

L'ESERCENTE

A.E.P.E.R. - ASSOCIAZIONE ESERCENTI BAR CAFFÈ GELATERIE LATTERIE PASTICCERIE PUBBLICI ESERCIZI DI ROMA E PROVINCIA
Via del Circo Massimo, 9 - 00153 Roma Tel. 06 5728885406 - 57288790 Fax: 06 57300337 www.associazionebar.it - segreteria@associazionebar.it
75° anno dalla costituzione 1944-2019 - ASSOCIAZIONE ITALIANA GELATIERI - Comitato Italiano per la Valorizzazione del Gelato Artigianal



SAPORI SEGRETI

FOOD • TOURISM • INNOVATION

L'evento più innovativo dell'anno
dedicato all'enogastronomia e al turismo

Roma • Palazzo dei Congressi
30 NOVEMBRE - 2 DICEMBRE 2019



Editoriale

Siamo quasi agli sgoccioli del 2019 ed è tempo di tirare le somme dell'attività svolta e offrire un quadro della situazione politico-organizzativa dell'AEPER e della stessa Fiepet Roma e Lazio - Confesercenti, non disdegnando di accennare alla manifestazione **"SAPORI SEGRETI"** (che ha preso il posto de "Le Officine del Sapore" e trovato un nuovo organizzatore) e alla più volte annun-

Massima attenzione rivolta al superamento dei troppi vincoli che si frappongono all'utilizzo dei tavolini all'aperto

ciata partenza del CO.PE.RO. (Consorzio Pubblici Esercizi Roma). Sul piano della rappresentanza sindacale abbiamo proseguito, come facciamo da 10 anni a questa parte, la nostra continua battaglia sui PMO nei confronti del Municipio I°, sostenendo le tesi a tutela degli associati del centro storico, privati delle occupazioni di suolo pubblico, denunciando gli eccessi e chiedendo la revisione dei parametri con cui l'apposita commissione tecnica ha, a suo tempo, deciso in materia. Abbiamo cercato di inver-

Primi bilanci del 2019

Da un'attività sindacale che non s'è concessa soste all'impegno a far evolvere il mondo della ristorazione

tire la tendenza dei mezzi di informazione e di chi ci specula sopra, nei rapporti con i rappresentanti dei residenti, riuscendo per la prima volta a rendere chiaro il concetto di come non si voglia certo il *far west* delle OSP o tutelare gli abusivi e/o gli abusi, ma correggere le grossolane imperfezioni o rendere più fluide ed immediate le revisioni per quei piani che vedono il forte ridimensionamento delle attività. Se dal Municipio I° la politica ha concesso poche e timide aperture, dal Presidente della Commissione Capitolina, Andrea Coia, sono state

tolina. Sempre con la Commissione Commercio e la Commissione Ambiente, siamo riusciti ad evidenziare le falle presenti nel servizio dell'AMA, inerente la raccolta differenziata presso le utenze non domestiche. Abbiamo fatto rilevare le incongruenze nel bando che ha assegnato il servizio alle cooperative vincitrici, denunciato le assenze del servizio citando zone, vie e quartieri dove i nostri associati manifestavano disagi.

Inoltre con la Commissione Turismo abbiamo avviato intese per organizzare manifestazioni itineranti portando il gelato artigianale nelle piazze romane.

A proposito di turismo abbiamo fatto presente di come Roma sia indietro di anni rispetto alle grandi metropoli, quali Milano, Barcellona, Parigi o Londra. Noi stessi abbiamo potuto constatare di persona, durante i viaggi ultimamente svolti al seguito delle manifestazioni del gelato in Europa, come in queste città, nei pubblici esercizi, sia cresciuto il livello di innovazione per il servizio, e come si sia evoluta l'offerta commerciale, legata alla tradizione ma aperta anche a nuove proposte di ristorazione.

Questa situazione, unitamente alla disastrosa gestione della Capitale, che le ultime Amministrazioni hanno ridotto a paesino del terzo mondo (vedi buche, sporcizia, disservizi nei trasporti e restrizioni della viabilità), spiega anche l'abbassamento del livello qualitativo del turista in visita a Roma. Questo dovrebbe suggerirci di tentare ogni via



colte in parte le nostre istanze, in primis la condizione che non si possa lasciare piena autonomia ai Municipi, essendo i politici eletti in palese imbarazzo con quei residenti che minacciano di far venire loro meno il consenso da elettori. La Commissione Commercio ha, quindi, preparato la modifica alla delibera vigente che ora attende di essere votata dall'Assemblea Capi-

alternativa per colmare il gap e trovare ascolto da parte di tutte le istituzioni.

Va anche in questo senso la scelta di promuovere le due precedenti edizioni di "Officine del Sapore" e quella di sostenere gli organizzatori di "SAPORI SEGRETI", che hanno raccolto un simbolico testimone e ne porteranno avanti i principi e la mission.

"SAPORI SEGRETI" si terrà ancora al Palazzo dei Congressi da sabato

La denuncia del servizio di raccolta rifiuti che ormai è stato dimostrato essere a dir poco inefficiente

30 Novembre a lunedì 2 Dicembre e non a caso sarà dedicato ad enogastronomia, turismo ed innovazione tecnologica tutto nel segno del Made in Italy. Sarà luogo di interscambio prezioso per il rinnovamento dei pubblici esercizi e un'occasione unica d'incontro tra esercenti, produttori, amministratori locali, nazionali, internazionali e opinion leader, arricchito da momenti di formazione, ludici e di sviluppo del network.

Insomma quanto necessario per rispondere, in termini di studio e analisi, al come si deve agire per superare il dislivello evidenziato rispetto a quanto avviene, non solo nel resto d'Europa.

Ma la parte interessante sarà lo sviluppo di tre efficaci parole d'ordine propedeutiche al rilancio della nostra ristorazione e cioè: Sostenibilità, Tecnologia e Creatività. Questi tre temi saranno, nelle intenzioni degli organizzatori, il filo conduttore della manifestazione, in quanto fattori indispensabili per affrontare le sfide globali e i mutamenti economici, culturali e sociali, fondendosi con una comunicazione



innovativa e un nuovo modo di fare marketing.

Sostenibilità, intesa come equilibrio tra risorse economiche, sociali e ambientali. Tecnologia, comprendente la robotica e l'intelligenza artificiale che sempre più si sono ritagliate un ruolo da protagonisti in tutti i settori. Creatività, come motore dell'innovazione ed elemento fondamentale per affrontare i continui e veloci processi evolutivi dei gusti e dell'esigenza della clientela e delle modalità di fare impresa e produzione.

Insomma "Sapori Segreti" riprenderà i temi affrontati nelle due edizioni di "Officine del Sapore", abbinando all'enogastronomia ed ai soggetti che ne sono protagonisti, il confronto con gli enti di promozione e sviluppo del turismo e gli

Una rassegna come "SAPORI SEGRETI" ed il consorzio d'acquisti per tracciare una rotta verso il rinnovamento dei pubblici esercizi

operatori della ricettività alberghiera, tutto sotto la stella luminosa del Made in Italy.

Infine sono molto contento di annunciare, come è detto specificata-

L'esigenza di risollevarne le sorti del turismo nella Capitale superando il gap che la separa dalle altre capitali europee

mente in un altro articolo di questo numero, che il gruppo d'acquisto fortemente voluto dagli esercenti associati è finalmente partito e sta già operando con l'avvio delle affiliazioni. A breve il CO.PE.RO. (che sarà presente con uno stand a "Sapori Segreti") diverrà lo strumento più importante, sia per sostenere le attività più in , che per il rilancio nel segno dell'innovazione e della condivisione del know-how, utile all'ammodernamento delle nostre offerte di somministrazione. Auguro a tutti noi una buona vita e i migliori auguri per le prossime festività natalizie.

Claudio Pica

Tutto in tre giorni

Venite ... che vi sveliamo **SEGRETI**

SAPORI SEGRETI sarà il più importante evento del 2019 dedicato ad **enogastronomia, turismo ed innovazione** del made in Italy, un evento prestigioso per la rivalutazione dei pubblici esercizi e un'occasione unica d'incontro tra esercenti, produttori, politica, amministratori locali, nazionali, internazionali e opinion leader, arricchito da momenti di formazione, ludici e di sviluppo del network.

L'obiettivo principale di **SAPORI SEGRETI** sarà di coinvolgere in modo trasversale l'intera filiera dei pubblici esercizi in una grande kermesse di portata nazionale in grado di attrarre, oltre agli operatori del settore, anche un pubblico generico.

L'iniziativa, che avrà luogo al **Palazzo dei Congressi di Roma dal 30 novembre al 2 dicembre 2019**, riprenderà, ampliandole, alcune tematiche già affrontate nell'ultima edizione di **Officine del Sapore**, l'expo dedicata all'enogastronomia made in Italy svoltasi due volte negli ultimi anni, di cui la più recente al Palazzo dei Congressi. In particolare, in continuità con il grande successo riscontrato da **Officine del Sapore**, saranno valorizzate le eccellenze del territorio sul duplice fronte della **ristorazione** e dell'**ospitalità turistica**, promuovendo la crescita qualitativa dei pubblici esercizi, coinvolgendo e sensibilizzando le Istituzioni. Saranno presenti circa 70 aziende e oltre 100 brand, espressione delle eccellenze del Made in Italy. Gli espositori invitati hanno in comune la grande attenzione per la **Sostenibilità**, la **Tecnologia** e la **Creatività** che rappresentano il filo conduttore dell'evento, in quanto fattori indi-

spensabili per affrontare le sfide globali e i mutamenti economici, culturali e sociali, fondendosi con una comunicazione innovativa e un nuovo modo di fare marketing. Il "sapori segreti" a cui si riferisce il nome sono gli "strumenti" e le

l'efficacia e l'efficienza.

SAPORI SEGRETI si distingue dagli altri eventi di settore per molte ragioni, a cominciare dal significativo e prestigioso **apporto delle Istituzioni**, dall'ampiezza della proposta integrata (dalla **ristorazione** al-



Come coinvolgere in maniera trasversale l'intera filiera dei pubblici esercizi

"competenze" grazie ai quali **l'esercente riesce a soddisfare appieno i propri clienti**. Il concept vuole pertanto essere un richiamo ed uno stimolo verso un **nuovo modo di fare esercizio pubblico** che ponga al centro la **customer experience**, rendendo l'attività coinvolgente per il cliente e aumentandone allo stesso tempo

l'**ospitalità**) e dal grande **valore aggiunto per l'esercente**, in particolare la **formazione** e lo sviluppo del **network**.

Da sottolineare inoltre la forte enfasi **sull'innovazione**, sia nell'uso della tecnologia (robotica, intelligenza artificiale, hardware e software evoluti, realtà virtuale e aumentata...) sia nell'adozione di **nuovi modelli imprenditoriali** vincenti basati su sistemi organizzativi distintivi rispetto al resto dei mercati di riferimento.

Un ultimo aspetto distintivo è che **SAPORI SEGRETI**, a differenza di

altri eventi di settore, è una manifestazione aperta a un **pubblico ampio e variegato** (compresi i giovanissimi), grazie a una fruizione interattiva e coinvolgente basata sulla gamification.

Il programma è molto ricco e comprende, oltre alla presenza di **numerosissimi espositori** leader del settore, un interessante panel **convegni**, un'ampia serie di **show cooking** con la presenza di grandi **chef stellati** del panorama nazionale, nonché **gare gastronomiche, concorsi e laboratori sensoriali**.

Angelo Troiani, Chef stellato patron dello storico ristorante Il Convivio Troiani di Roma, sarà il Direttore Artistico della sezione food di Saperi Segreti. Angelo coordinerà un ampio programma di show cooking che vedrà avvicinarsi ai fornelli grandi Chef stellati italiani, tra i quali **Maurizio La Serva** (Ristorante La Trota, Rivodutri-RI) e **Daniele Usai** (Ristorante Il Tino, Fiumicino-RM).

Lo Chef **Andrea Golino**, uno dei massimi interpreti del finger-food in Italia, proporrà dei laboratori creativi sensoriali con un coinvolgimento diretto del pubblico. I



Andrea Golino

partecipanti verranno bendati e dovranno riconoscere 6 ingredienti (che verranno portati loro uno alla volta), utilizzando prima solo il tatto, poi l'olfatto e infine il gusto. Inoltre, la manifestazione ospiterà la seconda edizione del concorso "Gelato World Heritage", una gara fra i Maestri del Gelato artigianale italiano nel Mondo che produrranno e proporranno un gusto di gelato dopo aver scelto, con ognuna delle Ambasciate estere partecipanti all'evento, le materie prime e i prodotti tipici di ciascuna di esse.



Angelo Troiani

Dagli "chef stellati" avere l'opportunità di carpire le più raffinate tecniche da utilizzare in cucina

SAPORI SEGRETI sta dando particolare rilevanza alla **comunicazione** del progetto sia nello sviluppo del concept, sia nella promozione dell'evento che dispone di un sito web (www.saporisegreti.it),

Valorizzare le eccellenze del territorio sul duplice fronte della ristorazione e dell'ospitalità turistica

una pagina **Facebook** e una **Instagram** (@saporisegretiofficial). Inoltre, è stato creato un canale **Youtube** dedicato in cui gli espositori raccontano in brevi filmati la loro partecipazione all'evento. Siamo certi che **SAPORI SEGRETI** entusiasmerà tutti i visitatori e i partecipanti. Vi aspettiamo!

