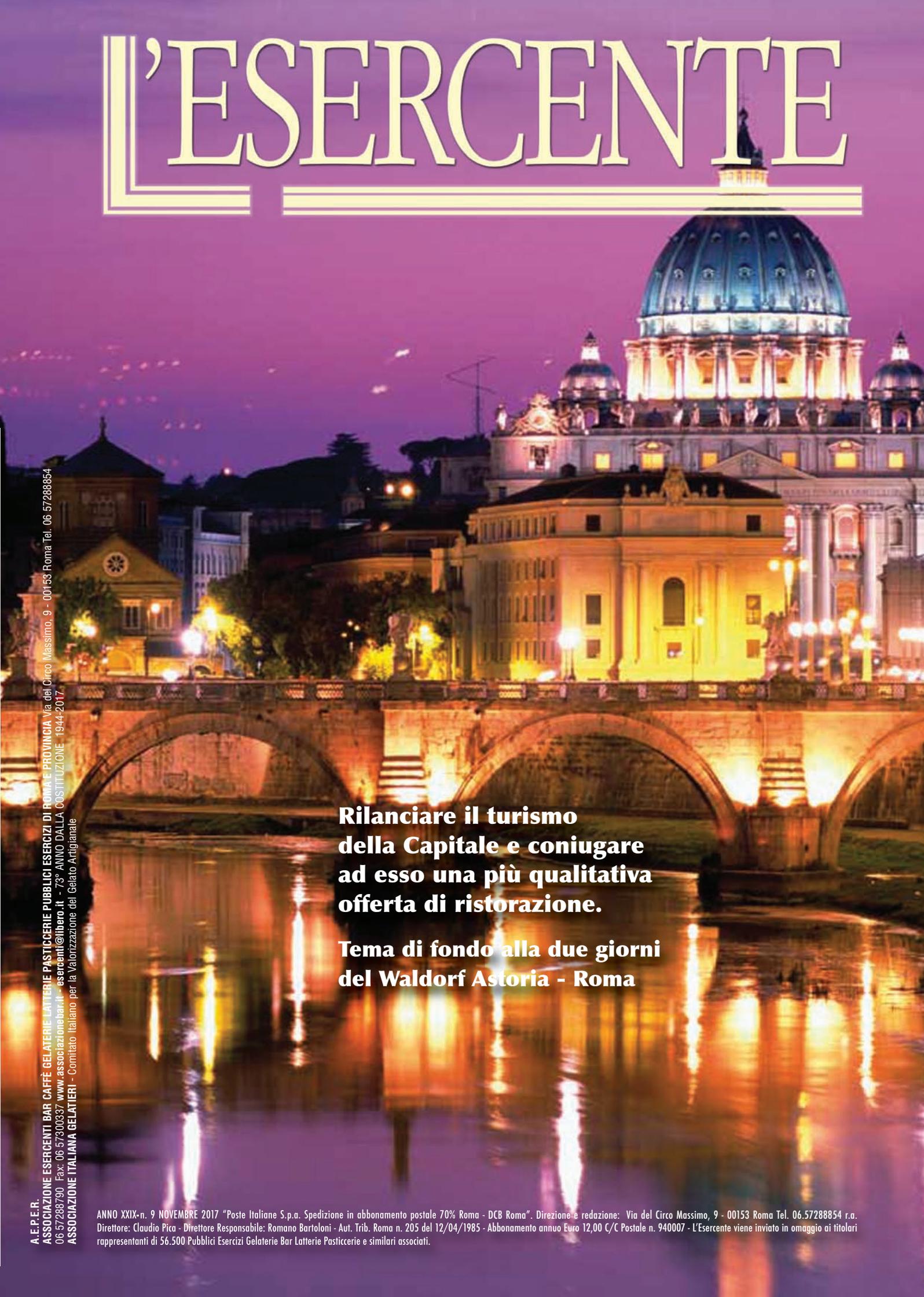


# L'ESERCENTE



**Rilanciare il turismo  
della Capitale e coniugare  
ad esso una più qualitativa  
offerta di ristorazione.**

**Tema di fondo alla due giorni  
del Waldorf Astoria - Roma**

# Il caffè d'autore dal 1890



Caffè Morganti S.r.l.  
Via di Tor Cervara 236 - 00155 Roma Tel +39 06 2294990 - Fax +39 06 2295777  
email info@morganti.it web www.morganti.it

Sponsor ufficiale del "Gelato a Primavera"

*Azienda convenzionata con le associazioni di categoria*



Editoriale

L'autunno è entrato nel vivo e, com'è ormai consuetudine, arriva il momento di celebrare l'incontro annuale dell'AEPER. Quest'anno, per il suo 73° anniversario, l'Associazione ha deciso di innovarsi, nella forma e nel contenuto, con un preciso format identificativo: "L'officina del sapore". Nella prestigiosa location del Rome Cavalieri Waldorf Astoria Hotel, nel secondo week end di no-

**Un notevole sforzo organizzativo che speriamo venga premiato da tutti gli attori coinvolti della filiera**



# L'officina del Sapore

## Un format di Food & Beverage che intende parlare al futuro

vembre verrà organizzata una manifestazione enogastronomica che nel tempo punta a divenire fra le più importanti della Capitale, una sorta di biglietto da visita dell'intera categoria dei pubblici esercizi.

Dalla ristorazione, alla Gelateria Artigianale, alla Caffetteria, alla Pasticceria e Cioccolateria, passando per la Vineria, il Food & Beverage avrà la possibilità di presentarsi e promuoversi, in un'occasione di incontro tra esercenti e aziende del settore, unica nel suo genere di presentazione e altrettanto unica nella sua modalità di promozione.

Quindi "L'officina del sapore" è stata pensata per favorire una dialettica proattiva tra produzione e distribuzione, con l'obiettivo di creare rapporti preferenziali e il contatto diretto tra le aziende produttrici e i pubblici esercizi, nella duplice veste di consumatori e distributori.

Al Food & Beverage è stato riservato il giusto spazio e conferita la giusta importanza, con l'organizzazione di show-cooking, corsi, degustazioni, seminari e incontri tematici dedicati: l'eccellenza delle materie prime, scelte dagli esercenti, e la migliore produzione italiana di arredi e macchinari, proposta dalle aziende, saranno dunque le protagoniste indiscusse.

"L'officina del sapore" sarà arricchita, inoltre, dalla consegna dei riconoscimenti prestigiosi per il settore della ristorazione - come il premio "Excellentia Semper"; dalla consegna

delle targhe ai partecipanti alla storica "Festa del Gelato a Primavera"; dal concorso riservato agli Ambasciatori e Cavalieri del gelato artigianale - "Premio Accademia 2017"; dalle premiazioni ai giornalisti che si pongono in luce per la loro sensibilità verso il settore dei pubblici esercizi.

Tra gli appuntamenti in programma, inoltre, l'AEPER sottolinea l'importanza di alcuni temi che verranno affrontati nella loro prospettiva futura: sabato 11 novembre segnala i convegni "L'evoluzione dei Pubblici Esercizi in prospettiva del turismo mondiale" e "La Ristorazione e le eccellenze enogastronomiche: il riconoscimento della "Amatriciana" quale Patrimonio dell'UNESCO". Domenica 12 invece pone l'accento su "Il mercato del vino: nuove tendenze e l'evoluzione dei vini nel Lazio".

E' nostra dichiarata intenzione dimostrare il percorso che da tempo stiamo intraprendendo, al fianco di tutta la filiera dei pubblici esercizi, per veder crescere il settore del Food & Beverage, per poter poi finalmente esultare dei risultati raggiunti... e, se è vero che l'unione fa la forza, per questa occasione di rilievo, l'AEPER ha quadruplicato la sua forza con quelle dell'Accademia della Cultura Enogastronomica, l'Associazione Italiana Gelatieri, l'Associazione Italiana Pasticceri e Cioccolatieri e il Consorzio Vinatieri Romani, uniti dallo stesso desiderio di realizzare un evento unico e irripetibile con e per gli esercenti romani.

Claudio Pica

L'Italia ha l'80% delle bellezze naturali ed artistico-culturali del mondo, Roma, a sua volta, di queste ricchezze ne possiede il 60%. Eppure, considerando anche il fatto che la Capitale ospita il Vaticano che richiama grandi masse di turismo religioso e arricchisce l'offerta culturale con tutte le sue attrattive d'arte e di storia, Roma ha una media di permanenza del Turista di un giorno, un giorno e mezzo.

Purtroppo sono decenni che non si riesce ad attirare il turismo d'élite come nelle altre metropoli europee (Londra e Parigi su tutte). Parliamo di quel turismo che si compone di gente facoltosa e stanziava un budget per più di quindici giorni, grazie al fatto che lì trova varietà e sobrietà nell'offerta turistica.

Non possono essere che questi i fatti che fanno da premessa all'approccio che la Politica dovrebbe fare per poter rendere il Turismo nella Capitale, una vera risorsa economica per Roma ed i suoi cittadini.

Va considerato innanzi tutto che la crisi economica che imperversa da anni sta trasformando il nostro mondo produttivo e depauperando la qualità delle nostre produzioni. Anche i Pubblici Esercizi sono investiti da tutto ciò con l'aggravante del moltiplicarsi delle aperture di nuovi locali, nonostante il mercato sia già saturo d'offerta mentre le altre categorie del commercio cessano le attività.

Una cosa è certa, indietro non si

**Il ruolo complementare  
che potrebbero svolgere  
i pubblici esercizi  
con il commercio di qualità**

## Idee per un convegno

# Un progetto per rilanciare il Turismo nella Capitale



torna, le saracinesche chiuse nelle nostre città non riapriranno, ne i capannoni delle zone industriali torneranno ad ospitare produzioni d'eccellenza italiana nella misura di vent'anni fa. Affermiamo questo non per disfattismo o amore della catastrofe ma perché ormai troppo è cambiato anche nella società e le condizioni della domanda non corrispondono più all'offerta del mercato come era nel 2000/2002. Come ne usciamo? Allora come si può invertire questa situazione che ci prospetta un futuro da paese coloniale di due secoli fa?

L'AEPER crede che innanzi tutto deve cambiare la Politica Economica che è stata attuata fino ad adesso e poi puntare sulla nostra unica risorsa naturale ed inesauribile: LA BELLEZZA DELLA NOSTRA ITALIA E DI ROMA!

I passi per "trasformare" Roma in una località turistica all'altezza delle altre Capitali europee sono:

La *prima fase* del processo di trasformazione è ovviamente una fase di studio, con l'obiettivo di capire quale è l'impatto del turismo sul territorio e quali benefici ne conseguono. Dove si deve in-

tervenire per modificare l'offerta da quella attuale ad un livello d'elite, quali i costi e quali i conseguenti benefici.

Si tratta naturalmente di uno studio di stampo economico.

Dopo questa analisi si deve passare alle valutazioni di marketing turistico ed elaborare un *piano di sviluppo turistico d'elite*, sempre nell'ottica della sostenibilità del territorio. Sarà essenziale sensibilizzare la pubblica opinione, sollecitandone l'impegno culturale, formulando e promuovendo iniziative concrete di sviluppo della cultura del territorio che vertano sui temi dell'enogastronomia, dell'artigianato artistico e agroalimentare, delle tradizioni popolari, della cultura e dell'ambiente.

- Nondimeno si dovrà sviluppare la formazione di realtà imprenditoriali locali, curandone gli standard qualitativi nell'erogazione di servizi e di prodotti legati allo sviluppo della cultura del territorio e della gestione operativa dei sistemi turistici locali anche utilizzando il sistema delle reti d'impresa.

Al fine di un rapido risultato le reti d'impresa costituite sul territorio dovranno essere concertate da una struttura che dovrà attuare la sua politica di sviluppo in *tre linee di intervento che hanno la caratteristica di essere realizzabili sotto la forma di "progetti integrati" di marketing territoriale sulla base di accordi pubblico - privato*, con il coinvolgimento delle associazioni di rappresentanza delle imprese, ministeri, enti pubblici, camera di commercio, regione e comuni dell'area metropolitana di Roma Capitale, per la realizzazione dei singoli segmenti di offerta territoriale, finalizzati allo sviluppo turistico delle aree italiane all'estero anche attraverso l'organizzazione / strutturazione del territorio in si-

nergie, nuovi segmenti di offerta turistica, costituzione dei centri di ospitalità locale e informatizzazione dei circuiti.

Il turismo enogastronomico presentato e organizzato come sistema integrato con il territorio e la sua cultura / tradizioni (Genius Loci) e le attività promozionali tecnologicamente avanzate per la promozione delle destinazioni turistiche, sono la qualificazione di appositi progetti finalizzati alla "riorganizzazione delle risorse", attraverso il quale effettuare la promozione dell'Italia immateriale (valori, cultura), dei prodotti

della conoscenza della località "meta" sotto il profilo culturale. Per turismo culturale si intende quello per cui nella "motivazione del viaggio" è predominante "l'allargamento della conoscenza umana".

L'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) ha valutato che i movimenti turistici siano pari a circa l'80% della popolazione mondiale.

Questi valori fanno sì che il mercato del turismo sia il più grande nel mondo: non esiste altra merce che possa dar luogo ad un interscambio così colossale ed inoltre è in costante crescita pur avendo

## Fondamentale riorganizzare il sistema che ruota intorno all'elemento culturale



sia enogastronomici che di artigianato artistico attraverso la formula del franchising.

