



Dall' 1 MARZO 2021
Al 7 MARZO 2021

LATTERIE
inalpi

RASSEGNA
STAMPA

Un lattiero caseario meno energivoro

La produzione di latte e derivati ha un forte impatto in termini di consumi e anche sull'ambiente che le aziende puntano a ridurre in ottica sostenibile.

di **Benedetta Bagni**

 Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/LattieroCaseari

Nel settore lattiero caseario sono particolarmente alti i consumi di energia richiesti per i processi di pastorizzazione, produzione, refrigerazione e stoccaggio dei prodotti e delle materie prime. Per questo le aziende del comparto ormai da diversi anni si stanno organizzando per una maggiore sostenibilità.

«Per il **Gruppo Granarolo** – raccontano dall'azienda – il più alto consumo energetico è rappresentato dagli stabilimenti produttivi. Per far fronte a questo, fin dal 2010 il gruppo ha avviato un percorso nel campo dell'efficienza energetica, per ridurre consumi e migliorare l'efficienza degli impianti, ponendosi come obiettivo primario la riduzione dei consumi energetici per unità di prodotto. Questo percorso di sostenibilità è stato indirizzato in particolare sull'implementazione della cogenerazione come sistema primario di efficienza negli stabilimenti energivori, con l'obiettivo di autoprodurre in loco più del 60%

dell'energia elettrica necessaria al fabbisogno degli stabilimenti produttivi grazie a impianti di cogenerazione di proprietà e di fornitori presenti negli stabilimenti di Usmate Velate (MB), Pasturago di Vernate (MI), Soliera (MO), Bologna e Gioia del Colle (BA). Dalle analisi interne ed esterne svolte sui consumi energetici degli stabilimenti del gruppo, è stato riscontrato un contributo significativo delle centrali di produzione utilities, ossia gli impianti con cui Granarolo produce internamente i vettori energetici necessari al funzionamento delle proprie linee di produzione. Il consumo di queste centrali è così significativo da eguagliare in

“ Il più alto consumo energetico è rappresentato dagli stabilimenti ”

INDUSTRIA LATTIERO-CASEARIA: IL N° DI STABILIMENTI PER UNITÀ PRODUTTIVE (2019, in unità)

Caseifici e centrali del latte	1.300
Stabilimenti di aziende agricole	99
Stabilimenti di enti governativi agricoli	470
Centri di raccolta latte	118
Totale	1.987

Fonte: Istat

Largo Consumo

quantità il consumo diretto delle linee produttive». Nel 2019 il consumo di energia elettrica degli stabilimenti Granarolo è risultato in calo (-2%) nonostante un aumento delle produzioni del 4%. A fine 2018 l'azienda ha varato un

Piano di Sostenibilità, in accordo con la strategia Farm to Fork del Green Deal europeo. Questo per ottenere più benessere animale alla stalla anche lavorando sulla riduzione dell'impatto ambientale, una drastica riduzione della plastica, che risparmierà all'ambiente l'immissione di 3.787 t di CO2 in 4 anni (2018-2021) e un piano anti-spreco su latte e latticini lavorando in sinergia con le istituzioni, i clienti e i consumatori, le onlus, per puntare a una riduzione dei resi (10% anno su anno) e a un indirizio mirato delle eccedenze alimentari.

«Nell'azienda agricola di Francolise – raccontano dal **Gruppo Garofalo** – si effettua il recupero di energia termica prodotta dalla centrale a biogas per l'essiccazione del foraggio per fieno. La produzione di energia elettrica immessa in rete è superiore ai consumi del gruppo, pertanto **Fattorie Garofalo** è

un produttore netto per la rete di energia elettrica da fonti rinnovabili».

Anche in **Inalpi** è chiara la consape-

volezza del ruolo di ognuno per un mondo più pulito. «In questo contesto – raccontano dall'azienda – si inserisce il piano quinquennale di ampliamento, varato per il 2021-2025, naturale proseguimento di un percorso già avviato negli anni passati. Un piano di investimenti da 150 milioni di euro che prevede la costruzione della seconda torre di sprayeratura, che raddoppierà l'attuale capacità produttiva, e la costruzione del nuovo caseificio per la produzione di semilavorati. In questo contesto saranno contemporaneamente avviati piani di contenimento dell'effetto serra che, se pur con un aumento dei volumi, consentirà un abbattimento del 20% confermando come il nuovo assetto dello stabilimento sia più sostenibile rispetto al passato. Il progetto di ampliamento prevede inoltre l'installazione di nuovi impianti di cogenerazione e fotovoltaici e il biodigestore con utilizzo di fanghi di depurazione. Sarà inoltre realizzato un impianto di trattamento delle acque, che consentirà di potabilizzare circa 1.000 m3/giorno di acqua, e che, con l'integrazione di un impianto di potabilizzazione di parte dell'acqua in uscita, consentirà un recupero di circa 3.000 m3/giorno di acqua. Un percorso questo, complesso e strutturato, che porterà inoltre **Inalpi** alla certificazione Carbon