SAPORI SEGRETI

Roma, Palazzo dei Congressi
30 novembre – 2 dicembre 2019

aTypiCaffeLab si presenta a SAPORI SEGRETI 2019

Partecipare a SAPORI SEGRETI 2019 concretizza il nostro desiderio di dare maggior rilevanza all'importante realtà produttiva, distributiva e di somministrazione del Caffè di Roma e provincia, offrendo un'esperienza di condivisione e, volendo, di riconciliazione sportiva tra competitor "di stoffa". aTypica è una realtà giovane in termini di esercizio, appena due anni, ma racchiude in sé un know-how non indifferente, legato alla professionalità di Pietro, Matteo e Paolo e allo staff di collaboratori appassionati che la compongono. Parliamo di una conoscenza concreta, fatta di esperienza vissuta, maturazione professionale sul campo, studio, tanto lavoro e tanta fatica.

Tutto nasce dal desiderio di portare a termine il nostro percorso del Master di Latte Art, al suo appuntamento conclusivo della finale, che decreterebbe i migliori Latte Artist aTypica. Così proponendoci ad AIG per avere una presenza a Officine del Sapore, ci siamo trovati all'interno di SAPORI SEGRETI in un ruolo di maggior importanza, in quanto curatori della sezione Caffè.

Insieme alle aziende che ad oggi hanno aderito alla nostra richiesta di partnership in qualità di Sponsor Tecnici (CNOS-FAP - NUOVA SIMONELLI - VICTORIA ARDUINO, LATTE DI NEPI, CIRCI, MARZIALI, SERIM-ARALIA, GIMOKA, ARTIGIANO DEL CAFFÈ, CONTI ROASTER, CULLIGAN) saremo quindi protagonisti in molteplici attività informative, di confronto, di lavoro, di festa, riguardanti "il meraviglioso mondo del Caffè".

aTypiCaffeLab è il nome che conoterà l'area espositiva e interattiva

sul caffè, ad oggi costituita dai nostri 60 mq. dedicati ai workshop tematici, dimostrazioni, laboratori, degustazioni oltre a competizioni su espresso, cappuccino e Latte Art. Domenica 1 sarà la giornata dove la Latte Art avrà il ruolo principale e alla guida di Giuseppe Fio-

parte nostra nella formazione professionale, da parte degli imprenditori in minor approssimazione, maggior senso critico e "apertura al nuovo".

Da un anno e solo dopo un anno di attività, aTypica è divenuta parte integrante del CNOS-FAP un'im-



rini i 9 finalisti del nostro Master di Latte Art, svilupperanno cappuccini decorati in tazze da 300 ml. L'esperienza sarà aperta al pubblico, volendo ai baristi interessati che potranno capire più concretamente cosa è necessario imparare, conoscere e migliorare nell'estrazione di un espresso e nella montatura del latte, prima di saper decorare un cappuccino.

Ma **aTypiCaffeLab** sarà anche negli stand degli Sponsor Tecnici, nel **Museo Storico del Caffè** e soprattutto si estenderà nella splendida Sala Bar del Palazzo dei Congressi, proponendo la "caffetteria del futuro" quella che faticosamente e a piccoli passi insieme a giovani volenterosi, appassionati baristi e imprenditori audaci stiamo costruendo a Roma e, contemporaneamente, si sta sviluppando in diverse città d'Italia.

E' tempo di fare vera qualità, da

portante realtà nazionale che si prende seriamente cura dei giovani e oltre all'impegno primario di consolidare valori etici e civici, si impegna alla loro formazione professionale mirando all'obiettivo di inserirli nel mondo del lavoro: garantendo una concreta progettualità di vita. In tal senso nel CNOS-FAP aTypica ha trovato compimento, condividendo appieno metodi, programmi, obiettivi, nell'intenzione di potenziare progetti di formazione destinati agli operatori del settore Ho.Re.Ca.

Sulla "formazione" a SAPORI SEGRETI proveremo anche a mettere intorno ad un tavolo attori di rilievo, istituzioni, aziende e professionisti nella speranza di delineare un "protocollo" che definisca i criteri formativi e di riconoscimento del Barista Professionale.

aTypica

A ROMA
DAL 1984

DISTRIBUZIONE
BEVERAGE & FOOD

Il partner affidabile per le tue esigenze



BIRIMPORT
— BEVERAGE • WINE • FOOD —

BIRIMPORT.COM

T. 06 4192800

BIRIMPORT
— BEVERAGE • WINE • FOOD —



Si potrebbe riassumere in questa semplice frase tutta la passione che lo Chef stellato Angelo Troiani mette nella sua cucina. Sono anni che lo Chef porta sulla tavola del Convivio tutte le idee, la fantasia e la voglia di stupire che da sempre lo contraddistinguono. Il Convivio è la sua casa, quattro diverse sale con quattro diversi arredamenti e 'mise en place', perché il cliente non deve mai annoiarsi e deve sempre essere coinvolto e stupito dove possibile.

Ma Angelo Troiani e il Convivio non scordano di certo quella romanità presente sia in carta che in cucina, sempre attenti ad ogni più piccolo particolare. Una menzione particolare per la cantina del 'Convivio' tra le più profonde e strutturate di tutta Roma, uno degli elementi fondamentali per il successo di un ristorante.

Sono questi i motivi e le linee guida alla base della decisione dello Chef di accettare il ruolo di 'art director' della manifestazione **Sapori Segreti** che si terrà al Palazzo dei Congressi dell'Eur dal 30 Novembre al 2 dicembre prossimi.

Una manifestazione di ampio

Angelo Troiani è l'altro chef stellato di scena a SAPORI E SEGRETI



“La cucina per me è come uno spirito musicale, puoi scrivere come vuoi la tua composizione, in un crescendo di sensazioni imprevedibili”



respiro che metterà al centro proprio l'**enogastronomia, il turismo** e l'**innovazione** del made in Italy. Attraverso numerosi *show cooking* metterà in tavola tutta l'esperienza di una **squadra** che lo Chef ha scelto con cura e attenzione, proprio per evidenziare quelle sensazioni incredibili di cui parla spesso.

La "brigata" che affianca tutti i giorni Angelo Troiani alla cucina del ristorante "Convivio"



Forniture complete per
ALBERGHI RISTORANTI PIZZERIE
BAR ENTI COMUNITA'
RISTORAZIONE COLLETTIVA
CATERING

Da noi c'è



Via Idrovore della Magliana, 155 **ROMA**
Email: siver@siver.it - Tel. 06.65746420

SIVER srl
www.siver.it

“Gelato World Heritage”

Quale maniera più dolce per diffondere il messaggio di Pace nel mondo

Durante la manifestazione Sapori Segreti, nella giornata di domenica 1 dicembre alle ore 10:30, si svolgerà la seconda edizione del concorso/evento “**Gelato World Heritage**”. L'evento è stato organizzato per la prima volta lo scorso anno da FUNVIC Europa (Club Unesco Brasile – Presidenza Club Unesco Brasile BFUCA, membro del Consiglio Mondiale dei Club Unesco WFUCA) e dall'Associazione Italiana Gelatieri in collaborazione con l'Accademia della Cultura Enogastronomica, per diffondere e rinnovare il messaggio e la cultura della PACE nel mondo, la parola più bella di tutte, ma l'unica che, con dolore, descrive ciò che non c'è.

Come nella prima edizione, anche quest'anno il Premio “**Gelato World Heritage**” sarà assegnato al termine di una gara fra i *Maestri Gelatieri* dell'Associazione che



produrranno un gusto di gelato dopo aver scelto, con ognuna delle Nazioni partecipanti e nelle setti-

Le eccellenze del gelato artigianale, spettacolo nello spettacolo a SAPORI SEGRETI



mane che precedono l'evento, le materie prime e i prodotti tipici di ciascuna di esse. La selezione e la premiazione dei vincitori avverranno alla presenza di personalità e rappresentanti delle relazioni internazionali, delle Autorità e degli esperti del settore, nella consapevolezza che il gelato, alimento italiano antico per tradizione, dolce e gratificante, può certamente contribuire con la sua diffusione al rafforzamento della solidarietà fra i

popoli e le comunità, i paesi e le generazioni, così affermando i principi di pacifica convivenza. Lo scorso anno, la prestigiosa giuria formata da Giacomo Glaviano, Francesca Colello, Pier Giorgio Tupini, Dan Munteanu e dall'Ambasciatore o dal rappresentate della nazione in gara, aveva decretato la classifica finale: al primo posto si era classificata la squadra rappresentante gli Stati Uniti d'America con il gelato a base burro di arachidi (la formazione era composta da Vincenzo Pennestri, Guido Muraglie, Paolo Costantini), al secondo posto l'Uzbekistan con il gelato al gusto melone (squadra formata da Eugenio Morrone, Aldo Pasquarella e Giorgio Carlo Bianchi) e al terzo posto l'Egitto con il gelato gusto mango (di questa facevano parte Mario Serani, Andrea Pagnoni, Emanuele Alvaro e Luigi Mazzocchi).

Il successo che il Gelato World Heritage ha riscosso nella sua prima edizione è stato davvero notevole in quanto organizzatori e partecipanti hanno dimostrato grande entusiasmo sottolineando l'importanza di questo evento sia come mezzo di pace e unione tra i popoli, sia come momento di formazione e creazione di rapporti



Maestri Gelatieri in campo a rappresentare le bandiere dei Paesi di 5 Continenti

culturali e commerciali. Le aspettative per l'edizione 2019 sono davvero elevate: si prevedono molte nazioni partecipanti e gusti di gelato tra i più fantasiosi, oltre

che di altissimo livello. Non ci resta, perciò, che attendere il 1 dicembre per scoprire i gusti proposti e la squadra vincitrice di questa "dolce" competizione.

Nelle immagini momenti di esibizione e premiazione finale relative al Gelato World Heritage tenutosi lo scorso anno durante la rassegna "Officine del Sapore"



Come si compone la vostra offerta? C'è un settore più performante di altri? Qual è il vostro core business?

“La nostra è un’offerta molto ampia che prevede un doppio catalogo: uno dedicato al Food Service tradizionale, l’altro ai prodotti top level, il catalogo Tradizione & Gusto che, a differenza del Food Service classico, approvvigiona e seleziona la materia prima solo da filiere piccole, chiuse o corte, il più possibile di provenienza italiana; tranne alcune eccezioni che riguardano il mondo delle ostriche e del foie gras dalla Francia, o alcune erbe aromatiche dall’Olanda, poiché l’alta qualità si realizza in questi paesi e non in Italia.

Abbiamo due laboratori dotati di Bollo CE: uno di 250 mq, all’interno del mercato ittico del C.A.R., dedicato al pesce e dotato di vasche per il mantenimento dei crostacei vivi.

Il secondo, progettato con tecnologie all’avanguardia, è destinato al sezionamento e la lavorazione delle carni, in un’area di circa 700 mq all’interno della nostra sede. Nel laboratorio carni siamo autorizzati alla sezionatura e porzionatura di bovino, suino, ovino e avicunicolo, nonché alla lavorazione e trasformazione di prodotti elaborati e ricette, il tutto sia fresco che congelato. Vengono lavorati anche prodotti DOP e IGP, come il Vitellone dell’Appennino Centrale e l’Abbacchio Romano.

Il laboratorio sviluppa anche prodotti a marchio Biologico.

Quali sono i vantaggi del servizio che offrite?

“In primis una gestione logistica capillare, soprattutto per la città di Roma, attraverso tre consegne al giorno con tre prese d’ordine differenti, evase entro 4 ore dall’ordine. Un altro plus del servizio è il progetto dalla « A alla Z », ovvero la possibilità di richiedere all’azienda, in aggiunta alle 5000 referenze

Dalla ristorazione collettiva alla cucina d’autore... Essere il partner di riferimento dei grandi professionisti



Intervista a Roberto Capecchi AD della Capecchi S.p.A.

a catalogo, prodotti che non vengono normalmente commercializzati. L’uff. acquisti si incarica della ricerca dei prodotti, comunica al cliente le condizioni di vendita e l’arrivo della merce, se al cliente i parametri soddisfano, nei tempi convenuti si consegna il prodotto”.

In che modo l’azienda negli ultimi anni ha risposto alle specifiche esigenze dei ristoratori?

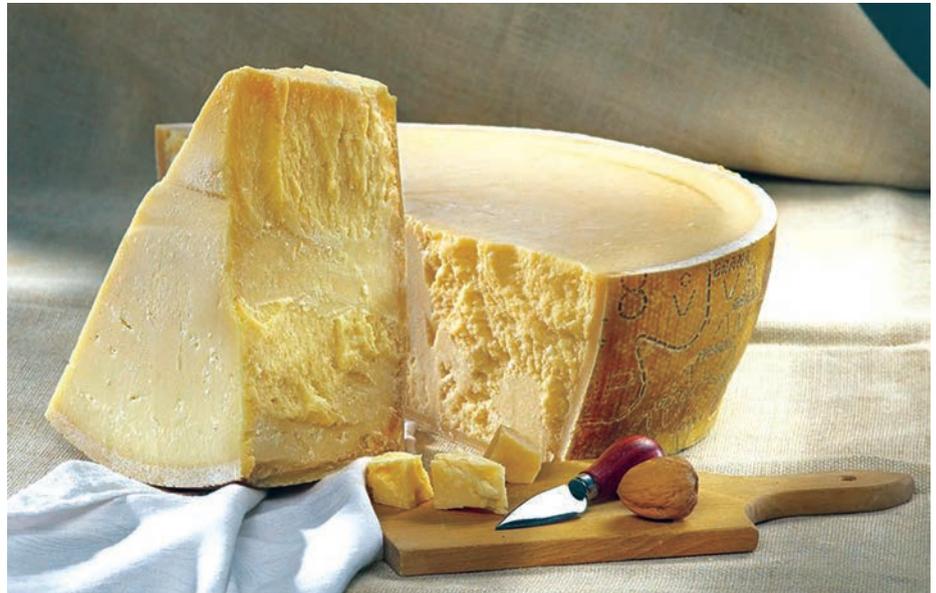
“Ci definiamo partner anziché fornitore, perché al cliente offriamo un lavoro tailor made. Intercettiamo le esigenze di piccoli e medi

player nel mondo della ristorazione, anche di quella tematica, con l’obiettivo di risolvere e semplificare le loro criticità. Nell’ultimo anno ho voluto instaurare una partnership importante con associazioni di categoria e gruppi di acquisto, aderendo al consorzio CO.PE.RO., affinché l’esercente potesse sentirsi parte integrante di una rete in cui trovare ogni tipo di servizio e prodotto che assolvesse ogni tipo di criticità”.

