzato", "non fritto".

Mi piace sottolineare la battuta d'arresto segnata nel 2018 per quello che certamente è stato uno dei fenomeni più significativi registrati negli ultimi anni e di cui abbiamo più volte discusso in queste pagine: il *free-from*. Pur mantenendo una quota di

mercato molto significativa, sembra che il motore propulsivo dei "prodotti senza" stia perdendo qualche colpo. L'analisi dello scenario sembrerebbe motivare tale risultato a causa della coesistenza di due fenomeni opposti che si compensano reciprocamente; da un lato, la crescita dei prodotti che comunicano in etichetta l'assenza o il contenuto ridotto di zuccheri e additivi, dall'altro, il citato calo degli alimenti accompagnati dai claim più tradizionali (senza coloranti, grassi idrogenati e, perfino, senza olio di palma).

Come ben sappiamo, il settore appare spesso schizofrenico nelle sue variegata sfumature; un

esempio è dato dall'aumento delle vendite dei piatti "ready to eat" legati al fenomeno *food to go*: un settore trasversale a diversi segmenti di mercato, che testimonia, più di altri, l'evoluzione dei bisogni di consumo. Tale fenomeno risulterebbe in totale contraddizione con quanto registrato dall'Osservatorio sui macro-trend alimentari, seppure in totale accordo con il terzo principio della termodinamica, in quanto connesso a un significativo maggior apporto di calorie, di grassi e di proteine principalmente per l'aumento di consumi di primi piatti e zuppe pronti, snack salati, cereali, sushi.



Ultime notizie sull'origine

A cura di
Afro Ambanelli
Avvocato in Parma

Come accennato nel precedente articolo, in attesa dell'emanazione del Regolamento di attuazione dell'articolo 26 del Regolamento 1169/2011, diversi legislatori nazionali avevano adottato norme che imponevano l'indicazione dell'origine degli ingredienti in vari prodotti alimentari.

Anche la pubblicazione del Regolamento 775/2018 non ha soddisfatto le aspettative del legislatore italiano che all'inizio di quest'anno ha emanato una norma che per certi versi appare sorprendente.



L'iniziativa è stata salutata con indiscutibile plauso da tutti i media, con titoli come "Scatta l'obbligo d'indicare in etichetta l'origine per tutti gli alimenti", oppure "In etichetta l'origine di tutti gli ingredienti dei prodotti alimentari".

Come vedremo, le cose non stanno proprio così. In realtà, indicare l'origine di tutti gli ingredienti dei prodotti alimentari (compresi dunque gli aromi, gli additivi) sarebbe una vera pazzia: i consumatori impiegherebbero del tempo per decodificare un elenco d'ingredienti, ma, soprattutto, i produttori e specialmente quelli medio piccoli, incontrerebbero difficoltà insormontabili per la stesura delle etichette che dovrebbero cambiare, a volte, lotto per lotto.

Anche la consueta espressione "scatta l'obbligo" (secondo i giornali l'obbligo per sua natura dev'essere necessariamente uno scattista) è fuorviante: il progetto, per come è disegnato, ha tempi lunghi e non è

certo che arrivi a buon fine, quanto meno integralmente.

La stessa genesi della norma è stata piuttosto inconsueta: si trattava infatti di convertire in legge il decreto-legge 14 dicembre 2018, n. 135, recante "Disposizioni urgenti in materia di sostegno e semplificazione per le imprese e per la pubblica amministrazione", noto alle cronache come "DL Semplificazione". Il testo originale riguardava, come d'uso, gli argomenti più disparati, ma non conteneva alcuna disposizione in tema di etichettatura degli alimenti. Tuttavia, la legge di conversione n. 12 dell'11.2.2019 tra l'art. 3 (*Misure di semplificazione in materia di imprese e lavoro*) e l'art. 4 (*Modifiche al codice di procedura civile in materia di esecuzione forzata nei confronti dei soggetti creditori della pubblica amministrazione*), giusto per restare in tema, ha introdotto l'art. 3bis che riguarda l'etichettatura dei prodotti alimentari.

Questo articolo 3bis è andato a pompare nuova linfa vitale in un'altra disposizione nazionale, la legge 4 del 2011, operando modificazioni in particolare all'articolo 4, norma che in realtà non era mai stata applicata, essendo ancora dopo quasi otto anni in attesa dei decreti attuativi, mai venuti alla luce.

Vediamo dunque di esaminare le modifiche apportate all'articolo 4. La nuova norma ne abroga i primi due commi e il quarto, modifica il comma 3, e aggiunge di un 3bis e un 3ter.

Il comma 3 preannuncia che sarà emanato un Decreto interministeriale *"...previa intesa con la Conferenza unificata di cui all'articolo 8 del decreto legislativo 28 agosto 1997, n. 281, sentite le organizzazioni maggiormente rappresentative a livello nazionale nei settori della produzione e della trasformazione agroalimentare e acquisiti i pareri delle competenti Commissioni parlamentari, previo espletamento della procedura di notifica di cui all'articolo 45 del regolamento (UE) n. 1169/2011..."* e in questo decreto saranno definiti i casi in cui l'indicazione del *"luogo di provenienza"* è obbligatoria.

Da notare che le norme comunitarie in materia contemplano sia *"il Paese di origine"* che *"il luogo di provenienza"*, considerandoli due concetti differenti, tanto che l'art. 2, paragrafo 2, lettera g) del Regolamento 1169/2011 definisce il *"luogo di provenienza"* come *"qualunque luogo indicato come quello da cui proviene l'alimento, ma che non è il «paese d'origine»"*. Ci si chiede quale peso possa avere la diversa sfumatura terminologica impiegata dal legislatore italiano. Va ricordato, altresì, che la materia dell'etichettatura dovrebbe restare di competenza del legislatore comunitario. Il Regolamento 1169/2011,

all'articolo 38, esclude che gli Stati membri possano adottare o mantenere disposizioni nazionali in materie espressamente armonizzate, a meno che il diritto dell'Unione autorizzi tali interventi. Se infatti si concedesse una indiscriminata facoltà ad ogni Stato membro di legiferare in modo differente si verrebbe a perdere quella uniformità



sostanziale delle norme in tema di etichettatura perseguita negli ultimi quarant'anni a partire dalla direttiva 79/112.

Il successivo art. 39, tuttavia, contiene una apertura, consentendo al legislatore nazionale di richiedere ulteriori indicazioni obbligatorie *"per tipi o categorie specifici di alimenti"*. Il secondo paragrafo dello stesso art. 39 precisa che il legislatore nazionale può richiedere l'indicazione obbligatoria del paese d'origine o del luogo di provenienza degli alimenti *"solo ove esista un nesso comprovato fra talune qualità dell'alimento e la sua origine o provenienza"*.

Per questo motivo, il successivo comma 3 bis, stabilisce che il *Ministero delle politiche agricole alimentari, forestali e del turismo, in collaborazione con l'Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare (ISMEA), assicura la realizzazione di appositi*

studi diretti a individuare la presenza di un nesso comprovato tra talune qualità degli alimenti e la relativa provenienza nonché a valutare in quale misura sia percepita come significativa l'indicazione relativa al luogo di provenienza e quando la sua omissione sia riconosciuta ingannevole.

Il percorso, dunque, non si presenta in realtà né agevole, né semplice, né immediato.

Gli studi che sono stati previsti si ritrovano infatti a operare in un settore nel quale le norme comunitarie hanno già stabilito diverse codificazioni. Per esempio, resterebbero esclusi i prodotti a denominazione tutelata (DOP e IGP), per i quali la connessione con il territorio costituisce un elemento di base.

Dopo aver espletato i doverosi passaggi istituzionali, inoltre, il decreto (o i decreti) e gli studi dovranno essere notificati (ai sensi dell'art. 45 del Regolamento 1169/2011) alla Commissione e agli altri Stati membri. In ogni caso, il Decreto non potrebbe essere adottato prima di tre mesi dalla avvenuta notifica e comunque dovrebbe ottenere parere positivo dalla Commissione.

L'esito favorevole non può dirsi scontato: la Commissione, infatti, dovrà tenere conto di eventuali pareri contrari di altri Stati membri, che potrebbero ben ravvisare profili protezionistici nel decreto italiano. L'indicazione obbligatoria dell'origine potrebbe essere vista come una forma di discriminazione non in linea con i principi generali della libera circolazione delle merci. Sarebbe facile anche obiettare che l'applicazione delle norme del Regolamento 775/2018 è già di per sé sufficiente ad assicurare una buona informazione del consumatore.

Insomma, considerando i tempi prevedibili, si tratta di uno *"scatto"* al rallentatore ... in una corsa a

ostacoli. Eppure il legislatore italiano dimostra una certa fretta, tanto da aver già introdotto, al comma, 10 le sanzioni *“Per le violazioni delle disposizioni relative all’indicazione obbligatoria dell’origine e della provenienza”*.

Resta infine da decodificare il misterioso comma 3-ter, nel quale sono contenute due disposizioni che devono essere esaminate separatamente.

La prima non si presenta di agevole lettura:

“L’indicazione del luogo di provenienza è sempre obbligatoria, ai sensi



dell’articolo 26, paragrafo 2, lettera a), del regolamento (UE) n. 1169/2011, quando sussistano le condizioni di cui all’articolo 1 del regolamento di esecuzione (UE) 2018/775 della Commissione, del 28 maggio 2018.”

L’articolo 26, paragrafo 2, lettera a) del regolamento 1169/2011 stabilisce che l’indicazione del Paese d’origine o del luogo di provenienza (e non del solo luogo di provenienza) è obbligatoria *“nel caso in cui l’omissione di tale indicazione possa indurre in errore il consumatore in merito al paese d’origine o al luogo di provenienza reali dell’alimento, in particolare se le informazioni che accompagnano l’alimento o contenute nell’etichetta nel loro insieme potrebbero altrimenti far pensare che l’alimento abbia un differente paese d’origine o luogo di provenienza”*.

Si tratta dunque della norma che regola i casi nei quali l’indicazione dell’origine o provenienza del prodotto è obbligatoria. Ma il Regolamento 775/2018, che è citato di seguito, costituisce norma di esecuzione del paragrafo 3 dello stesso articolo 26 che disciplina il diverso caso dell’obbligo di dichiarazione dell’origine dell’ingrediente primario.

Orbene, l’articolo 26 paragrafo 3 e il Regolamento 775/18 partono da un comune presupposto, ben diverso da quello del paragrafo 2 e cioè che il Paese di origine o il luogo di provenienza del prodotto sia indicato (*“quando il paese d’origine o il luogo di provenienza di un alimento è indicato attraverso qualunque mezzo”*, recita il citato art. 1 del Reg. 775/2018) ma non corrisponda a quello dell’ingrediente primario (da qui l’obbligo di fornire le informazioni previste circa l’origine dell’ingrediente primario).

Insomma, la nuova norma è ottenuta congiungendo due disposizioni comunitarie tra loro in qualche modo antitetiche e per questo motivo il comando del legislatore non risulta certo di adamantina chiarezza. Con il termine *“luogo di provenienza”* il legislatore intendeva comprendere anche il *“Paese di origine”*? Se si tratta d’indicare con precisione il Paese di origine o il luogo di provenienza nel caso in cui venga evocato un diverso Paese di origine o luogo di provenienza, la norma apparentemente non sembra aggiungere molto all’obbligo descritto all’articolo 26 del Regolamento 1169/2011 citato in precedenza. In realtà, a ben vedere, una sottile differenza esiste: la norma comunitaria impone d’indicare l’origine solo nel caso in cui l’evocazione del diverso Paese di origine o luogo di provenienza sia fonte di possibile errore per il

consumatore, mentre la norma italiana *“cancella”* questa condizione prevista dal legislatore comunitario, dando sempre per scontato il possibile errore.

Non meno oscura è la disposizione che segue:

“La difformità fra il Paese di origine o il luogo di provenienza reale dell’alimento e quello evocato dall’apposizione di informazioni di cui al predetto articolo 1 del regolamento (UE) 2018/775, anche qualora risultino ottemperate le disposizioni dell’articolo 26, paragrafo 3, del regolamento (UE) n. 1169/2011, si configura quale violazione di cui all’articolo 7 del medesimo regolamento (UE) n. 1169/2011, in materia di pratiche leali d’informazione.”

Quindi, se *“il Paese d’origine o il luogo di provenienza di un alimento è indicato attraverso qualunque mezzo, come diciture, illustrazioni, simboli o termini che si riferiscono a luoghi o zone geografiche”* (Reg. 775/2018, art. 1) ma non corrisponde al Paese di origine o luogo di provenienza *“reale”*, si ha ingannevolezza, anche se è dichiarata l’origine dell’ingrediente primario.

Tutto sta ad intendersi sul significato del termine inconsueto (*“reale”*) impiegato dal legislatore. Se la norma si limita a stabilire che è ingannevole l’aver evocato una origine o una provenienza che poi si rivela diversa da quella effettiva, non vi sarebbe nulla d’innovativo.

Per concludere, assai peculiare è il nuovo testo del comma 12, che riguarda l’entrata in vigore delle nuove norme:

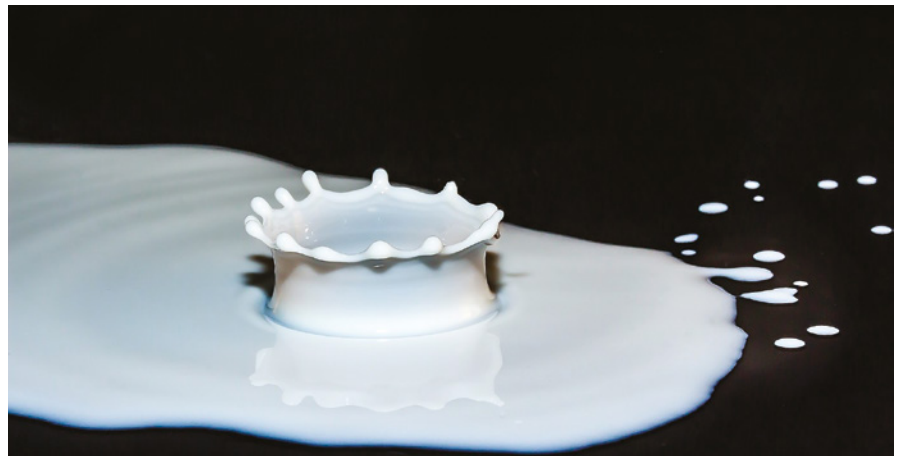
Le disposizioni del presente articolo entrano in vigore tre mesi dopo la data della notifica di cui al paragrafo 1 dell’articolo 45 del regolamento (UE) n. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 25 ottobre 2011, di cui è data comunicazione con pubblicazione nel-

la Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana.

Si nota la mancanza di una esplicita disposizione transitoria che consenta di commercializzare i prodotti che siano stati etichettati prima della data di entrata in vigore della norma.

Inoltre, l'entrata in vigore è ricollegata alla notifica alla Commissione, anche se è ovvio che il Decreto non potrebbe certo dispiegare i suoi effetti in caso di parere sfavorevole.

Considerando i tempi necessari per adeguare le etichette, le imprese sono lasciate in una situazione assai precaria: avendo avuto notizia della avvenuta notifica, infatti, non potranno aspettare l'esito dell'iter



comunitario in tranquillità: novanta giorni trascorrono velocemente. In realtà sarebbe quanto mai opportuno per gli operatori che l'evoluzio-

ne delle norme in tema di etichettatura avvenisse in modo chiaro e ordinato, possibilmente in sede comunitaria.



LEBEN INGREDIENTS



CONCENTRATI E SEMILAVORATI DI FRUTTA E VERDURA FRESCA DI ALTA QUALITÀ

Forniamo tutti i tipi di **concentrati di succo, puree di frutta e verdura, filling, oli essenziali, polpe, sciroppi e miscele personalizzate** per i nostri clienti.

Offriamo servizi e prodotti su misura realizzati con i derivati della frutta e della verdura fresca per la creazione di **succhi e bevande, liquori, gelati, dairy, prodotti da forno, birre e acque minerali aromatizzate.**



LEBEN INGREDIENTS srl - Via G. Verdi, 17 - Settimo Milanese (MI) - Italy
ph +39 02 45391430 - www.lebeningredients.com - info@lebeningredients.com



A cura di
Manila Bianchi e Lucia Decastelli
Istituto Zooprofilattico
Sperimentale del Piemonte,
Liguria e Valle D'Aosta - Torino

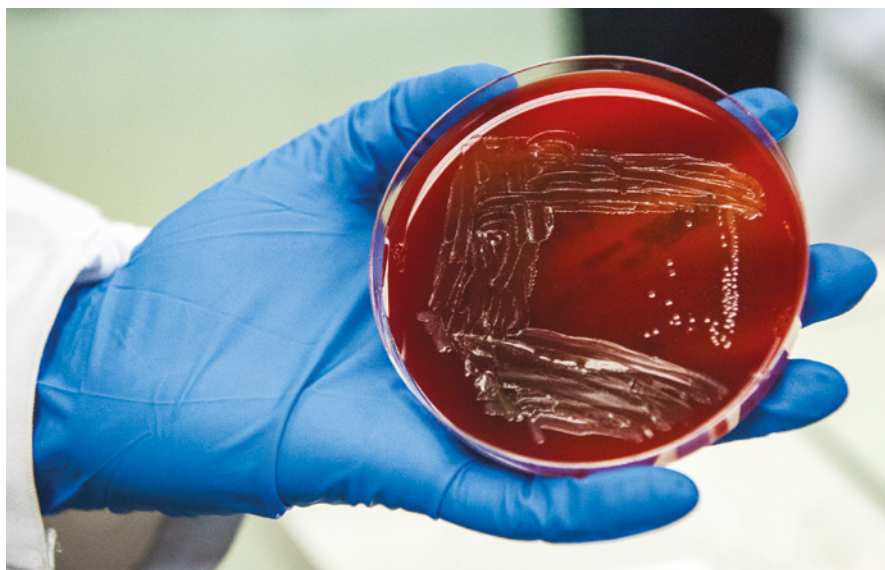
Classificare e caratterizzare i batteri: dalla microbiologia classica alle tecniche di sequenziamento genomico

I batteri sono la forma di vita più numerosa sulla Terra: si stima che possano essere 5000 miliardi di miliardi di miliardi (5×10^{30}) e rappresentano la forma di vita più antica. Ben presto l'uomo ha iniziato a sfruttare le loro capaci-

tà metaboliche in campo alimentare si pensi ad esempio alla panificazione, alla vinificazione ad opera dei saccaromiceti o ai batteri lattici utilizzati nella produzione di formaggi, latticini e yogurt. Nonostante questo intenso e consolida-

to utilizzo, gli scienziati hanno iniziato a classificare e caratterizzare i batteri solo tre secoli fa.

Alla fine del XIX secolo si è assistito al grande sviluppo della microbiologia con la messa a punto della tecnica delle colture pure e l'introduzione del concetto di ecologia microbica. Il punto di partenza per lo studio, la ricerca e l'identificazione batterica rimane sempre l'isolamento, la coltura e il mantenimento delle cellule batteriche. Lo studio morfologico, biochimico e sierologico per l'identificazione batterica dev'essere effettuato su colonie pure, cioè una popolazione di cellule che deriva da una singola cellula batterica; tali colonie possono essere ottenute mediante la tecnica dello striscio su piastre di terreno solido che contengono tutte le sostanze nutritive di cui il microorganismo ha bisogno. Nella microbiologia tradizionale i terreni sono suddivisi in: 1) terreni di base, che con-



sentono la crescita e lo sviluppo di molte specie batteriche; 2) terreni elettivi, che consentono la crescita di specie microbiche esigenti da un punto di vista nutritivo; 3) terreni selettivi, che favoriscono la crescita di determinate specie batteriche grazie alla presenza di sostanze inibenti per altre specie; 4) terreni differenziali, che permettono di distinguere fra diversi gruppi di batteri e infine 5) terreni di arricchimento, che consentono di aumentare la carica della specie batterica d'interesse rallentando la crescita di eventuali specie batteriche contaminanti. L'identificazione batterica inizia con l'isolamento, per poi procedere con le fasi preliminari, quali le colorazioni di Gram, per mettere in evidenza le diverse composizioni della parete batterica e i saggi biochimici per evidenziare le caratteristiche metaboliche riguardanti le capacità di utilizzo di determinate fonti di energia, di composti azotati, la fermentazione dei carboidrati e la sensibilità a determinate sostanze antimicrobiche. Questo approccio iniziale, basato su caratteristiche fenotipiche, permette sicuramente una prima identificazione, ma non necessariamente esaustiva. Negli ultimi vent'anni, sono stati sviluppati metodi basati sulla biologia molecolare e il metodo di elezione è basato sulla rilevazione di tratti specifici di DNA mediante la Reazione a Catena della Polimerasi (PCR), che ha applicazioni nei campi più svariati, che vanno dalla diagnostica di malattie infettive e genetiche, al controllo della contaminazione degli alimenti. Tale tecnica, grazie alla possibilità di amplificare sequenze specifiche, ha permesso di sviluppare saggi specifici per la tipizzazione dei microrganismi d'interesse o la ricerca di geni che conferiscano caratteristiche di virulenza e infettività ai microrganismi

analizzati. Nell'ultimo decennio, lo sviluppo di tecniche di sequenziamento del DNA chiamate "Next Generation Sequencing" (NGS) hanno cambiato profondamente la ricerca in campo biologico e consentito di approfondire notevolmente gli studi relativi al genoma dei microrganismi: infatti, la tecnologia NGS consente il sequenziamento parallelo di milioni di molecole di DNA amplificate in modo clonale, rappresentando un cambiamento radicale rispetto ai metodi di sequenziamento tradizionali. La possibilità di sequenziare

zioni filogenetiche tra microrganismi isolati in momenti e situazioni differenti.

Ma perché è così importante identificare e caratterizzare i microrganismi? Ogni alimento possiede una sua microflora, che è dipendente dalle materie prime e dall'ambiente in cui esse vengono prodotte, ma che può anche derivare da microrganismi contaminanti derivanti dalle fasi di trasformazione, conservazione e preparazione dell'alimento stesso. L'analisi microbiologica degli alimenti e la caratterizzazione della microflora è utile per stabilire la pre-



frammenti genomici di dimensioni che possono variare da centinaia di milioni a miliardi di paia di basi in un'unica seduta analitica fornisce un importante strumento per la caratterizzazione dei genomi batterici e il confronto di genomi di organismi isolati in diversi campioni. La possibilità di sequenziare e assemblare l'intero genoma di microrganismi attraverso l'utilizzo dell'NGS ha fatto sì che questa metodica sia stata identificata come lo strumento definitivo di caratterizzazione: una volta ottenuta la sequenza del genoma, diventa semplice ricercare geni d'interesse o confrontare interi genomi per evidenziare correla-

senza e la quantità di specifiche popolazioni microbiche o di uno specifico microrganismo, definirne la sua origine o persistenza, le sue capacità metaboliche o, anche, il suo potenziale patogeno. In relazione a questa ultima caratteristica, le tecniche di caratterizzazione e genotipizzazione sono di fondamentale importanza per i laboratori ufficiali e per le autorità competenti al fine di effettuare un'indagine il più possibile rapida e precisa per determinare quali siano i microrganismi e gli alimenti coinvolti, in modo da mettere in atto misure contenitive e preventive per evitare che tali episodi si ripetano.

L'etica nel Food Design

I valori sono le basi sulle quali si fondano tutte le civiltà; tuttavia, non vi è nulla di più concettuale e intangibile di un valore in quanto tale o di una scala di valori che stabiliscono se una scelta è etica o no, se non si basa su criteri scientifici.