*Il turismo culturale è ormai da considerarsi come un importante segmento di mercato, e di conseguenza di prodotto turistico, in crescita sia per il turismo nazionale che estero.*

*E' ormai assodato che dietro la motivazione principale del viaggio, di qualunque genere possa essere, c'è sempre una ricerca*

avuto momenti di stallo dovuti al pericolo terrorista.

L'AEPER, anche attraverso iniziative quali la manifestazione "L'Officina del Sapore" di metà novembre al Cavalieri Rome, si sta preparando a tutto questo e lo promuoverà in un apposito convegno sul Turismo a Roma previsto nella manifestazione, dove potrà così sensibilizzare la Politica e l'Informazione.

Dario Del Buono  
Claudio Pica

## Intervista al Presidente della Commissione Capitolina al Commercio Andrea Coia

**P**residente Coia, nel numero scorso della rivista i nostri lettori hanno avuto modo di rilevare una sua disponibilità al confronto sui temi più scottanti del settore della ristorazione. Insomma la sua apertura al dialogo con le associazioni, magari in maniera non propriamente consapevole da parte sua, ha consentito che non si aprisse una vertenza "calda" da portare in piazza già in autunno nei confronti dell'Amministrazione Capitolina.

*Fare politica vuol dire sempre confrontarsi con le parti sociali oltre che ascoltare i cittadini. Nello specifico confermo che è intenzione della Commissione Commercio rimodulare il regolamento sulle occupazioni di suolo pubblico, le modalità di tariffazione e riscossione del canone. Proprio il presidente dell' AEPER in una precedente seduta di Commissione fece rivelare alcune disfunzioni ed un eccesso di farraginosità, tutta amministrativa, per quanto concerne gli esercenti che avrebbero voluto mettersi in regola con i pagamenti, avendo anche la possibilità di rateizzare quanto dovuto per il passato. I dati in nostro possesso fanno capire come esista una diffusa evasione del contributo, anche in altre categorie interessate. Lavorando al nuovo regolamento cercheremo di venire incontro a chi in passato non ha potuto versare il giusto ed intende uscire fuori dalla lista dei "cattivi pagatori".*

**Sui singoli temi proprio quello delle occupazioni di suolo pub-**

*Andrea Coia  
intervistato  
negli uffici  
della sede  
istituzionale  
in via del Tritone*



*Tema sempre d'attualità per la categoria*

# "Su occupazioni di suolo pubblico e catalogo degli arredi metteremo mano al regolamento"

**blico è il più affrontato dalle pagine dei giornali, laddove il termine "tavolino selvaggio" ha acquisito uno spessore che va ben oltre il fenomeno considerato in se stesso. I c. d. piani di massima occupabilità introdotti dal 1° Municipio hanno penalizzato buona parte delle attività di bar e ristoranti del Centro storico. Non ritiene che rispetto alla logica dei provvedimenti qualcosa andrebbe fatto per accompagnarli anche con una certa dose di buonsenso, valutando aspetti quali il rischio d'impresa e l'opportunità di garantire quel lavoro giovanile che più si presta ad un determinato impiego di servizio ai tavoli alla clientela?**

*Le criticità sono tante su questo versante. Il rispetto del codice della strada e, nei rioni del Centro storico, le espresse indicazioni*

*poste dalla Soprintendenza non possono essere eluse. Certo dobbiamo bilanciare in qualche modo un eccesso di rigidità e, soprattutto, evitare che ci siano esercenti trattati diversamente "da figli o figliastri", nella stessa via o piazza dove si affacciano le loro attività.*

**La Commissione che presiede ha in calendario l'esame di quella delibera di Giunta, che l'Assessore Adriano Meloni ha predisposto sulla tutela della Città Storica. Questo è avvenuto sull'onda delle forti pressioni esercitate dalla categoria dei pubblici esercizi a fronte degli abusi messi in atto dai mini-market gestiti da immigrati e dagli stessi residenti, stanchi di dover subire sotto casa scenari indecorosi dovuti soprattutto all'eccessivo consumo di bevande alcoliche.**

*Ci siamo dovuti prendere un po' di tempo per valutare tutti gli aspetti legati alle modifiche che si intendono apportare alla ormai "sorpasata" delibera. Ad esempio rispetto al testo licenziato dalla Giunta, è nostra intenzione elevare gli standard qualitativi per lo svolgimento delle attività negli esercizi di vicinato. Entro la prima metà di novembre la Commissione potrà lavorare al miglioramento del testo normativo. Certo siamo perfettamente consapevoli delle criticità che provengono dalla gestione dei mini-market e non dobbiamo sottovalutarne gli effetti più deleteri.*

**Lei però ben sa che l'attività di controllo da parte della Polizia Locale, per carenza degli organici, non può essere oggi sufficiente ad affrontare con la dovuta efficacia le richiamate forme di abusivismo commerciale. Come se ne esce da questo impasse?**

*Dopo la riattivazione e il completamento del concorso da vigile urbano la sindaca Raggi ha chiesto di prorogare le vigenti graduatorie dei concorsi a tempo indeterminato per procedere a un'ulteriore chiamata degli idonei e concedere la possibilità di reclutare nuovi agenti della Polizia locale senza intaccare gli eventuali limiti di assunzioni. Nel frattempo, proprio per reprimere le "sacche" di abusivismo, stiamo recuperando quello che era il vecchio "corpo ispettivo annonario", i cui originari addetti svolgevano in distacco solo attività d'ufficio. Ora stanno tornando nella piena disponibilità del Dipartimento di via de' Cerchi ed affiancheranno la Polizia Locale, avendo compiti complementari all'attività di controllo effettuata dagli stessi vigili.*

**L'ex assessore Davide Bordoni, sempre sul numero scorso della nostra rivista, censurava l'atteggiamento avuto dalla Commissione (a larga maggioranza M5S)**

**in occasione dell'approvato regolamento sugli ambulanti. Bordoni ha sottolineato quanto sia comunque imprescindibile il dialogo con le categorie e le associazioni che le rappresentano....**

*La "partita" sugli ambulanti è stata e rimane complessa. La categoria, insieme ai "balneari", è stata "tirata dentro" alla Direttiva Bolkestein. Dovendo comunque l'Amministrazione Comunale non*

## ***"In via di definizione le nuove regole per riportare decoro e legalità nella Città Storica"***



*farsi trovare spiazzata per il bando previsto per le concessioni in scadenza e non rinnovabili automaticamente come in passato, ha dovuto accelerare al massimo i tempi di approvazione del nuovo regolamento. E' vero che alcune introdotte disposizioni andranno ad interessare specie le attività svolte nelle postazioni "fuori" mercato. Ma non è certo colpa di chi governa oggi la città se in passato agli ambulanti erano*

*stati concessi, e mai successivamente negati, spazi in contrasto con il "codice" della strada. Ora per non fare gli stessi errori nella riproposizione del bando per l'eventuale conferma delle postazioni, si doveva per forza cambiare rotta. Senza contare la protesta generalizzata dei cittadini, e anche dei commercianti a posto fisso che stigmatizzano certi comportamenti diffusi, magari dell'ambulante che opera in forma del tutto abusiva e contribuisce ad intaccare il decoro nei quartieri della città. Detto questo è del tutto comprensibile che le Associazioni di categoria facciano, al meglio per i propri associati, il loro mestiere. Nel prosieguo della consiliatura, ci sarà il tempo di dimostrare anche all'ex Asses-*

*sore Davide Bordoni ed alle organizzazioni professionali che rappresentano altre categorie del commercio, vedi i pubblici esercizi, che è nostra precisa intenzione mantenere sempre vivo il confronto, senza dover però trascurare per questo gli interessi dei cittadini romani.*

**Antonello Giuffrida**

# 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.



Via della Muratella 165 (Ponte Galeria) Roma Tel. 06 6500631 Fax. 06 65000285  
Azienda convenzionata con le associazioni di categoria

[www.lattesano.it](http://www.lattesano.it)

**In tema di pubblici esercizi e di commercio romano in generale ospitiamo l'intervento di Fabrizio Ghera, capo-gruppo di Fratelli d'Italia – Alleanza Nazionale in Assemblea Capitolina**

**D**urante questi 16 mesi di amministrazione 5 Stelle sulle politiche del commercio è stato fatto complessivamente poco e gli atti approvati si stanno rivelando insufficienti tanto da lasciare sia la città che gli esercenti nel caos più totale. La delibera relativa al commercio su suolo pubblico, tanto per fare un esempio, non garantisce il decoro urbano così come il tema delle occupazioni riferito ai tavolini ed agli arredi pertinenti a bar e ristoranti, è stato affrontato in modo raffazzonato e superficiale.

Ritengo invece che le questioni sul tavolo siano molteplici e vadano affrontate con grande attenzione e soprattutto evitando soluzioni calate dall'alto ma istituendo un serio confronto con le associazioni di categoria. Un percorso, quindi, che porti a scelte condivise e funzionali alla città.

Certamente tutto deve essere iscritto nel perimetro della più assoluta legalità cercando però, al tempo stesso, di accogliere anche le istanze e le esigenze degli operatori e delle categorie. Pertanto, ben vengano i controlli ma bisogna anche saper tutelare gli esercenti che invece sono in regola, altrimenti il rischio che si corre è di colpire ingiustificatamente tutto il settore. I pubblici esercizi, del resto, rappresentano da sempre un terminale importante nel sistema dell'accoglienza turistica, quindi la necessità di trovare un equilibrio tra gli uffici capitolini e il comparto diventa dirimente.

## “Sul commercio a Roma manca una visione strategica e nuove regole tali da poter dare respiro al lavoro degli esercenti”



**Fabrizio Ghera**

Ma tornando alle regole servirebbe allora più chiarezza, per tutti, anche sulle ordinanze anti-alcol che, di fatto, a volte rischiano di generare una sorta di concorrenza sleale anche tra gli stessi operatori. Accade, infatti, che in alcuni municipi la vendita sia vietata in una determinata via e permessa in zone subito limitrofe.

Oppure, dovremmo fare i conti anche con i minimarket e le frutterie sorte a migliaia e gestite da stranieri nati a profusione solo

negli ultimi due anni - alcuni dati pubblicati recentemente dalla stampa riportano che addirittura ci sono quartieri della Capitale dove la percentuale di negozi stranieri di ortofrutta è pari a uno ogni sette abitanti.

Il problema è che, spesso o comunque in gran parte dei casi, i market crescono in barba alle regole, vantando occupazioni di suolo pubblico inesistenti, acquistando all'ingrosso e vendendo al dettaglio frutta e verdura di seconda o addirittura terza mano a prezzi di molto inferiori a quelli di mercato.

Non solo, ne conseguono anche diverse irregolarità, tra cui la violazione delle norme igieniche e il cosiddetto 'giochetto' fiscale sull'Iva, per cui a seconda di alcuni prodotti viene battuta al 4% e non al 22%. Dinamiche e illegalità che come capogruppo di Fratelli d'Italia ho denunciato, sia con un emendamento in Campidoglio che allertando con una lettera tutti i Comandanti dei Gruppi Municipali della Polizia Locale di Roma Capitale.

Sul commercio serve, dunque, un approccio diverso, una visione strategica e di programmazione che detti regole in linea con gli step amministrativi e che dia comunque respiro al comparto degli esercenti.

**Fabrizio Ghera**

**A** distanza di un anno dalla prima nostra intervista chiediamo al Presidente dei ristoratori, Roberto Torretti, di tracciare un nuovo bilancio. Partendo dalla questione dei tavolini all'aperto.

Il Comune di Roma non riesco a capire quale strategia stia mettendo in pratica sul versante dei tavolini all'aperto, li combatte in posti dove non danno alcun fastidio e potrebbero far introitare somme considerevoli visto il canone annuo derivante dall'occupazione di suolo pubblico. Avevamo chiesto più volte di rivedere alcuni Piani di Massima Occupabilità dal momento che ci sembrano assurde alcune decisioni prese soprattutto dalla Sovrintendenza del Comune di Roma che agisce con criteri che non tengono conto che i ristoratori sono imprenditori che danno lavoro a migliaia di persone a Roma e che con il clima che abbiamo nella Capitale, siamo una vera cartolina ed un richiamo turistico anche per le nostre bellezze architettoniche. Tra l'altro, basterebbe andare in qualsiasi altra capitale europea per vedere che noi ci stiamo praticamente "facendo del male da soli", togliendo tavolini all'aperto e consentendo brutture come le macchine parcheggiate in ogni dove e bancarellari improvvisati che non danno alcun apporto alla nostra economia cittadina.

**Quali le altre questioni che Assoristoratori mette in primo piano?**



**Parla il presidente dei ristoratori romani Roberto Torretti**

## Logiche conseguenze della deregulation



# "Quella tra ristoranti sta diventando una concorrenza che porta al massacro"

Oggi non hai più una stabilità ben solida nel settore della ristorazione, non avendo le licenze più alcun valore dopo la "liberalizzazione" effettuata dal Governo Bersani; mettiamo poi anche il combinato disposto delle unificazioni delle licenze "A" e "B" che praticamente hanno messo in moto una sorta di concorrenza al massacro e poi, in ultimo, come la mettiamo con la concorrenza dei minimarket? Insomma, la ristorazione a Roma è diventata una sorta di lotta ed è un lavoro molto difficile; molti si improvvisano, anche a causa dei tanti format televisivi dove fanno credere alle persone che siamo tutti bravi a fare gli chef..., eppure non sanno che sei sottoposto a molte normative che neppure si

sanno e poi i contributi per il personale sono molto alti ed in fondo chi rimane realmente sono soltanto i professionisti.