Il vostro impegno a tutela dell’ambiente?

“Per noi l’etica imprenditoriale non viene mai messa al secondo posto. La Corporate Social Responsibility della nostra azienda si realizza nella capacità di integrare le nostre attività di business con l’impegno sempre dinamico verso le attività di difesa delle risorse ambientali e la loro conservazione per le generazioni future.

Già da diversi anni abbiamo intrapreso un percorso di sostenibilità ambientale e prevenzione all’inquinamento. Il primo investimento l’abbiamo sostenuto con la costruzione dell’impianto fotovoltaico nella struttura della sede centrale. Abbiamo inoltre convertito la maggior parte dei nostri mezzi brandizzati con mezzi EURO 5, EURO 6 e gli ultimi modelli a Metano. Il sostegno all’ambiente si concretizza anche in ogni evento, manifestazione o meeting a cui l’azienda partecipa, avvalendoci di materiale esclusivamente compostabile, così come gli imballi delle merci che sono completamente riciclabili. Tutto ciò significa fare bene e con dignità il proprio mestiere, avere rispetto delle regole e ispirarsi a principi e valori condivisi. L’agire etico che perseguiamo vuole essere un incentivo razionale per cercare di comprendere non solo cosa sia giusto fare, ma anche il “perché” sia necessario farlo”.



Quali sono secondo lei le tendenze di mercato emergenti nella ristorazione moderna?

verso i prodotti semilavorati, con l’obiettivo di facilitare la ristorazione e contenere i costi legati al personale, lasciando comunque al

La vision dell’azienda Capecchi S.p.A. che dal 1970 distribuisce al settore Ho.Re.Ca. ed alla ristorazione collettiva. Ma la storia non finisce qui...

“Negli ultimi anni è evidente una propensione sempre più espressa

cliente la possibilità di personalizzare il piatto.



È su questa direzione di mercato che nasce la divisione RC Food, il nostro laboratorio di produzione e trasformazione alimentare nato nel 2018 con l’obiettivo di fondere la qualità e la tradizione gastronomica proprie dell’artigiano, con i processi, le tecnologie e i controlli qualitativi di una realtà altamente specializzata, per creare ricette su misura per ogni nostro cliente”.

Una storia che prosegue e non si arresta quella dell’azienda Capecchi S.p.A., che sarà partner all’evento Sapori Segreti dal 30 novembre al 2 dicembre presso il Palazzo dei Congressi di Roma all’EUR.

DAL 1890, OGNI GIORNO
NEL TUO BAR,
IL GUSTO DELLA TUA MISCELA PREFERITA



C A F F È
morganti

Caffè Morganti s.r.l. Via di Tor Cervara, 236 • 00155 Roma
tel. +39 06 2294990 • fax +39 06 2295777 • www.morganti.it • info@morganti.it

FUTOUROMA. Per un piano strategico del turismo nella Capitale

Il 5 giugno scorso aveva preso formalmente il via "FUTOUROMA – Verso il piano strategico per il turismo di Roma", percorso voluto e promosso dall'Assessorato allo Sviluppo Economico, Turismo e Lavoro di Roma Capitale, per esplicita volontà dello stesso assessore Carlo Cafarotti. FUTOUROMA è un iter strategico per valorizzare la "destinazione Roma", a 360 gradi, un appuntamento con tutti gli attori di settore dall'associazioni di categoria maggiormente rappresentative fino ai professionisti di settore, per individuare gli strumenti adatti a far brillare l'accoglienza capitolina nel mondo.

Intervista all'Assessore al Turismo e allo Sviluppo Economico, Carlo Cafarotti

Adesso siamo verso la fase finale, dopo numerosi tavoli tematici e tecnici tenutesi in questi mesi, il 13 novembre presso la magnifica Nuvo-la dell'Eur, verrà presentata la sintesi dei lavori svolti, alla presenza delle massime autorità di settore e non solo. Il documento finale sarà la linea guida per procedere nei prossimi anni nelle azioni da fare in un comparto quale il turismo, strategico per l'economia della nostra città.

Assessore Cafarotti, perché Futouroma?

FUTOUROMA vuole essere la risposta all'esigenza di definire gli obiettivi dell'accoglienza turistica capitolina in rapporto agli imperativi di qualità e sostenibilità del turismo. Il Piano Strategico del Turismo per Roma è quindi la necessaria defini-



zione dei ruoli e degli obiettivi di filiera che valorizzino la "destinazione Roma" a tutto tondo, e da ogni punto di vista, di modo che sia significativamente impattante per l'indotto economico cittadino, e non solo per l'aumento dei flussi turistici. Per questo, abbiamo dato appuntamento a tutti gli attori di settore, veri protagonisti di questo percorso condiviso: istituzioni, enti, operatori, università e poli della ricerca, imprenditoria e stakeholder, opinion leader e media, ma anche rappresentanze di settori strategici come trasporti, sanità, banche, commercio e servizi.

Com'è stata l'esperienza di condivisione di questo percorso partecipato con le Associazioni di categoria?

Già dal primo Town Meeting del 5 giugno scorso, è stato bello toccare con mano l'impegno della Roma che lavora e che produce per Roma: riuniti in brainstorming, 150 rappresentanti del tessuto economico romano. Una platea composta per il 50% da imprenditori, perfettamente bilanciati da referenti del pubblico e rappresentanti di associazioni di categoria

e no profit. Un assortimento eterogeneo anche in termini anagrafici, poiché il 70% dei partecipanti era compreso fra i 36 e i 60 anni, con una prevalenza di donne pari al 52%. Bella anche l'atmosfera che si è respirata in tutta la giornata, con le forti convinzioni degli operatori: oltre il 60% della platea vede il turismo nella Capitale in crescita, e il 94% ritiene soddisfacente la metodologia che abbiamo proposto per governarlo, migliorando esperienza turistica e qualità del viaggio. Sono le giuste premesse per raggiungere insieme un obiettivo che ottimizzi le performance di tutta la filiera.

Qual'è l'importanza di fare sistema?

Fare sistema è fondamentale per potenziare al massimo tutte le risorse cittadine, un presupposto necessario in una dimensione di sinergie e rimandi reciproci che connetta gli imprenditori e ne massimizzi il profitto. Avere una pianificazione dell'offerta turistica e culturale, affiancare i tour del gusto e dello shopping, poter contare su infrastrutture efficienti che assecondino i flussi con trasporti adeguati, significa vincere tutti insieme la scommessa della produttività e del benessere collettivo, in una chiave virtuosa e sostenibile.

Daniele Brocchi

Ogni assemblea che si rispetti per un'associazione di categoria rappresenta l'occasione per "non mandarle a dire", specie agli ospiti che accettano l'invito e si prestano elegantemente all'ascolto. Può capitare che siano ospiti che, più di riguardo, non potrebbero esserlo. Addirittura un Presidente del Consiglio in persona. Vi stiamo raccontando dell'Assemblea annuale di Confesercenti, la cui Presidente, Patrizia De Luise, ha avuto l'opportunità di scandire, senza censure, al Presidente del Consiglio Giuseppe Conte, tutti i rilievi che la sua "affilata" relazione ha compreso, riguardo in particolare alla manovra economica che il Governo si appresta a portare all'esame delle due Camere. I temi della moneta elettronica, dei consumi legati al clima d'incertezza delle famiglie e di una fiscalità assolutamente troppo onerosa rispetto agli altri Paesi Europei, sono stati i più sottolineati dalla Presidente.

L'obbligo di accettare carte di credito e bancomat costerebbe alle piccole imprese almeno 2 miliardi di euro in più di aggravii tra canoni, commissioni sulle transazioni e costi di installazione e gestione.

La Presidente De Luise incalza il Presidente Conte sui rischi connessi alla "manovra" economica

"Se si vuole favorire la moneta elettronica, obiettivo condiviso dalle imprese, visti gli oneri ed i rischi connessi alla gestione del contante – ha sottolineato Patrizia De Luise – si deve dunque agire abbassando i costi di esercizio della moneta elettronica, per le imprese e per le famiglie. Anche perché la stangata dell'obbligo di POS, imposta a suon di sanzioni in nome del contrasto all'evasione, potrebbe non

Dall'Assemblea Confesercenti

Moneta elettronica, consumi stagnanti e costo del lavoro...



L'ingresso in assemblea della presidente di Confesercenti Patrizia De Luise e del Premier Giuseppe Conte

momento in cui la spesa delle famiglie è tornata a frenare.

avere effetti su questo fronte".

L'utilizzo forzato del POS si configurerebbe anche come una violazione poco utile della libertà di impresa, l'ennesimo aggravio che metterebbe in difficoltà le attività del commercio e dei servizi, soprattutto quelle più piccole e caratterizzate da margini molto stretti – come i distributori carburanti, i tabaccai, i bar – proprio nel

Le previsioni di Confesercenti stimano infatti per il 2019 una variazione dei consumi delle famiglie ferma a +0,4%, il dato peggiore dal 2014 e la crescita più bassa tra i grandi Paesi nel 2019. A pesare in misura sempre maggiore sui consumi è il clima di incertezza che regna nelle famiglie. Nonostante il recupero del potere d'acquisto, la propensione al consumo è rimasta al palo: un atteggiamento da 'formiche' che ha cancellato oltre 3,3 miliardi di euro di spesa, come emerge dalle elaborazioni condotte dallo "studio" Confesercenti. Sulla sterilizzazione dell'aumento dell'IVA la Presidente De Luise non ha potuto non esprimere sollievo, ma al tempo stesso ha sottolineato

come il fantasma dell'imposta indiretta continui a pendere sul nostro bilancio, come una "spada di Damocle". Rimangono infatti ancora in essere gli aumenti IVA previsti di 18 miliardi nel 2021 e di 25,3 miliardi nel 2022. Infine, il rallentamento dei consumi italiani conferma il divario accumulato dal nostro Paese con l'Europa negli ultimi anni. In media, nella Ue, i consumatori spendono 925 euro a testa in più rispetto al 2010, in Germania addirittura 2.096 euro. In Italia 119 euro in meno.

L'Italia registra valori superiori alla media del continente anche sul costo del lavoro e su tariffe ed energia. Il cuneo fiscale e contributivo sul lavoro in Italia è cresciuto di 0,7 punti percentuali tra il 2010 e il 2018, un ritmo superiore a quello della media Ocse (+0,5). Tanto per fare due esempi, in Francia, nello stesso tempo, è diminuito di 2,3 punti, in Spagna è sceso invece di 0,4 punti.

Davanti a questa "raffica" di eccezioni ai contenuti della "manovra" ed ai numeri snocciolati per metterla in discussione, il Presidente Conte non poteva ribattere nel merito e, infatti, nella mezz'ora



Il Governo conta di convincere gli istituti di credito ad abbassare i costi delle transazioni legate all'utilizzo del POS. Ci riuscirà?



che si è preso per il suo intervento, si è limitato a rassicurare la platea, in particolare garantendo tutto l'impegno a sensibilizzare gli istituti di credito ad ammorbidire i costi afferenti l'utilizzo della moneta elettronica. D'altra parte per gli aspetti più propriamente tecnici, a rispondere è stato il Sottosegretario all'Economia, Antonio Misiani. Alla fine, anche per lui, un ventaglio di rassicurazioni, di cui vedremo sostanza, solo quando la legge di Bilancio sarà definitivamente approvata. In questi due mesi che mancano al voto finale, si misureranno anche le situazioni di "tenuta" dello stesso Governo, dal momento che le "opposizioni" faranno di tutto per far saltare il banco...

Dialogo tra amici sul gelato che più si preferisce

* Pier Giorgio Tupini ** Claudio Pica,

Dialogo tra amici sul gelato moderno...
 - *Il miglior gelato della mia vita l'ho mangiato in una gelateria del centro di Roma, un sapore avvolgente che non dimenticherò, una sensazione di bontà irripetibile...*

- Invece, io l'ho gustato a Torino... la patria del gelato italiano, anzi la prima rivendita commerciale di gelato italiano, che ancora oggi produce ottimi gelati nel capoluogo piemontese con prodotti freschi di alta qualità, perciò il mio gelato lo considero per gusto, aroma e sofficità superiore a tutti gli altri.

- *Chiedo venia, ma il primato va alla Sicilia con Procopio de Coltelli di Acitrezza, colui che ha inventato la macchiana per mantecare il gelato, sfruttando il punto di solidificazione più basso di quello dei componenti della miscela sale neve, consentendo così l'avvio della produzione del gelato moderno.*

- E' vero, però, anche allora come oggi, Procopio per ottenere il riconoscimento come maestro del gelato se n'è dovuto andare all'estero, in Francia ove Luigi XIV nel 1686 gli concesse di aprire a Parigi il locale "Le Procope" dove venivano vendute le "acque gelate", i gelati di frutta, "fiori d'anice", "fiori di cannella", "frangipane", "gelato al succo di limone", "gelato al succo d'arancio" il "sorbetto di fragola", e quindi l'Italia per avere la sua rivendita di gelati ha dovuto aspettare che aprisse "Pepino", proprio a Torino nel 1884, con i suoi mastelli di salamoia.