In campo alimentare l'aspetto etico delle azioni poste in essere per produrre un cibo assumono un valore più alto di altri settori, in quanto riguardano in maniera molto stretta la responsabilità verso la salute delle persone. Dato che siamo quello che mangiamo, l'etica nella progettazione alimentare conta ancor più che in ogni altro comparto del design.

Partiamo quindi dall'etimologia per capire come arrivare a un decalogo di principi etici da seguire nel momento in cui ci si accinge a progettare un alimento.

Etica

Secondo Aristotele, l'etica è quella branca della filosofia che studia la condotta degli esseri umani e i criteri in base ai quali si valu-

tano i comportamenti e le scelte. Le riflessioni sull'etica, e quindi verso l'uomo e il suo agire, hanno origini molto antiche e, per quanto riguarda l'occidente, è possibile affermare che i primi a farne vero e proprio oggetto di riflessione filosofica furono Socrate, Platone e Aristotele, ma è con l'illuminismo, e, in particolare, con Immanuel Kant, che si tentò di definire i presupposti razionali dell'agire morale dell'uomo, richiamandosi alla necessità di un'etica svincolata da finalità esteriori e improntata su un rigoroso senso del dovere e del rispetto della libertà altrui.

L'etica sta nelle intenzioni di un'azione e la deontologia nel raggiungere l'obiettivo attraverso quell'azione.

Tornando al progetto per capire come l'etica ne possa essere parte rilevante, si può definire che un processo progettuale è fatto di scelte e decisioni prese dal designer e dal produttore durante il suo sviluppo per arrivare al prodotto.

Poiché il progetto è un processo di pianificazione che prescin-

de dal comportamento, queste riportano alla consapevolezza delle responsabilità che le scelte effettuate e le relative decisioni siano veramente state prese per creare un reale beneficio alla persona e all'ambiente.

Design

Per l'ADI (Associazione per il Disegno Industriale) il Design è la progettazione culturalmente consapevole, l'interfaccia tra la domanda individuale e collettiva della società e l'offerta dei produttori. Interviene nella progettazione di prodotti, servizi, comunicazione visiva, imballaggio, architettura d'interni, nella progettazione ambientale e dal 2006 anche nell'alimentazione.

Il design è un sistema che mette in rapporto la produzione con gli utenti occupandosi di ricerca, innovazione e ingegnerizzazione per fornire funzionalità, valore sociale, significato culturale ai beni e ai servizi distribuiti sul mercato.

Il termine design è sintetizzabile nell'insieme delle azioni, elaborati e

disegni tecnici necessari per arrivare a produrre una forma che soddisfi un'esigenza: riassumibile nel termine progetto. Il processo si esprime in tre principali fasi: 1) osservazione, 2) analisi e 3) proposta. Il design è anche un atto primordiale di condivisione volta a offrire un contributo alla comunità attraverso l'ingegno individuale.

Fare Design = Progettare: dare forma a un'esigenza soddisfacendo un bisogno per creare benessere per la persona, anche attraverso prodotti e interfacce che migliorino l'efficacia di un'azione dell'essere umano.

L'etica del progetto è composta di scelte consapevoli e decisioni responsabili.

Food Design

Il Design diventa Food Design quando incontrando la piramide dei bisogni di Maslow si occupa di risolvere quelli primari fisiologici, specificatamente l'alimentazione e l'omeostasi.

Alla base della piramide di Maslow, infatti, vi sono i bisogni Fisiologici: Respiro, Alimentazione, Sesso, Sonno, Omeostasi.

L'alimentazione si completa in nutrimento, socializzazione e piacere. L'omeostasi è la tendenza naturale al raggiungimento di una relativa stabilità interna che corrisponde al benessere: e qui ritorna lo scopo primario del design.

Etica nel Food Design

Si parla di Etica nel Food Design quando il progetto alimentare assume alti valori e nobili principi. Comportamento e condotta morale del progettista e dell'azienda nella consapevolezza delle scelte etiche in rapporto all'atto alimentare sono

alla base del progetto e ne guidano le scelte e le decisioni.

Significa mettere in evidenza e valutare l'impatto etico prodotto da scelte e decisioni operate da progettisti e imprese in ambito alimentare volte alla creazione di valori.

Il Food Design si occupa di comprendere le modalità più efficaci per fornire soluzioni contestualizzate alle diverse circostanze e approcci, nei diversi ambienti e situazioni di consumo degli alimenti, attraverso interfacce che spesso coincidono nello stesso alimento. Il Food Design etico si pone l'obiettivo di ponderare il valore morale delle scelte progettuali adottate nel percorso che porta a dare forma all'esigenza in campo alimentare, che si tratti di nutrimento, socializzazione o piacere.

Ecco quindi un decalogo di criteri/valori estratti dal premio *Ethical Food Design* che danno una traccia degli elementi di cui tenere conto durante la progettazione alimentare per fare in modo che valori, principi e consapevolezza di scelte e decisioni siano allineati alla valutazione del comportamento e dell'impatto generato con la proposta al pubblico di un prodotto e di un servizio.

1) SOCIAL RESPONSABILITY:

misura l'impatto che le scelte e le decisioni hanno sulla società e sul benessere degli individui che la compongono, anche in termini di dipendenti impegnati all'interno dell'impresa, come gli addetti alla produzione. Misura anche il contributo e il valore che il prodotto o l'azienda offrono alla società.



Antropologia del design: la selce e le lance dei primi uomini che hanno dato forma a un'esigenza.

2) TRACCIABILITÀ DI FILIERA:

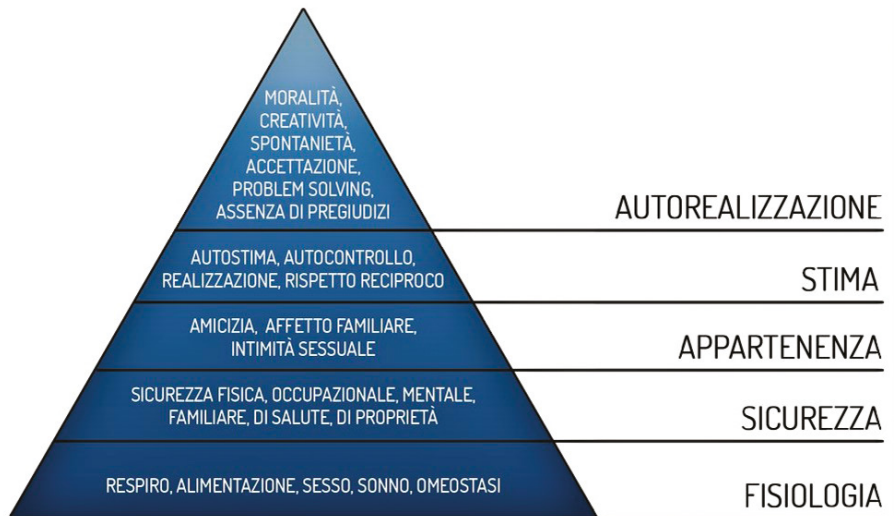
vari legislatori nel passato hanno valorizzato questo aspetto, garantendo a chi consuma un alimento delle informazioni certe su origine e passaggi che lo stesso ha subito durante le sue lavorazioni.

3) SOSTENIBILITÀ DI PROCESSO:

garantisce che in ogni fase del processo di produzione siano stati attuati tutti i criteri che rendono il prodotto sostenibile, valutando quanto un processo possa essere mantenuto a un certo livello e quanto rientri nell'ottica di economia circolare. Misura anche il grado di sviluppo sostenibile legato alle azioni che stanno dietro a tutta la filiera che produce gli ingredienti necessari alla produzione dell'alimento, compreso l'impatto tecnologico.

4) **CRUELTY FREE:** dalle uova prodotte da galline allevate a terra, al tipo di allevamento intensivo adottato come scelta da chi produce; questo aspetto richiede chiarezza nei confronti dello sfruttamento di animali o, peggio, esseri umani. Non è accettabile trarre beneficio attraverso la sofferenza di altri esseri viventi. Questo punto non vuole essere una scelta di parte vegan o no, ma vuole significare, ad esempio, che nel caso di macellazione di animali, devono essere adottati tutti gli accorgimenti affinché l'animale non abbia sofferto fino al momento della sua morte.

5) **RISPETTO DELL'IDENTITÀ E DELLA BIODIVERSITÀ:** cultura e territorio sono gli elementi che fanno sì che la biodiversità possa essere un valore. L'identità e la caratterizzazione di una sottospecie sono ciò che ci



La piramide di Maslow.

fa godere delle differenze tra un prodotto e un altro.

6) ATTENZIONE ALLA CULTURA, AL TERRITORIO E ALL'AMBIENTE:

in questo caso cultura e territorio come elementi da usare a tutela dell'ambiente, dell'ecosistema, adottando tutti gli accorgimenti possibili per impattare il più possibile vicino allo zero con le emissioni legate alla produzione.

7) SALUTE E SICUREZZA ALIMENTARE:

punto imprescindibile che può sembrare ovvio, ma che con tutti gli scandali emersi da quando esiste la produzione di alimenti è importante inserire tra quelli prioritari, perché ha stretta connessione con la salute delle persone. Chi produce alimenti lo dovrebbe fare con l'unico scopo di creare benessere per le persone, il profitto economico generato da questa attività è una logica conseguenza che non può mai controvertere i valori.

8) RIDUZIONE DELLO SPRECO:

non vi è nulla di più sacrilego per la società che sprecare risorse come il cibo o l'acqua che altri esseri umani in stato di difficoltà potrebbero consuma-

re. Anche in questo caso non vi sono aspetti politici di parte, si ammette anche il Luxury Food come concezione, ma non si può ammettere che un cibo prodotto attraverso gli sforzi di chi lo ha creato, venga disperso senza che abbia creato i giusti benefici alle persone.

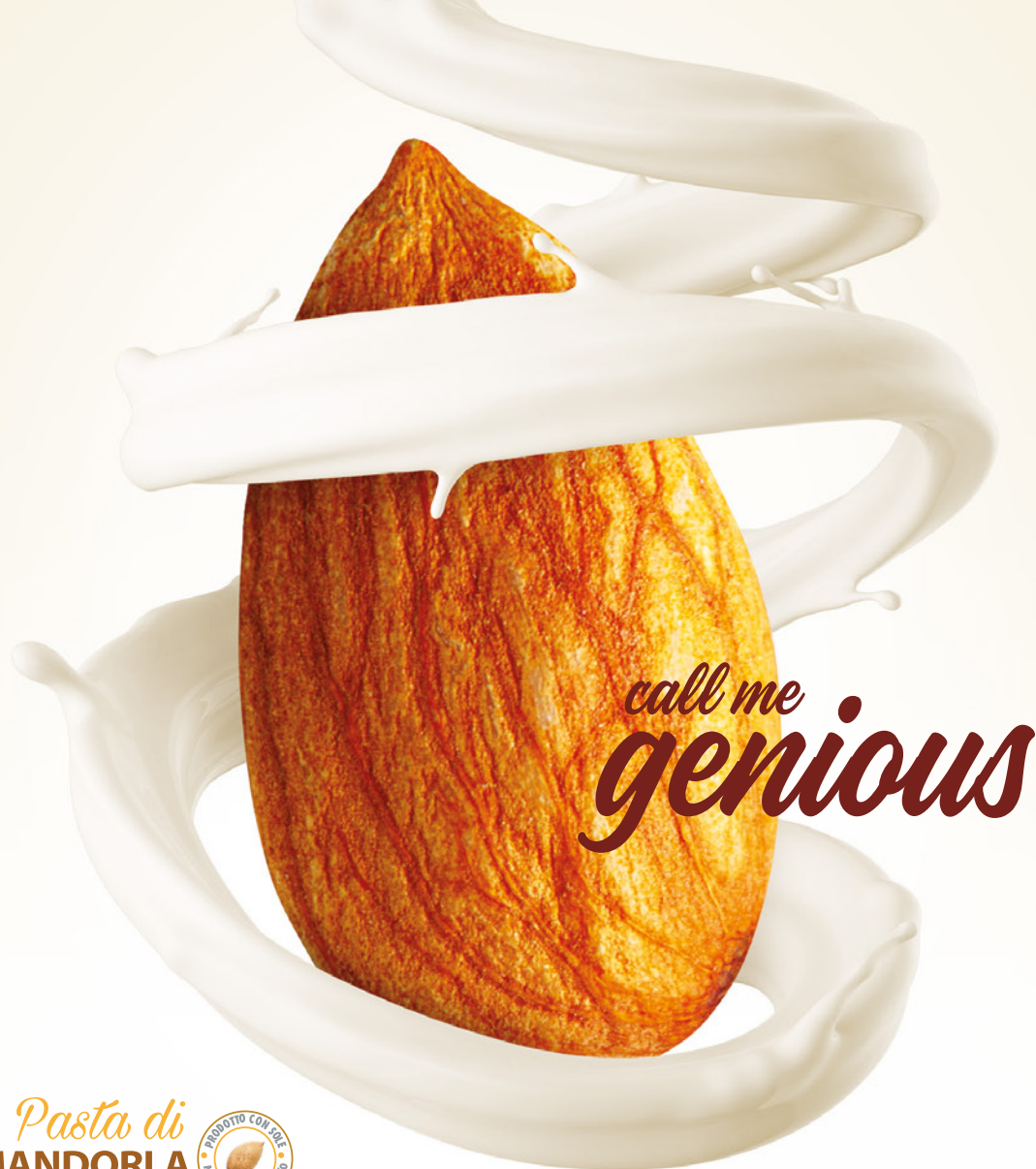
9) RICICLO E RECUPERO:

si misura l'impatto di un materiale scelto per contenere un alimento e il tipo di veicolazione che questo produrrà in tutto il suo ciclo di vita, anche dopo che l'alimento è stato consumato, misurandone l'impatto globale.

10) CONSAPEVOLEZZA DELLE SCELTE DI PROGETTO:

qui si valutano le intenzioni originarie che in modo consapevole sono state poste in essere per applicare le scelte del progetto.

In ultima analisi c'è da aggiungere un ultimo punto al decalogo che è la LA CONDIVISIONE, meglio ancora la capacità di un progettista di fare sistema e condividere informazioni e risultati di una ricerca con un gruppo in grado di aumentarne il valore, anche etico, per una società migliore che possa godere di maggior benessere.



*call me
genious*

Pasta di
MANDORLA
DEL VAL DI NOTO.



L'INGREDIENTE CHE RIVOLUZIONA IL CONCETTO DI PASTA DI MANDORLA.

Solo mandorle siciliane del Val di Noto trasformate in un ingrediente versatile dalla consistenza cremosa: facile da utilizzare, solubile e ricco di gusto e valori nutrizionali.

IDEALE PER PREPARARE:

- LATTE DI MANDORLA
- BEVANDE VEGETALI
- SMOOTHIE E YOGURT
- GELATI E GRANITE
- CREME SPALMABILI
- TORTE E BISCOTTI



SOLO PURA MANDORLA



100% VEGANO



SENZA GLUTINE



SENZA LATTOSIO



SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI



DI BARTOLO

QUALITY INGREDIENTS SINCE 1951

WWW.DIBARTOLOSRL.IT

tecniche culinarie

L'etica professionale in cucina

A cura di
Marco Di Lorenzi
Chef consulente food & beverage

L'etica professionale è la condotta che occorre seguire in ogni attività lavorativa e il suo significato racchiude il principio di quella

parte della filosofia dedicata alle relazioni interpersonali, con la distinzione di ciò che è bene e ciò che è male, e quello della professionalità,

che racchiude, invece, conoscenze, capacità ed esperienze in relazione al proprio operato. Quanto segue potrà sembrare scontato e banale, ma spesso la convivenza di numerose ore al giorno può essere un fattore critico.

L'etica professionale è quindi la giusta condotta che ogni addetto di cucina deve adottare durante l'attività lavorativa nei confronti dei propri colleghi, verso la clientela e l'azienda per cui lavora e che rappresenta. Per offrire un servizio migliore e un'immagine di qualità è necessario creare un ambiente armonioso e sereno: i rapporti in cucina devono essere improntati sulla lealtà e l'onestà, sul rispetto dei ruoli, ma altrettanto sulla capacità di comunicare e di collaborare soprattutto sulla disponibilità ad aiutarsi reciprocamente.

Ad esempio, una delle prime regole da seguire per chi lavora in cucina è la pulizia: un comportamento igienico-sanitario corretto e conforme alle vigenti normative euro-



pee è indispensabile per ogni operatore e riguarda non solo i locali di lavoro e le attrezzature, ma, in primo luogo, la propria persona. Il lavoro in cucina impone in questo ambito regole ben precise data la responsabilità che ogni operatore si assume verso clienti e colleghi, dovendo manipolare cibi che altri consumeranno.

Igiene personale significa avere cura di se stessi, lavarsi continuamente, tenere puliti e ordinati i capelli, che dovranno essere corti o raccolti e presentarsi con divisa e abbigliamento appropriati; evitare unghie e barba lunghe, un trucco eccessivo. Occorre avere uno stile di presentazione con giacca e pantaloni puliti e stirati, scarpe antinfortunistica, copricapo e grembiule, il tutto meglio se di colore bianco con il nome dell'addetto sulla giacca o sul grembiule di lavoro. Occorre rispettare questi parametri di presentazione a maggior ragione se ci si deve esporre in pubblico per show cooking.

La divisa, meglio se di cotone, va indossata solo durante l'orario di lavoro per evitare contaminazioni, il cappello o la cuffia raccolgono i capelli e ne evitano la caduta sugli alimenti; il grembiule, sempre bianco o poco appariscente, va annodato in vita e cambiato spesso come il torcione, lo strofinaccio di cotone usato per prendere pentole e teglie bollenti; pantaloni bianchi o quadrettati; calzature chiuse.

Altro elemento fondamentale è il comportamento di ciascun componente all'interno della brigata: il lavoro di cucina richiede rigore e regole rigide alle quali tutti dovrebbero attenersi e che possono essere riassunte in:

- puntualità, rispettare gli orari di lavoro, per correttezza nei con-

fronti dell'azienda e dei colleghi iniziando dallo Chef il quale è l'esempio da seguire, il primo ad arrivare e l'ultimo ad uscire dal laboratorio;

- precisione, esecuzione delle proprie mansioni per soddisfare al meglio il cliente, tempistiche di servizio, uscita delle portate,

ne per evitare che il rumore, seppure non eccessivo, ma costante, possa distogliere l'attenzione e infastidire l'operatore;

- umiltà e rispetto dei ruoli, riconoscere i propri limiti, assumersi le proprie responsabilità e adeguarsi con intelligenza e buon senso all'autorità dei superiori. Il



corretta procedura di cottura e di stoccaggio degli alimenti;

- pulizia, personale, materiale e d'immagine;
- concentrazione, per evitare errori e situazioni che potrebbero comportare rischi per la salute propria, di colleghi o di terzi, occorre rimanere concentrati sul luogo di lavoro, non ascoltare la musica o farlo a volume basso come sottofondo, non esagerare con la potenza dell'aspirazio-

responsabile del settore, lo Chef, se vuole rispetto, è necessario che sia il primo a dedicare attenzioni e cortesie ai suoi collaboratori;

- onestà, lealtà ed educazione nei confronti dei colleghi, del datore di lavoro e dei clienti. Occorre comunicare tra i settori, meglio se scritto attraverso ordini di servizio (ODS), soprattutto in cucina affinché il cibo abbia i suoi corretti processi

di lavorazione, cottura e stoccaggio: se viene tralasciato un procedimento, diciamo al responsabile il quale provvederà a ripristinare la corretta prassi lavorativa. L'educazione passa attraverso il tono della voce, pacato e mai arrogante o sgarbato, comunicare con cortesia, ove necessario, un lavoro male eseguito;

- collaborazione, lo spirito di gruppo è l'elemento più importante in brigata, la cui mancanza porta inevitabilmente a risultati scadenti, non continuativi e poco remunerativi in quanto ci saranno inevitabilmente sprechi e

avanzi per la mancanza di comunicazione tra le persone.

È necessario, infine, conoscere i propri limiti e le proprie qualità, imparare a gestire le reazioni emotive, cercando sempre di far prevalere la discussione e il confronto all'individualismo, perché solamente in questo modo si potranno sviluppare rapporti di collaborazione positivi.

Manualità e conoscenza delle tecniche necessarie alla professione devono essere accompagnate da una forte capacità di adattamento alle situazioni e alle difficoltà inaspettate che possono presentarsi quotidianamente.



Formazione costante e aggiornamento continuo sono ovviamente alla base di una crescita professionale a qualsiasi livello.

shop.chiriottieditori.com

Disponibile su App Store

CHIRIOTTI EDITORI



NatEnzyme Bakery Soft Salato

La particolare formulazione enzimatica di **NatEnzyme Bakery Soft Dolce** rallenta il naturale processo di retrogradazione degli amidi migliorando pertanto notevolmente la sofficià e la shelf life nei prodotti da forno lievitati dolci. La sua composizione permette di sostituire emulsionanti e lecitine, come E 471, E 481, E 322, ecc., con il vantaggio di avere etichetta pulita nel prodotto finito.

COADIUVANTE
TECNOLOGICO
ESENTE DA
ETICHETTATURA

La rubrica presenta le novità più interessanti a livello internazionale ed è frutto di una collaborazione esclusiva fra “Ingredienti Alimentari” e Mintel gnpd (global new products database), la più importante agenzia-osservatorio nel mercato mondiale dei prodotti di consumo.

Azienda: **SUNNY DELL FOODS**

Marchio: *Samantha's*

Prodotto: White Bean Portabella Chili

Paese: Stati Uniti

Packaging: Vasetto di vetro



Descrizione del prodotto

È disponibile sul mercato la salsa White Bean Portabella Chili a marchio Samantha's. Questo prodotto è ricco di gusto, versatile e può essere impiegato come ingrediente *gourmet*. Questo condimento vegano è privo di glutine, richiede solo il riscaldamento in fase di preparazione ed è venduto in vasetti da 16 once che riportano alcuni suggerimenti su come servirlo.

Ingredienti

Funghi, salsa di pomodoro (polpa di pomodori pelati, concentrato di pomodoro, sale), fagioli cannellini (fagioli cannellini, acqua, cloruro di calcio), cubettato di pomodoro (pomodoro, succo di pomodoro, cloruro di calcio, acido citrico), cipolla, acqua, chili in polvere gusto affumicato, sale, olio di colza, succo concentrato di carota, cumino, aglio in purea, funghi champignon essiccati, erbe aromatiche, spezie).

Azienda: **GREFUSA**

Marchio: *Snatt's*

Prodotto: Hummus Sticks with Basil & Parsley

Paese: Grecia

Packaging: confezione flessibile



Descrizione del prodotto

Gli Hummus Sticks with Basil & Parsley a marchio Snatt's sono snack dal gusto mediterraneo a base di farina integrale di ceci non fritti. Non contengono conservanti, coloranti, GMS né olio di palma. Questo prodotto, che non contiene glutine, è adatto ai vegani ed è venduto in confezioni da 85 g.

Ingredienti

Farina di riso, farina di ceci, olio di semi di girasole, sale, zucchero, destrosio, aromi, cipolla in polvere, basilico disidratato, aglio disidratato, prezzemolo disidratato, acido citrico come acidificante, pepe nero.

Azienda: **BARILLA**

Marchio: Barilla

Prodotto: Casarecce di ceci

Paese: Grecia

Packaging: cartoncino

Descrizione del prodotto

Le Casarecce di ceci della Barilla sono una pasta preparata al 100% con farina di ceci, ricca di proteine e di fibra. Questo prodotto, privo di glutine, richiede 7-9 minuti di ebollizione per una cottura "al dente" in grado di offrire un piacere prolungato. È venduta in confezioni da 250 g riciclabili.