Noi chiediamo di darci una mano ma invece le Istituzioni ci mettono i bastoni fra le ruote. Il centro storico in alcuni posti non c'è illuminazione, noi siamo una specie di baluardo alla desolazione ed alla delinquenza.

Bisogna anche riflettere sul fatto epocale che sta cambiando la tipologia geografica e culturale di chi fa ristorazione: un tempo c'erano tanti abruzzesi, marchigiani, sardi ora invece vi sono realtà multietniche che non producono economia nel nostro Paese ma il cui unico scopo è portare molti dei soldi guadagnati all'estero, sottraendo così enormi ricchezze all'Italia.

Per non considerare poi, che in questo modo stiamo svendendo parte del nostro patrimonio culturale (perché la ristorazione ed il cibo è parte della nostra cultura italiana) a persone che nulla hanno a che fare con la nostra sapienza e maestria.

**Una ultima domanda riguarda il problema della nettezza urbana che crea degrado in tutta la città e discredito agli occhi del turista straniero.**

Il problema della nettezza urbana con un servizio così scadente, è incredibile. Noi siamo obbligati a fare la differenziata e molte volte abbiamo difficoltà visto che non passano agli orari previsti a ritirarla, ma addirittura bisogna portarla in centri di raccolta non vicini all'attività commerciale. Le tariffe sono sempre più alte con cifre che arrivano anche a 5-6 mila euro l'anno, senza dimenticare che d'estate se tieni l'umido appena poche ore si impudrisce (con conseguente problema di scarafaggi e topi). Questa è soltanto una delle tante questioni che

## “Il degrado a Roma è più che palpabile e nuoce all'immagine che il turista riporta con sé”

affligge la categoria che sembra essere diventata un bancomat da spremere. Se non si riesce ad avere un interlocutore “ai piani alti” al quale esporre le varie problematiche per

cercare di trovare una soluzione che accontenti tutti, si continua sempre di più a cadere nel baratro.

È possibile che i nostri politici non capiscono che dietro queste attività ci siano enormi sacrifici di una categoria che crea ricchezza e che dietro ai sorrisi alla clientela, c'è tanta fatica ed a volte anche tanta rabbia.....

G. L. R.



**GIACON**  
arredidesign

SOLUZIONI D'ARREDO  
PER LOCALI PUBBLICI

BAR | PASTICCERIE  
GELATERIE | PANIFICI  
RISTORANTI

Glacon Srl

Via Prenestina Antica, 167  
00010 Galliano nel Lazio (Roma)  
Tel. +39.06.95462267 | Fax +39.06.9549213  
www.glacon.it | Info@glacon.it



Personalizza  
il tuo spazio

**I** bus turistici rimarranno fuori dal Centro Storico", afferma risoluta l'Assessora Capitolina alla Città in Movimento, Linda Meleo. Lo ha fatto dopo l'ultimo incontro avuto con l'articolato mondo associativo che rappresenta l'accoglienza turistica, dagli alberghi ai pubblici esercizi compresi.

*"L'impianto portante della nuova bozza di delibera sul regolamento messo in piedi dalla nostra Amministrazione rimarrà immutato"* sentenzia l'Assessora. La controparte risponde compatta con una levata di scudi. Le Associazioni non ci stanno e sul nuovo regolamento lanciano compatte un grido di allarme.

Il piano bus "Meleo" - si legge in una nota congiunta inviata alla stampa dalle Associazioni - delinea, in sostanza, due provvedimenti irragionevoli e immotivati, nonché contraddittori tra loro, che verrebbero respinti al mittente da qualunque settore produttivo si trovasse nella stessa condizione.

L'Assessora infatti, da un lato, vuole assolutamente proibire ai flussi di turisti di accedere con i bus dedicati nel centro della Città e, dall'altro, impone un aumento di 17 volte (!), cioè del 1700%, delle tariffe di accesso con bus, anche se, appunto, non sarà più possibile accedere.

Si tratta di interventi "proibizionisti" non sostenibili dal delicato meccanismo dell'economia turistica romana, che rischia di essere colpita a morte. Gli effetti nefasti del "piano" non tarderebbero a travolgere l'intera industria turistica romana che dà occupazione a migliaia di lavoratori, spostando i flussi turistici verso altre ben più accessibili mete internazionali, con buona pace degli interessi generali della nostra comunità.

Nuove regole che  
interverrebbero  
sul sistema  
della mobilità  
messe a punto  
dall'Assessore  
Linda Meleo



## Contro l'annunciato "piano pullman" tutte le categorie del comparto turistico fanno quadrato



Stando inoltre ad un autorevole, e non confutabile, recente studio dell'Università "Sapienza" di Roma (basato su dati dell'Agenzia della mobilità di Roma Capitale e dell'ARPA) i bus turistici coprirebbero meno del 2% dei km annui

percorsi nel centro di Roma da veicoli a motore, a fronte di un 89% riferibile alle autovetture e del 9% relativo ad altri veicoli; lo spazio di sosta è di 0,6 mq per passeggero contro i 5,2 mq per passeggero delle autovetture; e si

è osservato che i picchi di inquinamento non si registrano nel centro Città bensì nella zona Est e nelle giornate i cui è minore la presenza dei bus turistici. In media sono meno di 600 i bus turistici che circolano ogni giorno a Roma, e non i 6000 di cui si è fatto un gran parlare in questi giorni, a fronte di oltre 570.000 autovetture stimate da un recente

## **Direttamente interessati anche i pubblici esercizi ubicati nel Centro Storico**

studio dell'Associazione che rappresenta i comuni italiani (ANCI)..



## **“Roma Pass”, arriva la card istituzionale al servizio dell'accoglienza turistica**

**D**i questi tempi bisogna saper accontentarsi, ci verrebbe da dire. Meglio che niente l'allestimento del sito di Roma Pass, con tanto di card turistica che consentirà accesso illimitato ai trasporti pubblici capitolini, ingressi gratuiti e scontati ai musei e alle aree archeologiche di Roma. Indirettamente, per tutti gli operatori turistici (compreso anche il settore della ristorazione) potrà rappresentare un servizio del quale potranno godere i benefici. Fra le novità, la possibilità di acquistare la card direttamente dall'home page attraverso una navigazione più semplice, sull'onda dell'incremento delle vendite online.

Tra gennaio-settembre 2017, infatti, gli acquisti online sono cresciuti del 46,5% rispetto allo stesso periodo del 2016. Il restyling del portale ([www.romapass.it](http://www.romapass.it)), è studiato su misura per una navigazione semplificata, in italiano e inglese, che guidi l'utente tra le offerte culturali di-



*L'Assessore Adriano Meloni*

sponibili, gli eventi, la localizzazione più intuitiva dei musei e dei punti informativi turistici direttamente gestiti da Roma Capitale.

Un passo avanti anche nella fruizione in mobilità, da smartphone e tablet, grazie a una riprogettazione che risponde alle linee guida dell'AGID.

Il portale si arricchisce, inoltre, di una nuova grafica, con colori più accattivanti e più foto. Oltre a una sezione di news più ricche su quanto accade in città, il sito prevede un'area riservata alle convenzioni, con indicazioni anche a operatori ed enti su come proporre nuove adesioni e su come diventare rivenditore Roma Pass.

### **É già possibile “scaricarla” dal sito dedicato**

“Il nuovo sito di Roma Pass – ha dichiarato l'Assessore allo Sviluppo Economico ed al Turismo, Adriano Meloni - sarà un ottimo strumento per rendere ancor più accessibile ai turisti la nostra offerta culturale. Aiutiamo la mobilità sostenibile e la fruizione dei grandi eventi. Un'iniziativa strategica, anche in considerazione dell'elevato utilizzo registrato dal portale, che si inserisce nella riorganizzazione dell'“immagine digitale” della Capitale che si completerà con il nuovo portale di Turismo Roma”.

## LE NOSTRE SOLUZIONI PER LA TUA ATTIVITÀ, STUDIATE PER TE, CREATE CON AEPER

### ATTIVITÀ - DINAMICA PLUS COMMERCIO

- **Sconto fino al 25%** sulla tariffa in vigore

#### FORMULA RC

Responsabilità Civile verso Terzi  
e Dipendenti per € 1.000.000,00

**PREMIO ANNUO € 200,00**

#### FORMULA BASE

Responsabilità Civile verso Terzi  
e Dipendenti per € 1.000.000,00

**Garanzie comprese:**

*Incendio Fabbricato, Incendio Contenuto,  
Atti vandalici-Sociopolitici, Fenomeno  
elettrico, Eventi atmosferici, Assistenza*

**PREMIO ANNUO € 420,00**

#### FORMULA PLUS

Responsabilità Civile verso Terzi  
e Dipendenti per € 1.000.000,00

**Garanzie comprese:**

*Incendio Fabbricato, Incendio Contenuto,  
Atti vandalici-Sociopolitici, Fenomeno  
elettrico, Eventi atmosferici, Acqua  
Condotta, Rottura lastre, Assistenza*

**PREMIO ANNUO € 520,00**

#### FORMULA COMPLETA

Responsabilità Civile verso Terzi  
e Dipendenti per € 1.000.000,00

**Garanzie comprese:**

*Incendio Fabbricato, Incendio Contenuto, Mercè  
in refrigerazione, Atti vandalici-Sociopolitici,  
Fenomeno elettrico, Eventi atmosferici, Acqua  
Condotta, Rottura lastre, Furto, Assistenza*

**PREMIO ANNUO € 720,00**

#### PROTEZIONE PERSONALE

INFORTUNI E SALUTE  
**SCONTO FINO AL 25%**  
SULLA TARIFFA IN VIGORE

#### AUTOVETTURE E MOTOVEICOLI

AUTOCONTROLLO 2.0  
**SCONTO 18%**

Consulenza e Servizio a domicilio presso la sede AEPER:  
su appuntamento (giovedì 12.00/13.30)

L'Associazione Italiana Gelatieri – S.I.G.A. ha da tempo avviato l'iniziativa per ottenere il riconoscimento del Gelato artigianale italiano, quale prodotto tipico italiano a livello europeo ed internazionale.

La sensibilità e la determinazione dell'Associazione su questo obiettivo, è testimoniata dal convegno che il Segretario Generale Claudio Pica ha organizzato il 12 novembre alle ore 10, al Rome Cavalieri Waldorf Astoria di Roma al quale sono stati chiamati a partecipare il Presidente del Parlamento italiano, On. Antonio Tajani, l'Europarlamentare ed ex Ministro delle Politiche Agricole, On. Paolo De Castro e vari Parlamentari nazionali.

Vincenzo Pennestrì, Presidente dell'Associazione Italiana gelatieri sta avendo molti contatti in questi mesi, forte anche della sua storia familiare in questo settore (il padre Tito Pennestrì è stato fra i primi in Italia a studiare ed introdurre la "bilanciatura"). Intervistato proprio durante una importante Fiera, Pennestrì ci ha esposto il suo punto di vista: "Per il primo anno le gelaterie italiane hanno prodotto più chili di gelato artigianale di Germania e Francia. L'Italia si è dunque affermata come primo produttore al mondo di gelato artigianale e noi vorremmo finalmente che questa nostra eccellenza enogastronomica, venga riconosciuta

Un'eccellenza che tutto il mondo ci invidia

## Il Gelato Italiano merita il pieno riconoscimento dall'Unione Europea

Prima della data del convegno di Roma, si terrà a Rimini l'8 novembre una riunione con varie componenti della gelateria artigianale (la cosiddetta "filiera") e le sigle del mondo delle gelaterie artigianali, per iniziare un confronto che non

fatta da capofila aprendo un dibattito coinvolgendo tutti i gelatieri italiani per raccogliere le varie idee e proposte, sia sui propri canali social sia attraverso il nostro sito internet.

Questa ed altre iniziative (incluso



### Per tutelare una produzione che davvero rischia di essere "inquinata" dalle sofisticazioni

come "prodotto tipico italiano". Forti anche di queste proiezioni dei dati di fine stagione, il settore cosiddetto del "food" italiano e dell'*italian sounding*, merita questo riconoscimento anche per contrastare le tante imitazioni e le tante sofisticazioni. Inoltre, noi stiamo cercando anche di far riconoscere il "gelatiere" come professione."

sarà affatto semplice visto che sappiamo quanti interessi e sensibilità ruotano intorno a questo settore: circa 15miliardi di euro di fatturato l'anno e 60mila gelateria in Europa!

L'Associazione Italiana Gelatieri ha già presentato da anni la richiesta ufficiale alla Presidenza della Repubblica per il riconoscimento di una Festa Nazionale del Gelato Artigianale (1 giugno) mentre nei mesi scorsi, forte della sua storia e della sua rappresentatività, si è

lo spinoso ed annoso confronto sul cosiddetto "Disciplinare", si spera porteranno in breve tempo alla stesura di una proposta, di un testo legislativo oppure un Regolamento UE; ciò verrà deciso in base alle risultanze del confronto e dei consigli degli esperti del settore soprattutto per quanto riguarda le tematiche dell'enogastronomia ed il rapporto con le Istituzioni europee.

G.L.R.

Intitolata ad Alberto Pica

# L'Accademia di Gelateria per poter formare... gli artigiani che verranno

Visto il dilagare di varie scuole di gelateria più o meno artigianali l'Associazione Italiana Gelatieri-S.I.G.A. non poteva restare a guardare ed ha deciso di far ripartire l'Accademia del Gelato Artigianale dedicata al nostro compianto fondatore Alberto Pica. È iniziata quasi per gioco durante una chiacchierata con Gianluca Rizzante ed un pranzo con Claudio Pica e Giorgio Bianchi, ma si è subito trasformata in una voglia di fare di insegnare e di promuovere i valori e la cultura del gelato artigianale in Italia e nel mondo. Valori e Cultura sono i due pilastri su cui si fonda la nostra scuola.