- *Però, è altrettanto vero che a Firenze già nel 1565, alla corte di Caterina de' Medici, l'architetto Mastro Bernardo delle girandole aveva realizzato un sorbetto quasi gelato utilizzando neve, sale, limoni, zucchero, bianco d'uovo e latte decretando la nascita dei gelati a base di latte o crema di latte detti "dolci ghiacciati", decretando per la Toscana il primato della produzione artigianale del gelato.*

Si potrebbe continuare, ma dal dialogo intavolato sulla bontà del gelato assaggiato, si desume che nessuno dei due amici abbia tenuto conto di non aver avuto l'opportunità di sperimentare lo stesso alimento e quindi, gli stessi sapori, per cui la comunicazione tra i due è preclusa, a meno che non continui solo sulle caratteristiche esteriori dell'og-

getto della chiacchierata. Non è escluso, peraltro, che i due possano aver fatto esperienza comune del gelato di cui parlano, tuttavia, poiché non è possibile che due persone assumano contemporaneamente la medesima porzione di cibo e considerato che ogni organo gustativo è diverso dagli altri, anche la percezione dei sapori diventa una questione squisitamente individuale. In particolare, entra in gioco la memoria del gusto, assai labile, che con l'immaginazione tenta di riprodurre sapore, odore ed emozioni. Per disegnare le due diverse funzioni dell'immaginazione, da un lato l'attività "riproduttiva" e dall'altro quella "creativa", Sant'Agostino ha utilizzato due termini differenti, rispettivamente, *phantasia* e *phantasma*, sostenendo che dalla memoria, dipenda anche l'immaginazione creativa, poiché "sapore è sapere e sapere significa fare esperienza di...", ossia conoscere.

Per non dilungarci sia sulla diatriba raccontata e sia sulla storia antica del gelato, si ricorda soltanto che i primi documenti storici lo datano intorno al 500 a.C., laddove un poeta greco narra quanto ai greci piacesse preparare bevande rinfrescanti con limone, miele, succo di melagrana e neve o ghiaccio. Invece, a Roma l'imperatore Nerone faceva arrivare il ghiaccio dall'Appennino per preparare bevande di frutta e miele ghiacciate. Merita ricordare, anche, la vasta partecipazione del mondo arabo che con lo "sherbet" divulgava in Asia l'uso del prodotto dolce gelato.

Non c'è dubbio che l'Italia rappresenti la patria del gelato moderno e l'occasione o il merito di averne accresciuto l'esportazione in tutta Europa, con l'ondata migratoria dell'800, che spinse molti operai italiani ad emigrare, trasformandosi in venditori ambulanti, prima di caldarroste e frutta caramellata e poi di gelati.

La vera rivoluzione, però, ebbe inizio nei primi del '900 con l'introduzione della sorbettiera a motore che sostituì il mastello pieno di ghiaccio e sale con inserito un cilindro metallico inventato nel 1846 da Nancy Johnson del New Jersey, in cui l'impasto da gelare era fatto girare con la manovella. L'invenzione consentì l'incremento della produzione del gelato artigianale caratterizzato dall'uso di materie prime fresche, ma fece gola anche all'industria che proseguendo nell'innovazione

tecnologica mise in commercio un prodotto gelato diverso da quello dei piccoli laboratori artigianali, ma ugualmente attraente.

Le differenze tra gelato artigianale e industriale sostanzialmente sono; nel primo caso:

il prodotto è fresco, realizzato dallo stesso rivenditore con una quantità di grassi (6-10%) il cui ingrediente principale è il latte (almeno il 60%) spesso unito a quello del tuorlo d'uovo di gallina, seguito dagli zuccheri (14~24%) e dalla panna (5~20%). Può essere presente anche una certa quantità di latte magro in polvere per garantire un apporto di solidi del latte per il mantenimento



della struttura, oltre alle proteine utili a dare corpo e stabilità e al lattosio presente in circa 50% che serve per assorbire l'acqua libera, si trovano anche altri ingredienti solidi, quali stabilizzanti dell'emulsione acqua-grasso, addensanti di legame per l'acqua, magri del latte e ingredienti, come i prodotti cacao e derivati dal cacao, semi a guscio (noci, pistacchio, mandorla, noce, pinoli).

Il gelato artigianale vanta, inoltre, una ridotta quantità d'aria inglobata durante la mantecatura (max 35-40% di aria),

Nel secondo caso del gelato industriale o Ice-cream il prodotto si caratterizza principalmente: per essere fabbricato molti mesi prima del consumo, per usare preparati e materie prime come latte in polvere, grassi vegetali, succhi di frutta concentrati, additivi, coloranti, emulsionanti, stabilizzanti e aromi. Per introdurre, durante la fase di gelatura, aria fino al 100-130%, per rendere il prodotto finale assai soffice e leggero, ma assai poco consistente.

Nel gelato artigianale la buona ricetta, oltre alla selezione d'ingredienti di alta qualità, deve assicurare un corretto bilanciamento dei componenti solidi, per realizzare una miscela dei diversi gusti, poi da pastorizzare sia per renderla igienicamente

Quanti rivendicano la paternità delle sue origini

sicura, sia per ottenere un miglior legame tra componenti solidi e acqua e sia per conseguire una tessitura più cremosa del prodotto finale. Nei gelati artigianali sono impiegati anche ingredienti composti, detti *semilavorati*: ossia miscele, spesso anidre, di componenti del gelato preparate con modalità industriali, dove non dovrebbero comparire per la preparazione della base elementi costitutivi come il latte e la sua sostanza grassa, le uova e lo zucchero, ma soltanto quei prodotti già opportunamente lavorati che, aggiunti, conferiscono i sapori caratteristici al gelato quali i semi a guscio, i cereali, il cacao, gli aromi, gli addensanti e gli emulsionanti. Nel gelato artigianale di frutta all'acqua, noto come *sorbetto*, sono assenti ingredienti quali latte e suoi derivati, taluni operatori ne fanno, comunque, uso in base a usi alimentari locali o per sopperire all'incapacità tecnica di ottenere un prodotto ugualmente cremoso. I rimanenti ingredienti sono la frutta (dal 25% al 60% in peso sul totale) e gli zuccheri aggiunti (circa il 25%). I gelatieri che invece prediligono un più rigoroso rispetto della tradizionale formula del sorbetto non ne fanno uso, riuscendo, in taluni casi e in virtù di conoscenze tecniche più spinte o più semplicemente grazie alla disponibilità di migliori materie prime (frutta di migliore qualità, di stagione e matura) e all'utilizzo di tre o quattro tipi di zuccheri semplici, a ottenere un prodotto dalle caratteristiche simili a quello con la presenza di grassi aggiunti.

Troppi si vantano di essere la prima Regione o Città ad avere dato il natale al gelato tradizionale, perché è un prodotto che ha conquistato il 95% della popolazione in quanto è fresco e ha un buon sapore dolce, invitante e appagante, che rinfresca trasferendo, soprattutto quando fa caldo, una sensazione di benessere grazie alla sua consistenza cremosa, soffice e vellutata, ma anche talvolta e per contrasto croccante e dura, soprattutto nel gelato che è fatto di tante componenti diverse come il biscotto, il riso, il cioccolato a pezzi, la granella



Capecchi
QUALITÀ ALLA RISTORAZIONE

PARTNER UFFICIALE *della ristorazione di qualità*

Dal **1970** ad oggi
è tutta un'altra storia: *la nostra.*

Capecchi S.p.A.

Via Tenuta del Cavaliere, 1 • 00012
Guidonia Montecelio (RM) - Italy

Tel. +39 06 60 50 5000
info@capecchispa.eu



www.capecchispa.com

di nocciola e di mandorla. Inoltre, quando si mangia per le sue caratteristiche di freschezza divertente, fa allegria, produce benessere, energia, vitalità e voglia di vivere o richiama qualcosa di ancestrale, forse un pasto molto antico.

È curioso che il gelato al tartufo o tartufo gelato si riferisca a una forma di semisfera con un cuore di fondente fuso e ricoperto da una spolverata di cacao amaro in polvere e zucchero ispirandosi all'omonimo cioccolatino della tradizione prodotto con gli stessi ingredienti e all'epoca popolarissimo, quindi senza aggiunta del tartufo tubero. È pur vero che un imprenditore di Hong Kong si è aggiudicato, all'Asta Mondiale del tartufo bianco al castello di Grinzane Cavour, un pezzo del peso di 1,51 kg per 160.406 dollari, collocando il tu-

Le peculiari differenze tra il prodotto artigianale e quello industriale

dove il gelato artigianale copre il 55% del mercato mondiale, grazie alla diffusione capillare, la storia, la tradizione, l'abitudine del gelato da passeggio e la professionalità degli addetti, per cui la sostanziale assenza di finanziamenti governativi ha messo in difficoltà numerose attività artigianali. Però, contemporaneamente ha stimolato un nuovo



bero nostrano in cima a tutte le classifiche del lusso (*Yahoo Finanza 25 genn. 2018*). Perciò è impensabile che un artigiano possa cimentarsi nella produzione di un gelato che contenga tartufo di qualità. Ma, offrendo il mercato tartufi di minor qualità e prezzo qualcuno si è limitato ad aggiungere sfoglie di tartufo nero su una base spesso di crema di gelato. Sarebbe importante e provocatorio lanciare un nuovo gelato con l'alimento più costoso del mondo, però siccome le iniziative fuori dei canoni e della tradizione richiedono investimenti, è auspicabile che si mettano a punto nuove forme di finanziamento con particolare attenzione al versante della *Cultura gastronomica e delle tecniche culinarie* che si snodano come innumerevoli proposte commerciali, tra le quali, le molteplici a volte discutibili, scuole di cucina, di pasticceria e di gelateria che rendono il panorama della nutrizione davvero tra i più estesi per lo *shopping* e l'intrattenimento. L'Italia è l'unica nazione al mondo

tipo di business con la creazione di altre forme di coinvolgimento degli organismi gestionali quali: start up, fund-raising, partnership, corporate membership, ancora solo parzialmente diffuse in Italia rispetto ai Paesi anglosassoni.

Infine, affinché ciò porti vantaggi al "Sistema Paese", è necessario tenere come punto di riferimento un binomio imprescindibile: da una parte, l'aspetto produttivo per identificare quali cambiamenti di business siano opportuni e dall'altra, la corretta dimensione sociale per assicurare impatti positivi dell'innovazione nella vita quotidiana sul sistema sociale al fine di mantenere nel tempo l'attuale prestigio del *made in Italy*.

* **Presidente Accademia della Cultura Enogastronomica**

** **Presidente AEPER e Fiepet Roma**

E' stato stucchevole anche per i consiglieri regionali votare l'ultimo emendamento al nuovo Testo Unico del Commercio. Perché stucchevole? Un giornalista buontempono, nei giorni precedenti, aveva definito "tassa sulla pipì", quella che potrà richiedere l'esercente da chi, non consumando al locale, chiederà l'utilizzo della toilette. Un emendamento giustificato con una serie di acrobatiche circonlocuzioni, calzante solo quella del presidente della Commissione Commercio, Massimiliano Maselli, il quale aveva premesso come ci fosse all'origine una inappuntabile sentenza del tribunale amministrativo della Toscana ad aver dettato la norma: non è un atto dovuto, semmai una cortesia, mettere a disposizione la toilette anche per chi, al bar, non ha consumato neanche gli 80, 90 centesimi pagati per un semplice caffè... E nonostante, in aula, i consiglieri eletti a Roma fossero in larga maggioranza, nessuno di loro ha ricordato come quella competenza fosse già in capo ai Comuni, tanto che proprio Roma Capitale, l'obbligo di mettere a disposizione di tutti il bagno, l'aveva già tolto con il recentemente approvato regolamento di Polizia Urbana. Fatto sta che, d'ora in poi, l'esercente che chiederà al non-cliente di contribuire alle spese necessarie a tener sempre pulito il bagno, dovrà averlo segnalato sul listino prezzi per non incorrere in una sanzione.

Fatta questa sin troppo lunga premessa c'è solo da registrare che, dopo 13 anni, quella che nel Lazio era stata la prima legge regionale a normare il settore dei pubblici

La stucchevole discussione sull'obolo da far pagare al non-cliente che intende servirsi della toilette

Il Lazio rimodula la normativa

Nel nuovo Testo Unico regionale sul Commercio cambia ben poco per i pubblici esercizi



esercizi (n. 21 del 2006), ora è stata superata ed incardinata all'interno di quel Testo Unico nel quale sono state incanalate le disposizioni in tema di commercio su aree private (negozi di vicinato e media/grande distribuzione), su aree pubbliche (mercati e ambu-

lanti), all'ingrosso e distribuzione di giornali e riviste (edicole). Una riforma che già nella campagna elettorale

per le Regionali 2018 aveva visto tutti i candidati reclamarla con forza, stante, negli ultimi 20 anni, le modificate condizioni in cui oggi si esercitano o vengono costrette ad esercitare, le attività commerciali.

Il testo unico, inoltre, tiene conto anche delle numerose modifiche intervenute negli ultimi anni nell'ordinamento statale ed europeo in tema di concorrenza, semplificazione amministrativa e liberalizzazione delle attività economiche e dello sviluppo di nuove forme aggregative tra imprese. In particolare, sono stati adeguati i contenuti normativi regionali con quelli pre-

scritti dalla direttiva n. 123 del 12 dicembre 2006 (Direttiva Bolkestein) e dal decreto legislativo n. 59/2010 e successive modifiche, nonché con quelli dei decreti legge n. 201/2011 e n. 1/2012 in materia di tutela della concorrenza, liberalizzazione delle attività economiche, semplificazione dei procedimenti amministrativi e nuove modalità di programmazione delle attività economiche.