Ingredienti

Farina di ceci.



Azienda: **RUIZ TORREÑO**

Marchio: Andres Gavino

Prodotto: Seville Orange Olive Oil

Torta Biscuits

Paese: Germania

Packaging: confezione flessibile

Descrizione del prodotto

I Seville Orange Olive Oil Torta Biscuits a marchio Andres Gavino sono biscotti tradizionali spagnoli preparati a mano con olio extra vergine di oliva e buccia di arancia amara. Ottenuti con ingredienti naturali al 100%, sono totalmente di origine vegetale e possono essere assaporati in abbinamento al caffè, alla cioccolata, al tè, allo yogurt, alla panna acida, al formaggio, alla frutta, al gelato, al vino, allo sherry; si tratta di uno snack ideale per qualsiasi ora del giorno. È adatto ai vegani, non contiene lattosio, conservanti o coloranti artificiali ed è venduto in pacchetti da 180 g contenenti 6 pezzi confezionati singolarmente.

Ingredienti

Farina di frumento, olio extra vergine di oliva, zucchero di canna, scorza d'arancia.

Azienda: **AEON**

Marchio: Topvalu

Prodotto: Broccoli Rice

Paese: Giappone

Packaging: confezione flessibile

Descrizione del prodotto

Alla gamma del marchio Topvalu è stato aggiunto Broccoli Rice, un prodotto che si prepara al microonde ottenuto con broccoli ridotti in piccoli pezzi della dimensione dei chicchi di riso in grado di sostituire quest'ultimo nella preparazione delle insalate di riso e dei risotti. Ogni porzione contiene 1/22 della quantità di zucchero presente nel riso e 4,2 g di fibra. Ogni confezione da 300 g riporta una ricetta.

Ingredienti

Broccoli.



Azienda: **WILKIN&SONS**

Marchio: Wilkin&Sons Tiptree

Prodotto: Buck's Fizz Cocktail

Conserva

Paese: Regno Unito

Packaging: Vasetto di vetro



Descrizione del prodotto

La Buck's Fizz Cocktail Conserve è una confettura spalmabile preparata con Champagne. È ottima sia sui toast che miscelata con il cocktail preferito per un tocco di brio in più. È venduta in vasetti da 227 g.

Ingredienti

Arancia: zucchero bianco, champagne, acido citrico.

Azienda: **HEALTH WARRIOR**

Marchio: Health Warrior

Prodotto: Blueberry Protein Mug Muffin

Paese: Stati Uniti

Packaging: barattolo di cartoncino



Descrizione del prodotto

È disponibile sul mercato Blueberry Protein Mug Muffin a marchio Health Warrior. Questo muffin proteico può essere preparato in soli 45 secondi aggiungendo semplicemente acqua e mescolando. È ottenuto miscelando superalimenti quali grani antichi, noci e semi, 12 g di proteine vegetali, soltanto 6 g di zucchero e rappresenta un'ottima fonte di fibra. Il muffin è certificato kosher ed è privo di OGM, derivati del latte, siero di latte, soia e glutine ed è venduto in confezioni da 6 barattoli da 2.01 once che possono essere messi direttamente in cottura a microonde.

Ingredienti

Farina di sorgo, proteine della fava, olio di semi di girasole, proteine dei semi di zucca, zucchero di canna, proteine di semi di lino, mirtilli essiccati, farina di mandorle, aroma naturale, farina di tapioca, pectina, bicarbonato di sodio, sale, limone in polvere, cannella, cremor tartaro, estratto di *Momordica grosvenorii* (Monk fruit).

Azienda: **GUANG'S FOOD**

Marchio: Guang's Goginger

Prodotto: Ginger Botanical Sparkling Beverage

Paese: Cina

Packaging: lattina



Descrizione del prodotto

La bevanda Ginger Botanical Sparkling

Beverage a marchio Guang's Goginger contiene almeno 5 g di zenzero fresco. Questo prodotto offre il gusto speziato dello zenzero abbinato al dolce della zolletta di zucchero. È venduto in confezioni da 12 lattine da 250 mL.

Ingredienti

Acqua, zucchero, zucchero in zollette, zenzero, maltodestrina, additivi (acido citrico, citrato di sodio, potassio sorbato, anidride carbonica).

Azienda: **COCA-COLA**
BOTTLERS

Marchio: Coca-Cola

Prodotto: Cola Flavoured
Sparkling Drink with Mandarin
Orange

Paese: Malesia

Packaging: lattina



Descrizione del prodotto

La Cola Flavoured Sparkling Drink with Mandarin Orange a marchio Coca-Cola ha una nuova veste grafica. La bevanda in edizione limitata, certificata, halal, ha lo stesso gusto della Coca Cola classica, ma con il 35% di zucchero in meno. È dolcificata con estratto di foglie di stevia e venduta in una lattina da 320 mL.

Ingredienti

Acqua gasata, zucchero bianco, colorante caramello, aromi. Acido fosforico, sodio benzoato, caffeina, steviol glicoside.

Azienda: **SEQUEL NATURAL**

Marchio: Vega Sport Recover

Prodotto: Chocolate Coconut
Protein Bar

Paese: Canada

Packaging: confezione flessibile

Descrizione del prodotto

Le barrette Chocolate Coconut Protein Bar a marchio Vega Sport Recover sono state riconfezionate in una nuova veste grafica. Questo prodotto, totalmente di origine vegetale, è privo di glutine e contiene 15 g di proteine, 2,5 g di aminoacidi ramificati, 2 g di glutamina e 1 g di omega 3 per il recupero dell'energia. È venduto in confezioni da 60 g che riportano i loghi della scelta consapevole per lo sport, no OGM e vegano.

Ingredienti

Miscela proteica completa (proteine di riso integrale biologico germogliato, sciroppo di tapioca biologico, sciroppo di riso integrale biologico, zucchero di canna biologico, datteri biologici, olio di guscio di palma, cacao in polvere, cioccolato amaro, noce di cocco essiccata, olio di *Plukenetia volubilis*, inulina (estratta da radice di cicoria), sciroppo d'agave biologico, aroma naturale di noce di cocco tostata, aroma naturale di vaniglia, lecitina di semi di girasole, estratto di vaniglia biologica.



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

**SE VUOI RIMANERE AGGIORNATO
SU TUTTE LE NOVITÀ DAL MONDO
CONSULTA IL NUOVO PORTALE**

www.foodexecutive.com



Vitafoods, un'edizione ancora in ascesa

Parte I

24.211 visitatori hanno partecipato all'edizione del Vitafoods Europe a Ginevra che si è svolta dal 7 al 9 maggio scorso, facendo registrare un +15% rispetto allo scorso anno.

Lo spazio occupato è cresciuto del 10% grazie alla filiera dei nutraceutici, dei nuovi ingredienti e dei prodotti finiti fino al confezionamento e alla produzione conto terzi.

Il Vitafoods Education Programme ha ospitato molti interventi di aziende ed esperti seguiti da 4.082 partecipanti.

Vitafoods Europe 2019, inoltre, è stato il primo evento organizzato da Informa a ottenere la certificazione ISO 20121 Event Sustainability Management System, uno standard sviluppato per aiutare ad avere fiducia nelle credenziali di sostenibilità di attività, prodotti e servizi inerenti l'evento. Questo riconoscimento è stato raggiunto grazie agli sforzi preventivi, nel periodo precedente la fiera; gli organizzatori hanno infatti esaminato insieme alle industrie cosa fosse richiesto per costruire un futuro più sostenibile attraverso una serie di incontri, tavole rotonde e seminari. Anche assicurare che le pratiche sostenibili fossero messe in pratica per ogni aspetto dell'evento, dalla programmazione al trasporto, era una priorità: l'evento è stato rifornito di energia rinnovabile e gli espositori sono stati invitati a non utilizzare materiali usa e getta.

La prossima edizione si terrà sempre a Ginevra dal 12 al 14 maggio 2020.



Alcune aziende focalizzate sulla “bellezza dall’interno”

Nel mercato cosmetico, uno dei settori più attivi è la nutricosmetica; Transparency Market Research prevede che il suo mercato globale cresca con un CAGR del 5% nel periodo 2017-2025 per raggiungere il valore di 7,93 miliardi di dollari



| ActivInside.

(5,13 miliardi di dollari nel 2016). A causa dell’invecchiamento della popolazione, l’Europa è il mercato leader con un valore di 1,65 miliardi di dollari.

Come più volte ribadito, i consumatori sono sempre più consapevoli della connessione tra bellezza e salute: per questo assumere nutrienti con un effetto benefico sull’organismo con un nutricosmetico può aiutare a mantenere in salute pelle, capelli e unghie.

L’Europa ha autorizzato claim salutistici riguardanti pelle e capelli per i seguenti ingredienti: biotina, rame, iodio, niacina, riboflavina, selenio, vitamina A e C e zinco.

A Ginevra diverse aziende hanno presentato i loro prototipi con ingredienti selezionati per produrre un effetto di bellezza.

ActivInside ha sviluppato SkinAx a base di estratti di vinaccioli biologici dell’uva utilizzata per la produzione dello Champagne con un contenuto garantito di flavanoli monomeri caratterizzati da elevata biodisponibilità e attività antiossidante ($\geq 75.000 \mu\text{mol TE/g}$). Questa formula anti-età è brevettata e in attesa dell’autorizzazione da parte dell’EFSA per i claim su circolazione e salute della pelle. È disponibile per diverse applicazioni, quali capsule, compresse, capsule molli e bevande pronte a una dose consi-

gliata di 150 mg/die. Non contiene nano-particelle, allergeni, glutine e OGM ed è certificato FSSC 22000, kosher e halal.

DolCas Biotech ha messo a punto Morikol, tripeptide di collagene marino standardizzato. È ottenuto con un processo brevettato che utilizza enzimi altamente specifici nella destrutturazione delle complesse componenti del collagene in unità tripeptidiche biodisponibili attive a una dose massima di 1 g/die. Il peso molecolare è di circa 1.500 Dalton, ha sapore e odore neutri, è solubile in acqua ed è privo di PCB, diossina e antibiotici, consentendo così un’etichetta pulita.

Novastell ha selezionato una nuova categoria di ingredienti attivi SBB-PE, estratti da **Puredia** dall’olivello spinoso raccolto esclusivamente in Tibet, in forma di olio o



| DolCas Biotech.



| Novastell.

polvere solubile in acqua, che possono essere utilizzati in bevande e integratori nutraceutici. L'olio spinoso è conosciuto per le sue proprietà idratanti grazie alla presenza dell'acido grasso omega-7, l'acido palmitoleico, importante costituente della frazione lipidica del-

la pelle. Inoltre, ha anche un'azione antinfiammatoria. Questi estratti sono certificati bio, kosher e halal e sono adatti anche alle diete vegetariane e vegane.

DCC ha messo a punto una bevanda di bellezza effervescente: gli ingredienti attivi sono 10 mg di li-

copene naturale estratto dai pomodori, 10 mg di beta-carotene naturale, 8 vitamine e 4 minerali il tutto aromatizzato all'arancia rossa e ananas. Insieme sono in grado di rassodare, bilanciare e dare alla pelle una naturale luminosità.

Partendo da collagene di origine marina ed estratto di melagrana, associati alle vitamine C ed E, biotina e zinco, DCC ha anche sviluppa-

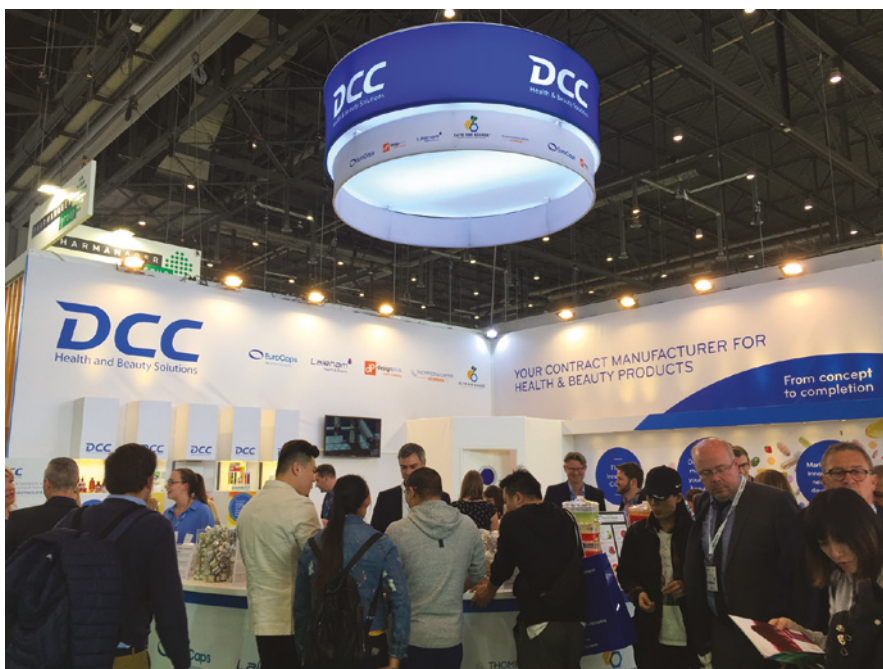


| Weishardt.

to un concetto in stick pronto all'uso con effetto anti-invecchiamento e rassodante per la pelle.

Weishardt ha presentato un prototipo contenente 5 g di peptidi di collagene di origine marina, Naticol, aromatizzato alla menta e limone. I peptidi di collagene Naticol sono in grado di contrastare gli effetti dell'invecchiamento della pelle. Studi clinici hanno dimostrato che un'assunzione giornaliera per 8 settimane sia in grado di rassodare la pelle e diminuire la profondità delle rughe con effetti positivi sulla disidratazione e sull'elasticità cutanea.

AstaReal fornisce la sola astaxantina naturale che ha un supporto di oltre 60 studi clinici, molti dei quali focalizzati sugli effetti sulla pelle. L'astaxantina naturale è l'antiossidante più potente conosciuto



| DCC.

e ha la capacità di ottimizzare la salute e l'aspetto della pelle, che risulta luminosa, proteggendola in tutti gli strati. Sono disponibili prodotti sfusi che consentono lo sviluppo di prodotti innovativi con il valore aggiunto antiossidante; inoltre, fornisce una gamma di formulazioni finite contenenti l'astaxantina sviluppate appositamente per diversi effetti benefici sulla salute.

Zeropollution di **Monteloeder** è multi-componente attivo a base di quattro estratti vegetali (lippia citriodora, olivo, rosmarino e sofora del Giappone) che agiscono in modo sinergico e complementare per proteggere e riparare i danni visibili sulla cute causati dall'inquina-



Monteloeder.

la secrezione seborea e protezione delle cellule dai raggi UV.

Mibelle Biochemistry ha formulato DracoBelle Nu, un estratto naturale, di alta qualità e sostenibile della melissa moldavica, liofilizzato con isomalto e caratterizzato da un elevato contenuto di glucuronidi

flavonoidi, quali l'apigenin-glucuronide e la luteolin-glucuronide. Con un meccanismo anti-età, stimola la riparazione del collagene nella pelle e studi clinici hanno dimostrato che a una dose giornaliera di 200 mg la pelle risulta più idratata, densa ed elastica.



AstaReal.

mento e amplificati dall'esposizione al sole. Gli effetti dimostrati *in vitro*, su cheratinociti e melanociti, *ex vivo*, su espianti di pelle umana, e con studi clinici su larga scala sono: aumento della resistenza allo stress ossidativo, riduzione della risposta infiammatoria, inibizione dell'attivazione del recettore idro-carbonarilico indotto dagli inquinanti, potenziamento dell'effetto barriera della pelle, controllo della melanogenesi, miglioramento dei segni dell'invecchiamento, riduzione del-



Mibelle Biochemistry.

Fonte di proteine e collagene per la salute delle ossa

I visitatori a Ginevra hanno potuto scoprire delle innovazioni presentate da **Prinova** tra le quali il brodo biologico realizzato con Omnibroth BBB Organic, un ingrediente a etichetta pulita ricco in proteine di collagene, aminoacidi e altri nutrienti, sviluppato da Essentia Protein Solutions.

Il prodotto aiuta a migliorare il senso di sazietà, la forza e la densità delle ossa, oltre alla perdita dei grassi in eccesso. È una base per brodi pronti e per zuppe ricche in nutrienti.

Allo stand si sono potuti anche scoprire i benefici dell'Active TR Natural Caffeine, un ingrediente micro-incapsulato da AnaBio Technologies, con benefici per gli atleti perché in grado di fornire un rilascio ritardato di diverse ore prevenendo problemi di sovradosaggio.

Allo stand erano disponibili caramelle gommose vegane senza zucchero per aumentare la capacità di concentrazione e i livelli di energia durante l'esercizio fisico.



Lo stand allestito in fiera (Prinova).

Proteine animali e vegetali

I prodotti ricchi in proteine non sono solo utilizzati come integrazione nell'allenamento, ma anche come sostegno dello stile di vita, spesso frenetico dei consumatori. Una ricerca di Markets and Markets ha previsto una crescita del mercato delle proteine del latte che dovrebbe raggiungere 15,8 miliardi di euro nel 2020, mentre un'altra ricerca prevede una crescita del mercato delle proteine vegetali fino ai 13 miliardi di euro nel 2022.

Kerry fornisce proteine intere, frazioni, idrolizzati di entrambe le origini dall'elevato valore nutrizionale o tecnico-funzionale con un profilo aromatico neutro, stabilità, solubilità e adattabilità ai processi produttivi.

Gli isolati proteici (MPI) e il concentrato (MPC) Ultrator, derivati da latte irlandese a bassa viscosità, contengono gli aminoacidi essenziali in grado di aiutare la gestione della massa muscolare e il controllo del peso e le proteine della caseina e del siero per un rilascio continuo di aminoacidi per mantenere il senso di sazietà. ProDiem è una soluzione di origine vegetale ottenuta dalla combinazione di proteine di pisello e riso; ProDiem Refresh è una proteina vegana senza allergeni a etichetta pulita sviluppata per le bevande a basso pH. È un idrolizzato di proteine di pisello solubile, stabile, con un sapore pulito e una texture leggera adatta anche alle acque limpide ricche in proteine.



Lo stand al Vitafoods (Kerry).

SALSE E SUGHI

PRODOTTI DA FORNO

TORTE E GELATI

MARMELLATE E CONFETTURE

BEVANDE E SUCCHI

YOGURT E DESSERT

CREME DOLCI E SALATE

CARAMELLE E DOLCIUMI



Siamo pronti ad assistervi in ogni campo della produzione alimentare con i nostri ingredienti naturali: stabilizzanti, addensanti, strutturanti e gelificanti anche biologici, agar agar, agar qsa, farine di semi di tara, di carrube e di guar anche depolimerizzati, gomma xanthan e di konjac, carragenine, pectine, gomma lacca per rivestimenti, gelatina istantanea.

G.T.C. srl - Via F. Primaticcio 164 - 20147 Milano - Tel. 02.48.37.01.42 - Fax 02.41.29.23.09 e-mail: info@agargtc.it - sito web: www.agargtc.com



Soluzioni di packaging con bio-plastiche

Bormioli Pharma, azienda indipendente da Bormioli Rocco dal 2017, a Ginevra presentava la nuova gamma di packaging *eco-friendly*.

La gamma di soluzioni sostenibili offerta per l'industria nutracutiva è molto ampia e si compone di proposte in bio-plastiche, plastiche riciclate e materiali compostabili.

Tra queste, un nuovo flacone in rPET, prodotto a partire da un PET 100% riciclato, adatto al contatto con alimenti, che presenta esattamente le stesse caratteristiche di un PET vergine: l'alta qualità del materiale lo rende trasformabile come un PET tradizionale, permettendo lo studio di soluzioni altamente personalizzate sulla base delle esigenze del cliente.

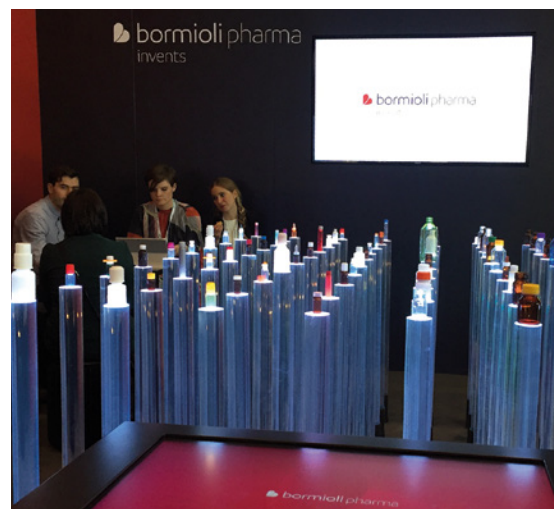
Inoltre, l'azienda propone anche altre soluzioni *eco-friendly*, quali i flaconi in Green PE - un materiale che proviene al 100% da fonti rinnovabili - i packaging in BioPET, prodotti con un 30% di materia prima proveniente da fonti rinnovabili, quale la canna da zucchero, e gli accessori di dosaggio in PLA, un materiale che, se conferito negli appositi centri di compostaggio, si biodegrada completamente in 60 giorni.

A tutte queste proposte si affiancano i flaconi in vetro, materiale sostenibile per eccellenza e infinitamente riciclabile.

Oltre alla nuova gamma di prodotti, Vitafoods è stata anche l'occasione per Bormioli Pharma per presentare il piano quinquennale in materia di responsabilità ambientale. Alcuni tra gli obiettivi del piano

sono: aumentare l'impiego di materiali riciclati dal 2 al 30%; sostituire i packaging usa e getta con soluzioni completamente biodegradabili; migliorare l'efficienza energetica delle nuove macchine per la produzione della plastica (-50%), degli impianti di illuminazione degli stabilimenti (-30%), e dei nuovi forni per la produzione del vetro (-20%).

L'azienda ha fatto della sostenibilità uno dei punti chiave del proprio programma d'innovazione - Bormioli Pharma Invents - che, a partire dai bisogni dell'utente finale, si propone di sviluppare soluzioni innovative, attraverso un modello aperto e distribuito, mettendo in relazione la funzione interna di ricerca e sviluppo con start



Alcune soluzioni esposte nello stand (Bormioli Pharma).

up, centri di ricerca e università. L'obiettivo di questo programma è creare un ambiente di sviluppo elastico, capace di generare nuovo valore e un dialogo positivo fra tutte le parti coinvolte.

Opercolatrici per il settore nutraceutico

Affrontando le problematiche tecniche che gli ingredienti nutraceutici sollevano, sia nelle fasi di dosaggio in capsula, che di confezionamento, **MG2** offre ai propri clienti una serie di risposte tecnologiche capaci di adattarsi alle specificità del mercato, con la presenza a catalogo sia di dosatrici a movimento continuo che a movimento alternato.

Le opercolatrici a movimento continuo con tecnologia a dosatore volumetrico sono capaci di operare una misura ottimale della maggior parte delle polveri e dei granuli nutraceutici disponibili sul mer-

cato. Grazie al movimento rotatorio continuo, infatti, il dosatore penetra nel letto di polvere non in verticale, ma angolarmente. Questo sistema risulta efficace nel garantire precisione e costanza nel dosaggio e garantisce una manipolazione delicata del prodotto, capace quindi di non alterarne proprietà e caratteristiche. MG2 dispone di differenti gruppi di dosaggio, per poter effettuare combinazioni di diversi prodotti (per esempio polvere, pellet, micro-compresse) all'interno della stessa capsula. Inoltre, consente la regolazione indipendente di diversi parametri, quali il volume



della camera di dosaggio, l'altezza dello strato del letto di polvere e la compressione esercitata nel prelievo della dosata. Soluzioni che permettono di adattarsi e combinarsi in maniera ottimale in base al prodotto nutraceutico da trattare.