Come tutti sappiamo la AIG si batte da anni per un riconoscimento ufficiale del gelato artigianale Italiano presso la Comunità Europea. In questo periodo di forte espansione del nostro mercato, ma anche di grande crisi dei valori del gelato artigianale, abbiamo sentito la forte necessità di fondare una scuola che educhi e formi gelatieri con una vera cultura del gelato artigianale italiano e che possano essere ambasciatori di questo prodotto in Italia e nel mondo. Questa è la missione che ci siamo imposti. Una missione importantissima che un'associazione di categoria come la nostra deve promuovere e di-



fendere in un mondo dove il made in Italy e la nostra artigianalità vengono continuamente copiati e rovinati da grandi e piccole aziende. Per questo ci siamo imposti un disciplinare interno estremamente restrittivo che abbiamo poi riportato all'interno di una scuola.

Si potrebbe dire che andiamo contro corrente perché tutti investono nelle location brillanti e nel mar-

**Iniziare subito dai fondamentali per poi poter puntare in alto**

keting infallibile, trascurando la qualità del prodotto spesso marchiato come artigianale, ma decisamente industriale. Grazie anche alla nostra scuola, riusciremo a riportare il cliente a credere nella qualità, nel naturale, nel tradizionale (ed anche con l'innovazione) ma crediamo che prima si debba imparare i fondamentali per poi poter volare in alto.

La scuola è strutturata per vari li-



velli come un vero e proprio percorso professionale. Il livello base rivolto a neofiti del settore che vogliono apprendere un mestiere per proporsi in altre aziende o per iniziare un percorso che li porterà un giorno ad avere una propria attività.

Il corso avanzato rivolto a persone che già conoscono il settore (valutate attraverso un test d'ingresso) o provenienti dal corso base che forma il gelatiere per tutta la parte teorica necessaria per una buona conoscenza del prodotto. Lo stage tecnico attraverso il quale un gelatiere già formato affianca uno dei nostri gelatieri più esperti per imparare i cosiddetti segreti de mestiere.

Il modulo start up, un corso specifico per persone che vogliono aprire una gelateria attraverso il quale vengono iniziati al mondo del gelato e supportati anche per il primo periodo di apertura da un tutor dedicato.

Gli stage tecnici, corsi specifici di aggiornamento per gelatieri esperti

## Una qualificata squadra di docenti



*Nelle foto in alto, Vincenzo Pennestri e Eugenio Morrone, in basso, Mario Serani ed Emanuele Montana*

## Lezioni strutturate per vari livelli come un vero e proprio percorso professionale



su varie materie sia di carattere tecnico che di gestione del marketing, della comunicazione o delle risorse.

In questa opera abbiamo trovato il grande supporto di tanti professionisti vincitori di molti premi come: Vincenzo Pennestri, Guido Muraglie, Giorgio Bianchi, Aldo e Fabio Pasquarella, Eugenio Morrone, Mario Serani, Emanuele Montana e Vincenzo Lenci.

**Guido Muraglie** (titolare Domus Ice e Cavaliere del Gelato Artigianale)

**Direttore Accademia del Gelato Artigianale "Alberto Pica"**

## Intervista all'Amministratore dell'ARSIAL, Antonio Rosati

**Dottor Rosati, dal vostro privilegiato punto di osservazione, volendo rimanere a quanto accade a Roma, qual è il livello di attenzione che il consumatore presta ai prodotti agroalimentari di qualità, specie quelli certificati dall'ente camerale?**

*In questi ultimi anni, è del tutto evidente che l'attenzione verso la qualità dei prodotti agroalimentari sia notevolmente aumentata. Posso sostenere che il consumatore "romano" e non solo, ha riscoperto i prodotti tipici e tradizionali del nostro territorio, questo grazie al desiderio non solo di mangiare bene, ma anche di riscoprire sapori unici di un tempo legati alla tradizione, alla biodiversità, alle materie prime di qualità. Magari spendendo anche qualcosa in più! Per favorire questa tendenza la Regione Lazio, Arsiyal, gli enti camerale, le Associazioni dei produttori, i Consorzi di Tutela, in questi anni hanno ritenuto opportuno lavorare in sinergia per valorizzare i nostri prodotti di qualità e permettere alle aziende laziali, spesso a gestione familiare e di piccola e media entità, di poter aderire alle più importanti manifestazioni non solo regionali ma soprattutto nazionali e internazionali. Dal Salone del Gusto, al Vinitaly, al Cibus di Parma fino al Biofach a Norimberga, Fruit-Logistica a Berlino, ecc. Inoltre, la qualità alimentare può essere riscoperta anche con l'educazione alimentare, partendo soprattutto dai bambini e dagli adolescenti sui quali in questi anni abbiamo posto molta attenzione: basti*

**“Occorre diffidare dalle imitazioni, una cattiva forma di concorrenza commerciale”**



Antonio Rosati

## “Promuovere l'educazione alimentare per far conoscere ciò che c'è di genuino e buono da mangiare”

*pensare al progetto Sapere i Sapori e alle molteplici iniziative organizzate con gli Istituti Professionali Agrari e Alberghieri. Grazie alla promozione alla educazione alimentare è possibile far conoscere ciò che di genuino e buono abbiamo da mangiare!*

**La cucina italiana per tradizione e popolarità all'estero dovrebbe poter vivere di rendita in un contesto turistico sempre più globalizzato. Le potenzialità che offre la produzione agricola del territorio sono commisurate all'effettivo ritorno economico per le aziende che fanno tanti sforzi per investire in questo campo?**

*Le nostre eccellenze agroalimentari, la nostra tradizione enogastronomica, sono senza dubbio il nostro il biglietto da visita. Purtroppo ciò che è bello e buono rischia sempre di essere imitato e usurpato. Basti pensare al fenomeno “Italian Sounding” che a livello mondiale muove un giro d'affari annuo stimato in circa 54 mi-*

*liardi di euro (circa 147 milioni di euro al giorno), oltre il doppio del valore dell'export agroalimentare italiano. Si tratta di una spiacevole forma di concorrenza sleale nei confronti delle nostre aziende che oggi faticano a rimanere in piedi. Il contesto agroalimentare regionale è rappresentato per la maggior parte da aziende medio-piccole che molto spesso hanno difficoltà di accesso ai mercati, soprattutto esteri sia perché la produzione è limitata sia perché l'ingresso ai mercati soprattutto Extra UE richiedono adempimenti normativi, igienico-sanitari difficilmente applicabili e i tempi di autorizzazione sono piuttosto lunghi. E' pur vero che alcune aziende del Lazio con migliore capacità produttiva e organizzativa e maggiormente strutturate sono state capaci di accedere al mercato estero anche con ottimi risultati. Dati recenti offrono un quadro alquanto interessante e positivo dell'export laziale che si aggira intorno ai 20 miliardi di euro.*

*In ogni caso, sul versante export c'è sicuramente molto da lavorare e l'obiettivo principale è quello di favorire lo sviluppo sistemico dell'agroalimentare regionale attraverso la conoscenza del mercato, la creazione di adeguate competenze manageriali, soprattutto all'interno delle aziende e la promozione di coesione e organizzazione. In tutto questo le istituzioni possono e devono dare il loro supporto.*

**Un tempo si diceva che i ristoratori romani puntassero poco sull'inserire nella loro "carta" dei vini la produzione laziale ed in particolare quella legata alla provincia romana. Le aziende che producono con marchio di origine controllata sui Castelli Romani, Colli Albani e Lanuvini, a Capena (bianco), Affile e Olevano Romano (Cesanese), Cori, Genazzano, Nettuno, Orvieto e Zagarolo si possono ritenere soddisfatte della domanda che viene da questo specifico canale della distribuzione?**

*La presenza dei vini laziali nei menù dei ristoranti in questi ultimi anni è cresciuta in modo considerevole, anche grazie alla maggiore attenzione che oggi il consumatore, soprattutto il turista, pone nella ricerca dei vini locali che richiamano evocazioni storiche e tradizionali.*

*Si può anche affermare che oggi le aziende vitivinicole hanno compreso l'importanza di avviare un percorso di cambiamento puntando proprio al legame dei propri prodotti con il territorio di origine.*

*I nuovi vigneti sono per lo più realizzati con varietà autoctone (come ad esempio Malvasia del Lazio, Bellone, Nero buono, Cesanese, ecc.) e sono indirizzati verso la produzione di uve con rese basse e parametri chimici di eccellenza che, senza dubbio influenzano sulla qualità del vino.*

*Da segnalare anche una maggiore attenzione verso i vini a denominazione di origine, presenti sul territorio come elemento distintivo. Tra queste basti pensare alla neo DOC Roma che, in pochi anni, ha visto triplicare la superficie rivendicata e aumentare di mercato sia a livello nazionale, sia soprattutto estero. Oggi molte delle nostre cantine, soprattutto quelle della provin-*

*cia di Roma, hanno come primo mercato di riferimento quello romano, in virtù anche della loro vicinanza alla capitale.*

**Il carciofo romanesco e il pane di Genzano a marchio "igp" e lo stesso pecorino romano "dop" sembrano tenere il campo nelle "trattorie" tradizionali, mentre la ricotta romana, la bufala "campana" comunque certificata in provincia sembrano quasi esclusivamente rivolgersi al consumo domestico. La nostra è una sensazione personale che può avere un qualche fondamento?**



## “La presenza dei vini laziali nei menù dei ristoranti è cresciuta rispetto al passato in modo considerevole”

*In realtà prodotti come il Pecorino Romano DOP, la Ricotta Romana DOP, la Mozzarella di Bufala Campana DOP risultano ben collocati sul mercato locale, presso la GDO, i ristoranti, ma anche sul mercato estero UE ed Extra UE. I mercati dei suddetti prodotti hanno superato anche i confini europei, ad esempio arrivando perfino in America, in Canada.*

*Questo grazie al fatto che dietro a questi prodotti ci sono aziende medio-grandi, ben strutturate e i Consorzi di Tutela che riescono a promuovere i loro prodotti anche sul*

*mercato estero.*

*Altri prodotti, invece, possono trovare maggiori difficoltà ad arrivare ad un mercato più ampio, spesso perché sono aziende medio-piccole, poco strutturate e la quantità dei prodotti è tale da non riuscire a soddisfare le richieste del mercato.*

**Sappiamo di certo invece che della nocciola romana "dop" che cresce a Vallerano e sui monti Cimini se ne fa largo uso in pasticceria.... E allora è lecito chiedersi quanto l'Arsial può o potrebbe fare per gli artigiani alimentari, oltre per i cuochi, che potrebbero potenzialmente servirsi di**

**questi prodotti per arricchire la loro produzione e magari ancora non lo fanno?**

*Ciò che potrebbe fare l'Agenzia e che in realtà sta già cercando di fare, ad esempio attraverso gli strumenti della promozione e valorizzazione, è quello di lavorare in maniera più incisiva e costante al riconoscimento della qualità agroalimentare regionale sia presso i ristoratori che i trasformatori.*

**A cura della Redazione**

Editoriale



Pier Giorgio Tupini

Ogni cambiamento nell'alimentazione non è necessariamente un progresso, ma piuttosto una sfida che va sempre valutata in termini di globalizzazione se si considera il dramma della fame nel mondo e d'internazionalizzazione in termini di competizione sulle scelte e sulla qualità del cibo. Infatti, è proprio vero che la fame divide i popoli e che il cibo li accomuna, poiché, a differenza delle genti, il cibo non conosce confini né geografici né culturali. Sono sempre più interessanti i sapori e gli aromi dalle cucine di terre lontane, che stimolano l'uso e lo sviluppo dei cibi provenienti da altre nazioni.

Nel ricordo curioso del fallimento del chimico Marcelin Berthelot, che nel 1894 pronunciò davanti all'Unione delle Industrie Chimiche, un discorso nel quale annunciava che nell'anno 2000, il futuro della chimica di sintesi grazie alle "pillole nutrienti", avrebbe sostituito l'agricoltura e la cucina", attualmente nella rivoluzione economica in atto, tutt'altro che pacifica, si assiste, invece, all'inserimento di un nuovo modello nel comparto della gastronomia della migliore tradizione, che non va inteso in senso strettamente materialistico, ma culturale, politico e sociale. L'uomo, a differenza degli animali che sono dotati di capacità di riconoscimento e di memoria delle loro preferenze alimentari, ha perduto, con l'evoluzione della specie, tale caratteristica per cui è stato costretto a dedicare tempo e approfondimento per capire quali degli innumerevoli cibi disponibili in natura potessero costituire nutrimento senza rischi, aiutato dal gusto che lo proietta verso il "dolce" sinonimo di bontà e sicurezza al contrario "dell'amaro" che genera rifiuto e paura del veleno.

## Da sempre il cibo unisce i popoli

Infatti, nell'assidua ricerca di un'alimentazione appropriata per la soddisfazione di come gestire il proprio corpo in termini qualitativi e psicofisici, quando un onnivoro come l'uomo, s'imbatte in qualcosa di nuovo o virtualmente commestibile, affronta due timori contrastanti, la *neofobia*, cioè la paura di mangiare una sostanza sconosciuta e la *neofilia*, cioè il desiderio di nuovi sapori. Perciò prima di sperimentare una gastronomia innovativa è indispensabile riflettere su quanto sia greve abbandonare la gastronomia tradizionale dove i prodotti non subiscono sconvolgenti destrutturazioni e dove i sapori sono il prodotto della tramandata ritualità.