ENERGIA

e Water Footprint. **Inalpi** abbraccia quindi a pieno titolo e con consapevolezza i 17 SDGs, gli obiettivi previsti dall'Agenda 2030 dell'Onu. Obiettivi che si rispecchiano anche nella filiera corta e certificata del latte **Inalpi** che si fonda su rapporti equi e trasparenti, promuovendo una crescita duratura del territorio e favorendo la possibilità di progettualità dell'intera comunità. Una vera e propria squadra che lavora per obiettivi comuni in cui la formazione professionale e la crescita dei singoli sono elementi fondamentali. Un impegno costante che diventa fonte di occupazione, creando posti di lavoro regolati da contratti trasparenti che riconoscono i diritti dei lavoratori e la legalità. Una filiera basata su un protocollo, sottoscritto da ogni conferitore, i cui 5 pilastri fondanti attribuiscono valore fondamentale alla qualità della materia prima prodotta, al benessere animale, all'impatto ambientale, all'agricoltura. Questo è l'oggi e il futuro, per costruire un pianeta sempre più sostenibile».

«Il nostro impegno è concreto – afferma **Marco Neroni**, energy manager di **Parmalat** – e la vera sfida dell'efficienza energetica è quella di raggiungere un compromesso tra risultati e sostenibilità dell'investimento. La sfida non è soltanto nei grandi progetti, ma anche nei piccoli problemi che si presentano quotidianamente. È per noi importante assumere il ruolo di azienda consapevole e consolidare la nostra visione ambientale che cerchiamo di condividere con i nostri fornitori. Siamo certi che la filosofia del miglioramento continuo sia vincente sia sul piano ambientale sia della competitività industriale. Per esempio, nel nostro stabilimento di Collecchio (Parma) oltre il 90% del fabbisogno di energia elettrica è autoprodotta tramite dal nostro impianto di cogenerazione basata su una turbina a gas naturale e dai nostri pannelli fotovoltaici. Anche nello stabilimento di Zevio (Verona) abbiamo una percentuale di autoproduzione che è intorno all'80%.

La produzione combinata di energia e elettrica e vapore di permette di evitare l'emissione di una quantità importante di CO₂, a tutto vantaggio dell'ambiente. L'installazione di cogeneratori è stata accompagnata negli anni da importanti sforzi volti a ripensare le linee produttive al fine di massimizzare l'utilizzo dell'energia ter-

mica recuperata. L'approccio adottato è a 360°. Non parliamo di sostenibilità in sola chiave energetica ma in senso più ampio. Per quanto concerne la sostenibilità ambientale, puntiamo molto sulle rinnovabili e sulle cogenerazioni ad alto rendimento (CAR), ma nel tempo abbiamo dimostrato di poter ottenere risultati importanti anche in altri campi. Dal punto di vista impiantistico, continuiamo a credere nel fotovoltaico e nelle cogenerazioni ad alto rendimento e, infatti, sono in fase di studio nuove installazioni e monitoriamo con molta attenzione l'evoluzione nel biometano».

«I consumi energetici più rilevanti derivano principalmente dal funzionamento delle apparecchiature per il trattamento tecnologico del latte e dalla refrigerazione – spiega **Francesco Zannetti**, energy manager di **Galbani** –. Per esempio, il 34% del consumo di

“ È chiara la consapevolezza del ruolo di ognuno per un mondo più pulito ”

energia elettrica del nostro principale stabilimento, sito a Corteolona, è legato alla centrale frigorifera e quindi alla produzione di energia frigorifera utilizzata nei processi di produzione e stoccaggio dei prodotti. Completeremo entro il prossimo aprile un'importante progetto di revamping della centrale frigorifera, che permetterà di ridurre in modo significativo la richiesta di energia elettrica. Nel corso del 2019 abbiamo ottenuto la certificazione multi sito ai sensi della norma UNI EN ISO 50001 e tutti i nostri stabilimenti hanno quindi adottato un sistema di gestione