Cosa cambia per i pubblici esercizi che operano nel Lazio? In definitiva, poco o nulla. Semmai c'è da registrare uno scansato pericolo. Il testo a suo tempo licenziato dalla Giunta prevedeva la possibilità, per gli esercizi di vicinato, di ampliare da 250mq sino a 400mq la superficie di vendita. E i colleghi "alimentaristi", come avviene sempre più spesso a Roma, avrebbero potuto percentualmente sfruttare l'opportunità per ampliare l'area da adibire al consumo dei cibi venduti sul posto, pur senza offrire il servizio assistito. Ma già in sede di Commissione si era fatto il passo indietro tornando al limite originario.



Da Assessore allo Sviluppo Economico, Gian Paolo Manzella aveva avviato la riforma della normativa regionale. Da settembre si è trasferito al Ministero assumendo la nomina di Sottosegretario.

Basterà soltanto la SCIA corredata da tutti i requisiti per aprire nuovi locali di ristorazione, salvo che nelle zone vincolate del Centro Storico di Roma

Non rappresentano una grossa novità alcune altre disposizioni inserite nella legge. L'obbligo di menzionare le singole voci ed il relativo costo delle consumazioni rivolto ai ristoranti che

adottano un menu con la formula a prezzo fisso. La possibilità data ai Comuni di limitare gli orari di vendita per contrastare gli effetti collaterali della movida.

La deroga a Roma Capitale di prevedere zone franche (vedi Centro storico) dove non consentire il rilascio di nuove autorizzazioni. L'apertura verso quei nuovi strumenti tecnologici che possano essere utilizzate in alternativa alle canne fumarie per lo smaltimento delle relative scorie.

Qualcosa di più potrebbe uscire con l'adozione del regolamento d'attuazione previsto all'art. 4 della legge. Sarà uno dei primi compiti da assolvere per il nuovo assessore allo Sviluppo Economico che entro l'anno succederà a Gian Paolo Manzella, trasferitosi a settembre, come sottosegretario, nel nuovo governo.



Da UNIGEL Nordpol la filiera della qualità



OLTRE 80 ANNI DI STORIA
nella preparazione di ingredienti composti
per gelaterie e pasticcerie



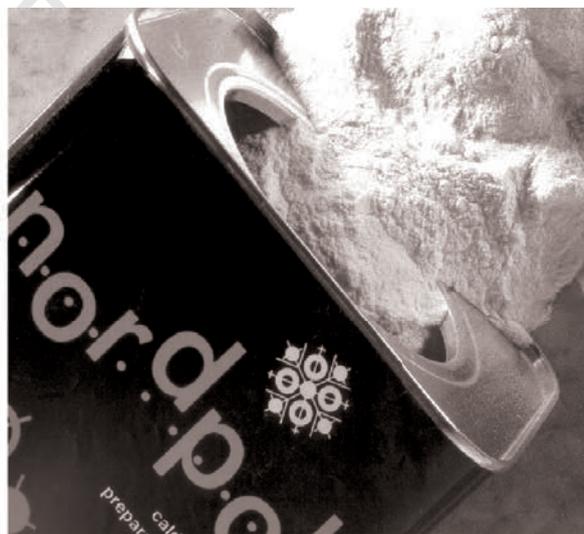
COSTANTE INNOVAZIONE
nella ricerca di nuove soluzioni applicative



AL SERVIZIO DEGLI ARTIGIANI
capaci di rivisitare ogni giorno
il concetto di gelato



PER GARANTIRE
la massima qualità agli amanti del gelato



UNIGEL spa - Via Torino 24 - 24040 Ciserano (BG) - Tel: 035.88.31.54
info@unigelitalia.com - unigelitalia.com - nordpol.it - unigumm.it

uni
GEL **nordpol**

Dal 1936, la Natura è una Storia dolcissima.

GELATO FESTIVAL IN EUROPA

Le eccellenze agroalimentari del Lazio portano valore aggiunto alle esibizioni dei nostri grandi Maestri Gelatieri

Nei mesi scorsi, i “Maestri” dell’Associazione Italiana Gelatieri hanno partecipato al Gelato Festival Europa rappresentando la Regione Lazio nelle tappe di Berlino (1-2 giugno), Vienna (19-20 giugno), Londra (29-30 giugno) e Barcellona (28-29 settembre). Hanno infatti inventato, prodotto e offerto a tutti i presenti gusti di gelato artigianale italiano i cui ingredienti erano prodotti tipici del Lazio al fine di promuovere in Europa la cultura del gelato artigianale e le specialità regionali.

Il progetto “Festival Europeo del Gelato artigianale del Lazio”, promosso dalla Regione Lazio e Lazio Innova in collaborazione con Associazione Italiana Gelatieri, Agro Camera e Gelato Festival è stato molto importante sia per la promozione del territorio laziale e dei suoi prodotti in chiave turistica, sia per la creazione di rapporti commerciali che potranno essere utili ai Maestri Gelatieri per investire nel mercato estero. Anche nella tappa che si organizzerà nella città di Roma ci saranno buyers internazionali e possibili investitori con cui i Maestri Gelatieri potranno confrontarsi per creare delle nuove opportunità di business. A tal proposito, il Segretario Generale dell’Associazione Italiana Gelatieri Claudio Pica ha confermato la volontà

Un'occasione anche per svelare ai curiosi le tecniche di preparazione di un vero e proprio prodotto artigianale



L'ex Assessore Manzella (a destra nella foto) assieme al formidabile gruppo dei nostri Maestri Gelatieri

di alcuni gelatieri di aprire delle gelaterie all'estero per esportare la cultura del vero gelato artigianale italiano fatto con prodotti di alta qualità. Sicuramente, proprio la qualità dei prodotti regionali ha contribuito al grande successo ottenuto dal “Truck del Lazio” in tutte le tappe, nelle quali è stato adibito ad area degustazione di 16 gusti straordinari che hanno riscontrato il consenso del pubblico pur non facendo parte della gara: gelato al gusto castagna di Antrodoco (Mario Serani), double cioccolato con salsa di cerasse disidratate (Giorgio Carlo Bianchi), sorbetto al Cannellino e sorbetto di Moscato con cerasse della sabina reidratate (Paolo Costantini e Domenico Curiale), ricotta salata (Matteo Grizi), gelato al caffè e dolce inverno, gelato alla ricotta con variegatura al limone, arancio, cioccolato fondente e biscotti (Emanuele Alvaro), fragola favetta di Terracina a basso contenuto di zuccheri (Stefano Ferrara), fior di olio alle nocciole (Andrea Pagnoni), caffè alla romana (Simona Zucca), tripudio di confettura alla pesca (Eugenio Morrone), ricotta con miele filettato (Guido Muraglie), pesca bria (Federico Molinari), gusto Barça e gusto pera e zenzero (Rosario Nicodemo), gusto La

La Land (Maria Agnese Spagnuolo). I Maestri Gelatieri non hanno solo inventato e prodotto gusti di gelato ma, nelle varie tappe, hanno anche organizzato cooking shows nei quali spiegavano le modalità di preparazione del vero gelato artigianale italiano dimostrando tutta la loro competenza e professionalità e sottolineando l'importanza della formazione continua. Nell'ultima tappa che si è tenuta a Barcellona, Rosario Nicodemo con l'aiuto di Paolo Costantini e Mario Serani ha mostrato come preparare il sorbetto pera e zenzero mentre Maria Agnese Spagnuolo, con l'aiuto di Simona Zucca, ha svelato i segreti della preparazione del gusto ricotta al cacao crudo con riduzione di pera al Moscato di Terracina. Se quindi da una parte questo progetto ha valorizzato i prodotti e il territorio del Lazio, dall'altra ha messo in evidenza l'importanza della figura del Maestro Gelatiere come artista e come artigiano; una figura che deve essere riconosciuta a livello istituzionale perché garanzia di professionalità, esperienza, autenticità e ricerca e, quindi, garanzia di vera eccellenza italiana.

Così Reggio Calabria si conquista la scena

Scirubetta in crema “reggina”, ad una certa passione per il gelato nessuno può tentare di resistere

A decretarne il successo sono state le presenze dei visitatori, la stampa locale e quella specializzata, i social, molti dei quali si sono sbizzarriti a divulgare in diretta le immagini della manifestazione. Come ampiamente previsto la seconda edizione di Scirubetta, un vero e proprio Festival del Gelato Artigianale, si è confermato essere un evento di grandissimo richiamo.

Le premesse c'erano tutte, l'exploit dello scorso anno, i quaranta Maestri Gelatieri con le loro proposte esclusive, frutto di attenta ricerca e grande capacità artigianale, un'organizzazione impeccabile grazie anche al supporto qualificato ed entusiasta delle aziende sponsor. La manifestazione, anche quest'anno, è andata oltre le attese vedendo la partecipazione, nel corso delle quattro giornate, di più di 150.000 persone superando abbondantemente le 120.000 della prima edizione.

Concorsi, show cooking, degustazioni di piatti gourmet abbinati al gelato salato, animazione per



grandi e piccini, musica e approfondimenti con ospiti prestigiosi, hanno accompagnato i visitatori del Villaggio Scirubetta in un fantastico viaggio sensoriale tra quaranta gusti di gelato, uno più buono dell'altro.

Il vincitore del Festival, premiato dalla Giuria di Qualità, è stato Rosario Nicodemo, della gelateria

“Cannolo Siciliano” di Roma, con il suo “Profumi del Sud”. Al secondo posto un ospite internazionale arrivato da Tokyo, Shibano Kosuke, della gelateria “Malga Gelato”, con il gusto “Flat Lemon” e al terzo Salvatore Ravese, della gelateria “Garden” di Gioia Tauro, con “Cuore Matto”.

Per quanto riguarda invece la classifica della Giuria Popolare al primo posto si è piazzato Pasquale Monteleone, della “Bottega del Gelato” di Reggio Calabria, con il “Il Tartufo della Bottega di Pizzo Calabro”; a seguire Giampaolo Doti, della gelateria “Ghibli” di Campo nell'Elba, con il gusto “Sinfonia” e Angela Calabrò, della gelateria “Capriccio” di Lazzaro, con la sua “Canna Capricciosa”. L'ultimo premio assegnato ha riguardato la mi-

***Il termini “Scirubetta” richiama
a quel composto ripreso dalle usanze
arabe che veniva preparato
con la neve fresca raccolta in quota,
aromatizzata con il miele di fichi
ed il mosto cotto***

gliore presentazione ed è andato a Gianluca Marciandò, della gelateria "Matteotti" di Reggio Calabria, con il gusto Kalavria.

Alla seconda edizione di Scirubetta hanno anche partecipato alcuni tra i migliori chef del territorio che hanno proposto i loro piatti gourmet affiancati dai Maestri Gelatieri che hanno creato dei gelati gastronomici per accompagnarli. Si sono alternati nell'Area Gourmet del Villaggio Scirubetta Rocco Agostino, del ristorante "La Cascina" di Roccella Jonica, insieme a Enzo Pennestrì della gelateria "Sottozero" di Reggio Calabria (e presidente dell'Associazione Italiana Gelatieri), Fortunato Aricò, del ristorante "L'Officina del Gusto" di Reggio Calabria, con Angelo Musolino della pasticceria gelateria "La Mimosa" di Reggio Calabria, Nino Rossi, del ristorante "Quafiz" di Santa Cristina D'Aspromonte, con Davide De Stefano della gelateria "Cesare" di Reggio Calabria e, per finire, Filippo Cogliandro, del ristorante "L'A Gourmet L'Accademia" di Reggio Calabria, insieme ad Antonio Fragomeni della gelateria "Fragomeni" di Reggio Calabria.

Anche quest'anno, quindi, Sciru-



Concorsi, show cooking, degustazioni di piatti gourmet abbinati al gelato salato, hanno accompagnato i visitatori del "Villaggio Scirubetta" in un fantastico viaggio sensoriale tra tanti gusti, uno più buono dell'altro



betta ha dimostrato di essere una manifestazione di altissimo livello che ha ormai conquistato il favore del pubblico e delle aziende del settore, ponendosi l'ambizioso obiettivo di confermarsi sempre di più come importante punto di riferimento nel mondo del Gelato Artigianale nazionale e internazionale. La stessa Associazione Italiana Gelatieri, con il suo segretario Claudio Pica, ha offerto un contributo in termini di comunicazione. Su Facebook ha registrato un notevole numero di visualizzazioni, l'intervista "doppia" al presidente Pennestrì ed al pluri-asserto Maestro Gelatiere, Gianni Clapis. Chi se la fosse persa, non ha che da andare a vederla sul profilo social del segretario... magari, prima, chiedendogli l'amicizia.

VENIAMO AL SODO!

**TI OFFRIAMO UN PACCHETTO DI SERVIZI
PER SODDISFARE E AUMENTARE
I TUOI PREZIOSI CLIENTI**

IL TUO NOME

**UN'IDENTITÀ CHIARA E RICONOSCIBILE
PER VALORIZZARE LA TUA ATTIVITÀ**

Scelta del nome e del "mood"
Progettazione e realizzazione del logo
Immagine coordinata (biglietti, porta ricevute...)