Per prodotti che necessitano di forte compressione, MG2 offre, invece, una serie di macchine dosatrici a movimento alternato, con i modelli AlternA70N e AlterNova, basate sul principio di dosaggio con tamping pin, che prevede ripetute fasi di formazione della dosata per compressione.

L'opercolatrice modello MG Compact (MG2).

Per conto terzi

Solimè si è presentata a Ginevra come partner in grado di gestire ogni richiesta in modo personalizzato, con flessibilità produttiva, affidabilità e puntualità nelle consegne. Non solo prodotti e servizi, ma anche supporto tecnico e legislativo.

Dal 1975, l'azienda sviluppa prodotti fitoterapici e cosmetici

nel rispetto di tradizione e natura, risultato di costanti ricerche e innovazioni ispirate alla cultura del benessere e cura della persona.

Inoltre, garantisce risultati concreti ai suoi clienti del settore erboristico, alimentare, farmaceutico, veterinario e cosmetico.



Lo stand allestito in fiera (Solimè).

Ferro biodisponibile senza retrogusti



Lo stand Frutarom.

Come noto, il ferro è un elemento chiave per il nostro metabolismo, anche se la sua carenza è molto diffusa ed è per questo che trovare il giusto modo d'integrarlo con la dieta è una sfida tecnologica.

Frutarom Health ha presentato il ferro micro-incapsulato AB-Fortis, una formula nel quale il ferro è protetto e stabile grazie a uno strato biologico che impedisce il rilascio di ferro libero. Il risultato è l'eliminazione del sapore metallico, l'ossidazione o gli sgradevoli effetti collaterali gastro-intestinali. Ciascuna caramella gommosa al gusto d'uva, colorata con la carota nera, contiene 10 mg di AB-Fortis, cioè il 50% della dose giornaliera raccomandata per i bambini di età compresa tra 9 e 13 anni.

AB-Fortis è prodotto con un processo brevettato che fornisce un incapsulamento stabile con un contenuto in ferro attivo del 40% e si presenta come una fine polvere marrone.

Prototipi per la nutrizione degli sportivi

Kaneka ha presentato alcuni prototipi per la nutrizione degli sportivi a base del Coenzima Q10 Ubiquinol.

Ubiquinol Activ'Bar contiene, nella porzione da 25 g, 33 mg di questo ingrediente oltre a frutta ricca di fibre, quale aronia, banana e cacao. È stata sviluppata per fornire all'organismo una buona base per l'allenamento o per apportare quanto perso durante l'intensa attività, anche di resistenza.

Invece, il Ready to Recover Shot è un integratore liquido da 60 mL che contiene 150 mg di Ubiquinol, 10 mL di collagene marino idrolizzato, aminoacidi ed estratto di melissa.

Gli atleti possono assumerlo subito dopo lo sforzo fisico in quanto reintegra i livelli di ubiqui-



Lo stand allestito in fiera (Kaneka).

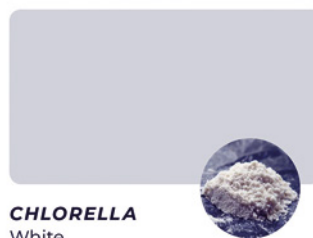
nolo e aiuta il recupero: infatti, il collagene sostiene il tessuto connettivo, mentre gli aminoacidi con-

tribuiscono alla salute di muscoli, ossa e legamenti e la melissa al rilassamento dopo l'allenamento.

Ceppi di clorella a basso contenuto di clorofilla

Algenuity ha lanciato la piattaforma, in attesa di brevetto, Chlorella Colours, approvata per il mercato alimentare europeo che soddisfa il settore vegano offrendo ingredienti ricchi in proteine, a base di cellule vegetali intere, sostenibili, naturali, senza glutine e OGM. Le migliorate qualità sensoriali fanno sì che siano ingredienti adatti per alimenti, bevande e integratori.

L'applicazione della *Chlorella vulgaris* nel settore alimentare è già consolidata, ma si possono riscontrare problemi per colore, sapore e odore intensi, associati all'elevato contenuto in clorofilla. Per questo i ceppi Chlorella Colours sono sta-



ti sviluppati per ridurre il contenuto di clorofilla, mantenendo i livelli diversi dei pigmenti naturali, quali luteina e altri carotenoidi, che portano a varietà di colore giallo, lime

e bianco, migliori dal punto di vista sensoriale.

Queste alternative sono altamente produttive in condizioni di crescita eterotrofica.

Peptidi di collagene solubili per sportivi

PB Leiner ha sviluppato diversi prototipi a base di peptidi di collagene Solugel abbinati a ingredienti selezionati, quali vitamine, per apportare benefici alla pelle, ossa e articolazioni, aiutare il recupero dopo sforzo e prevenire lesioni.

Solugel Sport gel contiene 10 g di peptidi di collagene Solugel, vitamina C, zinco e altri ingredienti attivi; Solugel Collagen water è preparata, invece, con 5 g di Solugel e acqua ed è aromatizzata al limone, lime e cetriolo; Solugel Fitness drink è a base di 10 g di Solugel, un mix standard di vitamine, succo di melagrana e mela.

Questi prodotti hanno come target adulti attivi e atleti professionisti che vogliono stare in buona salute.



Lo stand in fiera (PB Leiner).

Soluzioni per l'industria alimentare e nutraceutica



Una fase della produzione con Altex (AINIA).

AINIA, centro tecnologico con più di 25 anni di esperienza in ricerca, sviluppo e innovazione, ha presentato un impianto industriale per l'estrazione supercritica con CO₂ ad alta pressione, Altex, per ottenere prodotti naturali, salutistici e sostenibili, quali oli estratti da frutta secca a guscio, semi di chia, aglio, caffè, camomilla o pepe per essere utilizzati in prodotti nutraceutici e cosmetici; proteine vegetali e prodotti poveri in grassi, antiossidanti o pigmenti per l'industria alimentare; spezie ed erbe senza impurità o sapori sgradevoli, microbi e pesticidi.

L'impianto ha una capacità produttiva di 4.000 L in condizioni da subcritica fino a supercritica (350 bar); sono rispettate le GMP e sono anche disponibili le certificazioni Bio ed Eco.

Gelatina: importante fonte di proteine

Le proprietà multifunzionali della gelatina permettono a **Italgelatine** di essere presente con prodotti di primissima qualità in tutti i settori di utilizzo di questa preziosa materia prima, spaziando dall'alimentare al segmento di mercato legato a salute e benessere, con declinazioni importanti nel campo farmaceutico e nutraceutico.

Grazie a un team di lavoro tecnicamente esperto e altamente specializzato e di un settore R&D che sovrintende a ogni fase della lavorazione, dallo studio alla realizzazione del prodotto, Italgelatine è in grado d'incontrare i desideri del cliente e d'ideare le soluzioni più adatte alle sue esigenze.

L'ampia gamma di prodotti Gelatine Solutions comprende la realizzazione di miscele personalizzate (custom blends) e di polveri granulate (granulated).

Italgelatine è in grado di produrre ogni tipologia di pre-mix personalizzato, lavorato su ricetta personalizzata del cliente. Le soluzioni ingredientistiche e/o funzionali, messe a punto e testate dalla R&D, sono realizzate in un impianto produttivo dedicato, dove nascono i pre-mix dedicati al comparto food (dalle miscele funzionali e preparazioni aromatiche, ai pre-mix per migliorare sapore, qualità, shelf-life e texture) o al comparto nutraceutico.

Da sempre attenta all'innovazione, Italgelatine può sviluppare progetti personalizzati di gelatina granulata. Una nuova tecnologia che permette di poter inglobare in un granulo di gelatina altri elementi (quali vitamine, zuccheri, amidi, sali minerali e ingredienti funzionali e altro ancora), migliorandone la solubilità e ottimizzandone l'impiego.

Per il riempimento di lattine

GioCan, la nuova divisione bevande di **Enrico Giotti**, azienda leader, offre una vasta gamma di formati e soluzioni di lattine, utilizzando le tecnologie dell'ultima generazione.

Giotti entra così in un mercato in cui anche il packaging svolge un ruolo molto importante e grazie alla nuova linea di produzione, l'azienda può soddisfare le più svariate esigenze per ogni tipo di clientela, dalla GDO al cliente privato.

La linea di riempimento è in grado di realizzare prodotti piatti e/o gasati in tutti i formati di lattine attualmente presenti sul mercato: dal formato slim al formato tradizionale 330 mL regular, fino alla nuova lattina sleek nel formato da 330 mL, attualmente prodotta in Italia solo dalla Giotti, per conto terzi.

Sono in produzione soft drink, energy drink, prodotti funzionali, prodotti funzionali con estratti naturali, birra e vino.

Ingredienti naturali

Sochim International, con 30 anni di esperienza, offre la propria eccellenza nel mercato nutrizionale con una vasta gamma di ingredienti attivi per prodotti innovativi. Sono disponibili nutraceutici ed estratti vegetali da tutto il mondo; alghe e micro-alghe; estratti speciali di superfrutti e ortaggi; probiotici; aminoacidi e nutrienti micro-incapsulati; fibre; glucomannani e prebiotici; carotenoidi e acidi grassi essenziali; minerali; vitamine, vitamine micro-incapsulate e premix vitamine-minerali; proteine e peptidi idrolizzati; enzimi naturali; ingredienti per soluzioni alimentari.

PRODOTTI LIOFILIZZATI PER L'INDUSTRIA ALIMENTARE

Chemiferm, azienda del gruppo Probiotal, ha sviluppato liofilizzati di frutta, anche biologica, aromi, coloranti naturali da ortaggi, ingredienti culinari, quali l'aceto balsamico di Modena IGP o il nero di seppia, e prodotti innovativi, quali lo yogurt in polvere con colture starter vive ottenuto da latte 100% italiano e il kefir in polvere anch'esso ottenuto da latte di capra 100% italiano.

L'azienda ha due linee di liofilizzazione con una capacità produttiva giornaliera di 5 t di prodotto secco. Inoltre, l'area di miscelazione è in grado di lavorare lotti da un minimo di 100 kg fino a un massimo di 5.000 kg.

Produzione probiotici

Lo staff di **Farmaceutici Procemsa** segue i progetti del cliente dalla messa a punto di nuove formulazioni, metodiche analitiche e studi di stabilità, assistenza tecnico-scientifica e regolatoria, con aggiornamento continuo e applicazione integrale delle normative vigenti, all'allestimento completo di dossier progettazione prodotti, produzione lotti pilota, validazione dei processi industriali, rilascio certificazioni analitiche, chimico fisiche e microbiologiche sui prodotti finiti e assistenza logistica.

I reparti produttivi sono in continuo sviluppo; attualmente l'azienda offre servizi nella produzione di integratori alimentari, medical device e cosmetici.

Gli integratori alimentari a base di probiotici, sotto forma di polveri e granulati, sono prodotti e confezionati in un reparto dedicato e compartimentato, dove si svolgono le seguenti attività: dispensing dei componenti, miscelazione, ripartizione in unità di confezionamento finale in buste, stick e capsule. La scelta di Procemsa di dedicare un

reparto ai probiotici è stata dettata dalla necessità di porre la massima attenzione alla manipolazione di tali prodotti così sensibili alle condizioni ambientali.

Gli impianti di trattamento aria e le attrezzature sono ai massimi livelli degli standard del settore e garantiscono il rispetto delle vigenti normative in campo nutrizionale (HACCP e GMP for food supplement). E l'utilizzo anche di atmosfera inerte (azoto) per la ripartizione primaria, garantisce una migliore protezione del prodotto finito.

unigladingredienti.com

La qualità si riconosce dal primo assaggio.

ZUCCHERI, GLUCOSI, MALTODESTRINE, DESTROSI, FRUTTOSI E FIBRE PER UN GELATO CHE FA LA DIFFERENZA.

Uniglad Ingredienti,
dal 1992 al fianco
dell'industria alimentare.

Uniglad Ingredienti s.r.l.

Via dell'Artigianato, 13 • 12060 Grinzane Cavour (CN)
Tel. 0173 239511 • info@unigladingredienti.com

 **UNIGLAD**
Ingredienti

Zuccheri aggiunti: dalle puree di frutta la soluzione per rispettare l'etichettatura della FDA

La FDA ha introdotto le nuove regole di etichettatura nel 2016 e la data di entrata in vigore, il 1° gennaio 2020, si sta avvicinando. Utilizzando succhi di frutta in polvere o concentrati, i produttori e i marchi dovranno riportare la dicitura "zuccheri aggiunti", oltre agli zuccheri totali standard, nella tabella nutrizionale. Pertanto, le aziende sono costrette a ripensare come formulare i loro prodotti per evitare la percezione negativa associata agli zuccheri aggiunti.

Una soluzione semplice sono le puree di frutta, secondo **Welch's Global Ingredients Group**; le puree, infatti, non sono comprese nella definizione di zuccheri aggiunti e gli zuccheri naturalmente presenti nelle puree possono essere inclusi negli zuccheri totali. Le puree di frutta apportano una dolcezza naturale, ma il loro contenuto zuccherino non è considerato aggiunto dalla FDA; questo significa che offrono una buona opzione a chi preferisce che nella tabella nutrizionale dei propri prodotti non compaia la voce "zuccheri aggiunti".

Welch's fornisce puree di uva Concord, viola, e Niagara, dorata, prodotte entrambe con uve coltivate negli Stati Uniti. Sono biologiche, senza glutine e OGM; sono adatte per una vasta gamma di applicazioni, quali dolci, prodotti da forno, snack, salse, cereali e alimenti per la prima infanzia.



Amidi a etichetta pulita

Per aiutare a rispondere alla richiesta di etichette più semplici e ingredienti familiari per prodotti culinari, **Cargill** continua a sviluppare le proprietà funzionali degli amidi, mettendo a punto due amidi cerosi a base di mais adatti anche per i prodotti derivati del latte: SimPure 99400 e 99405. Trovano applicazione in zuppe, salse conservate a temperatura ambiente e forniscono stabilità, attraverso la pastorizzazione, ai dessert a base latte.

Il portfolio di amidi funzionali a etichetta pulita SimPure è stato lanciato da Cargill nel 2017 per sostituire gli amidi modificati nei pasti



Creosità di un dessert a cucchiaio grazie agli amidi SimPure (Cargill).

surgelati e nelle carni cotte a bassa temperatura. Da allora sono state aggiunte otto referenze.

Sorprese per l'industria dei dolci e degli snack

Bösch Boden Spies, che ha iniziato a collaborare con **Ocean Spray** per lanciare il mirtillo rosso sul mercato europeo all'inizio degli anni '90, sta ora distribuendo i Crunchy Cranberries (vedi Ingredienti alimentari, n. 101, nov-dic 2018, pag. 35).

I Crunchy Cranberries sono stati messi a punto da Ocean Spray, che cercava un nuovo modo per proporre uno spuntino: la variante croccante apre infatti a possibilità completamente nuove di lavorazione e a consistenze innovative per i produttori di dolci e snack e rappresentano anche la risposta perfetta alla croccantezza. Le noci utilizzate negli snack dolci sono più popolari che mai e i Crunchy Cranberries sono altrettanto croccanti. Il segreto risiede nel processo di essiccazione, una sorta di "cottura al forno delicata", che preserva il più possibile le sostanze preziose del frutto, quali pro-antocianidine, acidi fenolici e acidi organici, così come il colore acceso. Ciò garantisce una consistenza particolarmente croccante che dura fino a 15 mesi. I Crunchy Cranberries mantengono la loro forma arrotondata di bacca anche dopo il processo di essiccazione e sono particolarmente adatti per le coperture al cioccolato. Contrariamente ai mirtilli rossi normalmente dolcificati ed essiccati, la versione croccante è molto stabile

a livello meccanico e non tende a diventare polvere, a rompersi o ad attaccarsi durante la lavorazione.

Il contenuto di zuccheri e calorie è decisamente più basso rispetto a quello dei mirtilli rossi essiccati in modo convenzionale. La densità apparente varia da 200 a 300 grammi per litro, con un contenuto di umidità di circa il 3%. Poiché sono meno igroscopici rispetto alla frutta secca congelata, oltre al settore del cioccolato, sono anche interessanti per snack, muesli e combinazioni di frutta e noci arrostiti. Mangiati soli, sono un'alternativa alle patatine e ad altri snack.

Tendenze e successo dei nuovi prodotti

La tendenza riguardante gli snack sta avendo un vero slancio in avanti, afferma Tim Richardsen, team leader dell'area vendite del Nord Europa di Bösch Boden Spies. La nutrizione attenta, spinta dai media, è diventata una sorta di religione, soprattutto nei Paesi con popolazioni ben istruite: come mi nutro? Da dove arrivano i prodotti? Come posso alimentarmi in modo veloce e, allo stesso tempo, apprezzare ciò che mangio? Queste sono tutte domande che, in questo momento, stanno ponendo una vera e propria sfida al settore dei dolci e de-



gli snack. Spesso si tratta di ridurre lo zucchero, ma c'è anche pressione per il reperimento del cacao da fonti sostenibili e la considerazione dei diritti delle persone e delle condizioni di lavoro nelle zone di produzione, così come dell'ambiente.

Infatti, continua Kay Schumacher, team manager dell'area product application & development, i criteri, che in futuro saranno sempre più determinanti per il successo di un prodotto dolce o di uno snack, sono trasparenza e sostenibilità, in relazione al fatto che i clienti vogliono conoscere ciò che acquistano. La riduzione di zucchero giocherà un ruolo sempre maggiore in dolci e snack, ma anche le consistenze. Per molto tempo prodotti vegani, senza lattosio o senza glutine non hanno avuto alcun ruolo nei mercati di massa dei dolci e snack. Queste tematiche hanno raggiunto questi ultimi settori a partire dai prodotti da forno e dall'industria casearia, offrendo ai produttori grandi opportunità perché porta a una vasta gamma costituita da numerosi prodotti di alta qualità.

Nonostante la digitalizzazione guidi i consumatori, la maggior parte delle tendenze continuano a diffondersi attraverso percorsi tradizionali: prima gli Stati Uniti, poi l'Inghilterra, infine l'Europa più conservativa. Un recente esempio è dato dai prodotti con pezzi interi di cioccolato, noti nei Paesi di lingua inglese da 10 anni e nel nostro da circa tre.



Gusto e innovazione

AromataGroup, punto di riferimento per la produzione di estratti aromatici di piante ed erbe, aromi e coloranti utilizzati nelle industrie del food & beverage e la cosmetica,



Cocktail con pompelmo aromatizzato al rosmarino (AromataGroup).

si presenta sul mercato con proposte esclusive.

Nel settore beverage è stata sviluppata una vasta gamma di aromi utilizzati nella produzione di Vermouth conosciuti in tutto il mondo. Attualmente, il reparto R&D sta mettendo a punto diverse varianti con note erbacee, agrumate, come il pompelmo e l'arancio e fruttate per caratterizzare il Gin.

Un altro progetto interessante è l'aroma sambuco, fiore fresco utilizzato nell'industria delle bevande per la creazione dell'omonimo liquore, prodotto dal gusto dolce, fiorito e leggermente fruttato. È, inoltre, uno dei principali ingredienti del cocktail Hugo e si presta in maniera eccellente all'applicazione in altri cocktail a base di frutta dolce, oltre che in abbinamento a gin, zenzero e spumante. Non da meno, questa nota può sicuramente essere applicata anche al settore dei gelati e dello yogurt, avendo un gusto semplice adatto a tutti.

Al completamento della creazione di nuovi gusti, inoltre, vengono eseguite prove di applicazione sulla bevanda finita e ne viene tracciato il profilo aromatico. Parallelamente, con la business unit **Fiorio Colori** sono sviluppati colori naturali realizzati partendo da materie prime estratte da fonti di origine naturale quali piante, frutta, verdura e minerali selezionati al meglio delle loro caratteristiche. L'unione del mondo degli aromi e dei colori consente di proporre soluzioni complete sempre allineate con i trend di mercato.

Ingredienti salutistici e buoni

Goodmills Innovation, in occasione di Snackex a Barcellona, ha presentato due farine integrali innovative, Snow Wheat e Snow Spelt, di colore chiaro e sapore delicato, senza glutine e soia. Per queste farine, l'azienda utilizza varietà



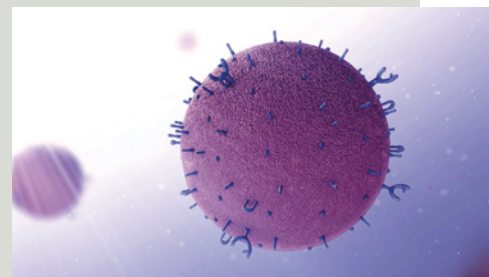
Esempio di pane per hamburger realizzato con Snow Wheat (GoodMills Innovation).

particolarmente chiare i cui chicchi sono macinati e raffinati in un processo multistadio che non solo porta a una maggiore bio-disponibilità di polifenoli e minerali, ma riduce anche il sapore amaro e la texture ruvida tipica dei cereali integrali.

DAL LATTE MATERNO A QUELLO ARTIFICIALE: DIMINUISCONO LE DIFFERENZE

Le membrane dei globuli di grasso del latte (MFGM) sono un importante componente nutrizionale del latte materno, in quanto costituite da fosfolipidi, glicolipidi, proteine e glicoproteine. Recentemente, sono state ammesse nella categoria degli ingredienti per la nutrizione infantile, circostanza che consente di diminuire il divario tra il latte materno e quello formulato.

Arla Foods Ingredients ha sviluppato Lacprodan MFGM-10, la prima formulazione disponibile per il mercato degli alimenti per la prima infanzia ricca di componenti bioattivi che offre un elevato contenuto in fosfolipidi: diversi studi clinici randomizzati a doppio cieco hanno dimostrato che è sicura e con una buona tolleranza. È prodotta con metodi che ne preservano il contenuto nutrizionale evitando il riscaldamento eccessivo e utilizzando solo la filtrazione a membrana



Lacprodan MFGM-10 per la nutrizione per la prima infanzia (Arla Foods Ingredients).

Testurizzati di soia non OGM biologici

Per incontrare le esigenze dei consumatori vegetariani e vegani, **ABS Food** ha deciso di proporre una nuova linea di testurizzati vegetali a base di soia.

Dalle proteine estratte da questa matrice sono ottenuti dei ristrutturati dalle diverse forme e colorazioni, con molteplici varianti granulometriche, che variano dal prodotto macinato fine, fino al bocconcino e alla bistecca. Durante la produzione dei testurizzati, è posta particolare attenzione alla regolazione delle temperature per preservare e standardizzare la qualità dei componenti naturali della soia, quali proteine, carboidrati, sali minerali e vitamine.

Grazie all'alto contenuto proteico, questa referenza è principalmente impiegata come sostituto della carne; inoltre, si distingue per l'elevato apporto di proteine dall'origine vegetale nobili e per un basso livello di colesterolo; i grassi contenuti, presenti in quantità limitate, sono per lo più insaturi.

Una delle referenze che spicca in questa gamma è il testurizzato Slice che ricorda per forma e texture i corrispondenti prodotti a base carne, come i filetti di pollo, le cotolette, i medaglioni o le bistecche di manzo. Il tempo di reidratazione medio è di 10 minuti oltre al quale il peso aumenta di 2,5-2,8 volte; è possibile reidratare facilmente queste fettine nel brodo vegetale e cuocerle nel sugo o impanarle e friggerle.