Nei paesi a più alto reddito, lontani i tempi della fame, è tramontato il mito della quantità da consumare quotidianamente. Ora l'attenzione, anche pubblicitaria, si concentra su nuovi modi d'essere grazie ad una rigorosa valutazione di ciò che si mangia definita con gli aggettivi qualità e genuinità, ritrovando i principi essenziali che legano l'uomo al cibo, ossia il gusto e le tecniche fondamentali delle grandi "culture culinarie, che differenziano l'uomo dagli animali". Lo sviluppo da migliaia di anni delle "cucine del mondo", ha creato scuole di pensiero sui cibi tradizionali, rese importanti dai maestri gastronomi, che hanno dispensato "ricette culinarie e di vita".

Così è stato ampiamente divulgato il pensiero che la preparazione del cibo in funzione della economicità e della gradevolezza o il consumo veloce dei pasti o tenere conto soltanto delle calorie rispetto all'attività individuale, sono una serie di fattori che non tutelano lo stato di salute, in tal modo il cambiamento delle abitudini alimentari nel rispetto della citazione più in voga nei paesi cosiddetti "ricchi" *"mangia di meno vivi più a*

lungo" ha modificato i consumi alimentari determinando una flessione della spesa sui prodotti freschi, nell'ordine del -2,4% - per la carne (-5,4%), per i formaggi (-8,8%) e per i salumi (-6,3%) in contrapposizione ai comparti del "confezionato" che hanno mostrato un incremento del 68% sul carrello della spesa.

è anche la ristorazione sui consumi e sull'occupazione, seppure emerga il calo dei consumi alimentari domestici, ossia voglia dei consumi fuori casa, che valgono ormai il 35% del totale dei consumi alimentari delle famiglie.



Il 2017 segna un recupero sui valori del 2016 dell'1,6%, per il contributo soprattutto dei prodotti ittici (+2,9%), con una quota del confezionato del 44% sul totale del segmento, della frutta fresca (+8,7%), degli ortaggi (+6,6%) e delle uova fresche (-0,2%). Anche i salumi, in difficoltà, presentati in vaschetta hanno fatto segnare un +6%. Il comparto della prima colazione mostra dinamicità nel lungo periodo, con consumi che premiano confetture, miele e biscotti. L'Italia "dolce" dei maestri pasticceri e gelatieri miete successi che illustrano un mercato costantemente in crescita in particolare per il settore gelato che promuove la difesa a livello internazionale del marchio "gelato artigianale italiano". In crescita

L'attenzione al corpo, alle esigenze individuali di salute e alla bellezza ha orientato i consumi verso la varietà e la sperimentazione in cucina, ma creando purtroppo anche combinazioni di materie prime discutibilmente apprezzabili al fine di offrire un'alimentazione garantita da qualità eccellenti.

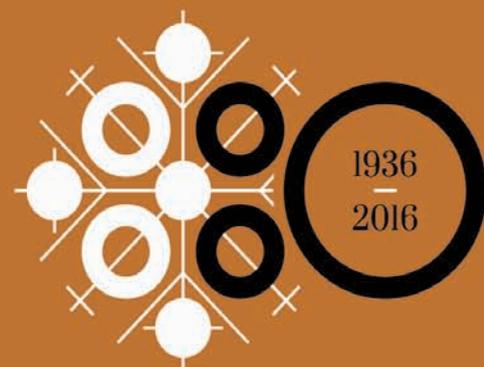
Si ritrovano nella cultura gastronomica i tratti comuni alla convivialità tipica della tradizione mediterranea, un gusto per il cibo che si traduce in gusto per il consumo insieme ad altre persone, certamente il contrario della gastronomia spettacolo dei mass media che ha invaso le nostre vite con una subcultura di massa - ove il risultato è ampiamente falsato, poiché per esprimere un



# Con Unigel la Creatività non ha limiti.

Riscopri il valore dell'Artigianalità con i semilavorati, i preparati, le basi ed i neutri Unigel Nordpol, tutti da materie prime selezionate: crea i tuoi gelati personalizzati, scegli solo gli ingredienti più nobili e conquista il mercato con la Dolcezza.

Con Unigel Nordpol, da 80 anni, l'unico limite è la tua Creatività.



La Natura è una Storia dolcissima.

Via Torino 24, Ciserano loc. Zingonia (BG)  
Tel. 035.883154 - info@unigelitalia.com

800 833057

[unigelitalia.com](http://unigelitalia.com)

uni  
GEL

n.o.r.d.p.o.l



buon giudizio non si ricevono gli stimoli dell'olfatto, del tatto e soprattutto del gusto per mettere in relazione il "bello" e il "buono", dove il *buono* non è direttamente il bene in quanto il buono appartiene al gusto. Infine, i velocissimi tempi disponibili per la preparazione non danno la misura delle modifiche che il cibo preparato ha subito durante la sua troppo rapida rappresentazione. In questo scenario si può comprendere l'importanza della divulgazione dell'arte culinaria attraverso la ristorazione, che si esalta anche nella visione allargata all'offerta sulle strade e sulle piazze, un'icona o un messaggio di ospitalità e di pubblicità alla migliore gastronomia del territorio, da sempre richiamo turistico e scuola del mangiar bene.

La città senza tavoli è una cartolina appannata che i turisti non possono inviare agli amici dei loro paesi per raccontare il bello e il buono della tradizione culinaria dei nostri straordinari ristoratori, pasticceri, gelatieri e delle seducenti enoteche. Con la graduale scomparsa dei tavoli all'aperto la ristorazione romana sta subendo una trasformazione non già verso l'eccellenza, ma verso una scelta che toglie ai turisti il richiamo e il gusto di sentirsi protagonisti nel vasto repertorio della nostra enogastronomia tradizionale.

E' pur vero che le strade sono invase da giovani spesso invadenti e chiassosi, ma una città che non offre durante la notte né svaghi né sicurezza né

## ***Le culture culinarie differenziano l'uomo dagli animali***

alternative apprezzabili, è frequentata principalmente da una gioventù dotata di pochi mezzi, in cerca di socializzazione. Educare i clienti di domani a frequentare locali della tradizione culinaria del nostro paese e i titolari di pubblici esercizi a mettere a disposizione a prezzi accessibilissimi e chiari, può essere la miglior risposta alla movida sregolata, per limitare l'espandersi di attività mordi e fuggi e di somministrazione di alcolici a go-go, che stanno conquistando il territorio della città.

Senza dimenticare il problema della fame nel mondo e della vecchia e nuova povertà che sono lontani dalla ricerca della cucina di alta qualità, si condivide l'affermazione del grande artista Toulouse-Lautrec, che ben si adatta al pensiero sulla conservazione delle tradizioni culinarie «*L'accuratezza, la precisione, l'umiltà sono il segreto di ogni successo artistico e culinario. L'arte e la cucina hanno in comune il rispetto per le stesse qualità, ovvero l'abilità, la tenacia, l'originalità dell'ispirazione, la fedeltà alla tradizione*».



Gelato | Pastry | Chocolate | Bakery | Coffee

# WOW

# Sigep

Ufi  
Approved  
Event

The sweetest  
business  
experience

20|24 .01. 2018

Fiera di **RIMINI**

39° Salone Internazionale

Gelateria, Pasticceria,  
Panificazione Artigianali  
e Caffè

[www.sigep.it](http://www.sigep.it)



Gambarini&Mutti

IN COLLABORAZIONE CON



CONCORSI INTERNAZIONALI PER GELATIERI



Miglior gelato al gusto NOCCIOLA  
Mille idee per un NUOVO GUSTO  
SORBETTI DAL MONDO  
L'eccellenza delle TORTE GELATO  
Premiazione del GELATIERE DELL'ANNO

ORGANIZZATO DA

**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**

A merger of  
Rimini Fiera and Fiera di Vicenza

## Seconda edizione della “Settimana” della Cucina Italiana nel Mondo



## Quattro ministeri insieme per promuovere le tradizioni culinarie del Belpaese

**P**assata un po' in sordina la prima, un pool di tecnici di ben quattro ministeri (Esteri, Politiche Agricole, Sviluppo Economico e Istruzione) stanno lavorando al secondo appuntamento con “La Settimana della Cucina Italiana nel Mondo”, in programma dal 20 al 26 di questo mese di novembre. L'obiettivo quello di promuovere a livello internazionale le tradizioni culinarie ed enogastronomiche quali segni distintivi dell'identità e della cultura italiana, tutto all'insegna di qualità, sostenibilità, cultura, sicurezza alimentare, diritto al cibo, educazione, identità, territorio, biodiversità.

A ciò si va ad aggiungere l'opera di valorizzazione, anche a fini turistici, dei territori, degli itinerari dell'arte culinaria italiana, nonché della dieta mediterranea, uno degli elementi che rende l'Italia il Paese

più sano del mondo. Fondamentali, altresì, le attività di presentazione e internazionalizzazione dell'offerta formativa italiana del settore, al fine di attrarre talenti dall'estero e fidelizzarli all'uso dei prodotti italiani di qualità.

Il progetto s'integra con le azioni previste dal Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy, promosso dal Governo al fine di potenziare la distribuzione e la presenza commerciale dei prodotti del vero agroalimentare italiano, nonché con gli obiettivi del Piano Strategico del Turismo 2017-2022, volto a dare rilievo ai territori meno conosciuti all'estero.

In sintesi gli annunciati assi portanti della seconda edizione saranno:

- il binomio “cucina e vino di qualità”;
- la tutela e la valorizzazione dei

prodotti a denominazione protetta e controllata unitamente ad azioni di diffusione dei metodi italiani di protezione dei marchi che sviluppino iniziative di contrasto al fenomeno dell'Italian sounding;

- la promozione degli itinerari enogastronomici e turistici regionali;
- l'attenzione alla formazione nel settore alberghiero per sviluppare collaborazioni di lungo periodo tra cuochi italiani e locali;
- il sostegno alle candidature dell'arte dei pizzaiuoli napoletani e del sito “le Colline del Prosecco a Valdobbiadene” a patrimonio UNESCO;
- il sostegno alle produzioni tipiche delle Regioni colpite dal terremoto.

Seminari e conferenze, incontri con gli chef, degustazioni e cene, eventi di promozione commerciale, corsi di cucina, sono solo alcune delle attività previste. La cucina sarà raccontata anche attraverso iniziative di taglio culturale, come proiezioni di film e documentari legati al cibo, convegni, concerti, corsi di lingua, mostre fotografiche. Per dare maggiore risalto all'iniziativa, anche attraverso i social media, sono utilizzati il consueto logo “The Extraordinary Italian Taste” e l'hashtag “#ItalianTaste”.

## Iniziativa di sostegno per tutto il settore agroalimentare *Made in Italy*



## Con la ricetta di Domenico Fagnoli Il "maritozzo" romano.... domina sulla *croissanteria*

**N**ella pagina gli ingredienti con cui, ci racconta Domenico Fagnoli – gelatiere dell'Associazione Italiana Gelatieri e pasticciere dell'Associazione Italiana Pasticcieri e Cioccolatieri –, si possono preparare vari tipi di lieviti che affollano le vetrine delle pasticcerie italiane. Bombe, Ciambelle, Croissant, Veneziane, Radeschi, Danesi, i Maritozzi... e chi meglio di un romano verace come Domenico ci può parlare di questo dolce tipico del Lazio, e in special modo di Roma.

(odierno San Valentino). In questo caso il dolce aveva in superficie una decorazione di zucchero rappresentante due cuori trafitti, e talvolta celava un anello o un piccolo oggetto d'oro. L'origine del nome deriverebbe dalla deformazione burlesca di "marito": i futuri sposi, in occasione dei maritaggi, lo portavano alle loro fidanzate, che amorevolmente li chiamavano maritozzi, cioè quasi mariti. Il maritozzo, oggi, è un morbido panino dolce, semplice o ripieno di crema o panna montata e, a Roma,



**Domenico Fagnoli**

Tuttavia, a Roma, il maritozzo è un *evergreen* per i palati dei romani che, nei bar, nelle caffetterie e nelle pasticcerie, lo prediligono rispetto agli altri lieviti, e allora, in onore alle tradizioni, il maritozzo con la panna è servito:

Preparate l'impasto con la farina, il lievito, l'uovo, il burro, e due cucchiai di zucchero, poi mettetelo a

**Burro 3,75 gr**  
**Zucchero 550 gr**  
**Sale 50 gr**  
**Uova 12**  
**Lievito di birra 100 gr**  
**Acqua 500 gr**  
**Farina Manitoba 2,5 Kg**

riposo.

Quando sarà raddoppiato di volume, tagliatelo in pezzi di forma ovale, schiacciate leggermente con la mano le pagnottelle ottenute, ponetele su una teglia unta e lasciate lievitare ancora un paio d'ore. Infine infornate a 250° per circa 10 minuti: quando i maritozzi saranno dorati, toglieteli dal forno e spennellateli con il rimanente zucchero sciolto in acqua.

Rimetteteli nel forno spento, ma ancora caldo, per farli asciugare in superficie.

Poi lasciateli freddare, montate la panna e farciteli dopo aver realizzato nel maritozzo una spaccatura centrale.