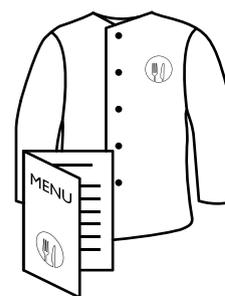


BRAND

IL TUO STILE

**UNA GRAFICA ELEGANTE E CREATIVA
PER DISTINGUERTI DAI CONCORRENTI**

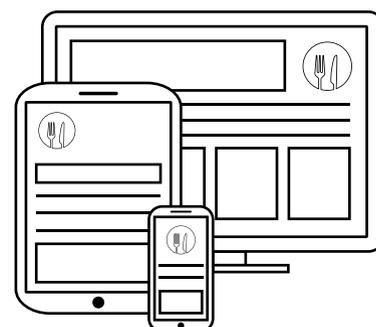
Format menu, carta dei vini e accessori
Personalizzazione divise staff
Insegna, vetrofanie, segnaletica interna



LA TUA COMUNICAZIONE

**GLI STRUMENTI PIÙ MODERNI ED EFFICACI
PER FARTI CONOSCERE E ATTRARRE CLIENTI**

Realizzazione del sito web
Promozione online
Gestione dei social media



ALTRI SERVIZI

Campagne pubblicitarie ed eventi
Supporto al rinnovamento e rilancio dell'offerta
Prodotti multimediali (video, libri, cataloghi)
Strumenti digitali interattivi per i punti vendita
Programmi (gestionali, prenotazioni on line, app)
Corsi di formazione sulla gestione del cliente
Corsi di marketing, vendite e comunicazione

MultiOlistica è una società di servizi creativi di consulenza, formazione ed eventi.

Contattaci per un preventivo gratuito
info@multiolistica.com | +39 06 97601553 | www.multiolistica.com



BENVENUTI NEL MONDO OMAB

ARREDAMENTO GELATERIA



ARREDAMENTO PASTICCERIA



ARREDAMENTO BAR



TUTTO SU MISURA



ATTREZZATURE



CONSULENZA



POST VENDITA



FORMAZIONE



Telefono
(+39) 06 661 54 004



e-mail
info@omabsrl.com



web
omabsrl.com

Omab Srl è da quasi mezzo secolo leader nel settore degli arredi professionali e nelle forniture per laboratori di gelateria, pasticceria e ristorazione in generale.



Quando ad ottobre 2018 i dirigenti di AMA (quelli che c'erano all'epoca) avevano annunciato, anche alle Associazioni di categoria, la partenza della raccolta differenziata direttamente a domicilio di bar, ristoranti, negozi e laboratori artigiani, non erano pochi coloro i quali avevano espresso velato ottimismo circa questa scelta strategica avviata dall'Amministrazione Capitolina. I quattro cosiddetti "prestatori d'opera", cioè le società partecipate (Roma Multiservizi) e private che si erano aggiudicate per bando i lotti nei quali era stato suddiviso tutto il territorio, avrebbero garantito una raccolta quotidianamente sistematica, che avrebbe contribuito a risolvere almeno in parte la cronica e generalizzata emergenza "rifiuti".

La Commissione Commercio presieduta da Andrea Coia, una volta pure in seduta congiunta con la Commissione Ambiente, aveva più volte messo all'ordine del giorno il monitoraggio delle operazioni. In particolare, in un paio di queste svoltesi ad inizio di febbraio, AMA, assieme ai responsabili delle società appaltate, aveva respinto le critiche sul servizio, avanzate dalle Associazioni. I verbali, disponibili in rete, evidenziano proprio come l'AEPER e la stessa Fiepet Conferenti avessero messo il dito sulla piaga e riportato le proteste diffuse lanciate in particolare dagli esercenti bar e ristoranti. I dirigenti delle Associazioni avevano sottolineato, sia la criticità dovuta al conferimento dei rifiuti nei bidoncini messi a

CAOS RIFIUTI A ROMA

Le "lene" hanno reso evidente una situazione già palpabile e denunciata dagli esercenti



disposizione, che la non puntualità dei passaggi giornalieri, quelli che gli stessi prestatori d'opera garantivano essere viceversa "provati" dai badge certificati dagli addetti al servizio.

In particolare sulla prima di queste questioni i residenti accusavano gli esercenti di posizionare i bidoncini sul marciapiede anti-stante il locale, con ciò intralciando in una qualche maniera il passaggio. I

secondi, a buon ragione, rispondevano di non poterli ospitare all'interno, in particolare quelli contenente l'umido, anche per non incorrere nelle grinfie e nei controlli degli ispettori della ASL. Qualcuno ventilava l'ipotesi di sanzionare gli esercenti per abusiva occupazione di suolo pubblico.

C'è da dire che, a quasi un anno dalla partenza della "raccolta", in una nuova seduta di Commissione tenutasi a fine settembre scorso, gli stessi consiglieri (anche quelli di maggioranza) si erano convinti di come il servizio non fosse erogato in modo puntuale e su quasi tutti i quartieri della città.

Siamo arrivati alla fine della ...



Filippo Roma delle "lene"

Fanno testo le diverse sedute di Commissione Commercio dove le Associazioni di categoria avevano rimarcato le criticità della raccolta differenziata

dirigenti come evidenziato dalle registrazioni dei messaggi telefonici.

Bisogna ancora una volta ringraziare una trasmissione di "servizio" come sa essere quella de Le lene, per aver sollevato in maniera clamorosa l'inganno. Lasciano il tempo che trovano le insinuazioni fatte per la parentela di Filippo Roma con il consigliere Pd, Anton Giulio Pelonzi, e le dichiarazioni di Alessandro Onorato che, in veste di esercente e non, quando avrebbe potuto, da consigliere d'opposizione, solo a prove scoperte, ha potuto esprimere le sue considerazioni *a posteriori*.

Come saranno regolati i conti tra la Giunta Raggi e l'AMA, e come quest'ultima si rivarrà su Roma.

Multiservizi che ha smaccatamente non rispettato le condizioni previste dall'appalto? Saranno prese misure analoghe verso le altre 3 società che, certo, nell'erogazione del servizio (è dimostrato dai fatti) non assolvono in maniera ... virtuosa al compito al quale sono state indirizzate?

Come sempre, lo scopriremo ... solo vivendo.



L'idea è nata da uno dei politici romani che lo ha frequentato a lungo, da consigliere e da assessore alle Attività Produttive. Lui è Davide Bordoni, l'altro è Alberto Pica. L'attuale capo-gruppo di Forza Italia in Assemblea Capitolina ha presentato in Campidoglio al Segretariato Generale la proposta di dedicare una strada della Capitale ad uno degli imprenditori e sindacalisti che, nell'arco di circa mezzo secolo, hanno fatto la storia di tante vicende romane legate al mondo del commercio. Qui di seguito pubblichiamo le motivazioni allegata alla proposta.

Alberto Pica nacque a Roma il 23 ottobre del 1935. Non fece in tempo a completare la scuola dell'obbligo che il padre Antonio gli chiese di dare una mano al

Alberto Pica e la sua Roma



Alberto Pica nel 2009 assieme a Davide Bordoni ex Assessore al Commercio del Comune di Roma

Giusto dedicare una via a suo nome per riconoscerne i meriti di illuminato imprenditore e impareggiabile sindacalista

negozio, in quel periodo una delle poche latterie con annesso bar, che la famiglia gestiva nel popolare quartiere di San Lorenzo, in piazzale Tiburtino. Qui fece la gavetta che lo portò ad acquisire i primi rudimenti del mestiere. Presto si convinse da solo quanto fosse importante abbinare alla pratica ogni elemento teorico che servisse a completare il suo bagaglio professionale. Per questo accrebbe la sua formazione frequentando i corsi (non obbligatori) in tema di igiene degli alimenti, organizzati nel distretto sanitario di via Merulana.

La famiglia assecondò quella che sembrava essere una innata e naturale predisposizione. Alberto in breve si conquistò interamente i galloni sul campo e non ci mise molto ad intuire che, per condurre al meglio il suo lavoro, aveva bisogno anche di condividere le esperienze con gli altri suoi colleghi.



Negli anni '50 seduto al tavolino del bar di piazzale Tiburtino

Aderì quindi (era la fine degli anni '50) all'Associazione Esercenti Latterie, al tempo affiliata all'Unione Commercianti di Roma e Provincia (oggi Confcommercio Roma). Anche qui non si limitò ad essere

un semplice gregario e dimostrò presto a tutti di poter rivestire incarichi di responsabilità, divenendo dapprima un componente il Consiglio Direttivo dell'Associazione e, nel 1965, a soli 30 anni, il Presidente dell'organizzazione di categoria.

Quelli erano ancora gli anni del boom economico. Le "latterie" dell'epoca limitavano la loro attività a commercializzare, oltre al latte fresco, allo yogurt e alla panna, solo pochi altri prodotti da banco: pasticceria secca, confezioni di biscotti, tavolette di cioccolato e, d'estate, gelati di produzione indu-

Anni '60 e '70, l'idea veicolata tra i soci di trasformare la vecchia "latteria" in un bar



Durante una premiazione di Lorenzo Cagnoni, per anni presidente della Fiera di Rimini

striale. Troppo poco per far quadrare i bilanci di una piccola "bottega". Poi il rischio era che, con l'evoluzione delle normative statali, il latte fresco potesse rientrare tra i prodotti commercializzabili anche dai negozi di alimentari e da quei supermercati che solo in quegli anni si andavano facendo strada in molti quartieri della città. Pica promosse la costituzione di un Sindacato nazionale (Sanel) per tutelare sia l'esclusività della vendita che la tutela di un prodotto nobile qual era (ed è) il latte fresco, che avrebbe rischiato di perdere punti sul mercato, per essere fagocitato dal latte a lunga conservazione, sottoposto a processi di sterilizzazione attraverso il quale, come noto, molte proprietà organolettiche del prodotto finale vengono meno. Insieme ai rappresentanti della produzione locale, delle Centrali del Latte pubbliche e private, la sua Associazione fece da puntello per lungo tempo contro gli interessi delle aggressive multinazionali del settore.

All'inizio degli anni '70 erano circa 5 mila le lat-

terie in tutta Roma ed Alberto Pica, sempre come Associazione, mise in campo una strategia che portò, nel giro di poco tempo, a trasformarle, abbinando loro il servizio di caffetteria e di buffet freddo. Le "licenze", all'epoca il rilascio era competenza della Prefettura, aumentarono di pari passo ed i colleghi più emancipati dei pubblici esercizi cominciarono a subire una concor-

renza della quale beneficiavano anche i clienti, dal momento che contribuiva a contenere i prezzi per una vasta gamma di consumazioni.

L'impegno sindacale non impedì ad Alberto Pica di seguire al meglio la sua attività imprenditoriale. E così, nel 1971, considerò maturi i tempi per aprire un locale più grande e, soprattutto, in una zona più centrale di Roma, in via della Seggiola nel rione Regola. L'investimento fu di tutto rispetto. Oltre che il bar ed il reparto latteria, l'offerta ai clienti si arricchì con la tavola calda e, soprattutto, con la produzione di gelati prodotti artigianalmente, che occupava uno spazio importante rispetto a tutto il resto.

Intanto la carriera di sindacalista proseguiva altrettanto ricca di soddisfazioni. Nel 1970 Alberto Pica entrò a far parte della Giunta esecutiva della Confcommercio Roma

La scalata nel mondo associativo e la nomina in Giunta della Camera di Commercio

e tre anni più tardi gli venne riconosciuta la rappresentanza del settore dei pubblici esercizi, con l'elezione a vicepresidente dell'orga-



Durante un'assemblea negli anni '60 a fianco dell'ospite Giulio Andreotti



porto tra i gelatieri e i potenziali consumatori nella futura vita: i bambini delle scuole materne ed elementari. Nacque "Gelato a Primavera" e la cartolina che sarebbe servita a ritirare gratuitamente il cono gelato fu ispirata dallo stesso Alberto e tradotta fedelmente dal grafico chiamato a definirla. La manifestazione e la sua intitolazione stavano anche a pubblicizzare che nella stagione primaverile i laboratori attrezzati alla produzione di gelato artigianale cominciarono a lavorare dopo una specie di letargo invernale. A

distanza di tempo nessuno avrebbe potuto prevedere che i consumi

Anni '80 il gelato meglio produrselo in proprio curandone tutti i particolari

aumentassero così tanto e che, 30 anni più tardi, ci sarebbero state gelaterie aperte ... anche nel periodo di Natale.

Intanto, a coronamento della carriera di rappresentante del settore dei pubblici esercizi, a metà degli anni '90 arrivò la prestigiosa designazione che lo vide, per due mandati, far parte della Giunta della Camera di Commercio di Roma, presieduta da Luciano Lucci.

Una volta superato il secondo millennio, Alberto Pica accompagnò la crescita esponenziale del "sistema" riconducibile al gelato artigianale, diventando una sorta di uomo-immagine. Attraverso questa figura ha lasciato un'eredità, il cui peso non sarà mai facile da portare avanti da altri, seppur dotati di riconosciute capacità.

nizzazione. Ricoprì la carica per più mandati e questo servì come trampolino di lancio per scalare le cariche alla Federazione Italiana Pubblici Esercizi, dove divenne vicepresidente nel 1982.

Quella per il gelato artigianale era diventata più che una passione. Fu il periodo nel quale, anche nell'opinione pubblica e soprattutto sui giornali, il suo nome cominciò ad essere immedesimato con il mondo del gelato artigianale.

Inizialmente era stato il padre Antonio, che da giovane si formò nella storica gelateria Giolitti, a curarne la produzione. Alberto Pica e la moglie Maria comunque lo affiancarono e diventarono entrambi, da subito, provetti artigiani.

In quegli anni ad assecondare la causa di questa nuova passione era un "Comitato per la Difesa e la Diffusione del Gelato Artigianale", un sistema di tipo federativo al quale avevano aderito organizzazioni aventi quel preciso comune denominatore. A fianco delle associazioni degli esercenti di riferimento che tutte, allora, facevano capo alla Confcommercio, c'erano quelle costituite dagli industriali del ramo, ovvero l'ACOMAG (macchine ed attrezzature per gelateria) e l'AIIPA (prodotti di complemento che andavano, e ancora vanno, ad integrare gli ingredienti naturali utiliz-

zati nella produzione in gelateria). Tutti uniti in un fronte comune per cercare di conquistare spazi di mercato, sottraendoli a chi lo monopolizzava con la produzione dell'ice cream industriale, che a quei tempi deteneva quote statisticamente prossime al 90%.