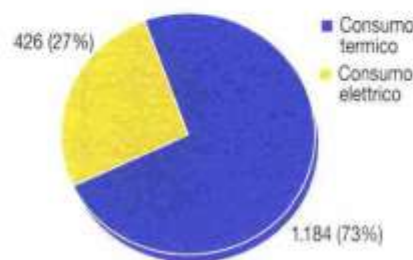
dell'energia: attraverso l'utilizzo di sistemi di monitoraggio dei consumi siamo in grado di quantificare con precisione i consumi energetici delle diverse utenze presenti in stabilimento e individuare eventuali inefficienze o impianti che possono essere sostituiti con altri energeticamente più performanti. Grazie alla conoscenza puntuale dei consumi dello stabilimento è stato possibile, per esempio, installare i 4 impianti di cogenerazione (più uno a biogas) che hanno permesso allo stabilimento Galbani di Corteolona di autoprodurre quasi totalmente l'energia elettrica consumata. Tra le principali attività volte a migliorare l'efficienza energetica dei nostri stabilimenti segnaliamo la possibilità di installazione di caldaie a vapore ad alta efficienza e il recupero di energia termica e frigorifera ove possibile. Anche l'impegno a differenziare e smaltire correttamente i rifiuti è fondamentale per promuovere un riutilizzo e recupero ove possibile dei materiali».

«Tante sono le sfide dal punto di vista della sostenibilità ambientale e energetica che ci attendono nel futuro. – ribadisce **Vittorio Fiore**, CSR Communication Director **Lactalis Italia** –. Sono sicuramente da citare il sapiente utilizzo delle risorse idriche, le emissioni di CO₂ e la decarbonizzazione. Da un punto di vista più globale, Lactalis è consapevole del ruolo che svolge all'interno dei territori in cui opera e dell'impatto che su di essi ha ed è per questo che ha messo in atto già da anni tutte quelle iniziative volte a preservarne l'ambiente e il buon vivere.

Ma oggi vogliamo fare ancora di più: ci siamo dotati a livello di gruppo internazionale di un team di lavoro appositamente dedicato a guidare le azioni destinate a sorreggere le politiche di sostenibilità dell'azienda. Abbiamo infatti individuato un piano strategico che ci permetterà di mostrare con orgoglio il nostro impegno per una sostenibilità a tutto tondo. Non soltanto una sostenibilità ambientale, ma anche sociale ed economica, un lavoro che impegna tutti i nostri stakeholder: la sostenibilità deve essere sempre più integrata a tutta la filiera e stiamo lavorando per questo con tutti i nostri manager impegnati in relazioni costruttive con i nostri interlocutori per il bene nostro, delle persone e del pianeta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LATTIERO-CASEARIO: IL CONSUMO ENERGETICO MEDIO NEGLI CASEIFICI DELL'EMILIA-ROMAGNA (in MWh/anno e quota % sul tot.)



Fonte: Regione Emilia-Romagna **Largo Consumo**

1 MARZO – L'ECONOMIA (CORRIERE DELLA SERA)

CACAO IN TAVOLA GOBINO SPINGE LA SOSTENIBILITÀ HI-TECH (E DI LUSO)

Il patron dell'azienda torinese
del cioccolato spiega
il «bilancio d'impatto»

La fabbrica verde e i risultati
della collaborazione con Armani

di **Federico De Rosa**

Il 2020 è stato difficile anche per lui: «Abbiamo perso all'improvviso il 90% del fatturato di Pasqua». Per chi come Guido Gobino di mestiere produce cioccolato significa veder sparire una parte rilevante dei ricavi. L'anno scorso, tuttavia, l'imprenditore torinese ha approfittato del lockdown per studiare a fondo la sua azienda partendo dai numeri, non quelli di bilancio ma i kilowatt consumati, le migliaia di litri d'acqua impiegata, le tonnellate di packaging utilizzati per confezionare i cioccolatini, arrivando a studiare anche le modalità di spostamento dei dipendenti, per reimpostare organizzazione e processi in chiave di maggiore sostenibilità.

«Questo è il momento della svolta. Noi siamo sempre stati attenti a una corretta gestione ambientale, sociale ed economica nell'intera filiera di produzione del cioccolato, ma bisogna migliorare tutto ciò che è migliorabile», spiega Gobino.

Il cambio di passo

«Il 2020 è stato un anno di grandi riflessioni: insieme ai miei collaboratori siamo partiti dalle cose fatte, guardando

dove siamo arrivati e come, gli errori commessi e le cose che abbiamo imparato, e da lì abbiamo immaginato il futuro di Gobino». L'imprenditore torinese ha raccontato questo lavoro attraverso i numeri nel suo primo bilancio di sostenibilità. La Guido Gobino, che l'anno scorso è rimasta ferma due mesi per il lockdown, è stata passata ai raggi X, dalle forniture ai processi. Sono stati analizzati i consumi, gli sprechi e individuati i punti su cui agire. «I numeri ci hanno permesso di avere un quadro molto dettagliato e di darci degli obiettivi annuali di sostenibilità fino al 2025». L'impatto della fabbrica è stato migliorato adottando pannelli solari, un impianto di recupero del calore, sistemi robotizzati di gestione dell'energia sulle linee di produzione e di recupero dell'acqua calda e fredda, interamente riutilizzata attraverso un circuito chiuso che azzerà gli sprechi.