**Roberta Tidona**



Secondo la tradizione, il Maritozzo era il dono bene augurante che il fidanzato regalava alla promessa sposa il primo venerdì di marzo

**Secondo la tradizione  
questo era il dono  
bene augurante  
che il fidanzato  
portava in regalo  
alla promessa sposa**

il maritozzo con panna è il complemento ideale del cappuccino matutino delle tipiche colazioni. La colazione è un must per gli italiani: la brioche, il cornetto e il croissant sono ingredienti tipici della nostra colazione, anche se, spesso, i vari termini vengono confusi. Tra il croissant (di origine francese) e il cornetto (di origine italiana), ad esempio, la confusione è totale, malgrado la differenza stia nella ricetta: quella del cornetto prevede le uova, mentre nel croissant c'è l'aroma del burro.

# AIPaC

Associazione Italiana Pasticceri e Cioccolatieri

## La ricetta di Marco Maniaci

### TORTA "LUISA"



Marco Maniaci

#### BAVARESE AL CIOCCOLATO BIANCO PROFUMATA AL LIME.

##### INGREDIENTI:

gr 250 latte intero, gr 250 panna 32%mg, gr 100 zucchero, gr 100 tuorli, mezzo baccello di vaniglia, buccia di 1 lime lavato e grattugiato, gr 500 cioccolato bianco al 29%, gr 10 gelatina oro, gr 500 panna semimontata.

**PROCEDIMENTO:** realizzare una crema inglese, dopodichè inserire il cioccolato e la gelatina precedentemente ammorbidita, far freddare fino al raggiungimento di una temperatura compresa tra i 28°/30° e inserire la panna semimontata.

#### GELE' DI FRAGOLE

##### INGREDIENTI:

gr 500 purea di fragole al 10% di zucchero, gr 80 zucchero, gr 10 gelatina oro, gr 5 succo di limone.

**PROCEDIMENTO:** ammorbidire la gelatina e scioglierla facendo attenzione a non superare i 50°, (la gelatina perde potere addensante oltre i 60°) nel frattempo unire alla purea lo zucchero e il succo di limone, unire la gelatina e colare in anelli foderati con bisquit, leggermente più piccoli rispetto al diametro della torta,

#### BISQUIT ALLE MANDORLE

##### INGREDIENTI:

gr 250 albumi, gr 250 zucchero, gr 200 tuorli, gr 230 farina, gr 30 polvere di mandorle.

**PROCEDIMENTO:** montare albumi e zucchero, a fine montata aggiungere i tuorli e amalgamare.

Setacciare le polveri e unire alla montata delicatamente! Dressare e cuocere a 220/240° per 7/8 minuti circa.

NOTA: profumare il bisquit con bagna all'arancia.

#### GLASSAGGIO

##### INGREDIENTI:

gr 125 acqua, gr 125 panna, gr 125 zucchero, gr 125 destrosio, gr 125 cioccolato bianco, gr 18 gelatina oro, biossido di titanio qb.

**PROCEDIMENTO:** mettere in pentola i primi 4 ingredienti e portare a bollore, unire il cioccolato e riportare a bollore (e' preferibile usare una piastra a induzione) per 2 minuti a potenza moderata. Unire la gelatina già ammorbidita e il biossido. Mixare con mini pimer avendo cura di non incorporare aria, filtrare e usare ad una temperatura di 28/30° versando sul dolce ancora congelato.

**DECORARE CON PLACCHETTE, ZUCCHERO CARMELLO E FRAGOLE.**



**L**a voglia di fare impresa, magari affidandosi ad un brand già definito, resiste: tre italiani su dieci coltivano il sogno di aprire un'attività in franchising, per essere finalmente "padroni di sé stessi". In particolare il 28% degli intervistati in un sondaggio condotto da SWG e commissionato da Confesercenti si orienterebbe ad aprire attività legate al food, come ristoranti, birrerie, bar, paninoteche ed altro. Chi vive la realtà romana sinora non ha colto molti adepti che si sono convertiti al franchising dedicato ad uno dei canali dei pubblici esercizi, ma altrove evidentemente il fenomeno dev'essere più marcato stante il metro della statistica nuda e cruda. Ma questa è un'altra storia....

D'altra parte purtroppo lo stesso sondaggio ci dice che il desiderio di imprenditorialità si infrange, fin troppo spesso, con la scarsa informazione che ancora circonda il mondo dell'affiliazione commerciale.

Tra gli italiani che vorrebbero aprire un'impresa in franchising, il 25% vorrebbe farlo investendo direttamente i suoi risparmi, mentre il 68% sarebbe solo disposto ricorrendo ad un finanziamento. Tra le altre diverse tipologie, l'attività commerciale no food è ancora quella più gettonata: l'apertura di un negozio di vicinato è il progetto di più di un aspirante franchisee su due (53%), mentre il 19% vorrebbe invece fare impresa nel mondo dei servizi.

A spingere in nostri concittadini verso il franchising è soprattutto la voglia di lavorare da autonomi, senza dipendere da nessuno, moti-

**Quasi tre volte su dieci si vorrebbe utilizzare questo percorso per aprire un'attività nel campo della ristorazione**

## Sondaggio SWG - Confesercenti

# Il franchising rimane una buona alternativa per realizzare il sogno di "fare impresa"

vazione scelta dal 42% degli intervistati. Ma è forte pure il desiderio di fare un nuovo tipo di esperienza di lavoro, come indica il 39% del

infatti di sapere poco o nulla di questo mondo.

"Il franchising piace agli italiani – spiega Alessandro Ravecca, Presi-



campione. E c'è anche un 13% che dice di aver valutato di entrare nel franchising perché è alla ricerca di un'occupazione: una conferma indiretta dell'accessibilità della formula, che facilita la creazione di un'attività anche per chi parte da zero. Solo il 25% di chi vorrebbe reinventarsi nel ruolo di franchisee, infatti, ha già avuto un'esperienza imprenditoriale in passato. Una situazione che ha come contrappeso una scarsa conoscenza dei meccanismi e delle modalità dell'affiliazione: il 50% di chi sogna di aprirsi un'attività in franchising ammette

dente di Federfranchising Confesercenti – perché è una formula che aiuta lo sviluppo dell'imprenditorialità. I nostri concittadini tentati dall'avventura imprenditoriale lo scelgono perché offre più strumenti per raggiungere il successo anche a chi è alla prima esperienza, riducendo l'investimento iniziale ed i rischi di impresa. Ma questo non vuol dire che si possa improvvisare: è necessario un percorso di formazione e affiancamento costante, senza il quale le possibilità di successo diminuiscono".



**Il Presidente della Regione Lazio  
Nicola Zingaretti**

**P**resentato all'enoteca regionale di via Frattina, in uno spazio completamente rinnovato, il nuovo progetto imprenditoriale per la valorizzazione dell'immagine e della qualità dell'offerta enogastronomica laziale. Nicola Zingaretti, presidente della Regione Lazio e Nicolò Marzotto, titolare di Retail Group/VyTA, a fare da padroni di casa. Il primo nella veste di governatore del Lazio e in questo caso anche depositario dei beni di proprietà regionale, il secondo in quanto concessionario, in virtù di un accordo sottoscritto con Arsiat circa 2 anni fa, al termine di una gara ad evidenza pubblica, della gestione e del marchio di 'enoteca regionale del Lazio'. Presenti, ovviamente, oltre a giornalisti e invitati, l'assessore all'Agricoltura della Regione Lazio, Carlo Hausmann e l'amministratore unico di Arsiat, Antonio Rosati.

Il nuovo progetto di promozione delle specialità enogastronomiche del Lazio, che si inserisce nell'ambito di una collaborazione tra Regione Lazio, Arsiat e Retail Group, si fonda non solo su una felice sinergia inter-istituzionale e su una sana dialettica pubblico-privato, ma intende intessere un dialogo costante con il tessuto produttivo presente sul territorio regionale. Saranno le imprese del Lazio infatti, accuratamente selezionate anche grazie alla preziosa collaborazione

Prospetto imprenditoriale pubblico-privato

## In via Frattina riapre l'enoteca regionale

con le strutture tecniche di Arsiat, a fornire almeno il 60% delle materie prime utilizzate nella ristorazione e il 100% dei vini, degli oli e delle acque minerali somministrati alla clientela. I locali fungeranno ovviamente, come per il passato, anche come preziosa vetrina – considerata l'invidiabile ubicazione – per promuovere l'immagine del Lazio di qualità, far conoscere e apprezzare a un vasto pubblico, formato tra l'altro in larga maggioranza da stranieri, le specialità enogastronomiche della regione.

“Il 100% dei vini e il 60% dei prodotti della gastronomia. La nuova enoteca regionale – ha dichiarato Carlo Hausmann, assessore regionale all'Agricoltura – è l'unico esempio in Italia di un vincolo così 'pesante' per un gestore di un'enoteca-ristorante. È una grande sfida per noi, una grandissima opportunità perché abbiamo una vetrina di prodotti che possono essere non solo venduti, ma anche assaggiati”. “Questa è un'altra promessa mantenuta”, ha detto Zingaretti intervenendo all'inaugurazione. “Abbiamo rilanciato un grande pro-

getto di promozione della nostra enogastronomia e dei nostri prodotti in una via meravigliosa di Roma. Un eccezionale luogo di promozione della nostra enogastronomia, dei nostri vini e dei nostri olii, in un luogo totalmente rinnovato, con un partner privato che ci aiuta a evitare sprechi, rischi che abbiamo conosciuto in passato, e che aumenta molto la qualità”.

“Vogliamo dimostrare anche in questo caso – ha concluso il presidente della Regione Lazio – che la *spending review* non può e non deve voler dire tagli, ma si può conciliare riduzione della spesa, anzi per meglio dire utile, perché noi (pubblica amministrazione) guadagneremo con l'aumento della qualità del servizio”.

**Per far apprezzare le specialità enogastronomiche del territorio "laziale"**



Da semplice bottega di dolciumi

# “Centro Vini Arcioni”, storia che dal 1932 si fa raccontare....

Nel 1932 Mario Arcioni, il padre, riuscì a realizzare il suo sogno maturato nell'adolescenza, quello di aprire un negozio di dolciumi. Mario Arcioni infatti abbandonò la professione di orafo e aprì un negozio di dolciumi a via Nemorense 57, angolo Piazza Crati. Ai dolci, nel tempo, si aggiunsero il caffè, il gelato artigianale e una selezione di

altre delicatezze. L'iniziale crescita del locale fu ininterrotta dalla seconda guerra mondiale, ma dopo la fine di essa il negozio riprese rapidamente quota e nel 1956 la nuova generazione di Arcioni - Claudio, Marcello e Massimo - iniziò il proprio tirocinio. La freschezza di idee dei fratelli Arcioni diede presto i primi risultati.

Claudio e Massimo intravidero nel vino in bottiglia un'opportunità commerciale importante e quindi iniziarono a girare la Francia e il Nord Italia alla ricerca delle prime etichette e nel 1967, nella cantina del Bar Torrefazione del padre, aprirono l'enoteca Arcioni. Qui si ten-

gono i primi incontri di degustazione allargati alla clientela, sotto l'insegna del “Bere bene” e fu un'idea vincente: da quel momento il locale crebbe rapidamente, anche grazie al boom delle cantine imbottigliatrici nel corso degli anni 70, e il nome degli Arcioni iniziò ad essere accostato al vino di qualità.

Ad oggi il Centro Vini Arcioni è un'azienda leader nella fornitura di

vini - più di 1500 etichette, suddivise per regione - ed è un negozio specializzato nella vendita di liquori, distillati e vini “doc”. Grazie infatti a una fornitissima cantina di vini, il Centro Vini Arcioni è in grado di fornire una consulenza enologica personalizzata: dai più preziosi vini italiani, alle

etichette estere, dai vini da meditazione, ai passiti e ai distillati, passando per vin santo o spumanti, fino alla scelta dello champagne delle migliori marche. E' anche presente un vasto assortimento di rum, whisky, birre artigianali e liquori, ma ciò che salta



**ARCIONI**  
dal 1932

all'occhio è l'attenzione al packaging, di cui Claudio Arcioni è il principale motore, grazie all'esperienza acquisita in giro per il mondo, dalla Francia alla Russia. Non a caso uno dei settori di rilievo dell'attività, oggi, è il reparto “Arcidoni”: una vera e propria bottega artigiana che, oltre a vendere articoli da regalo legati agli “oggetti da bere” - dagli accessori per la casa, alle suppellettili e alle stoviglie di pregio -, confeziona cesti e confezioni regalo per presentare al meglio la selezione Arcioni acquistata. Ora è tempo della terza generazione degli Arcioni: i nipoti di Mario - Jacopo e Andrea - dal 1993 si interessano fattivamente all'attività di famiglia e, con la gestione del wine bar di Via della Giuliana - un tempo vecchia fiaschetteria di quartiere -, portano avanti la cultura della miscela di qualità e celebrano il rito tutto italiano dell'aperitivo. Massimiliano, invece, gestisce l'agenzia di rappresentanza e distribuzione vinicola “Brindarte” - creata nel '72 dal padre Massimo, oggi opera sul territorio di Roma e Provincia.

Insomma la famiglia Arcioni è riuscita nell'impresa non facile di trasformazione di un negozio di dolciumi in enoteca e di coronamento della stessa in brand: Arcioni dal 1932 vuol dire infatti vendita di vino al calice, al dettaglio, all'ingrosso, consulenza sul vino e rappresentanza di brand vinicoli.