Anche in questo caso Alberto Pica propose la costituzione di un'Associazione, quella dei gelatieri (AIG), all'interno della quale la missione era comunque soprattutto quella di promuovere il gelato artigianale. Da qui partorì, nel 1986, il lancio di una manifestazione che avrebbe potuto contribuire (e contribuì) nei quartieri delle città, a legare il rap-



Gelato

Pastry

Chocolate

Bakery

Coffee



Sigep

41° Salone Internazionale
Gelateria, Pasticceria,
Panificazione Artigianali
e Caffè

THE SWEETEST
BUSINESS
EXPERIENCE

18-22
01. 2020
Fiera di
RIMINI

Gambarini & Muti

IN COLLABORAZIONE CON



www.sigep.it



SPECIAL EVENTS



Coppa del Mondo della Gelateria

Platinum Sponsor



ORGANIZZATO DA

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**

Providing the future

E' di questi giorni la bella notizia che il Consorzio COPERO, gruppo di acquisto per le imprese di bar e ristoranti e pubblici esercizi in genere, ha cominciato ad attivare le convenzioni e sta presentando ai potenziali beneficiari le forme di collaborazione concordate con le aziende di distribuzione coinvolte.

Il consorzio, nato per volontà delle associazioni Aeper, Assoristoratori e Lupe, è ora finalmente operativo e dalla viva voce del Presidente Roberto Torretti abbiamo appreso, e qui vi riportiamo, la *mission*.

Presidente Torretti, per quale scopo è nato il COPERO?

Siamo partiti due anni fa perché preoccupati dalla crisi che stava tormentando l'economia e che dura da tanto, troppo tempo. Abbiamo constatato che la liberalizzazione selvaggia nel settore della somministrazione, che ha visto il moltiplicarsi delle aperture e il conseguente insprirsi di una spietata concorrenza, stava arrivando al punto di abbassare il livello qualitativo del servizio e delle somministrazioni, e non potevamo rimanere con le mani in mano. Avevo ormai capito che dovevo, insieme alle altre associazioni dei pubblici esercizi, dare supporto agli esercenti con strumenti economici in grado di permettere loro di reagire e di mantenere alti gli standard qualitativi. Il più importante ed efficace di questi strumenti è proprio il gruppo d'acquisto, perché permette d'operare un risparmio economico nel fare la spesa con l'obiettivo di mantenere, al contempo, un alto livello dei prodotti. Non solo. Il gruppo consortile consente la condivisione di informazioni su fornitori, sulle nuove tecnologie, sulla conoscenza del mercato ed inoltre, grazie alla compartecipazione agli acquisti, evita la ridondanza riducendo i costi di transazione. Tutto ciò crea un'economia superiore a quella che ciascuna impresa aderente potrebbe raggiungere da sola.

Quindi con la partenza di questi giorni, come intende il COPERO aggregare i pubblici esercizi romani?

COPERO...Inizia la tua attività



Un Consorzio "acquisti" partito con la rincorsa

Stiamo facendo campagna di affiliazione tra gli iscritti delle tre associazioni promotrici ed il coinvolgimento di soci e fornitori avverrà seguendo la politica dei "piccoli passi", anche per testare la struttura ai fini di renderla efficiente negli ingranaggi. A tal fine abbiamo stretto accordi e convenzioni con grandi imprenditori nel settore delle forniture sul mercato romano, che oltre ad aiutarci a partire, daranno fin dal prossimo anno, il ritorno economico immediato alle imprese aderenti.

Partendo dalle affermazioni del Presidente Torretti, andiamo ad analizzare nel particolare i vantaggi (sia immediati che possibili) realizzabili da un Gruppo d'acquisto. Risalta immediatamente che il principale vantaggio offerto da un Gruppo d'acquisto sia l'economia di scala. Il volume della domanda di acquisto aggregato ad esempio da una rete d'impresе di discrete dimensioni, fornisce alle singole imprese vantag-

gi di trattativa e conseguente potere d'acquisto che non potevano sperare di ottenere da sole.

Inoltre, aumentando il volume d'acquisto previsto, un Consorzio per gli acquisti è generalmente in grado di negoziare prezzi più bassi per il bene o il servizio che viene acquistato rispetto a quanto potrebbero ottenere, da sole, le singole società. Questi risparmi sono di solito significativi, vanno dal 5% al 25% in base al livello di competenza della struttura che si occupa degli acquisti centralizzati.

Non va sottovalutato poi che, aderendo ad un Consorzio per gli acquisti, gli affiliati possono efficacemente semplificare i processi di approvvigionamento riducendo il costo unitario ed i costi complessivi di transazione in base ad una riduzione del numero di contratti (da negoziare, realizzare e gestire).

Senza considerare che, più avanti nel tempo, quando si sarà raggiunto un numero congruo di adesioni,

potrà arrivare ad una gestione degli acquisti tramite il Consorzio addirittura trattando tutte le fasi per l'emissione e la relativa gestione dei contratti per conto dei consorziati, così che le singole imprese potranno avere una significativa riduzione del carico di lavoro, e saranno, quindi, libere di concentrarsi sulle attività di vendita e renderle più strategiche per la loro impresa.

L'organizzazione che gestisce il Consorzio per gli acquisti, permetterà alle imprese della rete di migliorare i loro risultati attraverso la condivisione delle migliori procedure (best practice) in alcuni processi di business, sfruttando le competenze in specifiche aree funzionali.

Infatti, la maggior parte delle moderne organizzazioni che gestiscono un Consorzio per gli acquisti tendono ad organizzarsi utilizzando esperti di settore per ogni singola categoria merceologica gestita. Questi esperti di settore che nella situazione attuale del COPERO si incarnano negli uomini delle aziende fornitrici convenzionate, sono alla continua ricerca di sempre più efficaci metodologie atte a migliorare i processi, la qualità e l'efficienza del fornitore che garantirà una ottimizzazione dei processi a prezzi sempre più competitivi.

Una volta terminata la fase iniziale, in cui si sfrutterà al massimo la forza dell'economia di scala per abbassare i prezzi, l'organizzazione che gestisce il COPERO, userà la propria esperienza per aiutare le imprese in rete a far progredire la tecnologia di acquisizione, riducendo gli sprechi e ottimizzando l'uso dei beni e dei servizi che vengono acquistati.

Infine di questa nostra breve esposizione sui vantaggi di un gruppo d'acquisto, è noto che una riduzione dei costi sugli acquisti, ad esempio del 5%, produce un aumento dell'utile

Il Direttore Fabio Mina annuncia i primi accordi commerciali sottoscritti con le imprese fornitrici



di oltre il 2% e per ottenere lo stesso risultato le vendite dovrebbero aumentare di oltre il 20%...! Quindi il saving generato da una centralizzazione degli acquisti per le imprese produce un aumento dell'utile in ogni singola attività aderente.

Adesso chiediamo al Direttore Commerciale del COPERO Fabio Mina, in che consiste questa prima operazione per acquisire associati.

Direttore Mina, il Presidente Torretti ci ha detto che il COPERO, all'inizio, attuerà la politica dei piccoli passi; in che consiste, quali sono i vantaggi e quali le offerte da proporre ai vostri potenziali associati? I processi di affiliazione si svilupperanno con un attività "be to be"



Il Presidente Torretti spiega quali sono state le premesse che hanno portato al lancio del progetto

direttamente nei punti vendita. Infatti verranno concordate ad hoc proposte commerciali in funzione delle esigenze delle aziende da affiliare attraverso visite mirate in azienda. Visite che saranno fatte in maniera congiunta tra il management dei partners commerciali del COPERO ed il sottoscritto.

Abbiamo scelto questa forma di affiliazione perché i pubblici esercizi aderenti si troveranno un progetto adeguato alle loro esigenze, i partners commerciali avranno chiaro il core business e il COPERO oltre che a muovere i primi passi, permetterà agli associati di ottimizzare le loro economie di scala aziendali.

E come intendete promuovere il COPERO mentre fate il "porta a porta" con i pubblici esercizi?

Abbiamo già stretto diverse convenzioni con aziende fornitrici, ma in primis abbiamo ottenuto la collaborazione di due grandi distributori. Birimport Srl per il beverage e Capecchi Spa per il food.

È intenzione concordata è quella di arrivare ad unire le singole comunicazioni di marketing di questi due grandi partners commerciali, al marketing del COPERO, nell'ottica di unificare le forze ai fini di una più forte e penetrante strategia di comunicazione sul mercato. Tra le altre aziende di fornitori che hanno aderito alla proposta di COPERO, svolgerà un ruolo altrettanto importante per partnership e sinergie con il gruppo d'acquisto e le associazioni promotrici, Marziali Caffè, soprattutto per la penetrazione nel segmento dei pubblici esercizi che sono più impostati nel servizio di somministrazione come Bar ed esercizi similari.

Dario Del Buono

Colonia Montana Principe di Napoli L'alta formazione è servita

Giovedì 7 novembre ha aperto ufficialmente presso "Colonia Montana Principe di Napoli" il più grande centro di Alta Formazione e Specializzazione Universitaria nei settori della Gastronomia e del Turismo, nato dalla sinergia dell'Università Telematica Pegaso e dell'Universitas Mercatorum. Il progetto nasce grazie alla firma dell'accordo tra Luca Mascolo Sindaco di Agerola, Danilo Iervolino, presidente dell'Università Telematica Pegaso e dell'Universitas Mercatorum e lo chef tre stelle Michelin Heinz Beck, futuro direttore scientifico dell'Accademia.

"Prima di ogni altra cosa - ha dichiarato il presidente Danilo Iervolino - all'atto della firma- desidero ringraziare il sindaco Luca Mascolo e tutta l'Amministrazione comunale di Agerola per l'entusiasmo e l'impegno che hanno dimostrato in questi mesi di lavoro insieme. L'Accademia che nascerà presso la Colonia Montana Principe di Napoli è frutto di un progetto ambizioso e complesso ma rappresenterà un ulteriore volano di crescita e di sviluppo economico e sociale per l'intero territorio costiero. Sono certo che da qui a qualche anno la scuola di Agerola si affermerà tra le più accreditate nel

**Ideale per avviarsi
alla professione
nei settori
della gastronomia
e del turismo**



panorama dell'enogastronomia mondiale. Tutto ciò grazie anche al prestigioso contributo che apporterà Heinz Beck, riconosciuto tra i migliori chef del mondo".

Il Campus che nascerà nell'ex Colonia Montana, sorge su un belvedere a picco sulla Costa di Amal-

fi con ampia veduta sul Golfo di Salerno, e ospiterà master, corsi di alta formazione e corsi amatoriali nei settori della gastronomia e dell'enologia.

Quella di giovedì 7 novembre è stata una giornata storica per Agerola. L'inaugurazione della scuola di Alta Formazione e Specializzazione Universitaria nei settori della Gastronomia e del Turismo, ospitata proprio nell'edificio tirato a lucido e adeguatamente adattato alle nuove esigenze, rappresenta una vera e propria cittadella universitaria immersa in un parco di 25.000 metri quadri e in una cornice da favola a strapiombo sulla Costiera Amalfitana.

Inoltre il Presedente Danilo Iervolino ha affidato la promozione al Prof. Calogero Di Carlo, Presidente di Unicesd e Responsabile Nazionale delle sedi Esami Pegaso, definendolo un potente motore V8.

Da parte sua, il Prof. Di Carlo ha espresso soddisfazione e gratitudine per essere parte attiva in questo prestigioso progetto formativo e culturale.

"Questa non è solo una scuola di alta cucina - ha affermato Di Carlo



*Lo chef stellato Heinz Beck,
direttore dei Corsi*

- ma un vero e proprio laboratorio dell'ospitalità intesa in tutti i suoi aspetti, attento alle tradizioni e agli input culturali provenienti da tutto il territorio nazionale.

A suggellare una giornata di grande spessore culturale, la lectio magistralis del grande chef Heinz Beck, al quale spetterà il compito di tradurre in pratica lo sforzo di congiungere il tecnicismo raffinato della cucina all'esigenza del benessere cui la sana alimentazione deve necessariamente mirare.

In questo senso, la scuola di Agerola potrà contare anche sulle competenze scientifiche del prof. Mauro Minelli, immunologo clinico e docente straordinario di Scienze dell'alimentazione, profondo conoscitore delle dinamiche salutistiche della corretta nutrizione e che ha curato la programmazione dei master inclusi nel grande progetto formativo di Agerola. Un complesso che ospiterà al suo interno un gruppo operativo che fornirà agli interessati indicazioni cliniche finalizzate a scelte alimentari rigorosamente personalizzate, cucite addosso ad ogni singolo individuo. Quindi, grandi prospettive per Agerola, grazie ad un'idea operativa che supporterà gli studenti all'entrata nel mondo del lavoro, offrendo occasioni di



contatto con le realtà più significative del settore.

Ne consegue la prospettiva, allargata agli ambiti internazionali, di avviare progetti innovativi di sviluppo e crescita.

Il confronto fra le Scuole d'Alta Cucina e l'obiettivo di ampliamento della rete di collaborazioni sarà il fulcro motore di questa stupenda iniziativa, che unisce formazione, gusto, creatività e salute.

Una didattica in continua evoluzione e che farà tesoro dell'esperienza consolidata nella tradizione, radicata in un pensiero critico fatto di consapevolezza e responsabilità.

Stupore e curiosità ci accompagneranno in questo affascinante viaggio nel "gusto". Creare qualcosa di nuovo sarà sempre un omaggio alla cucina di tradizione e un modo di proiettare il meglio del passato, con una spinta innovativa e non nostalgica, verso il futuro. Il cibo non è solo qualità degli ingredienti ma qualità di idee e queste devono rendere tangibili ai nostri sensi i sogni, l'ispirazione, la passione, l'impegno e l'immaginazione.