Il lavoro sul prodotto, il cui packaging è stato ripensato, ha portato Gobino a ridurre di 870 chili in un anno l'uso di materiali plastici, di cui oltre 2,5 quintali di pvc sostituito con carta o cartone. L'alluminio utilizzato per incartare i cioccolatini, pari a 2 tonnellate l'anno, è al 100% riciclabile mentre la carta proviene da foreste certificate Fcs e gestite responsa-

bilmente. «Un esercizio che abbiamo fatto guardando avanti — spiega l'imprenditore —. Oggi la sostenibilità è un costo che non si può ribaltare sul prodotto finale. I consumatori sono molto attenti e sanno che le materie prime sostenibili costano di più, ma ci dobbiamo fare carico noi di questa transizione e lo vogliamo fare cercando di migliorare gli aspetti etici, dentro e fuori l'azienda. È un investimento che porterà benefici».

Gobino è un artigiano-imprenditore coraggioso e visionario. Lo stabilimento di Via Cagliari a Torino ospita un centro di ricerca e sviluppo su materie prime e tecnologie alimentari molto avanzato, in cui sono coinvolti anche tirocinanti del Dipartimento di Scienze Agrarie dell'Università di Torino. La ricerca sulla materia prima è la parte fondamentale. Nei suoi prodotti Gobino meschia disciplinari tradizionali e innovazione restituendo sapori unici, come il Cremino al Sale, fatto con gianduja e arricchito con sale marino integrale e olio extravergine taggiasco premiato a Londra come «Miglior Pralina del Mondo». O i Giandujotti Tourinot da 5 grammi senza latte temperati a mano. Sapori che hanno conquistato mezzo mondo — Gobino oggi vende cioccolato in ol-

tre 24 Paesi, dal Giappone all'Arabia Saudita all'Australia e ha 5 negozi in proprietà diretta tra Torino e Milano — e convinto il palato di Giorgio Armani che tre anni fa gli ha affidato in licenza la produzione del cioccolato per Armani/Dolci. «È stato uno stimolo importante a migliorarci — racconta Gobino — la collaborazione con Armani ci ha spronato a rendere la produzione ancora più sostenibile. Il mondo della moda è molto sensibile a questi temi e i fornitori devono rispettare determinati standard».

Oltre al lavoro «in casa», Gobino ha studiato anche come migliorare la filiera — quella del cioccolato è lunghissima, inizia dall'altra parte del mondo — dall'origine: il cacao. «Abbiamo deciso di avvalerci di un unico mediatore di cacao, è una donna che ha messo in piedi un gruppo che fa ricerca in tutto il mon-

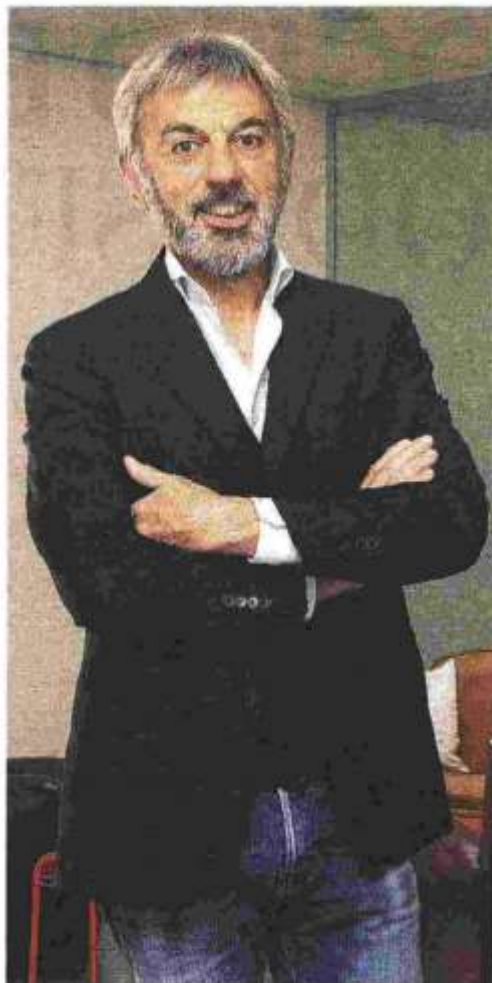
do e ci propone il miglior prodotto certificato e garantito a un prezzo equo — spiega Gobino —: un prezzo più alto del cacao standard, ma parliamo di piccole produzioni di altissima qualità e quella differenza va direttamente ai coltivatori che così sono incentivati a tenere standard elevati. Conosco nome cognome e indirizzo di ogni singolo produttore. Ogni anno acquisto lo 0,00094% del cacao mondiale, un numero piccolo ma che le assicuro ha un impatto sulle comunità che lo coltivano». Gobino partecipa direttamente, da oltre 6 anni, anche a un progetto di Slow Food a Chontalpa, in Messico, acquistando in anticipo il cacao dei produttori locali.