**S**ulla scia degli Arci-doni (vedi articolo a fianco) è nata l'iniziativa "Regalo d'Autore, dono artigiano", che è stata promossa dall'associazione l'Arte dei Vinattieri - che riunisce le enoteche romane della tradizione- di cui Claudio Arcioni è Presidente. La manifestazione, se da una parte, si caratterizza per l'esposizione di eleganti confezioni regalo con prodotti selezionati e la preziosa Tavola di Natale realizzata interamente dagli artigiani di Botteghiamo, dall'altra rende protagonista l'abbinamento di champagne, spumanti, vini rossi, vini dessert e distillati italiani con le delizie gastronomiche delle migliori aziende, proposti come prestigiosi doni da degustare ammirando i maestri artigiani all'opera.

Obiettivo della manifestazione è di stimolare le vendite in un momento particolarmente delicato per il commercio tradizionale e suggerire i prodotti enogastrono-

Sulla scia degli Arci-Doni

## Regalo d'autore, dono "artigiano"



La manifestazione nei saloni di Palazzo Brancaccio

### SUAP, una nuova modulistica in materia di commercio

**A**ggiornata la nuova modulistica in materia di commercio e somministrazione al pubblico di alimenti e bevande, come previsto dall'accordo raggiunto in Conferenza Unificata il 6 luglio scorso tra il Governo, le Regioni e gli Enti locali circa l'adozione di moduli unificati e standardizzati per la presentazione delle segnalazioni, comuni-

cazioni e istanze. E' stata infatti approvata la Determinazione Dirigenziale che integra la lista dei nuovi moduli unici regionali. I nuovi moduli sono ora gli esclusivi modelli di riferimento nella Regione Lazio per gli Sportelli Unici per le Attività Produttive (Suap) e assicureranno uniformità di applicazione su tutti e 375 comuni del Lazio, Roma compreso.



mici del territorio come raffinato regalo abbinato a preziosi manufatti artigianali a sostegno della tradizione.

Regalo d'Autore, dono artigiano, nei Saloni del prestigioso Palazzo Brancaccio, apre la stagione natalizia dei *tour* enogastronomici di Botteghiamo e si pone come fautore della scoperta degli antichi mestieri.

Il progetto, nato da un'idea di abc project in collaborazione con Cna di Roma e sostenuta dall'Arte dei Vinattieri, prevede percorsi nei vicoli del centro storico e non solo, per conoscere i maestri artigiani tra una degustazione e l'altra, valorizzando così il territorio e promuovendo un *made in Italy* di qualità. Tratto distintivo di Regalo d'Autore, dono artigiano è proporre alla clientela confezioni di vini e distillati, abbinati al finissimo cioccolato delle aziende dolciarie aderenti alla manifestazione.

Roberta Tidona

Ci sono luoghi, incontri e persone che rappresentano un po' uno spartiacque su alcuni argomenti, "Achilli Enoteca al Parlamento" è un po' la summa del concetto filosofico "io so di non sapere" !

Già entrare in questa enoteca e guardare i primi scaffali, mette un certo "imbarazzo". Il livello è davvero incredibile ma poi quando ho visitato il suo "magazzino" (termine davvero improprio...), ho capito che c'è bisogno di approfondire ogni bottiglia, ogni etichetta, ogni cantina con una sorta di propensione zen...5.000 bottiglie alcune rarissime e dal prezzo neppure immaginabile.

Ma questo non ha rappresentato un ostacolo alla modalità esaustiva con la quale Daniele Tagliaferri, ci ha fatto da dotto cicerone, anzi. La

**Qui si tocca  
con mano  
e tutte le lusinghe  
di internet  
possono essere  
restituite al mittente**

"Achilli" al Parlamento

## Un'enoteca da visitare come fosse un museo. Anzi una cattedrale



meraviglia e lo stupore di questo "forziere", non hanno fatto altro che lasciare spazio alla voglia di capire (nel possibile) cos'è questo mondo che forse i format televisivi, non hanno fatto altro che mediocrizzarlo ! Nel settore "alto di gamma", "Achilli al Parlamento" è probabilmente la più grande e fornita eno-

teca di Roma ma per Tagliaferri le cose da rimarcare sono molte : "Tutte le enoteche stanno cambiando e/o stanno facendo anche altro, molte stanno rimettendo lo sfuso alla mescita. E poi, ditemi voi che siete giornalisti, come fanno alcuni a vendere al 20-25% di meno, soprattutto su internet? "

Achilli al Parlamento è stata la prima enoteca nata con le bottiglie sugli scaffali, prima erano tutti vini e oli con la mescita. Ora la gestisce, con amore ma anche tanta "sofferenza", il simpaticissimo ed affabile Daniele Tagliaferri: ex gioielliere, che da cliente è diventato titolare di questa azienda che è davvero "uno spettacolo", da visitare come una museo, una cattedrale, una mostra. Adora lo Champagne e mette un po' a nudo i problemi della categoria : "tutti siamo finiti a fare quello





**Daniele Tagliaferri**

per cui non siamo nati, c'è una commistione che non fa bene alla categoria – ci ha confessato - ma ci sono dei limiti strutturali ed anche delle ambizioni che sono inderogabili. Il nostro settore vive un momento di grande crisi ed un livellamento verso il basso e credo che non ha più un'identità.

Non faccio altro che discutere con i produttori che mi vengono a trovare con l'enologo di turno – prosegue quasi sconcolato - e poi mi offrono giusto 6 bottiglie. Così non si può fare perché se alcuni vini li vuoi vendere dappertutto non la vedo una politica commerciale che mi soddisfa, oppure forse pensano che poi gli compri anche altro di qualità inferiore, usando il loro prodotto di punta ma non è il mio caso. Nella mia struttura – prosegue - ci sono bottiglie del 1990 (a dire il vero ho visto anche un Brunello ritappato e ricolmato del 1925 n.d.r.) e io faccio una fatica immane per averle, per avere certi vini e certe bottiglie bisogna che le enoteche siano il collettore unico ed invece certi produttori le vogliono dare un po' a tutti e noi perdiamo la nostra *mission* principale. Le enoteche – conclude la nostra cordialissima chiacchierata - stanno in crisi, io faccio ogni sforzo perché

volano era il Natale ma ora non è più così, eppure posso vantarmi che noi siamo i numeri uno nel mondo nella confezione.”

Daniele si inorgoglisce molto quando nel salutarci ci sottolinea che è l'unica enoteca (credo si riferisca al Ristorante “Achilli” che praticamente è parte stessa delle sale che compongono questo posto meraviglioso, anche per i colori e la scelta dei materiali...sembra di stare in un club esclusivo dove bere e fumare un buon sigaro, tanto per intenderci) che ha una stella Michelin, e può vantarsi di avere come Chef il grande Massimo Viglietti: d'altronde, ci dice salutandoci “non accetto compromessi o facevo il ristoratore di un certo livello con una certa clientela oppure non lo avrei fatto!

## E dentro il ristorante starci come in un club esclusivo dove bere e, magari, fumare un buon sigaro

debbo sopravvivere e voglio tenere in vita e ben fornito il mio magazzino. Prima ad esempio un grande

**Fotoservizio di  
Gian Luca Rizzante**



**In cantina un Brunello di Montalcino del 1925!**

# RADDOPPIA IL TUO BUSINESS

DA 25 ANNI I MIGLIORI CI HANNO SCELTO



GUARDA IL VIDEO



## ICE N ROLL

IL GELATO ARROTOLATO

Una novità in esclusiva per i tuoi clienti: il gelato arrotolato mantecato all'istante, senza scarti e on demand.



500 % DI RICARICO



30 SECONDI



TANTI GUSTI



MENU PREIMPOSTATI



UTILIZZO 24H



FRITTI SENZ'OLIO

## COMBI WAVE

IL FORNO MULTIFUNZIONE

Combi Wave è la macchina da banco e cucina che consente di impreziosire l'offerta in tempi ridotti, a bassi consumi e occupando poco spazio. È indispensabile per la preparazione di un incredibile assortimento di piatti in pochi istanti, dal dolce al salato, per il brunch, il pranzo o la cena.



Canali Creative Studio



FACILE



VELOCE



BASSI CONSUMI



AUMENTA LA TUA OFFERTA



RICETTARIO



FORMAZIONE E CONSULENZA



TECNOLOGIA MADE IN ITALY

[www.techfood.it](http://www.techfood.it) |

Macchine da banco e negozi semplicemente geniali.

800 014 405

Contattaci senza impegno per maggiori informazioni.

**TECHFOOD**  
HORECA INNOVATIONS

In occasione della 73<sup>a</sup> assemblea annuale della nostra Associazione, in previsione de L'Officina del Sapore ed in collaborazione con Claudio Arcioni, iniziamo una serie di incontri con alcune delle enoteche più famose di Roma.

L'enoteca "Bulzoni" ai Parioli è stata fondata nel 1929 dal nonno di Alessandro e Riccardo che ho incontrato nella loro sede che è stata recentemente ristrutturata, diventando anche un ristorante che punta molto sulla qualità dei prodotti e con un arredamento totalmente rinnovato che ha portato enormi benefici al flusso della clientela. Partendo comunque tutto dal vino, l'associazione con i piatti ha dato poi lo slancio per questa che Riccardo ci tiene a sottolineare essere una "Enoteca con cucina". 6 mesi di lavoro, preceduti da circa 4 anni di studi ed analisi per arrivare ad un risultato davvero eccellente di colori e di esposizione delle bottiglie molto interessante e con una saletta dedicata totalmente al vino naturale. In parte del bancone, si nota ancora qualche reminiscenza del vecchio "vini e oli" che dona quel legame con il passato che non stona affatto.

Molto forte su vini provenienti dal Trentino Alto Adige, l'enoteca "Bulzoni" ora offre circa 50 posti a sedere tra dentro e fuori e punta sulla cucina romana e mediterranea come identificativo della propria

**Partendo dal vino  
l'associazione  
con i piatti  
ha dato slancio  
a tutta l'attività  
anche grazie  
al gradimento  
di una già fidelizzata  
clientela**

## "Bulzoni", un marchio di garanzia



# L'enoteca con cucina ai Parioli è diventata una piacevole realtà

storia e tradizione con dei buoni vini alla miscita. Vende vini provenienti da tutto il mondo, soprattutto con il pallino dei vini "biodinamici" ma il vino italiano la fa ancora da padrone con circa il 90% del fatturato.

Aperta a pranzo e cena, registra ottimi risultati con il classico aperitivo, chiusa la domenica è a tutti gli effetti un "negozio" con la vocazione degli acquisti da asporto ed il classico del servizio dei regali e dei cesti natalizi. Quindi coniuga vendita, miscita, cucina, asporto ed anche consegne ed è stata la prima enoteca a Roma a proporre i vini naturali ed a spiegarli alla clientela. Nella nostra chiacchierata abbiamo

approfondito alcune tendenze: in questi anni si è visto un incremento delle persone che si sono appassionate al vino, con un certo incremento alla propensione alla spesa ed anche le tendenze si modificano di continuo con i rosè che d'estate vanno molto insieme ai bianchi sauvignon e muller thurgau; falangina e greco di tufo invece non hanno più quell'appeal come in passato e tra i rossi il morellino di scansano si è imposto sul mercato. Rhum e vodka sono vendute moltissimo, la grappa si compra per fare i regali mentre il whisky ha sempre una buona tendenza.

*Gian Luca Rizzante*

Il "Visto si stampi" è stato lanciato alla tipografia che ora dovrà produrre il *depliant* da veicolare su tutti i canali della comunicazione. Arriva già da fine ottobre il via libera dall'Associazione Italiana Gelatieri a far partire la macchina organizzativa che porterà allo svolgimento dei concorsi del gelato in programma durante l'edizione 2018 del Sigep. Sicuramente lo staff dell'Associazione di via del Circo Massimo in trasferta alla Fiera di Rimini (20-24 gennaio) dovrà farsi in quattro, tante quante saranno le competizioni che animeranno le giornate di domenica, lunedì e martedì all'interno della rassegna. E non sarà tutto, perché i rispettivi vincitori concorreranno alla votazione finale che incoronerà il "Miglior Gelatiere dell'Anno 2018". Ad inaugurare i giochi, già da domenica (e questa è una novità) i gelatieri vogliosi di mettersi in lizza potranno partecipare a "Sorbetti dal Mondo" un concorso che non nasce dal caso ma trae spunto dai gusti caratterizzati prevalentemente dall'utilizzo della frutta, che sono stati presentati a manifestazioni quali "Gelato World Tour" e "Gelato Festival", riscuotendo ovunque molto successo.

Non mancherà ovviamente il più tradizionale e longevo tra i concorsi: quello che impegna i concorrenti in unico gusto (quest'anno la nocciola) e che da un paio di edizioni viene dedicato alla memoria dell'indimenticato presidente Alberto Pica. In contemporanea si potrà partecipare all'altra gara che certo non pone limiti alla fantasia del gelatiere ("Mille Idee per un Nuovo Gusto del Gelato") che negli anni passati è davvero stata occasione per lanciare gusti che sono entrati in voga nella successiva stagione estiva.