Hanno un'ottima capacità di assorbimento dei liquidi di cottura e in frittura; inoltre, la loro struttura rimane invariata e stabile in seguito alle operazioni di congelamento e scongelamento. Il sapore e l'odore neutri le rendono perfette per essere aromatizzate e arricchite con salse, sughi e spezie. Si tratta di un prodotto con tracciabilità di filiera non-OGM certificata dal seme di partenza fino al prodotto finito.

A seguito delle numerose richieste da parte del mercato di una referenza biologica, ABS Food assieme al fornitore **Soja Austria** (partner dal 1996 per le referenze a base soia non OGM), ha sviluppato l'intera gamma di testurizzati in versione biologica.

La bistecca è l'ultima granulometria inserita in produzione, ma l'ampia proposta di ABS spazia dal granulare 2-5 mm utilizzato nei ragù, per ripieni di pasta fresca vegana o per i burger, ai bocconcini 10-25 mm impiegati per spezzatini vegetariani o gulasch. Le varie granulometrie sono disponibili sia convenzionali sia biologiche, e anche in versione gluten free.



FETTINE DI SOIA BIOLOGICA



ABSolutely Genuine Food



ABS Food Srl
Via Spagna, 22 - Peraga di Vigonza (PD)
Tel. +39 049 8936851 - info@absfood.com

ABSFOOD.COM

Gamma di polisaccaridi per ridurre gli zuccheri e migliorare la struttura dei gelati

Lo zucchero è un componente imprescindibile nella produzione dei gelati, perché oltre alla sua capacità dolcificante, è utilizzato per abbassare la temperatura di congelamento, evitando l'effetto di cristallizzazione del gelato stesso. Per contro, il mercato richiede che gli alimenti contengano sempre meno zuccheri. Si tratta quindi di una sfida che il settore del gelato deve affrontare.

Gli zuccheri che possono essere utilizzati nel settore del gelato sono molteplici, quali saccarosio, destrosio, maltodestrine, fruttosio, trealosio e sciroppi di glucosio disidratati.

Uno degli elementi che dev'essere considerato nella scelta del dolcificante è la sua temperatura di transizione vetrosa: maggiore è tale valore, migliore sarà la stabilità del gelato, sia nei pozzetti per la produzione artigianale, sia per le temperature inferiori utilizzate nell'industria. Il trealosio è uno zucchero largamente utilizzato nel settore del gelato, proprio per il suo effetto stabilizzante e per la minore dolcezza rispetto al saccarosio.

Uniglad, insieme a un team di esperti, ha studiato nuovi utilizzi degli sciroppi di glucosio come il Glucodry 314, che possiede maggiori componenti di DP3 e DP4 (oligosaccaridi) e che contribuiscono a un elevato valore di transizione vetrosa e quindi maggiore stabilità del gelato, oltre alla riduzione del contenuto degli zuccheri. Grazie alla sua particolare composizione in oligosaccaridi, migliora, inoltre, il sapore del gelato, esaltando la frutta e la cremosità.



Un'altra soluzione consiste nella riduzione della dolcezza fino al 25% del saccarosio sostituendolo con Glucodry, in grado di aumentare il potere stabilizzante e incrementare il destrosio per bilanciare ulteriormente il potere congelante. Tale soluzione permette di ottenere una struttura più compatta, riducendo al tempo stesso il contenuto di zuccheri complessivo. La gamma dei

Glucodry comprende altri prodotti ideali per modulare la struttura del gelato, renderla più stabile e ridurre gli zuccheri.

Il Glucodry 355 è ideale per realizzare un sorbetto classico esaltando il sapore della frutta. Il Glucodry 315 aggiunge, invece, maggiore cremosità al sorbetto.

I tre Glucodry offrono dunque soluzioni interessanti per ottenere strutture di diversa consistenza.

Proteine di ceci con massima funzionalità

In risposta alla crescente domanda di prodotti a base di proteine vegetali nel mercato alimentare e nutraceutico, l'azienda israeliana **InnovoPro**, fondata nel 2013 e caratterizzata da un approccio innovativo nel settore delle proteine vegetali, ha messo a punto una soluzione performante in termini di funzionalità, nutrizione, sostenibilità e gusto gradevole.

InnovoPro ha sviluppato CP-Pro 70, una proteina di ceci concentrata

e altamente funzionale, caratterizzata da sapore neutro e pulito che non richiede, pertanto, l'impiego di agenti mascheranti o sostanze chimiche, a differenza di altre proteine vegetali.

CP-Pro 70, grazie a un tenore proteico del 70% e alle peculiari caratteristiche sensoriali, trova applicazione in numerose formulazioni, sia come emulsionante sia come aerante; in sostituzione di additivi, quali addensanti e gelificanti, soprattutto in gelati, budi-

ni, hamburger vegetali, e come alternativa alle uova, in maionese e prodotti da forno.

Nel settore dietetico e sportivo, dove è crescente l'impiego di fonti proteiche non-dairy, clean label, senza OGM, con buona palatabilità e con interessanti valori nutrizionali: CP-Pro 70 si è rivelato, infatti, adatto nella formulazione di blend proteici, barrette energetiche e bevande "ready to drink".

CP-Pro 70 è distribuita in Italia da Deimos Food, business unit di **Deimos Group**.



| Maionese realizzata con CP-Pro 70 (Deimos Group).

Formulazioni enzimatiche per lievitati da forno soffici più a lungo

Bontà Infinite si dedica alla produzione di semilavorati alimentari, che spaziano dai mix in polvere per la produzione di prodotti finiti (pan di spagna, muffin, panettone, croissant e altri lievitati da forno, quali pani speciali ricchi di fibre, cereali e semi) ai coadiuvanti tecnologici per svariate applicazioni rispettando sempre la naturalezza della ma-

teria prima (per esempio, prolungamento shelf life o maggiore soffici-tà e volume ai prodotti finiti), tutti destinati al settore della panificazione e della pasticceria.

Fiore all'occhiello è il reparto ricerca & sviluppo, attento alle esigenze delle industrie alimentari e molitorie. La linea NatEnzyme si propone di correggere, standardiz-

zare e modificare le caratteristiche reologiche e reo-fermentografiche delle farine, determinate con alveografo, farinografo, estensografo, rofermentografo, amilografo e *falling number*. Tra i prodotti della suddetta linea, NatEnzyme Bakery Soft Dolce è un complesso enzimatico polifunzionale la cui formulazione rallenta il naturale processo di retrogradazione degli amidi migliorando la soffici-tà e la shelf life nei prodotti da forno lievitati dolci. La sua composizione, con un dosaggio da 100 a 150 gr/q, permette di sostituire emulsionanti e lecitine, come E 471, E 481, E 322, con il vantaggio di avere etichetta pulita nel prodotto finito.

Inoltre, il reparto ricerca & sviluppo può realizzare soluzioni enzimatiche personalizzate, per la risoluzione di singole problematiche relative alle proprietà reologiche e reo-fermentografiche delle farine, o, a seconda della specifica richiesta, con complessi enzimatici polivalenti ad azione controllata.



| Esempio di pandolce realizzato con l'ausilio di NatEnzyme Bakery Soft Dolce (Bontà Infinite).

Riduzione dell'acrilamide fino al 90%

Acryleast è una soluzione completamente priva di OGM per la riduzione di acrilamide introdotta sul mercato da **Kerry Taste & Nutrition**, in collaborazione con la Renaissance BioScience. Si tratta di un lievito *clean label*, con un alto contenuto di asparaginasi, un enzima in grado di ridurre i livelli di acrilamide fino al 90% su una vasta gamma di prodotti alimentari, come biscotti, cracker, patate fritte, patatine,

caffè e alimenti per l'infanzia. Test condotti presso i laboratori Kerry e presso impianti su larga scala hanno portato a una riduzione dell'acrilamide fino al 90%.

Queste prove hanno anche dimostrato la totale assenza di effetti sul gusto o sulla consistenza degli alimenti, confermando la grande efficacia e versatilità di Acryleast che richiede modifiche minime o nulle agli impianti di lavorazione esistenti.



Biscotti con ridotti livelli di acrilamide grazie a Acryleast (Kerry Taste & Nutrition).

Il pistacchio di Bronte è quasi pronto: Marullo si prepara alla raccolta

F.Ili Marullo nasce e "florisce" a Bronte, cittadina alle pendici dell'Etna. Core business dell'azienda è la lavorazione del pistacchio verde di Bronte DOP che assume diverse forme e consistenze: intero (sgusciato o pelato), naturale, tostato e soprattutto semilavorato. Quest'ultima categoria, in particolare, è molto utilizzata nella preparazione di alcune tra le più gustose specialità della tradizione regionale e non solo.

Questo periodo è particolarmente importante per il cosiddetto "oro verde" di Sicilia. Come ogni anno dispari, anche il 2019 è, infatti, anno di raccolta. L'arco temporale in cui avviene il processo, di solito, è quello che spazia da fine agosto a inizio settembre. In quei giorni, nel territorio brontese, si raccolgono oltre 30.000 quintali di una delle varietà di pistacchio più pregiate e apprezzate. Tale quantità, pur costituendo appena l'1% della produzione mondiale, rappresenta un importante patrimonio gastronomico.

E dopo la raccolta, c'è la lavorazione: F.Ili Marullo effettua quotidianamente un incessante monitoraggio dell'intero processo produttivo: non è tralasciato nulla ed è tenuto sotto controllo ogni tipo di rischio grazie ai laboratori chimico e microbiologico e al controllo finale a raggi X. La qualità e la sicurezza alimentare non costituiscono solo un criterio fondamentale

cui ispirarsi per mantenere una posizione di rilievo nel mercato, ma rappresentano anche una filosofia e uno stile di lavoro che interessano e coinvolgono concretamente l'azienda a tutti i livelli.

Tradizione, bontà e controllo: sono questi i pilastri che fanno di Marullo un sinonimo dell'autentico pistacchio di Sicilia, sia in Italia che nel mondo.



La raccolta del pistacchio verde di Bronte DOP (F.Ili Marullo).

Un passo sempre avanti

INNOVAZIONE COMPETENZA QUALITÀ



Deimos ^{FOOD}



Da oltre 20 anni sviluppiamo
nel mercato alimentare italiano
la gamma dei prodotti

PB LEINER
PB GELATINS

Deimos srl

Via Galilei, 47 - Cinisello Balsamo (MI)

Tel. +39.02.61293961 - Fax +39.02.6185967



nutrizione

Il vertical farming Made in Italy



Considerando che nel 2050 più dell'80% della popolazione mondiale abiterà in centri urbani sempre più grandi e che sarà necessario sfamare 9 miliardi di persone, Dickson Despommier, professore della Columbia University di New York, ha ideato quasi 20 anni fa il concetto di Vertical Farm, un edificio energeticamente autosufficiente per ospitare la coltivazione di specie vegetali alimentari attraverso sistemi di produzione agricola *indoor* interamente biologica. L'obiettivo è di migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse naturali e del suolo agricolo e di rendere la produzione alimentare indipendente dalle condizioni climatiche e del territorio attraverso una trasposizione all'interno di strutture edilizie dedicate, ubicate in città o nelle vicinanze. Inoltre, le Vertical Farm rappresentano la soluzione ideale nelle situazioni di forte inquinamento atmosferico, territoriale o idrico, perché la coltivazione

avviene in un'atmosfera controllata, priva di inquinanti, con acqua e aria pura e senza l'uso di pesticidi. Il risultato è un cibo a km 0, di ottima qualità e con un fortissimo impatto sociale, portando alla diffusione di pratiche sostenibili ed ecocompatibili in agricoltura.

In Italia c'è una società che ha scelto questa strada d'innovazione: [Planet Farms](#), nata a Milano e fondata da Luca Travaglini e Daniele Benatoff, ha recentemente presentato in un incontro a Milano il più grande e avanzato stabilimento di vertical farming in Europa.

Il nuovo stabilimento sarà realizzato a Cavenago (Monza e Brianza) e la struttura si estenderà su oltre 9.000 metri quadrati. Racchiusa in un bell'edificio progettato dallo Studio Dordoni Architetti, la nuova vertical farm vedrà al suo interno un processo di crescita altamente innovativo e integrato, che parte dai semi e termina con i prodotti confezionati.

Come funziona

Planet Farms ha sviluppato una tecnologia all'avanguardia che permette di coltivare ortaggi in ambienti puri e controllati, senza far uso alcuno di pesticidi e a km zero. Forte di un sistema capillare di sensoristica che permette il controllo costante e preciso di tutta l'attività produttiva, la vertical farm rappresenta una filiera integrata, dal seme al prodotto finale. L'intero processo sarà interamente automatizzato, il che consente a Planet Farms di consegnare un prodotto puro e fresco in cui il consumatore sarà il primo a toccarlo con mano.

Lo stabilimento si specializzerà nella produzione di basilico, erbe aromatiche e insalate. Tutte le coltivazioni cresceranno in ambienti con aria e acqua puri, con sementi tradizionali e senza l'uso di pesticidi, con un risparmio di acqua del 97%, e saranno forniti freschi 365 giorni l'anno.

La nuova struttura si configura come punto di partenza nell'ambizioso percorso di sviluppo globale e di crescita che Planet Farms sta realizzando, che mira a fare del capoluogo lombardo una delle capitali del vertical farming esportando questa eccellenza in tutto il mondo. Per la sua realizzazione Planet Farms si avvale di un gruppo di partner di statura mondiale.

Obiettivo del nuovo stabilimento sarà quello di migliorare l'efficienza nell'uso delle risorse naturali e dei suoli agricoli, rendendo la produzione alimentare indipendente dalle condizioni climatiche e del territorio e in prossimità dei grandi centri urbani.

Il risultato sarà avere cibo a km 0, di ottima qualità e con un fortissimo impatto sociale, con il fine di promuovere pratiche sostenibili ed ecocompatibili in agricoltura. Il ci-



Luca Travaglini, a sinistra, fondatore di Planet Farms.

clo di produzione innovativo consente, inoltre, il massimo dell'efficienza operativa ed energetica, garantendo un allineamento con i

principi di sostenibilità ambientale. E in futuro la gamma potrebbe includere anche fiori e frutti e un'estensione della gamma vegetale.

Come dovranno essere i sistemi alimentari del futuro

In occasione del Simposio internazionale dedicato al futuro del cibo che a giugno ha riunito a Roma accademici, ricercatori, politici, rappresentanti della società civile e del settore privato, parlamentari e agenzie governative, José Graziano da Silva – Direttore Generale della FAO – ha sollecitato la trasformazione dei sistemi alimentari per migliorare la nutrizione nel mondo e la messa a pun-

to di nuove strategie volte a produrre cibo più nutriente.

La fame non è più l'unico grande problema nutrizionale che affligge l'umanità: a oggi, oltre due miliardi di adulti dai 18 anni in su sono in sovrappeso e 670 milioni di obesi. Inoltre, l'aumento dell'obesità tra il 2000 e il 2016 è stato più rapido rispetto a quello del sovrappeso in tutte le fasce d'età. Per di più, quasi due miliardi di persone soffrono

di carenze di micronutrienti. Secondo le proiezioni il numero di obesi nel mondo molto presto supererà il numero di persone che soffre la fame, che al momento è pari a 820 milioni.

Sono diversi i fattori alla base della pandemia globale di obesità e carenza di micronutrienti, fra questi la rapida urbanizzazione e l'elevato consumo di alimenti ultra-lavorati, composti prevalentemente da ingredienti artificiali, ricchi di grassi saturi, zuccheri raffinati, sale e additivi chimici.

Per migliorare l'alimentazione da Silva ha proposto quattro punti su cui si potrebbe agire. In primo luogo i Paesi dovrebbero attuare politiche pubbliche e leggi con incentivi adeguati per proteggere le diete nutrienti e incorag-

giare il settore privato a produrre alimenti più sani.

Per esempio, imporre delle tasse sui prodotti alimentari poco sani, etichette sugli alimenti più comprensibili e più complete, restrizioni sulla pubblicità degli alimenti, in particolare quelli per i bambini.

Ancora, i governi dovrebbero promuovere il consumo di alimenti locali e freschi, creando circuiti locali di produzione e consumo. Inoltre, gli accordi commerciali internazionali devono essere progettati per influenzare positivamente i sistemi alimentari, in quanto gli alimenti ultra-lavorati tendono a essere più vantaggiosi nel commercio internazionale e, come noto, non tutto il cibo sicuro è sano.

Il commercio deve quindi adoperarsi perché si possa portare cibo sano in tavola.

Infine, la trasformazione dei sistemi alimentari parte da terreni e semi sani e con metodi agricoli sostenibili, per cui l'intero sistema alimentare dev'essere riadattato.

Graziano da Silva ha inoltre evidenziato l'esigenza di coltivazioni che rispettino l'ambiente.

Ha sottolineato che il modello agricolo scaturito dalla Rivoluzione Verde non è più sostenibile, in quanto i sistemi agricoli ad alto input e a elevato sfruttamento di risorse hanno sì aumentato la produzione di alimenti, ma a un costo elevatissimo per l'ambiente, causando deforestazione, scarsità d'acqua, esaurimento dei suoli e alti livelli di gas serra.

Agroalimentare sempre più sostenibile

In occasione di un convegno organizzato dalla School of Management di Milano, l'Osservatorio Food Sustainability della School of Management del Politecnico di Milano ha illustrato alcuni dati che rivelano come nel mondo cresca l'innovazione per la sostenibilità agroalimentare, con un vero boom (+52%) di startup che perseguono obiettivi di sostenibilità sociale, ambientale ed economica attraverso soluzioni per la lotta alla fame, transizione a sistemi di produzione e consumo più responsabili, utilizzo efficiente dell'acqua, lotta allo spreco di cibo e turismo responsabile.

Nel settore agroalimentare nel quinquennio 2013-18 ne sono nate 835, per proporre soluzio-

ni innovative per ridurre lo spreco di cibo, mentre nuove tecnologie digitali e forme di collaborazione nella filiera consentono di prevenire, gestire e valorizzare le eccedenze alimentari. I Paesi con la più alta densità di startup agri-food sostenibili sono Israele (49, di cui il 71% sostenibili), Svizzera (43, di cui il 40% sostenibili) e Indonesia (24, di cui il 38% sostenibili), mentre l'Italia, con 63 startup di cui 16 sostenibili (il 25%) che offrono soprattutto soluzioni di agricoltura di precisione e piattaforme per gestire le eccedenze, ridurre gli sprechi e promuovere i prodotti locali, presenta un mercato ancora fermo, con appena 1,8 milioni di dollari di finan-

ziamenti complessivi e in media 400 mila dollari per startup.

I principali obiettivi di sviluppo sostenibile perseguiti dalle startup sostenibili censite dall'Osservatorio sono: 1) incrementare i redditi dei produttori su piccola scala, fornendo accesso alle risorse produttive e uno sbocco sul mercato (253 startup); 2) aumentare la produttività e la resilienza dei raccolti ai cambiamenti climatici (163 startup); 3) ridurre le eccedenze e gli sprechi alimentari lungo la filiera (86). Seguono le nuove imprese che investono in soluzioni chimiche *green* per migliorare le rese preservando l'ambiente (61), ottimizzare l'efficienza delle risorse impiegate nella produzio-

ne (60), garantire l'accesso al cibo (48), perfezionare l'uso delle risorse idriche e favorirne l'accesso (42) e le startup che promuovono il turismo sostenibile e la produzione locale (23).

I modelli di economia circolare per ridurre gli sprechi

Le imprese del settore si stanno gradualmente attrezzando con modelli di business "circolari" per valorizzare le eccedenze alimentari ed eliminare gli sprechi, adottando un approccio di filiera ad ogni livello della cosiddetta *Food Waste Hierarchy* (FWH, la gerarchia di utilizzo delle eccedenze: prevenzione, riutilizzo-redistribuzione, riutilizzo per consumo animale, riciclo, recupero, smaltimento). La prevenzione è resa possibile da nuove tecnologie, come i sistemi informativi e le analisi dei dati, soluzioni biochimiche e di controllo di parametri critici per la conservazione dei prodotti, e da collaborazioni lungo l'intera filiera con lo scopo di condividere competenze e risorse per l'applicazione delle innovazioni tecnologiche o la riconfigurazione dei processi. A livello di gestione delle eccedenze, le innovazioni tecnologiche e di processo consentono di ridare valore ai prodotti, trasformandoli e indirizzandoli a nuovi mercati o consentendone la redistribuzione a fini sociali.

Imballaggi sostenibili

Un imballaggio si può considerare sostenibile quando preserva o migliora la sicurezza igienico-sanitaria degli alimenti, ha un limitato impatto ambientale, favo-

risce un ampio accesso al cibo che contiene e promuove cambiamenti positivi nella comunità. L'Osservatorio ha elaborato un modello per caratterizzare gli impatti di sostenibilità di un packaging alimentare rispetto alle sue tre dimensioni principali (conservazione ambientale, sicurezza alimentare, valore sociale) ad uso delle aziende che intendono valutare le soluzioni di packaging già utilizzate e per offrire un supporto alla progettazione di soluzioni alternative, ad esempio per realizzare una strategia di comunicazione e una narrativa omogenea legata al prodotto, attraverso informazioni di valore riportate sul packaging stesso. Inoltre, fornisce alla ricerca un metodo comune per l'analisi dei trend d'innovazione sostenibile nel settore.

La filiera corta

L'accezione di "Short Food Supply Chain" o "filiera corta" limitata alla sola vicinanza geografica e come sinonimo di "sostenibile" non è sempre veritiera. L'Osservatorio ha proposto una classificazione di modelli che considerino anche altri aspetti che possono sostituirsi o aggiungersi alla vicinanza geografica, come quella relazionale e informativa.

Da questa classificazione sono stati ricavati quattro modelli che possono essere un punto di partenza per le aziende per inquadrare la propria filiera e ricavare spunti per integrare o sostituire la prossimità geografica con azioni specifiche che creino appunto vicinanza relazionale, trasparenza e tracciabilità informativa.



Trasformazione del saccarosio in uno zucchero più utile

Alcuni batteri buoni sono degni di merito perché rendono la nostra vita migliore.

Microbiologi dell'ARS ([Agricultural Research Service](#)) di Peoria, Illinois, hanno scoperto un nuovo compito dei batteri buoni: trasformare il saccarosio in uno zucchero chiamato iso-melezitosio, in grado di proteggere le cellule dai danni di calore, siccità o freddo estremi, che di conseguenza potrebbe aiutare a prolungare la conservabilità di alimenti, farmaci, vaccini, batteri e funghi utilizzati per combattere gli infestanti in agricoltura. Questo zucchero potrebbe aprire nuove opportunità di mercato per le coltivazioni di canna o barbabietola da zucchero, compreso il mercato stimato oltre 2 miliardi di dollari degli additivi alimentari.

Il centro di ricerca di Peoria dispone di una delle più grandi collezioni di funghi e batteri, comprese le specie di batteri *Leuconostoc* che i ricercatori hanno utilizzato nel loro studio. Stavano utilizzando un enzima chiamato glucanasi, prodotto dai batteri, per creare dal saccarosio il glucano, un polimero utile. Per cercare di migliorarne la produzione, hanno modificato il gene responsabile dell'enzima glucansaccarasi e così la ricerca ha preso una piega inaspetta-

ta: invece di produrre il glucano, il nuovo enzima aveva convertito oltre il 60% del saccarosio in iso-melezitosio. In natura, questo zucchero si trova in tracce nel miele e in alcuni altri alimenti.

I ricercatori stanno conducendo prove in piccola scala per esaminare le proprietà protettive per le cellule sui batteri utilizzati nel controllo biologico.



L'ingegnere chimico Pat Slinger aggiunge isomelezitosio ai batteri per testare le proprietà di protezione cellulare dello zucchero.