Dove è stato possibile l'azienda torinese ha anche accorciato la filiera. Sullo zucchero, per esempio: «Lo importava-

mo dalla Francia con i camion. Ora grazie alla ripresa nel Polesine della produzione dello zucchero dalla barbabietola lo compriamo direttamente qui — spiega Gobino —. Anche il latte in polvere prima veniva importato dalla Germania, mentre ora attraverso Inalpi ci forniamo esclusivamente di latte proveniente da allevamenti certificati delle Alpi piemontesi».

La filiera, ad eccezione del cacao, era già piuttosto corta. Tutta made in Italy e di altissima qualità. Gobino utilizza esclusivamente la Nocciola Tonda Gentile Trilobata della Langhe, mandorle, pistacchi e agrumi di Sicilia: «Collaboriamo ogni giorno con i nostri fornitori — sottolinea —. Avere una filiera Made in Italy non solo aiuta a ridurre l'impatto ma è una risorsa inesauribile di eccellenze e garanzia di qualità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Volti Guido Gobino, maitre chocolatier, artigiano-imprenditore torinese, proprietario dell'omonima azienda di cioccolato. Dal 2019 produce in licenza esclusiva il cioccolato per Armani/Dolci

24

I Paesi
in cui Guido Gobino
vende i suoi cioccolatini

Ogni anno acquisto lo 0,00094% della materia prima mondiale, un numero piccolo ma che incide sulle comunità che lo coltivano



2 MARZO – CORRIERE DI TORINO (CORRIERE DELLA SERA)

Scherma

Festa «Marchesa»:
premiato a Roma
il fioretista Gaetani

Significativo riconoscimento a Roma per l'Accademia Scherma Marchesa. Domenica, in occasione dell'assemblea che ha designato Paolo Azzi nuovo presidente, la Federazione ha consegnato una targa celebrativa a Giulio Gaetani, vincitore con l'Inalpi Team dell'ultima Coppa del Mondo di Fioretto. La Marchesa in questo periodo avrebbe organizzato come ogni anno la tappa torinese del Grand Prix di fioretto internazionale, ma il Covid ha fatto slittare il torneo a data da destinarsi. Intanto gli atleti delle categorie Giovani e Assoluti sono rientrati da Formia: hanno partecipato al ritiro nazionale nel Centro di Preparazione Olimpica. (l.bor.)

2 MARZO – PUBBLICITÀ ITALIA



EUROCARNI

Revista di economia pubblicitaria e di mercato di tutti gli operatori
Settimanale - N. 124 - 12021 - 4,00 €



Rubrica: **Fiere**
(Articolo di pagina 124)

Anuga 2021: record di prenotazioni

Innovativa, mondiale, rivoluzionaria

Tutto sembra indicare che l'edizione 2021 di **Anuga**, il più grande evento mondiale per il **food&beverage**, sarà un successo. Una frase che non ci si attende di sentire in una stagione come quella attuale, che vede le fiere sotto il pesantissimo assedio della drammatica pandemia mondiale. Eppure è questa l'indicazione che emerge alla chiusura dell'*early bird*, ovvero il termine entro il quale chi si iscrive può ottenere sconti e facilitazioni. Ebbene, il risultato delle "pre-iscrizioni" è decisamente incoraggiante, dal momento che stiamo parlando dello stesso numero e della stessa qualità di adesioni registrata alla stessa data per l'edizione precedente, numeri che già oggi permettono di annunciare che tutti gli spazi disponibili nel quartiere fieristico sono stati occupati.