A volte la Bellezza "fa male" perché richiede sacrifici e duro lavoro, ma certi risultati rimangono sempre davanti agli occhi di tutti.

Questa l'offerta formativa del Campus

L'offerta formativa del Campus Principe di Napoli comprende:

Corsi di laurea;
master;
Corsi professionalizzanti;
Corsi amatoriali.
Corsi di Laurea:

GASTRONOMIA, OSPITALITÀ E TERRITORI L-GASTR
SCIENZE TURISTICHE L15
SCIENZE ECONOMICHE LM56

I corsi prevedono:

132 ore di studio online
288 ore di studio in presenza
1080 ore di stage
Master di Alta Ospitalità:
Il corso prevede:
192 ore di studio in presenza
4 mesi di stage
Corsi professionalizzanti:

CORSO DI ALTA CUCINA ITALIANA
CORSO DI ALTA PASTICCERIA
CORSO DI SOMMELIER

I corsi hanno una durata di 6 mesi e prevedono:
192 ore di didattica con presenza
308 ore di stage
Corsi amatoriali:

DOP e IGT IN CUCINA
CUCINARE PER IL BENESSERE
DALLA FARINA ALLA PIZZA
ESSENZE IN CUCINA

LATTE SANO, L'UNICO LATTE FRESCO ROMANO AL 100%



Munto esclusivamente nell'agro romano,
arriva a tavola in pochissimo tempo:
è ancora più fresco e più prezioso.



Da mesi stiamo assistendo ad un vero “corpo a corpo”, quello che infine porterà in qualche maniera a modificare parte delle regole riguardanti le occupazioni di suolo pubblico a servizio di bar e ristoranti e non solo, visto che all’interno della rimodulata delibera oltre ai soliti ambulanti ci sono le occupazioni afferenti eventi e manifestazioni e quelle necessarie all’allestimento dei cantieri per l’esecuzione di opere pubbliche o private. Nell’ultimo passaggio in Commissione Commercio, tra il presidente Andrea Coia ed il consigliere Orlando Corsetti, i toni verbali sono parsi ai presenti rischiare di trasformarsi ... alle vie di fatto. Ora comunque le modificate norme sono tornate ai Municipi per la loro definitiva espressione di parere e, calendario alla mano, prima della fine di novembre la delibera dovrebbe essere definitivamente approvata all’Aula Giulio Cesare. Troppo in là per la nostra rivista, che va in stampa ai primi di questo mese.

Non dovrebbero esserci dubbi su chi sarà il vincitore della disfida, tra i consiglieri del M5S e quelli del Pd, quest’ultimi supportati, chi più, chi meno, dagli organi politici al timone del Municipio I°. E’ risaputo come vincere le elezioni per il Campidoglio sostanzialmente consente alla maggioranza di produrre ed adottare provvedimenti propri infischiandosene del tutto dell’opposizione. A suo tempo si decise che per garantire una stabile governabilità chi vincessesse le elezioni, anche con il minimo degli scarti, all’interno dell’Assemblea Capitolina e delle Commissioni, avrebbe avuto un numero di consiglieri tali da votare solo i provvedimenti graditi e lasciare le briciole

L’Assemblea Capitolina approverà la nuova delibera entro il mese di novembre

Schieramenti politici ai ferri corti

Finalmente stanno per cambiare le regole sui già adottati piani di massima occupabilità



all’avversario. E’ stato sempre così anche quando in Campidoglio erano predominanti gli schieramenti di centrosinistra (sindaci Rutelli, Veltroni, Marino) o di centro-destra (Alemanno). A maggior ragione ora, che la sindaca Raggi si avvale di una numerica rappresentanza di consiglieri che finisce con il monopolizzare la stesura e l’iter di ogni delibera e non solo. Chi governa si prende ogni responsabilità e paga anche per le cattive scelte o per aver dato di sé, verso tutti i cittadini, l’impressione di non essere all’altezza. L’accusa, questa, che ormai sembra essere chiaramente preponderante nel giudizio diffuso nei confronti della sindaca Raggi e della sua squadra.

Certo, nel caso delle introdotte norme sull’allestimento di tavolini e arredi pertinenziali, la categoria dei pubblici esercizi sem-

brerebbe, una volta tanto, non essere stata trattata male. Soprattutto per il fatto che sulla intoccabilità dei “piani di massima occupabilità”, così come all’origine era stata concepita, se ne potrà avere la possibilità di metterla, almeno parzialmente, in discussione. Sappiamo che il Municipio I° si era chiuso a riccio sulla questione. Il nuovo provvedimento, prolungandosi l’inerzia che sinora ha contraddistinto organi politici e uffici di via Petroselli, potrà consentire alla Giunta Capitolina di valutare finalmente le eccezioni ai Pmo adottati sinora, che potranno essere presentate dalle associazioni di categoria, le quali d’ora in poi avranno più peso nel supportare le rivendicazioni dei propri associati. I quali, quanto meno e per il momento, non rischieranno aumenti del canone, ipotesi assolutamente già esclusa nella manovra di Bilancio previsionale 2020.

L'ASSOCIAZIONE PER L'ESERCENTE

L'Associazione per venire incontro alle esigenze e richieste di tutto il settore dei Pubblici Esercizi (*Bar - Caffè - Cremerie-Gelaterie - Latterie - Yogurterie - Pasticcerie - Pizzerie Ristorazione - Tavole calde - Trattorie - Snack bar - Vinerie ed esercizi*) ha predisposto servizi specifici mirati a risolvere le problematiche e soddisfare le necessità di tutte le categorie, istituendo dipartimenti centralizzati ed operativi al servizio degli esercenti. Ogni dipartimento elencato è composto da esperti e consulenti specializzati al servizio delle categorie. Tutti questi dipartimenti sono coordinati dalla società commerciale **ESERCENTI IMPRESE**.

IGIENE E SICUREZZA SUL LAVORO:

HACCP: D.Lgs 852/04, Sicurezza sul lavoro - D. 81/08, Certificati prevenzione incendi, Sanificazione impianti tecnologici e strutture, ed educazione alimentare.

FORMAZIONE: Corsi di formazione professionale per gelatieri, pasticceri, barman, gastronomi, responsabili di pubblici esercizi e quadri, e corsi di aggiornamento in materia di igiene e sicurezza.

FINANZIARIO: Finanziamenti, assistenza e consulenza per l'istruttoria, richieste di finanziamento agevolato.

COMMERCIALE: Licenze e autorizzazioni amministrative - consulenze aziendali, presentazione convenzioni, preventivi per rinnovo locali, richieste turno ferie e varie.

QUOTA ASSOCIATIVA ANNUALE:

Per gli Esercenti di Roma e Provincia, la Quota Associativa Annuale è di **120 euro**. Nella Quota sono compresi i contributi sindacali dovuti alle Organizzazioni Nazionali e Regionali, nonché l'abbonamento annuale al mensile "L'Esercente". Il versamento potrà essere effettuato attraverso i nostri collaboratori o direttamente presso la Segreteria dell'Associazione. A tutte le aziende associate, l'Associazione consegnerà gratuitamente tutti i cartelli obbligatori (orari, riposo settimanale, ingredienti e listino prezzi europeo da esporre secondo quanto previsto dalle Leggi), oltre ad una elegante agenda annuale.

I SERVIZI DELL'ASSOCIAZIONE

SERVIZI DI SEGRETERIA: Domande per autorizzazioni amministrative - Volture licenze ed autorizzazioni comunali, Autocertificazioni sanitarie - Consultazioni di leggi e normative per i Pubblici Esercizi - Accordi e convenzioni con le aziende fornitrici di vari gruppi merceologici.

CORSI OBBLIGATORI DI AGGIORNAMENTO: Iscrizione alla Camera di Commercio per il settore dei Pubblici Esercizi - Leggi di commercio e della somministrazione. Corsi HACCP relativi al personale responsabile/personale qualificato. Corsi Professionali RSPF (per amministratore o titolare attività) conforme al D.lgs. 81/08 (ex D.lgs. 626/94). Corso per attività di Primo Soccorso. Corso Antincendio (Antincendio a Basso Rischio), Iscrizione e cancellazione presso il Registro delle Imprese di Roma e provincia.

ASSISTENZA LEGALE: Per cause civili, penali e amministrative relative a controversie con il personale dipendente, sfratti, avviamenti commerciali, sanzioni amministrative, ricorsi anche al TAR, controversie con aziende fornitrici ed altro, attività di consulenza per ogni problematica del settore.

CONSULENZA RAPPORTI DI LAVORO: Pianificazione risorse umane: assunzione e licenziamento dei dipendenti, spedizione telematica dell'UNIEMENS, tenuta del libro unico del lavoro, Versamento contributi previdenziali (INPS, INAIL, Denuncia Salari) controversie dei dipendenti.

CONSULENZA FISCALE, TRIBUTARIA AZIENDALE: Gestione e programmazione dello START-UP d'impresa, tenuta libri Acquisti e Corrispettivi - Dichiarazioni annuali, dichiarazione dei redditi, Contenzioso Tributario, Ricorsi contro l'accertamento degli Uffici delle Imposte, Consulenza aziendale e corsi di aggiornamento.

CONFRONTI CON LE ISTITUZIONI E LE AUTONOMIE LOCALI: Rappresentanza nelle Commissioni Regionali, Comunali e Municipal - Assessorati alle Attività Produttive dei Comuni, - Prefettura e Regione.

CONSULENZA TECNICA: SCIA per apertura, sub-ingresso. Preventivi per nuove aperture di Esercizi e ristrutturazioni, Assistenza per opere edilizie interne, Messa a norma impianti, Manutenzioni ordinarie e straordinarie, Affissioni e pubblicità.

I NOSTRI CONSULENTI PER ZONA

- Gianluca Carini, Municipi I, II - Tel. 334.60.66.520
- Sergio Montagnoli, Municipi IV, V, VI - 334.60.66.519
- Massimo Allegro, Municipi I, VIII, XI, XII - 334.60.66.515
- Stefano Bulzonetti, Municipi: I, VII, IX - 334.60.66.522
- Massimo Belloni Municipi XIII, XIV, XV - 333.15.68.147
- Maurizio Pirozzi Municipi I, II, III - 328.39.74.234
- Fabio Fontanelli Municipi I, II - 333.24.34.084

L'ESERCENTE

Mensile di informazione per gli Esercizi di Bar - Caffè - Gelaterie
Latterie Pasticcerie - Ristoranti

Sede e Redazione Via del Circo Massimo, 9 - 00153 Roma -

Tel. 06.57.28.88.54 Fax. 06.573.003.37

Aut. Trib. di Roma n.205 del 12/4/1985

NOVEMBRE 2019

Direttore Claudio Pica

Direttore Responsabile Romano Bartoloni

Redazione Antonello Giuffrida, Deborah Caputo, Francesco Vitale

Finito di stampare nel mese di Novembre 2019 da Ricci Arti Grafiche per conto della Pubblimax srl Roma - Tel. 06 5503605



Esercenti Imprese

PROFESSIONALITÀ ED ESPERIENZA AL SERVIZIO DELLA TUA AZIENDA



HACCP

SICUREZZA
SUL LAVORO

FORMAZIONE

SORVEGLIANZA
SANITARIA

LE CONVENZIONI DELL'ASSOCIAZIONE

MEDIAZIONE IMMOBILIARE

MEDIA ESERCENTI S.R.L.S.

Via del Circo Massimo, 9 00153 Roma

tel. 06.57.28.88.54

email media.esercenti@gmail.com

Consulenza&Servizi di Andrea Mirante

Via Valle Viola, 48 00141 Roma

06.60655527 - Mob. 329.2043405

TECNICISTICA

T.E.M.A. - Estintori

IGMA (Impresa Gestione Manutenzione Ambientale) Disinfestazioni

ARCH. ROMANO MARIA VALLI

Piantine planimetriche, ampliamento locali, accatastamenti case, negozi, tende e insegne. Per appuntamenti chiamare in Associazione

SAITECH S.R.L.S.

Tivoli Via Sante Vlola 10

335.52.14.797

GROSSLAZIO

Misuratori fiscali, bilance elettroniche
Via Niso, 33 - 00181 Roma

FORNITORI CAFFE'

CAFFE' MORGANTI

Via di Tor Cervara, 236

00155 Roma

**CAFFÈ
morganti**
ROMA 1890



ARREDAMENTI, MACCHINE E ATTREZZATURE SIVER

Prodotti e attrezzature per il mondo della ristorazione

Via Idrovore della Magliana, 155 00148 Roma

SC IMPIANTI

Attrezzature e arredi per bar, pasticcerie, gelaterie e ristoranti: la SC Impianti offre un servizio a 360° dalla progettazione alla riparazione di ogni singola attrezzatura.

CORS DESIGN - Studio di architetti, soluzioni di arredo- www.corsdesign.it

OMAB

Arredamento bar, gelaterie e pasticcerie: leader nel settore degli arredamenti professionali e nelle forniture per laboratori, Omab srl è esclusivista del marchio Carpigiani a Roma.

FORNITORI LATTE e derivati ARIETE FATTORIA LATTE SANO

Via della Muratella, 165

(Ponte Galeria) - 00148 Roma

FORMAZIONE ACCADEMIA GELATO ARTIGIANALE DI ALBERTO PICA

Via del Circo Massimo, 9 00153 Roma

ALTRE CONVENZIONI

SIAE - Sede Regionale Roma

TI SVELIAMO UN SEGRETO

www.saporisegreti.it

**Sapori Segreti: l'evento più innovativo dell'anno
dedicato all'enogastronomia e al turismo**

Roma • Palazzo dei Congressi
30 NOVEMBRE - 2 DICEMBRE 2019



SAPORI SEGRETI
FOOD • TOURISM • INNOVATION