AGGIUNTA DI FARINE DI QUINOA BIANCA, ROSSA O NERA ALLA FARINA BASE PER PANE

Nello studio pubblicato su [Plant Foods for Human Nutrition](#) (vol. 74, n. 2, pagg. 185-191, 2019), ricercatori spagnoli hanno analizzato il contenuto polifenolico e l'attività antiossidante dei semi di quinoa bianca, rossa e nera aggiunti (quantitativo del 25%) alla farina base per pane, valutandone il potenziale di miglioramento delle proprietà funzionali dei pani bianchi. Il contributo dei polifenoli estraibili (forme solubili) e i polifenoli idrolizzabili, largamente inesplorati (forme legate), è stato preso in considerazione per un potenziale effetto positivo sulla salute.

Le varietà di quinoa rossa e nera risaltano nella farina bianca con un contenuto di polifenoli circa doppio e incrementi di quasi 5 volte dell'attività antiossidante, se si considera la somma dei polifenoli solubili e idrolizzabili. Le farine rossa e nera sono egualmente efficaci nell'intensificazione delle proprietà antiossidanti (circa 2-3 volte) e producono cambiamenti significativi nei parametri che descrivono il colore di crosta e mollica. È stato osservato un chiaro imbrunimento rispetto al pane di controllo che attira gli amanti di prodotti non convenzionali e naturali.

Effetto di albume e proteine della soia nei pani senza glutine

Per migliorare la texture dei pani senza glutine (GF) preparati con farina di riso (RF) o una miscela di patata e amido di manioca (CS_PS), nello studio condotto da ricercatori belgi e pubblicato sulla rivista *Food Hydrocolloids* (vol. 95, pagg. 406-417, 2019), sono stati aggiunti alle ricette albume in polvere, pastorizzato e non, o isolati proteici di soia.

Durante la fermentazione e cottura in forno, il riscaldamento della resistenza elettrica del forno è stata abbinata alle misurazioni dell'altezza dell'impasto, viscosità e rilascio di anidride carbonica. È stato studiato il rafforzamento della mollica durante la conservazione (6 giorni) dei diversi pani con le analisi di texture, livello di umidità, fusio-

ne dei cristalli di amilopectina e risonanza magnetica nucleare protonica (NMR-PMR).

La misura della tensione superficiale ha dimostrato che i due tipi di albume hanno una grande tensione superficiale; il loro utilizzo ha portato a un'elevata stabilità delle bolle gassose e ad un maggiore volume dei pani con una struttura fine della mollica.

Gli impasti contenenti gli isolati proteici di soia, che hanno una minore attività superficiale, hanno fatto registrare una minore stabilità che porta a pani con un volume ridotto e una struttura della mollica non omogenea.

Durante le prime 24 ore di conservazione, la durezza della mollica

è risultata maggiore soprattutto a causa della retrogradazione dell'amilopectina e successivamente per la migrazione di umidità della mollica stessa alla crosta.

Questo fenomeno era meno pronunciato nei pani con CS-PS rispetto a quelli con RF. Gli albumi hanno diminuito l'entità dell'indurimento della mollica, mentre le proteine della soia l'hanno favorito.

È stato comunque notato che l'indurimento della mollica era maggiormente correlato alle differenze nel volume specifico iniziale del pane e alla struttura della crosta piuttosto che alle differenze nella retrogradazione dell'amilopectina o la migrazione dell'umidità.

Proprietà funzionali di miscele farina-crusca

La crusca del grano rosso e bianco di forza sono state pre-idratate e trattate con cellulasi, xilanasi o cellulasi+xilanasi per ridurre gli effetti indesiderati della crusca stessa sulla qualità del pane integrale.

Sulla rivista *Cereal Chemistry* (vol. 96, n. 2, pagg. 273-282, 2019) ricercatori dell'Agricultural Research Service (ARS) hanno riportato che l'idratazione e il successivo trattamento con cellulasi provoca un aumento del contenuto in zuccheri solubili e una diminuzione dei quantitativi di fibre, sia solubili che insolubili. L'idratazione della crusca seguita dal trat-

tamento con cellulasi+xilanasi è risultata più efficace con un aumento dello zucchero solubile e una diminuzione delle fibre insolubili, condizioni che indicano una maggiore degradazione dei materiali delle pareti cellulari. I cambiamenti nella composizione della crusca indotti dall'idratazione seguita dal trattamento con cellulasi o con cellulasi+xilanasi hanno influenzato le proprietà d'impastamento dell'amido e di miscelazione dell'impasto per le miscele farina-crusca grazie a un ritardo/inibizione della gelatinizzazione dell'amido e a una diminuzione

dell'assorbimento di acqua durante lo sviluppo dell'impasto. È stato osservato un aumento del volume del pane contenente fibra idratata e trattata con una dose ridotta di xilanasi o cellulasi+xilanasi aggiunta alla farina di grano rosso di forza e nel pane contenente crusca idratata e trattata con una dose ridotta di xilanasi aggiunta alla farina di grano bianco di forza.

La pre-idratazione della crusca, trattata successivamente con enzimi, risulta essere un approccio efficace per il miglioramento della lavorazione del pane integrale.

Pane arricchito con lievito naturale di canapa

Ricercatori dell'Università degli studi di Bari, coordinati da Carlo Giuseppe Rizzello, hanno isolato, identificato e caratterizzato batteri lattici autoctoni da farina di canapa prima e dopo la fermentazione spontanea. Tre ceppi, *Lactobacillus plantarum* (s5), *Pediococcus acidilactici* (s5) e *Leuconostoc mesenteroides* (s1), sono stati selezionati e impiegati come starter misto per la produzione di farina di canapa fermentata. La fermentazione ha migliorato le caratteristiche funzionali e nutrizionali della farina di canapa, influenzando positivamente la struttura, digeribilità delle proteine e l'indice glicemico *in vitro* di pani di frumento cui la canapa fermentata è stata aggiunta al 5-15% (p/p).

I risultati raccolti nella sperimentazione e pubblicati sulla rivista [Tecnica Molitoria](#) (vol 69, n. 12, pagg. 1178-1201, 2018) han-



no dimostrato che la fermentazione operata dai batteri lattici migliora il profilo funzionale e nutrizionale della farina di canapa, per-

mettendone l'impiego in prodotti innovativi che incontrino le attuali esigenze nutrizionali dei consumatori.

PANE CON SUCCO DI PATATA ESSICCATO

Il succo di patata essiccato mediante nebulizzazione, una materia prima con proprietà benefiche per la salute, è stato utilizzato per sostituire in parte la farina di grano nella preparazione del pane. L'articolo pubblicato sulla rivista [Food Science and Technology International](#) (vol. 25, n. 3, pagg. 223-232, 2019) da ricercatori polacchi riporta i risultati di questa sostituzione.

Sono state utilizzate tre diverse dosi: 2,5, 5,0 e 7,5% rispetto alla farina totale ed è stata determinata l'influenza dell'aggiunta del succo di patata su alcune delle caratteristiche principali del pane. Sono state analizzate le proprietà fermentative e di impastabilità delle miscele di farina e succo di patata, mentre sono stati determinati il colore, la texture, l'accettabilità e l'attività antiossidante dei campioni di pane.

La sostituzione ha influenzato il volume del pane in quanto i gas non sono stati trattiene dal reticolo glutinico che non si è sviluppato; inoltre, il succo di patata ha anche influenzato le proprietà di impastabilità. I valori di viscosità (massima, intermedia e finale), determinati con il dispositivo RVA, sono risultati maggiori negli impasti ottenuti con le miscele con il succo di patata; la mollica ha dimostrato consistenza e masticabilità maggiori oltre a una diminuita elasticità nell'analisi del profilo della texture. Il succo di patata ha anche influenzato il colore della mollica del pane che risulta più scura, variazione dovuta al maggiore contenuto in composti antiossidanti rispetto al pane di sola farina. Pertanto, per non avere un'alterazione troppo grande delle qualità sensoriali è preferibile una sostituzione del 2,5%.



Alimentiamo
la vostra fiducia.

www.mulinopadano.it

Innoviamo continuamente
per essere l'ingrediente
del tuo successo.

Consulenti di farine per l'industria alimentare

Oggi il mercato chiede all'industria alimentare degli standard sempre più elevati di **qualità, sicurezza e tracciabilità**. **Mulino Padano** è specializzato in **farine con prestazioni elevate e costanti**, scelte da oltre 60 anni dalle più **importanti industrie alimentari italiane**. Per fornirvi un ingrediente della migliore qualità, **innoviamo** continuamente. Anche la sicurezza alimentare richiede costante innovazione tecnologica, per questo abbiamo reso **Mulino Padano uno degli impianti molitori più avanzati in Italia**. Come? Dotandolo di tecnologie produttive all'avanguardia e di un sistema di tracciabilità totale. Con la garanzia di numerose certificazioni, come la IFS e la BRC. Così possiamo alimentare la vostra **fiducia** e proporvi **farine su misura** con la consulenza del nostro team di specialisti.

MULINO PADANO S.p.A.

Via E. Mattei, 25/27
45030 - Salara (RO)

T +39 0423 88616

info@mulinopadano.it

Modifica per gli acidi grassi trans

Sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L110 del 29 aprile 2019 è stato pubblicato il Regolamento (UE) 2019/649 della Commissione del 24 aprile 2019 che modifica l'allegato III del regolamento (CE) n. 1925/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda gli acidi grassi trans diversi dagli acidi grassi trans naturalmente presenti nei grassi di origine animale.

(...)

Gli acidi grassi trans sono sostanze diverse dalle vitamine e dai minerali per le quali sono stati individuati effetti nocivi sulla salute. Tali sostanze dovrebbero pertanto essere inserite nell'allegato III, parte B, del regolamento (CE) n. 1925/2006 e la loro aggiunta agli alimenti e il loro impiego nella produzione di alimenti dovrebbero essere consentiti solo alle condizioni specificate in tale allegato, tenuto

conto dello stato attuale delle conoscenze tecniche e scientifiche.

(...)

Per agevolare l'applicazione del presente regolamento, è necessario imporre agli operatori del settore alimentare che forniscono alimenti ad altri operatori del settore alimentare, esclusi i commercianti al dettaglio, di fornire loro informazioni sulla quantità di acidi grassi trans, diversi dagli acidi grassi trans naturalmente presenti nei grassi di origine animale, quando tale quantità supera i 2 grammi per 100 grammi di grassi.

(...)

La Commissione europea ha adottato il presente regolamento:

Articolo 1

Il contenuto di acidi grassi trans, diversi dagli acidi grassi trans naturalmente presenti nei grassi di origine animale, negli alimenti destinati al consumatore finale e negli alimenti destinati al commercio al

dettaglio non supera i 2 grammi per 100 grammi di grassi.

Articolo 2

Gli operatori del settore alimentare che forniscono alimenti non destinati al consumatore finale o non destinati al commercio al dettaglio ad altri operatori del settore alimentare provvedono affinché a questi ultimi siano fornite informazioni sulla quantità di acidi grassi trans, diversi dagli acidi grassi trans naturalmente presenti nei grassi di origine animale, quando tale quantità supera i 2 grammi per 100 grammi di grassi.

Articolo 3

L'allegato III, parte B, del regolamento (CE) n. 1925/2006 è modificato conformemente all'allegato del presente regolamento.

Articolo 4

Il presente regolamento entra in vigore il ventesimo giorno successivo alla pubblicazione nella *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea*.

Gli alimenti non conformi al presente regolamento possono continuare a essere immessi sul mercato fino al 1° aprile 2021.

ALLEGATO

Nell'allegato III, parte B, del regolamento (CE) n. 1925/2006 è aggiunta la tabella seguente:

«PARTE B

Sostanze soggette a restrizioni

Sostanza soggetta a restrizioni	Condizioni d'uso	Prescrizioni aggiuntive
Acidi grassi trans diversi dagli acidi grassi trans naturalmente presenti nei grassi di origine animale	Massimo 2 grammi per 100 grammi di grassi negli alimenti destinati al consumatore finale e negli alimenti destinati al commercio al dettaglio	Gli operatori del settore alimentare che forniscono alimenti non destinati al consumatore finale o non destinati al commercio al dettaglio ad altri operatori del settore alimentare provvedono affinché a questi ultimi siano fornite informazioni sulla quantità di acidi grassi trans, diversi dagli acidi grassi trans naturalmente presenti nei grassi di origine animale, quando tale quantità supera i 2 grammi per 100 grammi di grassi.»

Soppresso per motivi di sicurezza il furan-2(5H)-one

Sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 132 del 20 maggio 2019 è stato pubblicato il Regolamento (UE) 2019/799 della Commissione del 17 maggio 2019 che modifica l'allegato I del regolamento (CE) n. 1334/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto concerne la soppressione dall'elenco dell'Unione della sostanza aromatizzante furan-2(5H)-one.

(...)

La sostanza aromatizzante furan-2(5H)-one (n. FL 10.066) è inserita nell'allegato I del regolamento (CE) n. 1334/2008 come sostanza in corso di valutazione, per la quale l'autorità europea per la si-

curezza alimentare («l'Autorità») ha chiesto dati scientifici supplementari. Tali dati sono stati presentati dal richiedente.

L'Autorità ha valutato i dati presentati e ha concluso, nel parere scientifico dell'11 dicembre 2018, che la sostanza furan-2(5H)-one (n. FL 10.066) presenta un rischio per la sicurezza in relazione alla genotossicità poiché genotossico in vivo.

L'uso di furan-2(5H)-one (n. FL 10.066) non è pertanto conforme alle condizioni generali d'uso degli aromi di cui all'articolo 4, lettera a), del regolamento (CE) n. 1334/2008. Tale sostanza dovrebbe quindi essere soppressa dall'e-

lenco senza indugio, al fine di proteggere la salute umana.

(...)

Poiché presenta un rischio per la sicurezza, è opportuno che la Commissione ricorra alla procedura di urgenza per sopprimere la sostanza furan-2(5H)-one dall'elenco dell'Unione. È pertanto opportuno modificare di conseguenza l'allegato I, parte A, del regolamento (CE) n. 1334/2008.

(...)

La commissione europea ha adottato il presente regolamento:

Articolo 1

L'allegato I, parte A, del regolamento (CE) n. 1334/2008 è modificato conformemente all'allegato del presente regolamento.

ALLEGATO

Nell'allegato I, parte A, sezione 2, del regolamento (CE) n. 1334/2008, è soppressa la seguente voce:

*10.066	Furan-2(5H)-one						2	EFSAs
---------	-----------------	--	--	--	--	--	---	-------

Ridotto il quantitativo di vitamina D nelle formule per lattanti

Sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 137 del 23 maggio 2019 è stato pubblicato il Regolamento delegato (UE) 2019/828 della Commissione del 14 marzo 2019 che modifica il regolamento delegato (UE) 2016/127 per quanto riguarda le prescrizioni relative alla vitamina D per le formule per lattanti e all'acido erucico per le formule per lattanti e le formule di proseguimento.

(...)

Sono stati espressi timori riguardo alla possibilità che un consumo elevato di formule contenenti 3 µg/100 kcal di vitamina D, combinato con l'assunzione aggiuntiva di vitamina D mediante integratori, possa condurre a un consumo, da parte di alcuni lattanti, di quantità di vitamina D che potrebbero comportare rischi legati alla sicurezza.

Al fine di garantire il massimo livello di protezione dei lattanti, la

Commissione ha chiesto all'Autorità europea per la sicurezza alimentare («l'Autorità») di valutare la sicurezza del consumo da parte dei lattanti di formule contenenti 3 µg/100 kcal di vitamina D.

Nel parere scientifico del 28 giugno 2018 sull'aggiornamento del livello di assunzione massimo tollerabile di vitamina D per i lattanti, l'Autorità ha concluso che l'utilizzo di formule per lattanti contenenti 3 µg/100 kcal di vi-

ALLEGATO

Gli allegati I e II del regolamento delegato (UE) 2016/127 sono così modificati:

1) l'allegato I è così modificato:

a) al punto 11, la voce relativa alla vitamina D è sostituita dalla seguente:

	Per 100 kJ		Per 100 kcal	
	Minimo	Massimo	Minimo	Massimo
«Vitamina D (µg)»	0,48	0,6	2	2,5»

b) il punto 5.3 è sostituito dal seguente:

«5.3. Il tenore di acido erucico non deve superare lo 0,4 % del tenore totale di grassi.»;

2) nell'allegato II, il punto 4.3 è sostituito dal seguente:

«4.3. Il tenore di acido erucico non deve superare lo 0,4 % del tenore totale di grassi.».

tamina D può far sì che alcuni lattanti di età inferiore a 4 mesi consumino quantità di vitamina D superiori al livello di assunzione massimo tollerabile unicamente mediante le formule.

(...)

L'Autorità ha adottato un parere scientifico sulla presenza di acido erucico negli alimenti e nei man-

gimi. In tale parere è stato concluso che il livello di esposizione alimentare percentile 95 era più elevato nei lattanti e in altri bambini, il che può indicare un rischio per i giovani con un'elevata esposizione all'acido erucico.

Tenendo conto delle conclusioni del parere, è opportuno ridurre i tenori massimi di acido erucico nelle

formule per lattanti e nelle formule di proseguimento.

(...)

La Commissione europea ha adottato il presente regolamento:

Articolo 1

Gli allegati I e II del regolamento delegato (UE) 2016/127 sono modificati conformemente all'allegato del presente regolamento.

I CLIENTI DEL FUTURO



IL PARTNER DI SEMPRE



A.D.E.A.

Materie prime, Ingredienti e Miscele di Qualità



www.adea-srl.it

A.D.E.A. S.r.l. - I - 21052 BUSTO ARSIZIO (VA)
Via Baden Powell, 5 (Z.I. Sud Ovest)

Tel. + 39 / 0331.34.19.49 - Fax + 39 / 0331.34.19.48
Servizio Vendite: Fax 0331.34.19.88



mercati consumi

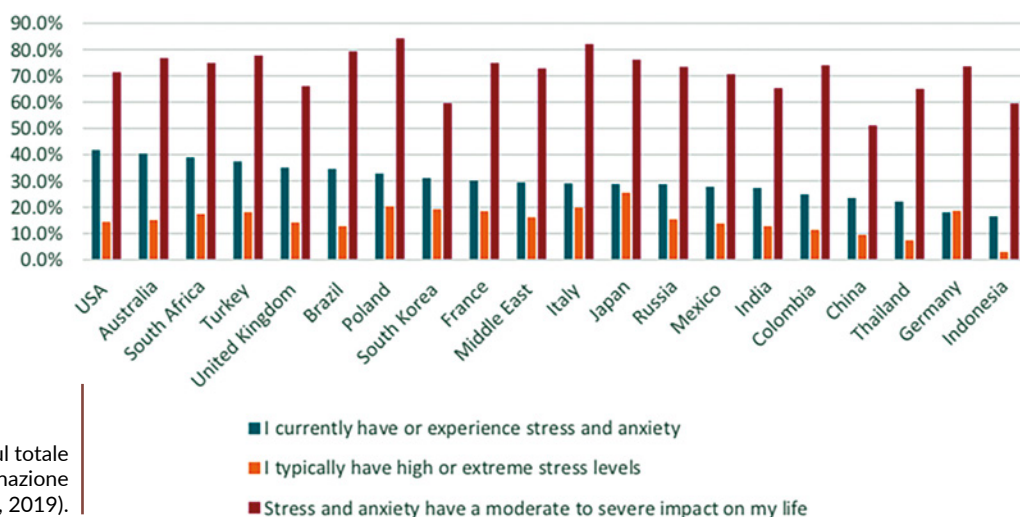
Le tendenze che influiscono su salute e nutrizione

A febbraio, Euromonitor International ha condotto un'indagine su salute e nutrizione intervistando oltre 20.000 persone nel mondo; i dati raccolti segnalano benessere mentale, restrizioni della dieta, nutrizione per sportivi, vitamine e integratori quali temi principali determinanti le tendenze alimentari.

Benessere mentale

Negli ultimi due anni si è registrato un passaggio dall'interesse

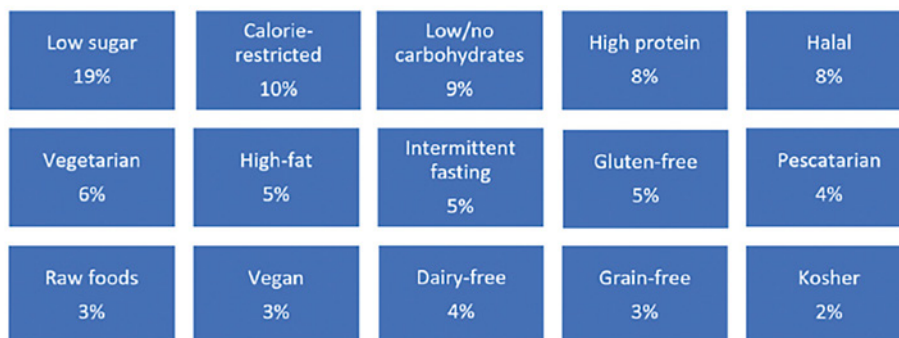
per l'aspetto fisico all'attenzione per il benessere mentale, ritenuto dal 65% degli intervistati il criterio principale dello stare bene. Quest'ultimo concetto comprende il sentirsi rilassati, calmi, sicuri di sé, ma, soprattutto, disponibilità di tempo per sé stessi. L'industria non solo deve fornire un prodotto, ma anche costruire una relazione con il consumatore attraverso una comunità di esperti e coinvolgerlo nello sviluppo dei prodotti stessi. Lo stile di vita, l'ascesa dei social media e gli incerti panorami politici aumentano la sensazione di stress e ansia: se le aziende e i marchi posizionano i loro prodotti e servizi come facili da utilizzare e con benefici per un sollievo quotidiano, possono riscontrare sempre maggiore successo tra i consumatori. Per esempio, dall'indagine emerge che i consumatori polacchi o italiani non vivono stress e ansia, come in altri Paesi, quali Stati Uniti, Turchia o Australia. Sembra, comunque, che questi consumatori soffrano di livelli alti di stress che influiscano pesantemente sulla loro vita. Nuovi prodotti che apportino sollievo possono gettare le basi per la fidelizzazione del consumatore.



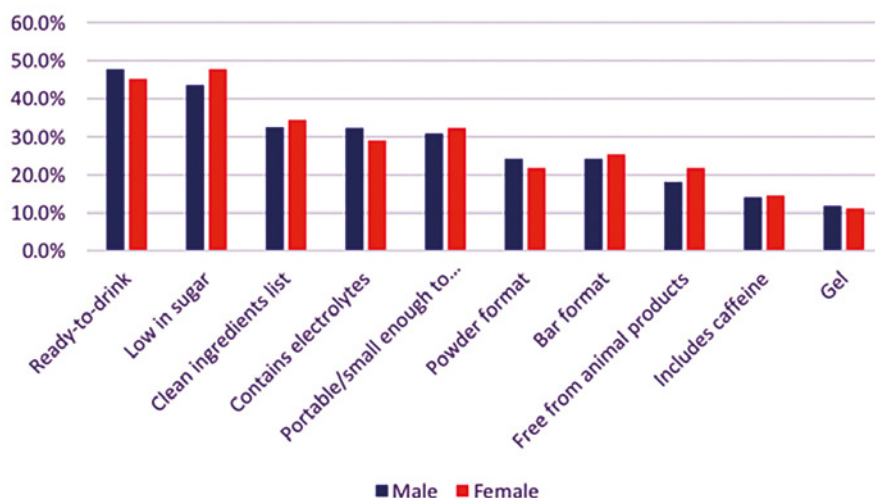
Stress e ansia: percentuale sul totale degli intervistati suddivisi per nazione (fonte: Euromonitor International, 2019).