«Un dato che ci incoraggia e ci permette di guardare in modo positivo al futuro delle fiere, che non mancheranno di tornare a svolgere il loro insostituibile ruolo dopo la tempesta che ci ha travolto», ha detto

Thomas Rosolia, ceo di *Koelnmesse Italia*. «Non avevamo dubbi sull'ottima risposta del mondo dell'alimentazione e delle bevande che in Anuga trova la piazza mondiale di gran lunga più importante. Un risultato in cui, come sempre, l'Italia ha giocato un ruolo di primo piano: vale certamente la pena di ricordare che dei **7.500 espositori** che hanno animato l'ultima edizione ben **1.100 erano italiani**, una partecipazione più nutrita perfino di quella tedesca».

La prossima Anuga, in calendario a Colonia dal **9 al 13 ottobre 2021**, confermerà il proprio ruolo di "evento leader" per il mondo dell'agroalimentare, ancora una volta specchio di un mondo quanto mai ricco, complesso e variegato.

Non è un caso che la grande kermesse internazionale sia strutturata in **10 "saloni tematici"**, proprio per essere una rappresentazione compiuta e coerente dei tanti temi e dell'oceano di prodotti che rientrano nei confini del **food&beverage**.

Dieci "fiere nella fiera" dove non mancheranno tutti i "big" internazionali e dove sono già molte le aziende italiane che hanno confermato la loro partecipazione, fra cui *Zanetti, Levoni, INALPI, F.lli Sacià, Mutti, Surgital, Granarolo, Lauretana, Inalca*... solo per citare alcune delle centinaia di aziende italiane che saranno in fiera.

Non mancheranno nuovi ambiti per i "trend" alimentari in crescita, come *Anuga Clean Label* o *Anuga free from, Health & Functional Food*, che di fatto riassumeranno molto di quanto sta emergendo in tema di "sana alimentazione", in una rassegna assolutamente "sicura" e ancora più efficace. Da mesi, infatti, a Colonia si sta lavorando per definire un rigido programma di igiene e sicurezza, denominato "**#B-Safe4Business**", per quanto ci si attenda che gli sforzi compiuti a livello mondiale per fronteggiare il Covid-19 avranno portato significativi risultati entro il prossimo ottobre. Il tutto, ovviamente, col supporto della piattaforma dedicata "**Anuga@home**", che aprirà i confini delle interminabili opportunità digitali.

Anuga 2021

Koelnmesse — Colonia (Germania)

9-13 ottobre 2021

>> Link: www.anuga.com

Koelnmesse

Koelnmesse è l'organizzatore di fiere leader per quanto riguarda i temi del *food and beverage*; rassegne come *Anuga*, *ISM* e *Anuga FoodTec* sono punti di riferimento per la filiera a livello internazionale. Koelnmesse non si limita a organizzare fiere nel quartiere fieristico di Colonia, ma crea *business event* in tutti i più importanti mercati (Brasile, Cina, Colombia, India, Italia, Giappone, Tailandia, Stati Uniti, Emirati Arabi Uniti), ciascuno dei quali con specifici focus tematici. **Un vero e proprio network di fiere** che sono alla base di concrete opportunità di successo.

>> Link: www.global-competence.net/food

Altre date

CremonaFiere: il calendario degli eventi 2021 nel segno della continuità

«L'emergenza sanitaria ci ha imposto nuove regole, ci ha fatto cambiare abitudini e ci ha insegnato a rispettare le distanze. La sicurezza e la salute, le misure anti-contagio, sono al primo posto per una ripartenza delle manifestazioni e una programmazione degli eventi in sicurezza. È proprio a questo che abbiamo lavorato in questi mesi per riuscire a proporre un calendario con gli eventi principali che hanno fatto del nostro polo fieristico un punto di riferimento internazionale, ma stiamo anche lavorando a format fieristici efficaci e innovativi capaci di coinvolgere il pubblico di operatori in modo proficuo per il loro business e sicuro». Sono queste le parole del presidente di CremonaFiere **Roberto Biloni** nel presentare gli appuntamenti dell'ente fieristico per il 2021. Covid-19 permettendo naturalmente... Per quanto riguarda l'agroalimentare, si parte a fine ottobre, esattamente **dal 29 ottobre al 10 novembre**, con il **BonTà**, dove professionisti della ristorazione, produttori, distributori e buongustai si incontrano per degustare eccellenze enogastronomiche e brassicole artigianali e scoprire le migliori attrezzature professionali per la ristorazione. In considerazione della particolare tipologia di manifestazione, nel 2020 non è stato possibile realizzare né la manifestazione in presenza né in forma digitale, ma l'ultima edizione ha visto oltre 32.000 visitatori, 2.000 prodotti da tutta Italia e 42 eventi fra convegni, presentazioni, showcooking. **Da giovedì 2 a sabato 4 dicembre 2021** si riaccenderanno invece i riflettori sulle **Fiere Zootecniche Internazionali di Cremona**, l'unico evento specializzato internazionale italiano dedicato alla zootecnia e uno dei più importanti a livello internazionale: un appuntamento imprescindibile per i professionisti del settore e delle aziende delle filiere bovina, suina e avicola. Le Fiere Zootecniche Internazionali di Cremona richiamano ogni anno i principali player del settore a livello mondiale (800 marchi rappresentati), presentando così ai visitatori professionali (58.327 operatori durante l'edizione 2019) un contesto specializzato di altissima qualità sia sul fronte dell'esposizione dei prodotti che delle tematiche tecnico scientifiche affrontate, oltre che la migliore selezione genetica che contraddistingue il modello produttivo italiano a livello globale con la mostra Nazionale Frisone. L'evento comprende i sottosaloni: **Fiera Internazionale del Bovino da Latte, Italpig, International Poultry Forum, BioEnergy, Expocasearia, Agrinnovation.**