Dieta bilanciata con un occhio al mondo

I consumatori sembrano ricercare modi di nutrirsi più tradizionali, alimenti non elaborati, prodotti senza lattosio o vegani, senza restrizioni dietetiche ferree, e, in generale, diete ricche in proteine e povere in zuccheri, carboidrati e calorie. Ma l'attenzione dei consumatori per il consumo di una dieta bilanciata non è solo per la salute personale; molti consumatori stanno cambiando le abitudini alimentari per sostenere temi più ampi, legati all'ambiente, benessere degli animali e impegno della comunità, e scelgono alimenti di provenienza locale, biologici ed etici. L'industria sta sviluppando prodotti salutistici, per esempio, poveri in zucchero e ricchi in proteine, con un'attenzione particolare ai temi globali.



Tipologie di diete e restrizioni: percentuale sul totale degli intervistati (fonte: Euromonitor International, 2019).



Caratteristiche degli alimenti per sportivi: percentuale sul totale degli intervistati che consumano prodotti per sportivi suddivisi per genere (fonte: Euromonitor International, 2019).

In forma con la nutrizione

Il fitness continua a crescere e insieme al benessere mentale e all'alimentazione salutistica l'esercizio sta diventando una parte essenziale di uno stile di vita bilanciato. I consumatori con uno stile di vita attivo spesso ricercano prodotti per migliorare le prestazioni: gli uomini tendono a focalizzarsi sulla potenza e sul tono muscolare, mentre le donne sono più attente alla perdita di peso; entrambi consumano prodotti per sportivi per idratare, recuperare e aumentare la resistenza. E per far sì che i consumatori non rinuncino allo stile di vita, i marchi devono ricorrere a ingredienti naturali e devono adeguarsi alle restrizioni dietetiche.

Prevenire

Il movimento globale verso uno stile di vita bilanciato unitamente all'attenzione per la salute con un approccio olistico nasce dall'idea che questi cambiamenti, in futuro, possano prevenire disturbi e malattie. I consumatori cercano di fare sacrifici adesso, piuttosto che ricorrere a cure in un secondo tempo.

	North America	Europe	Asia Pacific	Latin America	Middle East & Africa
Multivitamins	56%	Multivitamins	42%	Vitamin C	44%
Vitamin D	41%	Vitamin C	39%	Calcium	44%
Vitamin C	33%	Vitamin D	38%	Multivitamins	42%
				Multivitamins	42%
				Vitamin D	41%

La top 3 degli integratori consumati suddivisi per regione (fonte: Euromonitor International, 2019).

Sempre più apprezzati i sostituti della carne

In occasione di un recente webinar dedicato alle principali scelte che sostengono le diete a base vegetale, la società di ricerche di mercato [Euromonitor International](#) ha presentato una ricerca sull'impatto delle preoccupazioni relative alle abitudini alimentari.

Secondo l'indagine, il 24% dei consumatori globali sta tentando di mangiare meno carne e questo ha favorito un aumento delle vendite dei suoi sostituti, che nel 2018 hanno raggiunto i 19,5 miliardi di dollari.

David Hedin, consulente presso Euromonitor International, sostiene che l'assunzione di carne venga ridotta soprattutto da quei consumatori che cercano di migliorare l'alimentazione in chiave salutistica e che più si preoccupano dei cambiamenti climatici, senza tralasciare temi quali il benessere animale e l'attenzione agli agricoltori e alla società nel suo complesso. Inoltre, il sondaggio di Euromonitor International sugli stili di vita mette in luce che secondo il 41,9% degli intervistati i cambiamenti climatici influenzeranno sempre più la vita di tutti i giorni nel periodo 2019-2024.

Stati Uniti, Russia e Regno Unito mostrano i maggiori aumenti percentuali di consumatori preoccupati dai cambiamenti climatici, ma anche in India, Brasile e Cina, con rispettivamente il 77, il 72 e il 66% degli intervistati, la maggior parte delle persone cerca di avere un impatto ambientale positivo attraverso azioni quotidiane.

Nonostante la crescita globale dei sostituti della carne, ci si aspetta che l'industria della carne cresca a un ritmo più rapido fino al 2023, dato che prezzo e disponibilità dei primi sono i due fattori fondamentali che tendono a frenarne la penetrazione nel mondo.



I boomer chiedono la riduzione dello zucchero

Lo zucchero è un tema centrale nel dibattito sull'obesità e la sua riduzione sta diventando un obiettivo primario nella dieta di molti consumatori, soprattutto di quelli nati tra il 1946 e il 1964 (baby boomer). Una recente ricerca di Innova Market Insights mostra che, negli Stati Uniti, un boomer su due sta riducendo l'assunzione giornaliera di zucchero o acquistando prodotti con contenuto ridotto di zuccheri, mentre due su cinque stanno tagliando il loro consumo di snack dolci.

Questa tendenza è confermata dalla ricerca sulle "sperte" della spesa: i boomer acquistano meno, rispetto alla media degli altri consumatori, prodotti dolci, cioccolato, dessert, gelati e snack; per contro, rivolgono la loro attenzione su yogurt, prodotti da forno dolci e cereali per la prima colazione che offrono diverse opportunità per la riduzione degli zuccheri.

Infatti, la categoria degli yogurt negli Stati Uniti sta vivendo un momento di grande sviluppo proprio per le opzioni senza o con poco zucchero: il 20% di tutti i nuovi prodotti del 2018 riporta questi claim rispetto al 4% del 2013. Non altrettanto per i cereali per la prima colazione o i prodotti dolci da forno con appena un 2% di versioni con poco zucchero nel 2018.



www.foodexecutive.com

notizie sempre aggiornate dal mondo del food&beverage



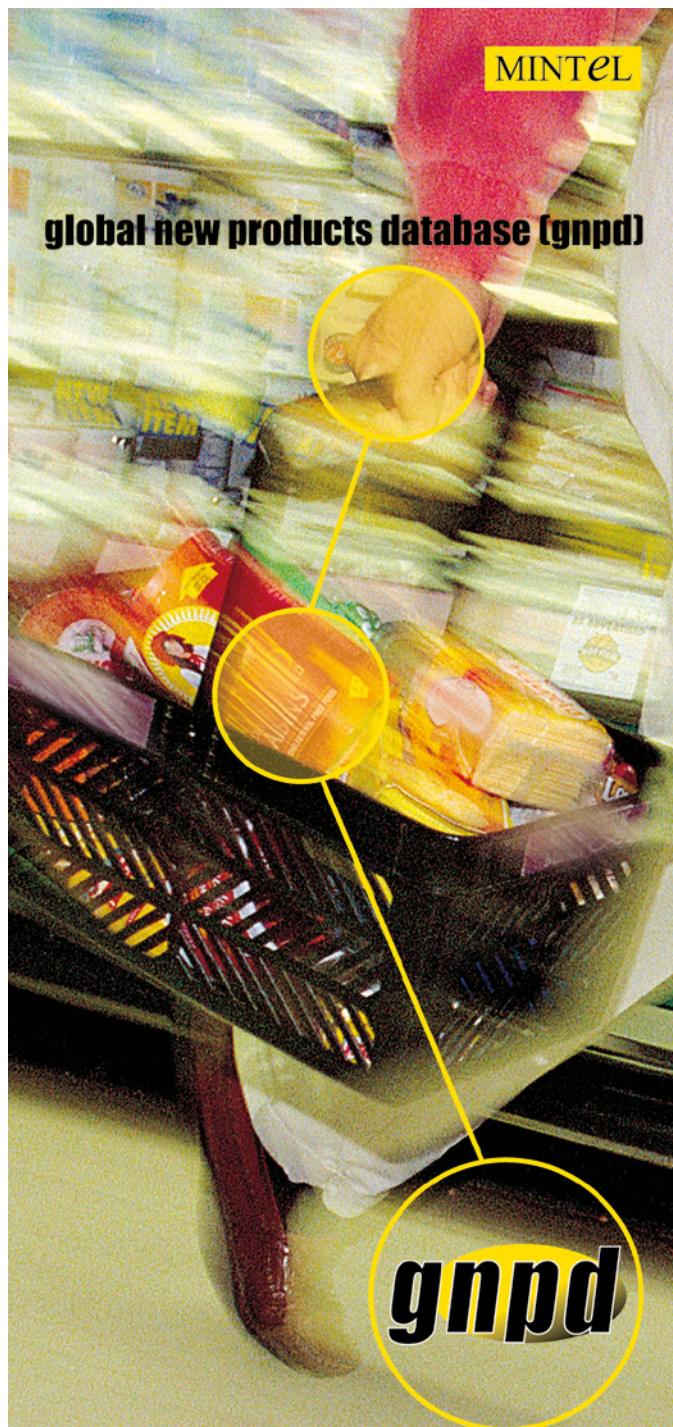
Agenda
AITA
Alcolici
Alimenti
Analcolici
Analisi Controllo
Aziende
Bevande
Birra
Cereali

Convegni
Elettronica Automazione
Energia Sostenibilità
Igiene Ambienti
Imballaggi
Ingredienti
Leggi Norme
Libri
Macchine Strumenti
Macinazione

Mangimi
Mercati Consumi
Notizie
Nutrizione
Pasta
Ricerca Applicata
Salute e Benessere
Sicurezza Alimentare
Vino



global new products database (gnpd)



gnpd ti permette di monitorare con precisione, le innovazioni dei beni di consumo nei mercati mondiali. Con tanti servizi esclusivi, tra cui gli avvisi e-mail personalizzati, **gnpd** mette a tua disposizione una banca dati completamente accessibile, per ricercare, individuare e ricavare informazioni dettagliate su ingredienti, confezione, prezzo, marchio, produttore e lancio sul mercato.

www.gnpd.com

Monitoriamo per te il lancio dei beni di consumo confezionati in tutto il mondo

I cavolfiori offrono prestazioni migliori dei burger vegetali

Secondo quanto riportato da NewNutrition Business, la pizza a base vegetale della start-up Caulipower, nel 2018, ha raggiunto 45 milioni di dollari di fatturato ed è previsto che quest'anno cresca fino a 100 milioni di dollari. Per contro, il produttore di burger senza carne Beyond Meat ha gestito vendite per 50 milioni di dollari, nello stesso anno, nonostante una massiva campagna pubblicitaria con oltre 200 milioni d'investimento.

Il successo di Caulipower e altri marchi a base vegetale rivela che i consumatori non vogliono burger a base di proteine vegetali estruse, ma prodotti vegetariani con una lista corta di ingredienti, naturali e poco elaborati e rispondono perfettamente alle otto motivazioni che guidano la tendenza vegetariana. Per molti consumatori, per esempio, il 20 o 30% di vegetale in un alimento aggiunge al prodotto un alone salutistico e, nel caso di Caulipower, offre un'alternativa senza glutine a una pizza convenzionale.

La tendenza degli alimenti vegetariani offre alle aziende e ai marchi un'opportunità di crescita, ma devono essere scelte con attenzione le strategie: tra queste, i sostituti della carne a base vegetale sono già un mercato molto competitivo. Un mercato molto promettente, invece, visto i risultati, sono i burger preparati con proteine vegetali e gli investitori della Silicon Valley sono molto interessati ai guadagni potenziali.



Una pizza lanciata da Caulipower.

La personalizzazione “naturale” come misura preventiva

Nel settore dell'alimentazione la personalizzazione non è una novità. Negli ultimi anni la dieta quotidiana di molti si è trasformata da necessità naturale a espressione di uno stile di vita da fotografare e postare. Internet e le piattaforme social sono, per chiunque, fonti di informazioni e consigli sulle diverse intolleranze, diagnosticate o meno.

Secondo molti nutrizionisti un'alimentazione personalizzata su base scientifica è la strada giusta verso un lungo e sano futuro privo di malattie legate allo stile di vita. La domanda fondamentale è: perché le persone reagiscano in modo diverso

L'alimentazione personalizzata sarà uno dei temi centrali trattati quest'anno da Fi Europe & Ni dal 3 al 5 dicembre a Parigi. Informazioni su questo argomento e su altre tendenze del settore saranno fornite non solo dagli oltre 1.700 espositori, ma anche dalla Conferenza Fi (3 e 4 dicembre), dal Summit sul Futuro della Nutrizione (2 dicembre) e da altre numerose iniziative gratuite e Innovation Tour.

agli stessi alimenti? La ricerca si è focalizzata a lungo sui geni per trovare la soluzione a queste reazioni individuali. Lo studio innovativo svolto dall'Istituto Weizmann in Israele nel 2015 ha posto al centro dell'attenzione il microbioma dell'intestino. È ormai risaputo che la composizione della microflora intestinale può influenzare la risposta glicemica dopo il pasto. Se il livello di glucosio aumenta in modo considerevole - quindi con picchi glicemici - le possibili conseguenze sono l'aumento di peso e l'insorgenza di malattie legate alle abitudini alimentari.

Dalla ricerca alla pratica

Il primo passo è l'analisi, e in questo ambito molte start-up innovative e grandi aziende hanno già proposto sul mercato soluzioni interessanti. Mentre i sistemi di monitoraggio sono già molto conosciuti, gli strumenti per l'analisi glicemica, le analisi del microbioma delle feci oppure i test genetici stentano ancora a uscire dalla loro posizione di nicchia.

Tutto questo dovrebbe cambiare grazie al crescente consumo quotidiano e alla diminuzione dei prezzi. Il ruolo dell'industria alimentare è fondamentale al fine di rendere l'alimentazione personalizzata concorrenziale sul mercato. Analizzando in modo approfondito il concetto di personalizzazio-



La salute dell'intestino è uno dei temi centrali nella New Product Zone di Fi Europe & Ni.

ne, la conseguenza logica sarebbe il dover proporre centinaia di singole variazioni di uno stesso prodotto – praticamente irrealizzabili. Attualmente sono presi in considerazione dei modelli che creano un numero gestibile di “tipi di alimento” derivanti dai dati ottenu-

ti dall’analisi del microbioma e dei geni e dal loro minimo comune denominatore: un’impostazione attuabile che tiene comunque conto delle diverse reazioni del metabolismo degli individui. Anche il commercio al dettaglio sarà un fattore determinante: persino nell’era del

commercio online, l’alimentazione personalizzata avrà la possibilità di affermarsi se i prodotti giusti saranno disponibili anche sugli scaffali dei supermercati.

*Julien Bonvallet, Brand Director
di Food ingredients,
Informa Markets*

Tracciabilità della filiera del cacao

Nel rapporto sulla sostenibilità 2017/2018, **Cargill** mette in evidenza il lavoro quotidiano svolto per migliorare la vita degli agricoltori e delle loro famiglie nei cinque Paesi dove il gruppo si rifornisce di cacao: Brasile, Camerun, Costa d’Avorio, Ghana e Indonesia.

L’azienda è focalizzata sull’implementazione di una filiera più trasparente e di soluzioni modulari: alcune azioni recenti sono state focalizzate sul miglioramento della capacità degli agricoltori locali e della tracciabilità della catena produttiva, sull’aumento dell’accesso alla formazione professionale e alle risorse educative dei proprietari delle piantagioni, sulla professionalità della coltivazione e sulla protezione delle risorse naturali.



La tecnologia svolge un ruolo vitale: per esempio, utilizzando i pagamenti digitali, gli agricoltori possono riceverli in modo sicuro e immediato; inoltre, i dati mappati dal GPS forniscono informa-

zioni su come Cargill sviluppi e sia impegnata nei programmi per la sostenibilità aiutando i clienti a rispondere alla richiesta dei consumatori per prodotti eticamente sostenibili.

LA FILIERA ITALIANA DEGLI INTEGRATORI ALIMENTARI AL VITAFODDS

Anche per le aziende italiane di integratori alimentari, l’internazionalizzazione rappresenta una “propulsione” alla crescita, come dimostrano le ultime rilevazioni del Centro Studi FederSalus, secondo cui le aziende che esportano registrano performance migliori in termini di dinamiche d’investimento, occupazione e fatturato. Per queste aziende, inoltre, l’internazionalizzazione ha rappresentato una importante leva di espansione del business. Pertanto, dopo Tokyo e Chicago, FederSalus ha portato questo tema al Vitafoods di Ginevra. Il padiglione Italia dell’agenzia ICE ha ospitato le seguenti azien-

de: Cabassi & Giuriati, Farmalabor, Laerbium, Limhealth, Montefarmaco, Nathura.

L’attività d’interscambio delle aziende italiane è dunque positiva e offre ancora maggiori potenzialità di crescita. Dall’indagine, come detto, è emerso che le aziende coinvolte guardano con favore ai mercati internazionali e l’export è in aumento per i 4/5 delle aziende del campione. Il 75% dichiara attività estere, con un peso delle esportazioni sul fatturato totale espresso dalle aziende coinvolte pari al 22,6%, dato inferiore rispetto alla media nazionale (32,6%), ma che evidenzia ampi margini di miglioramento.

Standard internazionali per una produzione sostenibile di cacao

La serie ISO 34101, voluta da investitori e rappresentanti dei Paesi dove il cacao è coltivato e consumato, è stata sviluppata da ISO in collaborazione con il Comitato europeo per la standardizzazione (CEN) e punta a incoraggiare la professionalità delle aziende che coltivano cacao, contribuendo al sostentamen-

to degli agricoltori e alla creazione di condizioni di lavoro migliori.

La serie ISO 34101-1, Cacao sostenibile e tracciabile, è suddivisa in quattro parti: la prima, requisiti per i sistemi di gestione della sostenibilità del cacao, ha l'obiettivo di aiutare gli utilizzatori a implementare pratiche efficaci che con-

sentano di migliorare in modo continuativo il business; la seconda parte si occupa dei criteri economici, sociali e ambientali; la terza contiene i requisiti per la tracciabilità del cacao prodotto in modo sostenibile; la quarta si rivolge agli organi di certificazione e a chi vuole essere conforme a queste norme.

Impegno internazionale contro i grassi trans

Secondo l'analista GlobalData, l'International Food and Beverage Alliance (IFBA) si è impegnata a eliminare gradualmente i grassi *trans* dall'industria alimentare globale entro il 2023. L'impegno rappresenta un precedente interessante riguardo al modo in cui viene affrontata la presenza negli alimenti trasformati di ingredienti "cattivi".

Fra i membri dell'associazione, che conta 12 big del settore alimentare e delle bevande, figurano Coca-Cola, McDonald's, Nestle e Unilever.

L'assunzione dell'impegno arriva un anno dopo che l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha lanciato un'iniziativa per fornire a tutti i Paesi indicazioni su come eliminare i grassi *trans* artificiali dagli alimenti, al fine di escludere completamente questi ingredienti in tutto il mondo. L'OMS ha individuato i grassi *trans* prodotti industrialmente come la causa di oltre 500.000 morti per malattie coronariche a livello globale ogni anno, e la loro eliminazione rappresenta un modo semplice ed efficace per salvare vite umane.

Questi grassi sono inequivocabilmente legati a una serie di esiti negativi, ma non rappresentano l'unico fattore che contribuisce a problemi di salute legati alla dieta: altri ingredienti come il sale, lo zucchero e i grassi saturi sono sempre più indagati e sarà interessante vedere come l'OMS assumerà impegni simili e, ancora più importante, come risponderanno i giganti dell'industria alimentare e delle bevande.

Secondo Katrina Diamonon, analista di Consumer Insights di GlobalData, è molto più facile per i produttori intraprendere altre iniziative in favore della salute, come il controllo delle porzioni, la chiarezza delle informazioni nutrizionali e il marketing responsabile, che non mettere in atto cambiamenti sugli ingredienti e la formulazione dei prodotti. Tuttavia, questo impegno contro i grassi *trans* può rappresentare un "pendio scivoloso" che l'industria alimentare dovrà comunque intraprendere se l'OMS continuerà ad avere una posizione intransigente verso gli "ingredienti cattivi".





Food ingredients
Europe

Incontra i fornitori di rilievo



Natural
ingredients



Expo
FoodTec

3-5 Dicembre 2019

Villepinte Parc des Expositions

Parigi, Francia

CI VEDIAMO A PARIGI!

www.fi-europe.eu

Alle porte una nuova edizione di Sana

Dopo il successo del 2018 - con 52.000 m² di superficie lorda, più di 950 prodotti nuovi, circa 2.000 incontri tra aziende espositrici e buyer internazionali, decine di convegni (+27% per gli appuntamenti dedicati alla formazione di SANA Academy) e più di 100 iniziative in città - il quartiere fieristico di **Bologna** ospiterà dal **6 al 9 settembre 2019** Sana, il Salone internazionale del biologico e del naturale, organizzato da BolognaFiere in collaborazione con FederBio e AssoBio.

Questa 31^a edizione si presenterà con un ampliamento della superficie espositiva e, grazie al coinvolgimento dei nuovi padiglioni, consentirà l'articolazione di un layout ancora più funzionale alla valorizzazione della proposta espositiva.

In mostra le principali novità per alimenti freschi e confezionati, prodotti lattiero-caseari e gelati, alimenti a base di carne e di pesce, oli, pasta, riso, cereali, dolci e prodotti da forno, alimenti dietetici, miele e conserve, vini, bevande e, in generale, ciò di cui si compone l'offerta biologica italiana e internazionale.

Un altro spazio sarà dedicato a business e networking per gli operatori e i professionisti del comparto erboristeria, cosmetica e para-farmacia, che ospiterà le aziende produttrici di cosmetici biologici e naturali, prodotti per la bellezza e la cura del corpo, integratori alimentari, prodotti e servizi naturali per la cura della persona.

Nel settore Green Lifestyle saranno protagoniste le tecnologie e le soluzioni ecocompatibili, i tessuti naturali, le proposte alternative per l'abitazione e l'ufficio ecologici, oltre a prodotti per il tempo libero e per tutte le persone con spirito eco-sostenibile.

L'offerta di Sana Market, ovvero l'insieme delle opportunità di acquisto per i visitatori, si completa con l'ampia selezione di alimenti bio, cosmetici e integratori biologici e na-

turali, presentati e messi in vendita direttamente dalle aziende espositrici.

Parallelamente al momento commerciale, il salone internazionale del biologico e del naturale offre dei momenti culturali attraverso i numerosi incontri per i professionisti e per il pubblico. Ne sono un esempio i seminari di Sana Academy e la presentazione dei dati dell'Osservatorio Sana in programma durante la manifestazione. Ad arricchire la proposta della rassegna anche i momenti di intrattenimento previsti in città, pensati per portare i valori di Sana oltre i confini del quartiere fieristico.

Tutto esaurito per Cibus Tec 2019

È tutto pronto per la 52^a edizione di Cibus Tec, il salone della tecnologia alimentare in programma a **Parma** che dal **22 al 24 ottobre** porterà in fiera 400 brand esteri del Food & Beverage provenienti da 25 nazioni con una crescita del 30% rispetto al 2016, occupando un padiglione in più rispetto all'edizione precedente. Tra i Paesi più rappresentati la Germania. Seguono Paesi Bassi, Danimarca, Svizzera, Francia. Ben nutrite anche le partecipazioni di aziende provenienti da Cina, Usa e Turchia.

Nel complesso sono attesi 1.300 espositori (nel 2016 erano 1000), le tecnologie per tutte le filiere dell'agroalimentare (Frutta e vegetali, Latte e derivati, Carne e prodotti ittici, Piatti pronti) e l'in-

gresso di un nuovo comparto: Prodotti da forno e derivati dai cereali, Snack e prodotti dolciari.