>> Link: www.fierezootecnichecr.it

Nuove date per MarcabyBolognaFiere: 23-24 giugno. Confermato invece l'appuntamento di Marca Digital Session, dal 15 al 25 marzo

La curva pandemica, il progredire delle campagne di vaccinazione su scala internazionale, i provvedimenti governativi che impediscono (di fatto) lo svolgimento di manifestazioni fieristiche nel primo trimestre dell'anno, stanno determinando una nuova articolazione del calendario fieristico 2021; l'obiettivo degli organizzatori è quello di individuare le migliori condizioni per lo svolgimento degli eventi, evitando sovrapposizioni fra gli appuntamenti in agenda e, contemporaneamente, posizionandosi in periodi che, presumibilmente, potranno assicurare la presenza di operatori nazionali e internazionali. È in linea con questi obiettivi che BolognaFiere, organizzatrice di MarcabyBolognaFiere, in collaborazione con Adm (Associazione Distribuzione Moderna), ha deciso di posticipare al **23 e 24 giugno** lo svolgimento dell'evento. Parallelamente alla definizione della nuova data di svolgimento di MarcabyBolognaFiere, per consentire ad imprese ed operatori di sviluppare anche nell'immediatezza nuovi contatti commerciali, ampliando le opportunità di business, si svolgeranno una serie di iniziative di avvicinamento all'evento che permetteranno, poi, di sfruttare al massimo le due giornate di fiera. **Dal 15 al 25 marzo è confermato l'appuntamento con Marca Digital Session**, l'iniziativa che supporta e potenzia il dialogo tra le insegne e i loro Mdd partner, consentendo a espositori e buyer nazionali e internazionali di incontrarsi su una piattaforma virtuale, propedeutica alla definizione di nuove strategie di business su scala mondiale e agli incontri che proseguiranno nel quartiere fieristico, quando sarà possibile presentare al mercato anche i prodotti. Il 24 marzo si terrà il tradizionale convegno organizzato da Adm in collaborazione con *The European House-Ambrosetti* cui seguirà, nella giornata del 25 marzo, la presentazione del **XVII Rapporto MarcabyBolognaFiere**, che analizza l'evoluzione dei prodotti Mdd, organizzato da BolognaFiere e Adm, in collaborazione con Iri e Ipic. I temi della sostenibilità ambientale nel mondo retail, dell'e-commerce, blockchain e digitalizzazione al centro delle scelte fatte dalle insegne leader in Europa, sono solo alcuni degli approfondimenti che i tavoli di confronto si propongono di sviluppare per voce di esperti e

protagonisti del settore (fonte: EFA News – European Food Agency).

>> Link: www.marca.bolognafiere.it

Cibus 2021, Welcome to Foodland: appuntamento a Parma dal 31 agosto al 3 settembre