Per la prima volta, negli 80 anni di storia del salone, un intero padiglione sarà dedicato alle soluzioni tecnologiche più innovative per Succhi, Latte, Acque, Soft Drink, Birra, Liquori e Vino potendo contare sulla presenza di oltre 150 tra i principali fornitori italiani ed internazionali. Nell'anno dei grandi appuntamenti internazionali, cresce del 20% la sezione Meat forte di un distretto, quello di Parma, che vanta 500 aziende alimentari di settore, e best practice esportate in tutto il mondo. Infine, cambio di passo del comparto del packaging: dal confezionamento primario all'imballaggio, dal fine line alla logistica

con una crescita dell'area del 40% rispetto alla precedente edizione.

Per aiutare l'export delle aziende italiane Cibus Tec organizzerà il più grande Top Buyer Program di tutte le fiere FoodTec che porterà a Parma più di 3.000 operatori internazionali provenienti da 70 Paesi, e due iniziative speciali relative ad India e Africa.

L'India è il 2° produttore mondiale di prodotti agricoli dopo la Cina ed il 6° mercato alimentare a livello mondiale. Tuttavia in India gli sprechi lungo la catena agroalimentare sfiorano il 40% rispetto alla produzione primaria. ICE-Agenzia, in partnership con le Confindustrie Emilia-Romagna, Veneto e Lombardia, ha avviato l'iniziativa "India Educational & Business Program". Un progetto di azioni e servizi mirati allo sviluppo di accordi in India, rivolto alle imprese manifatturiere italiane della filie-

ra agroindustriale e del food processing. In tale contesto, l'appuntamento di Parma è stato scelto quale piattaforma per incontri B2B fra le più importanti aziende Food & Beverage indiane e gli espositori di Cibus Tec.

In Africa le previsioni di crescita sono di un +5% del Pil all'anno. Entro il 2030 il Pil africano sarà il 5% del Pil mondiale (fonte: African Development Bank). In questo contesto, un ruolo importante lo gioca il settore frutta e vegetali, chiave di crescita economica dell'Africa. È da queste premesse che nasce il progetto Lab Innova, promosso da ICE-Agenzia, che intende contribuire a sviluppare la collaborazione tra imprese UE28-Africa, puntando sul trasferimento tecnologico. Il programma coinvolge Etiopia, Mozambico, Uganda, Tanzania ed Angola e offrirà incontri B2B proprio in occasione di Cibus Tec.

L'Italia, in effetti, vanta oggi la leadership indiscussa nelle tecnologie alimentari con 7,3 miliardi di euro di fatturato e una produzione che rappresenta il 32% di quella complessiva dell'UE28, ad incarnare il meglio della manifattura Made in Italy. Seguono sul podio la Germania con 5,9 miliardi di euro (25% del totale produzione UE28) e Francia con 1,8 miliardi (8%).

Nel 2017 l'export italiano si collocava sul podio dei principali esportatori in molti comparti del tecno-alimentare: apparecchi per preparazione di bevande e cibi caldi (924 mln di export), macchine, apparecchi e strumenti per prodotti da forno (777 mln), macchine per la lavorazione frutta e ortaggi (141 mln), macchine e apparecchi per lavorazione di oli e grassi (113) e macchine per il vino (74 mln).

A VERONA LA RASSEGNA DEL BIO FOODS & NATURAL SELF-CARE

Dal 1° al 3 aprile 2020 VeronaFiere ospiterà B/Open, la start up b2b di tutta la filiera del natural self-care e dell'alimentazione biologica che si rivolge a produttori e trasformatori, GDO, DO, Retail, Ho.re.ca., negozi specializzati, erboristerie, profumerie, farmacie e parafarmacie. La rassegna, che ha già il patrocinio di AIAB, Associazione Italiana Agricoltura Biologica, guarda dal lato espositivo a tutta l'area produttrice del mediterraneo e a quella del Nord Europa per il segmento vendita e consumo. E punta, attraverso i contenuti, ad offrire opportunità di business agli operatori professionali in un settore in continua crescita e costante evoluzione, che nel mondo genera un fatturato di 92 miliardi di euro. In questo scenario, l'Italia è fra i principali produttori con circa 2 milioni di ettari coltivati a biologico, cresciuti fra il 2017 e il 2018 del 6,5%, e occupa il secondo posto in Europa.

Il padiglione Bio foods propone il settore dell'agroalimentare biologico certificato, mentre il padiglione Natural self-care è il salone dei prodotti biologici e naturali per la salute, la cura e il benessere del corpo.

Più specificatamente, nel segmento dell'alimentazione biologica saranno rappresentati anche i prodotti nutraceutici, dietetici, integratori, pet food, servizi, packaging ecologici; ingredientistica per prodotti bio, ma anche prodotti per il benessere; bellezza e cura della persona comprenderanno cosmesi, trattamenti naturali, piante officinali e derivati, prodotti per la salute e la cura della persona, servizi.

B/Open si propone come la prima fiera in Italia esclusivamente b2b, rivolta agli operatori professionali italiani e stranieri del food certificato biologico e del natural self-care. Dalle materie prime al prodotto finito al packaging, la nuova manifestazione di VeronaFiere presenta tutta la filiera, frutto di un'analisi di tendenze ed esigenze di un consumatore sempre più attento e consapevole, e un'accurata selezione delle aziende espositrici studiata sulle esigenze dei compratori professionali.

B/Open sposa un format interattivo, con numerosi momenti di networking e formazione, esclusivamente dedicati a produttori, trasformatori e operatori professionali.

Nel 2018, pur avendo perso la leadership assoluta in tre settori, con una quota di mercato del 16.1%, l'Italia si colloca ancora saldamente al primo posto tra i principali esportatori mondiali. Rispetto a dieci anni prima, il valore delle vendite estere di macchine per alimenti e bevande è cresciuto del 63%, arrivando nel 2018 a superare la soglia record dei 4 miliardi di euro.

A Cibus Tec, le innovazioni proposte strizzeranno l'occhio al futuro, assecondando la necessità di produzioni sempre più sostenibili, per offrire al consumatore prodotti nutrienti e soprattutto caratte-

rizzati da elevati standard di sicurezza. È in tale ottica che sarà ospitato l'IBS - International Biofilm Summit, la più importante conferenza mondiale dedicata alle problematiche da biofilm nell'industria alimentare che ogni anno è causa dello spreco di più di un miliardo di tonnellate di cibo a causa delle contaminazioni.

Va invece nella direzione dell'innovazione tecnologica, il Cibus Tec Industry, il progetto che riprodurrà in fiera 4 linee altamente automatizzate e funzionanti dedicate al settore caseario, delle carni, dei piatti pronti e dei prodotti da forno.

Linee di produzione a ciclo completo dalla materia prima, al prodotto finito fino a soluzioni avanzate di stoccaggio.

Altri eventi in agenda sono: Il Tomato Day, in collaborazione con Amitom e WPTC, Logisticamente On Food 2019 realizzato con Logisticamente, DIU Design for Intended Use For Food Packaging Showcases organizzato da Netherlands Packaging Center, e gli innovativi workshops organizzati da EHEDG (European Hygienic Engineering and Design Group) e dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Tecnologi Alimentari.

Ottime prospettive per Anuga 2019

Procedono a gonfie vele i preparativi per la 100ª edizione di **Anuga**, la piattaforma di business più grande e importante del mondo per l'industria alimentare internazionale in

programma a **Colonia** dal **5 al 9 ottobre 2019** che occuperà uno spazio espositivo di 284.000 m² e attende circa 7.400 espositori provenienti da circa 100 Paesi.

Ancora una volta il salone garantirà una panoramica generale e una disposizione ben organizzata delle aree tematiche, proponendo 10 fiere sotto lo stesso tetto.

Anuga Fine Food è la zona dedicata alle specialità gastronomiche, gourmet e agli alimenti di base, con un'offerta completa e diversificata da tutto il mondo che comprende anche temi trasversali come halal, superalimenti o alimenti funzionali.

Anuga Frozen Food è la fiera degli alimenti surgelati, uno dei più importanti trendsetter del settore e del mercato dell'hospitality e del foodservice che presenta a Colonia le sue innovazioni sia per il retail che per il mercato fuori casa.

Anuga Meat è il salone di carni e derivati, ma qui trovano spazio anche i prodotti sostitutivi per vegani e vegetariani, anche a base di insetti.

Anuga Chilled & Fresh Food è il segmento di riferimento per i prodotti freschi e pronti, gastronomia



fresca, pesce, frutta e verdura e di tutti i prodotti dedicati a chi ha poco tempo da dedicare in cucina.

Anuga Dairy è la fiera per latte e derivati che riunisce i leader del mercato internazionale e tutte le più grandi e importanti tipologie di prodotti, sia tradizionali che innovative provenienti da tutto il mondo.

Anuga Bread & Bakery è il segmento specializzato in pane e prodotti da forno che, insieme a marmellata, miele, creme di cioccolato e frutta secca, burro di arachidi e altre creme spalmabili sono ingredienti fondamentali per la colazione.

Anuga Drinks è il salone specializzato delle bevande sia per il commercio al dettaglio che per il settore della ristorazione, sia alcoliche

che non, comprese le proposte più innovative e di tendenza.

Anuga Organic è lo spazio dedicato ai prodotti biologici provenienti dalla Germania e dall'estero, con particolare attenzione all'esportazione. L'offerta degli espositori sarà completata dall'evento speciale "Anuga Organic Market" che mette abilmente in primo piano i prodotti dell'agricoltura biologica controllata per il settore del commercio e presenta le possibilità di un variegato assortimento di prodotti biologici "su misura", prodotti regionali, del commercio equo e per vegani che rimangono le tendenze e i propulsori del settore.

L'attenzione si concentra su carni fresche, latte e latticini, pro-

dotti matcha, specialità gastronomiche biologiche e vini da agricoltura biologica.

Anuga Hot Beverages è il salone del caffè, del tè e del cacao, sempre più attraente a livello internazionale sia per il retail che per il settore dei consumi fuori casa, con un'offerta ampia e diversificata di produttori leader e minori da tutto il mondo.

Infine, Anuga Culinary Concepts è un nuovo spazio che deriva dalla crescente attenzione al mercato dell'ospitalità e del foodservice e che vuole offrire visibilità a nuove idee, innovazioni e occasioni di fare rete. Qui troveranno spazio le finali dei giovani chef e pasticciere di talento dell'evento "Anuga Culinary Stage".

Il mondo degli ingredienti si ritrova a Parigi

Dal 3 al 5 dicembre 2019, il Parc des Expositions Paris Nord Villepinte diventa l'epicentro dell'industria alimentare grazie a Fi Europe & Ni che, dal 1986 è la principale piattaforma per i produttori di ingredienti e non solo. Infatti, attraverso gli oltre 80.000 m² di area espositiva, esperti di tutti i settori possono sviluppare il proprio business nella supply chain dell'industria alimentare e delle bevande.

L'evento di quest'anno si focalizza sui seguenti temi: etichetta pulita, riduzione e riformulazione, salute e funzionalità e ingredienti di origine vegetale. Gli organizzatori di Informa Markets si aspettano oltre 27.000 visitatori e hanno già ricevuto conferma di partecipazione da oltre 1.700 espositori da 135 nazioni.

Quest'anno sono previste inoltre delle presentazioni gratuite sul-

le tendenze dell'industria e approfondimenti sui mercati, un programma sulla qualità e la sicurezza delle lavorazioni in collaborazione con IUFOST, l'Unione Internazionale delle Associazioni scientifiche sugli alimenti, oltre a una speciale Plant-based Experience, in collaborazione con ProVeg International che organizza show cooking, degustazioni e tour guidati.

La tradizionale Fi Conference di due giorni è dedicata alle sfide attuali e all'identificazione delle opportunità per i professionisti dell'industria alimentare e delle bevande.

La Women's Networking Breakfast e la Food Evolution Breakfast sono ulteriori opportunità per partecipare a discussioni chiave e creare reti di collaborazione. Ancora una volta, i Fi Innovation Awards

sono assegnati alle aziende che hanno prodotto innovazione, mentre la Startup Innovation Challenge fornisce una vetrina per le piccole startup che rimangono spesso sconosciute alla grande industria.

Novità per il 2020

Fi Europe, l'evento principale dedicato agli ingredienti per l'industria alimentare e delle bevande, e Hi Europe, la sua controparte per gli ingredienti salutistici, diventeranno eventi in contemporanea, alternandosi tra Germania e Francia: la prima edizione condivisa aprirà le sue porte a Francoforte il 1° dicembre 2020. Successivamente, si tornerà a Parigi, dal 30 novembre al 2 dicembre 2021.

calendario

In **rosso**, le manifestazioni alle quali potete trovare le nostre riviste in distribuzione

IN ITALIA

6-9 SETTEMBRE 2019 - Sana - Salone int. del biologico e del naturale - Bologna - www.sana.it

11-13 SETTEMBRE 2019 - XXIV Workshop sui progetti di ricerca innovativa sugli alimenti - Firenze - www.phdfood2019.it

22-25 OTTOBRE 2019 - Cibustec - Salone int. dell'industria alimentare - Parma - www.cibustec.it

16-19 NOVEMBRE 2019 - Foodnova - Salone int. dei nuovi alimenti - Rimini - www.foodnova.eu

1-3 APRILE 2020 - B/Open - Salone int. del biologico - Verona - www.b-opentrade.com

ALL'ESTERO

4-6 SETTEMBRE 2019 - Asia Fruit Logistica - Salone int. dei prodotti ortofrutticoli - Hong Kong - www.asiafruitlogistica.com

8-11 SETTEMBRE 2019 - IBIE - Salone int. dei prodotti da forno - Las Vegas (USA) - www.ibie2019.com

21-24 SETTEMBRE 2019 - Südback - Salone della panificazione e pasticceria - Stoccarda (Germania) - www.messe-stuttgart.de

5-9 OTTOBRE 2019 - Anuga - Salone int. dell'industria alimentare - Colonia (Germania) - www.anugafoodtec.com

8-11 OTTOBRE 2019 - Process Expo - Salone int. dell'industria alimentare - Chicago (USA) - www.myprocessexpo.com

29-31 OTTOBRE 2019 - Gulfood Manufacturing - Salone int. dell'industria alimentare - Dubai (Emirati Arabi) - www.gulfoodmanufacturing.com

3-5 DICEMBRE 2019 - Food ingredients Europe - Salone int. degli ingredienti alimentari - Parigi (Francia) - www.figlobal.com/fieurope

2-5 FEBBRAIO 2020 - ISM+ProSweets - Salone int. dell'industria dolciaria - Colonia (D) - www.prosweets.com

13-16 FEBBRAIO 2020 - Biofach - Salone int. del biologico - Norimberga (Germania) - www.biofach.de

26-29 MARZO 2020 - Ibaktech - Salone int. dell'industria dei prodotti da forno e dolciari - Istanbul (TR) - www.ibaktech.com

26-28 MAGGIO 2020 - Anutec Brazil - Salone int. dell'industria alimentare - Curitiba (Brasile) - www.anutecbrazil.com.br/en

6-9 OTTOBRE 2020 - Alimentaria FoodTech - Salone int. dell'industria alimentare - Barcellona (Spagna) - www.alimentariafoodtech.com

18-22 OTTOBRE 2020 - Sial - salone int. dell'alimentazione - Parigi (Francia) - www.sialparis.com

23-26 MARZO 2021 - Anuga FoodTec - Salone int. dell'industria alimentare - Colonia (Germania) - www.anugafoodtec.com

4-7 MAGGIO 2021 - Ipack-ima - Salone int. imballaggio e confezionamento - Milano - www.ipackima.com

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI



Il viaggio continua...

Noi e Voi per un anno SPAZIALE!

Rinnova il tuo
abbonamento
per 1 anno a € 45

Abbonamento in digitale PDF
per tablet € 29,99

CHIRIOTTI EDITORI SRL

Viale Rimembranza, 60 - 10064 PINEROLO (TO)

Tel. 0121 378147 - Fax 0121 794480 - abbonamenti@chiriottieditori.it

€ 45,00 PER 1 ANNO (6 FASCICOLI)

€ 29,99 per 1 anno in versione digitale*

*abbonamento solo tramite sito www.shop.chiriottieditori.it

DATI PER LA SPEDIZIONE

nome _____
ditta/ente _____
via _____
città _____
prov. _____ cap _____
tel. _____
p. iva /c.f. _____
email _____

Ai sensi dell'Art. 11 della Legge 675/96 ed in relazione all'informativa che avete fornito sui dati richiesti, si esprime il consenso al trattamento ed alla comunicazione degli stessi.

firma _____

SCEGLIAMO DI PAGARE L'IMPORTO CON:

- Bonifico bancario** IBAN IT66U0306930757100000011983
(specificare quale abbonamento nella causale)
- Contrassegno** (richiedere al servizio abbonamenti 0121 378147)
- Carta di credito:**

scadenza _____  

n. carta

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

titolare carta _____

firma _____

Indice inserzionisti

ABS Food - Peraga di Vigonza www.absfood.com	cop. 1-37	Giusto Faravelli - Milano www.faravelli.it	mag./giu.	Ocean Spray www.crunchycranberry.eu	nov./dic.
ADEA - Busto Arsizio www.adea-srl.it	53	GNT Europe - Aachen (D) www.gnt-group.com	mar./apr.	Phenofarm - Scandriglia www.phenofarm.it	gen./feb.
AromataGroup - Bresso www.aromatagroup.com	cop. 2	Goodmills Innovation - Amburgo (D)..	mag./giu.	Prinova Europe - Londra (GB) www.prinovaeurope.com	gen./feb.
Bontà Infinite - Terme Vigliatore www.bontainfinite.com	17	GTC - Milano www.agargtc.com	27	R-Biopharm - Melegnano www.r-biopharm.com	nov./dic.
Castelli Food - Milano www.castellifood.it	mag./giu.	Hispanagar - Setexam - SK Food Additives - SSB - Unipektin		Raimondi - Genova N. www.raimondicocoa.it	mar./apr.
ChemSafe - Colletterto Giacosa www.chemsafe-consulting.com	nov./dic.	Hi Europe - Francoforte (D) www.hieurope.com	sett./ott.	Res Pharma - Trezzo sull'Adda www.respharma.com	nov./dic.
Chimab - Campodarsego www.chimab.it	mag./giu.	Kerry - Mayfield Heights (USA) www.ganedenprobiotics.com/global...	mag./giu.	Sial - Parigi (F) www.sialparis.com	sett./ott.
Chiriotti Editori - Pinerolo www.chiriottieditori.com	57-61-71	Leben Ingredients - Settimo M.se www.lebeningredients.com	7	Sigep - Rimini www.sigep.it	nov./dic.
Deimos - Cinisello Balsamo www.deimossrl.it	41	LR Flavours & Fragrances - Belpasso www.lrindustries.it	mag./giu.	Soc. Agricola Eatriscan - Gubbio www.eatriscan.com	nov./dic.
Di Bartolo - Calatabiano www.dibartolosrl.it	13	Marullo - Bronte www.fmarullo.com	cop. 4	Uniglad - Grinzane Cavour www.unigladingredienti.com	33
Fi Europe - Parigi (F) www.fi-europe.eu	65	Meurens Natural - Herve (B) www.meurensnatural.com	mar./apr.	Sedamyl - Meurens Natural - Tereos Syral	
FoodExecutive.com www.foodexecutive.it	59	Millbo - Trecate www.millbo.com	sett./ott.	Victa Food&Trade - Mogliano V. www.victa.it	mar./apr.
Fratelli Pagani - Milano www.fratellipagani.it	mar./apr.	Mintel GNPD - (Gran Bretagna) www.mintel.com	60	Vi.Sa - Nocera Inferiore www.aromi.it	cop. 3
Frigerio Food Ingredients - Villasanta www.frigeriofood.it	mag./giu.	Mulino Padano - Ceneselli www.mulinopadano.it	49	Vitafoods - (Svizzera) www.vitafoods.eu.com	mar./apr.
		Nuova Guseo - Villanova sull'Arda www.nuovaguseo.eu	mag./giu.		

Aziende citate

ABSFood - www.absfood.com	37	DolCas Biotech - www.dolcas-biotech.com	23	Mibelle Biochemistry - www.mibellebiochemistry.com	25
ActivInside - www.skinax.com	23	Farmaceutici Procemsa - www.procemsa.it	33	Monteloeder - www.monteloeder.com	25
AINIA - www.altexco2.com	31	F.Ili Marullo - www.fmarullo.com	40	Novastell - www.novastell.com	23
Algenuity - www.algenuity.com	30	Fiorio Colori - www.fioriocolori.com	36	Ocean Spray - www.oceanspray.com	35
Arla Foods Ingredients - www.arlafoodsingredients.com	36	Frutarom Health - www.frutaromhealth.com	29	PB Leiner - www.pbleiner.com	31
AromataGroup - www.aromatagroup.com	36	GioCan - c/o Enrico Giotti - www.giotti.it	32	Prinova - www.prinovaeurope.com	26
AstaReal - www.astareal.se	24	GoodMills Innovation - www.goodmillsinnovation.com	36	Puredia - www.puredia.com	23
Bontà Infinite - www.bontainfinite.com	39	Innovopro - in Italia: Deimos Group - www.deimossrl.it	38	Sochim International - www.sochim.it	32
Bormioli Pharma - www.bormioliapharma.com	28	Italgelatine - www.italgelatine.com	32	Soja Austria - in Italia: ABSFood - www.absfood.com	37
Bösch Boden Spies - www.boeschbodenspies.com	35	Kaneka - www.kaneka-ubiquinol.com	30	Solimè - www.solime.it	29
Cargill - www.cargillcacaochocolate.com ..	34-63	Kerry - www.kerry.com	26-40	Uniglad - www.unigladingredienti.com	38
Chemiferm - www.chemiferm.eu	32	MG2 - www.mg2.it	28	Weishardt - www.weishardt.com	24
DCC - www.dcchealthandbeauty.com	24			Welch's Global Ingredients Group - www.welchsgig.com	34
Deimos Group - www.deimossrl.it	38				



L'equilibrio naturale del sapore



prodotti

- Aromi
- Spezie
- Verdure disidratate
- Infusi aromatici
- Miscele
- Ingredienti
- Additivi
- Pesci, crostacei, molluschi disidratati
- Carni e salumi disidratati
- Latte e siero
- Proteine e derivati
- Coloranti
- Zuccheri e derivati
- Prodotti biologici
- Latticini disidratati

settori

- Industria conserve vegetali
- Industria salumifici
- Industria dolciaria
- Industria farmaceutica
- Industria panificazione
- Industria gelati
- Industria delle bevande
- Industria liquori
- Pastifici
- Ristorazione collettiva

La Vi.Sa. Srl è una azienda giovane e dinamica specializzata nella produzione di aromi ed ingredienti alimentari. Dal 1989, anno in cui ha iniziato l'attività produttiva, ha indirizzato le proprie energie nella ricerca e sviluppo di nuovi prodotti destinati all'industria alimentare, effettuando nel proprio laboratorio le sperimentazioni sui prodotti finiti al fine di convalidarne l'efficacia.



Aromi Mediterranei®

Eccellenza di **Sicilia** a raccolta.



Marullo è sinonimo, in Italia e nel mondo, dell'autentico **Pistacchio Verde di Bronte D.O.P.**

Come in tutti gli anni dispari, per il rinomato "oro verde" di **Sicilia** si avvicina il tempo della raccolta, prevista tra fine agosto e inizi settembre. Un rituale meticoloso grazie al quale si selezionano i frutti migliori, che verranno trasformati in semilavorati di qualità alla base delle più gustose preparazioni dolci e salate.



MARULLO

INDUSTRIA LAVORAZIONE PISTACCHIO

tel: +39 095 7725855 | fax: +39 095 7724894 | e-mail: info@fmarullo.com | www.fmarullo.com