Al termine di due sondaggi, uno tra le aziende espositrici e l'altro tra i buyer nazionali ed esteri, Fiere di Parma e Federalimentare hanno fissato le date di Cibus 2021: si terrà nella prima settimana di settembre, da martedì 31 agosto a venerdì 3 settembre. Alla decisione ha concorso anche una valutazione sul processo di vaccinazione in Italia e l'organizzazione dei corridoi aerei per i buyer esteri. La 20a edizione di *Cibus 2021, Salone Internazionale dell'Alimentazione*, sarà **la fiera della ripartenza dell'agroalimentare italiano, la prima vetrina dell'anno per il food&beverage nazionale**. Saranno esposti i nuovi prodotti che traineranno la ripresa dei consumi interni e dell'export internazionale, in tutte le merceologie: dai salumi ai formaggi, dalla pasta al pomodoro, dall'olio ai prodotti da forno, dal beverage al grocery, dai surgelati ai prodotti locali, e altro ancora. La riapertura di Cibus (l'edizione del 2020 è stata cancellata a causa della pandemia) coincide con una ripresa dell'export dell'agroalimentare: i dati Istat, elaborati da Federalimentare, già riferiscono di una sostanziale tenuta nel 2020 (+0,1% nei primi 10 mesi del 2020), che dovrebbe evolvere in una crescita significativa nel primo semestre 2021. Un dato che lascia ben sperare su un cospicuo afflusso di buyer internazionali, tanto che è stato allocato un budget record per favorire l'incoming (viaggi e permanenza dei buyer esteri). Un dialogo, quello con i buyer esteri, che non si è mai interrotto nei mesi più difficili della pandemia: grazie al consolidamento della piattaforma *B2B My Business Cibus*, ai webinar di *Cibus Lab*, e alla partecipazione di Cibus alla fiera *Food Hotel China* di Shanghai (lo scorso novembre) e al *Gulfood* di Dubai (21 febbraio). A Cibus 2021 sono attese circa 3.000 aziende espositrici italiane e saranno presenti tutti gli attori della filiera agroalimentare. La fiera rappresenterà dunque un'occasione per analizzare i grandi cambiamenti accelerati dalla pandemia, sia a livello produttivo sia a livello di consumi. I convegni saranno organizzati in una cornice unica e coerente, chiamata "Cibus Forum", anche per sottolineare la continuità con quanto elaborato nello scorso Cibus Forum del settembre 2020.

>> Link: www.cibus.it

Tuttofood: l'innovazione e il futuro dell'ecosistema agroalimentare a Milano dal 22 al 26 ottobre

Tuttofood è la fiera B2B per l'intero ecosistema agroalimentare. Globale e innovativa, è il punto di riferimento nel mondo per i produttori e distributori dei prodotti di qualità dell'intera filiera del *Food & Beverage* che incontrano in manifestazione i buyer con effettivo potere d'acquisto come: distributori, importatori, GDO, negozi di prossimità, negozi gourmet, food service, Out of Home, chef. Un evento che guarda al futuro e sviluppa innovazione in sintonia coi trend di consumo e le dinamiche di mercato. Una piattaforma di business e contenuti per l'intera *food community* mondiale, dove la tradizione alimentare incontra l'innovazione; il punto di riferimento nazionale e internazionale per lo sviluppo del settore, per scoprire, disegnare e guidare il rilancio del comparto alimentare.

Eventi in manifestazione

- **Innovationarea.** Una vetrina in cui gli espositori possono presentare i prodotti più innovativi, allo scopo di creare e raccontare gli sviluppi della loro gamma in costante evoluzione. Presentate implementazioni di nuovi prodotti o significativamente migliorati.
- **Evolutionplaza.** Luogo di discussione degli ultimi trend nel mondo del food, è la piazza dove gli esperti di tecnologia, nuove applicazioni, soluzioni di ultima generazione in campo *Food& Beverage* si confrontano e presentano i loro casi di successo. È il palcoscenico ideale dove raccontare le tematiche riguardanti e-commerce, *food delivery*, APP, innovazione tecnologica e soluzioni legate alla tracciabilità.
- **Retail plaza.** 4 giorni di trend, innovazione, cambiamenti e best practice raccontate dai protagonisti del mondo del retail e della GDO.
- **Showcooking.** Autorevoli chef professionisti si alternano per raccontare attraverso i sapori della cucina nuovi segreti. Qui gli espositori insieme agli chef trovano un ambiente in cui riconoscersi, emergere, condividere la propria esperienza e trovare nuovi spunti di crescita e confronto. Partner: *APCI-Associazione Professionale Cuochi Italiani*.
- **Tuttowine.** In Tuttofood verranno presentate sessioni di formazione sul mondo vitivinicolo accompagnati da momenti intrattenimento che vedranno lo svolgersi di degustazioni dei prodotti presentati. Partner: *Unione Italiana Vini*.

Fiera Milano. Safe. Together: per garantire a visitatori, espositori e organizzatori la partecipazione in totale sicurezza a fiere ed eventi che si svolgono all'interno dei suoi poli fieristici e congressuali, il Gruppo Fiera Milano ha elaborato un *Protocollo* per il contenimento della diffusione del nuovo coronavirus (www.fieramilano.it/sicurinsieme) che definisce le modalità per una riapertura in sicurezza, nel pieno rispetto delle regole e dei protocolli sanitari adottati a livello nazionale.

>> Link: www.tuttofood.it