**"Sorbetti dal Mondo" rappresenta la novità della prossima edizione**

## Tutt'intorno al *memorial Alberto Pica* SIGEP, ben 4 concorsi del gelato ad animare la voglia di competere

### CONCORSI INTERNAZIONALI International Contests

#### *Memorial Alberto Pica*

GELATO AL GUSTO NOCCIOLA  
Hazelnut Gelato

1000 IDEE PER UN NUOVO GUSTO GELATO DELL'ANNO  
1000 ideas for a new gelato flavour Gelato of the year

L'ECCELLENZA DELLE TORTE GELATO  
The excellence of gelato cakes

SORBETTI DAL MONDO  
Sorbets from the world



**Sigep**

Ufi  
Approved  
Event

**20 | 24 .01. 2018**

Fiera di **RIMINI** Expo Centre  
**ITALY**

#### **39° Salone Internazionale**

Gelateria, Pasticceria,  
Panificazione Artigianali e Caffè

**39<sup>th</sup> International Trade Show**  
of Artisan Gelato, Pastry,  
Bakery and the Coffee World

ORGANIZZATO DA  
Associazione Italiana Gelatieri  
Italian Association of Gelato Producers  
[www.associazioneitalianagelatieri.it](http://www.associazioneitalianagelatieri.it)

Il quarto dei concorsi è quello che strizza l'occhio anche al mondo della pasticceria, dal momento che la competizione è centrata sulle "torte gelato", dove anche l'occhio ha la sua parte e i giudici sono portati ad attribuire una valenza anche alla parte estetica del prodotto in concorso.

Infine, dal momento che le strategie del marketing lo impongono, sarà premiato quel "Gelatiere dell'Anno" che uscirà dalla finalissima che

vedrà in lizza i vincitori di tutti e quattro i concorsi. Lo scorso anno, alla prima edizione, uscì vincitore il gelatiere-pasticcere (in trasferta da Palermo) Paolo Antico. C'è da giurarci che lo ritroveremo in gara per cercare di riconfermarsi sul gradino più alto del podio. Altrettanto scontato che a contendergli il primato saranno tanti altri colleghi che stanno già prenotando la trasferta in quel di Rimini.



Lorenzo Cagnoni

Crescono gli investimenti

# Per la Fiera di Rimini vento sempre in poppa

Soprattutto degli eventi legati alla gelateria ed alla pasticceria ne racconteremo nei prossimi numeri. Al momento intendiamo brevemente soffermarci su quanto la rassegna riminese dedicherà al "cioccolato" ed al caffè.

pionato Italiano di Cioccolateria, valevole per il World Chocolate Master di Cacao Barry, al concorso The Ultimate Chococake Award by Puratos e a The Star of Chocolate (nei PastryEvents), senza tralasciare le prove dei maestri cioccolatieri all'interno delle gare di pasticceria.

Quello che è stato ribattezzato come il "cibo degli dei" troverà una esclusiva vetrina all'interno delle grandi competizioni, grazie al Cam-

Entrato dall'edizione passata nella denominazione ufficiale del Salone, dal suo canto il mondo del caffè vedrà ancor più riconosciuto

**È** ufficialmente scattato il count-down in vista dell'edizione 2018 di Sigep, il salone fieristico della gelateria, pasticceria artigianali e del caffè, organizzato da Italian Exhibition Group, con tutto il corollario di eventi, competizioni e appuntamenti che, come consuetudine, ne arricchiranno lo svolgimento.

Dopo il primo step, conclusosi in occasione della passata edizione di Sigep, in estate si è chiusa la seconda tappa di ampliamento dei padiglioni della fiera, che ha portato da già 118.000 a 123.000 metri quadri la superficie lorda espositiva. Fine lavori e apertura di tutti i nuovi padiglioni sono in previsione proprio per la prossima edizione di Sigep, che potrà contare sulla disponibilità di ben 129.000 metri quadri di esposizione. Per agevolare al meglio lo svolgersi del salone, l'organizzazione e l'ufficio tecnico di Sigep stanno studiando un piano traffico che favorisca i movimenti di entrata e uscita dei numerosissimi visitatori. Sono previsti, inoltre, interventi strutturali per i servizi generali, così da agevolare gli spostamenti dei visitatori all'interno del quartiere.



**L'edizione 2018 del SIGEP potrà fruire di 11 mila metri quadrati**

l'impegno nella valorizzazione della professionalità del barista e di tutta l'industria della filiera. A Sigep, infatti, si svolgeranno le finali di tutti e 7 i campionati italiani validi per il circuito World Coffee Event. Il caffè troverà infine la sua consacrazione con "Barista & Farmer", il primo talent show internazionale dedicato interamente al chicco più amato.

## Più aziende espositrici e più visitatori

# Crescono i numeri di HOST

**D**opo cinque giorni di serato networking tra tendenze e business, si è svolta a fine ottobre in fiera Milano HostMilano, manifestazione tra le più importanti al mondo per il settore dell'ospitalità nelle sue diverse declinazioni.

Paesi più rappresentati tra i visitatori sono stati oltre a quelli europei la Cina, gli USA, quelli dell'area russa e medio-orientale, oltre a importanti presenze da Paesi particolarmente distanti o inconsueti, come Australia, Nuova Zelanda, Cambogia, Polinesia e Paesi afri-

*cremento del 24,3% del numero di visitatori professionali, Host si conferma punto di riferimento per l'industria dell'ospitalità, il luogo dove le sue filiere si incontrano per plasmare le tendenze di domani, oltre che per fare business e networking. In particolare crescono a due cifre*



A sottolineare l'esito della 40° edizione di quella che un tempo si chiamava EXPO Ct (commercio e turismo) sono stati i numeri: i visitatori professionali sono stati in totale 187.602 (+24,3% rispetto al 2015), e dei quali il 38,8% internazionali da 177 Nazioni (pari a 72.699, +20,4% rispetto al 2015). I

**Sempre più importante la rassegna che Milano riserva al composito mondo dell'Ospitalità**

cani (Botswana, Burundi, Eritrea, Ruanda, Zimbabwe).

Un parterre costituito in grandissima maggioranza da responsabili acquisti e decisori aziendali, tra i quali si segnalano gli oltre 1.500 hosted buyer profilati da tutto il mondo, individuati anche grazie alla stretta collaborazione con ITA-ICE Agenzia.

*"Host è un caso di successo – ha commentato Fabrizio Curci, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Fiera Milano Spa. Con un in-*

*le presenze estere +20,4%: decisori e buyer arrivano anche dai Paesi più lontani per non mancare a questo appuntamento."*

*"Abbiamo particolarmente apprezzato – ha proseguito Curci – il sempre maggiore impegno degli espositori a contestualizzare il loro prodotto con veri e propri storytelling, spesso di grande fascino. Una capacità che viene riconosciuta internazionalmente all'Italia e rafforza il valore del Made in Italy come asset fondamentale, in un settore in cui la nostra industria è spesso leader".*

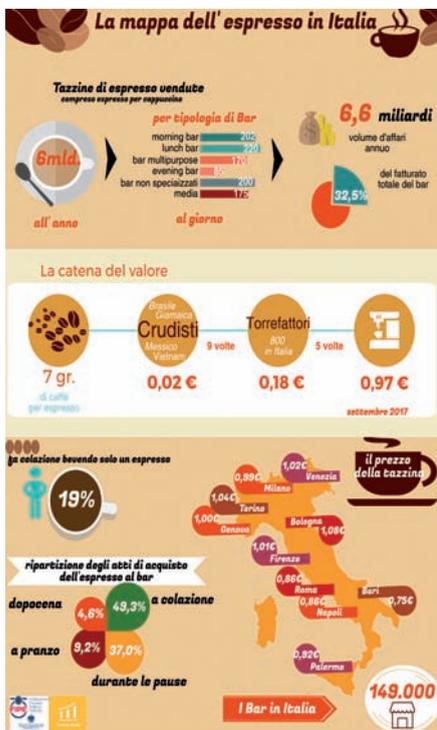
**M**ilioni di italiani iniziano la propria giornata con una buona tazza di caffè, ed i dati che ci provengono da un interessante incontro all' HOST di Milano, mettono in luce che la caffetteria resta il prodotto di punta del bar italiano, con un giro d'affari annuo di circa 6,6 miliardi di euro, pari a quasi il 32,5% del fatturato totale dei bar .

Se si guarda alla distribuzione del consumo al bar nel corso della giornata, infatti, il 19% degli italiani la mattina fa colazione bevendo soltanto una tazzina di caffè, mentre il 49,3% nel più classico dei modi lo beve al mattino per iniziare la giornata, magari insieme ad un cornetto o altro, il 37% invece se lo concede durante le pause, soltanto il 9,2% a pranzo, mentre il 4,6% dopo cena.

Guardando, invece, alla distribuzione per tipologia di bar delle tazzine servite in un giorno tipo si nota come ci sia una sostanziale uniformità numerica: si va, infatti, dalle 170 tazzine servite nei *bar multipurpose* alle 220 servite nei *lunch bar*, passando per le 200 consumate nei bar non specializzati e le

Dati presentati all'Host di Milano

# La caffetteria resta il prodotto di punta del bar italiano



202 nei *morning bar*; fanalino di coda gli *evening bar* con 85 tazzine consumate.

Un ultimo dato che ci riguarda molto da vicino, visto che qualche mese fa siamo stati i primi a sottolineare come il prezzo della tazzina di caffè al bar in Italia sia fra i più bassi d'Europa. Infatti, l'ultima rilevazione statistica mette in luce che la situazione è molto variegata: i due estremi sono in media registrati a Bari (0,75€) e a Bologna (1,08€), mentre nel resto del Paese per un espresso si può ad esempio spendere al Sud da 0,86€ di Roma e Napoli a 0,92€ di Palermo, mentre al Nord si va da 1€ a Genova a 1,04€ di Torino.

Un giro d'affari che incide per quasi il 33% del fatturato



G.L.R.



## 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.



**S**arà, forse, una manovra un po' meno di "lacrime e sangue" per gli italiani, stante il fatto che la sua approvazione definitiva arriverà nell'imminenza di nuove elezioni politiche. Il Consiglio dei ministri a metà ottobre ha approvato il disegno di legge relativo al bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2018 e al bilancio pluriennale per il triennio 2018-2020.

In considerazione del miglioramento del quadro economico, ottenuto grazie alle riforme avviate dal 2014 e portate a compimento nell'arco della legislatura e all'impegno di famiglie e imprese, e del contesto internazionale favorevole, il Governo ha approvato una manovra indirizzata da un lato al rispetto degli impegni di bilancio presi con la Commissione europea – la correzione del disavanzo strutturale dello 0,3% e il calo del deficit in rapporto al Pil all'1,6% – e dall'altro al rafforzamento di una crescita sostenibile e inclusiva, con la mobilitazione di risorse per il 2018 per circa 20,4 miliardi di euro. Le coperture, in termini di efficientamento di spesa e maggiori entrate derivanti in gran parte dal contrasto all'evasione, ammontano a circa 9,5 miliardi, mentre 10,9 miliardi rappresentano l'effetto netto espansivo della manovra, che interesserà in particolare le aree meno avanzate del Paese.

Tra le voci principali della manovra, si conferma la sterilizzazione totale delle clausole di salvaguardia per un totale di 15,7 miliardi. Si eviterà quindi per il 2018 l'aumento delle aliquote Iva e delle accise. Gli altri interventi prevedono per il prossimo anno 300 milioni di inve-

## Elezioni politiche alle porte

# Ci sono le elezioni e quindi.... la "manovra" di bilancio è un po' meno "lacrime e sangue"

stimenti pubblici aggiuntivi, che diventano 1,3 miliardi nel 2019 e 1,9 miliardi nel 2020. Per le

milioni che salgono a 800 milioni nel 2019 e 1,2 miliardi nel 2020. Un'attenzione particolare



*Il Presidente del Consiglio Paolo Gentiloni*

**Definitivamente scongiurato l'aumento dell'IVA, sostegno agli investimenti anche per le piccole imprese e nuove agevolazioni per l'assunzione giovanile**

politiche a favore dei giovani (essenzialmente la riduzione del cuneo fiscale per le nuove assunzioni con i contratti a tutele crescenti) sono previsti circa 300

è riservata alle misure di lotta alla povertà, con il reddito di inclusione che viene potenziato di complessivi 300 milioni per il 2018, cifra che si aggiunge agli 1,7 miliardi già previsti a legislazione vigente.

Si potenzia, infine, il contrasto all'evasione fiscale, con l'implementazione di misure già sperimentate, come la fatturazione elettronica e lo *split payment* (la cui estensione è prevista del decreto fiscale già approvato dal Consiglio dei ministri).

**A**vvicinare gli studenti a un'occupazione: questo l'obiettivo principale del bando Alternanza scuola-lavoro varato dalla Camera di Commercio di Roma e valido per l'anno scolastico 2017/2018.

Lo scopo dell'iniziativa è, appunto, quella di favorire un rapporto più stretto e proficuo tra due mondi ancora troppi distanti: quello della formazione e quello del lavoro, a vantaggio del sistema economico locale, puntando a incentivare l'inserimento di giovani studenti in appositi percorsi di alternanza elaborati dalle imprese del territorio.

Il bando dell'Istituzione camerale, il cui stanziamento totale è pari a 650mila euro, prevede la concessione di un contributo a fondo perduto a favore delle imprese locali pronte a ospitare questi percorsi di apprendimento. L'importo del vou-

## Domande da presentare entro agosto 2018

# Camera di Commercio pubblica un bando per favorire il rapporto formazione-lavoro

cher oscilla da 500 a 1.200 euro, a seconda del numero di studenti coinvolti e può essere incrementato di 200 euro nel caso di inserimento in azienda di uno o più studenti diversamente abili.

Possono presentare domanda le micro, piccole e medie imprese di Roma e provincia, che abbiano i se-



guenti requisiti: a) sede legale e/o unità operativa iscritta presso il Registro delle Imprese della Camera; b) siano attive e in regola con il pagamento del diritto annuale; c) non si trovino in stato di fallimento, di liquidazione, di amministrazione controllata, di concordato preventivo o in qualsiasi altra situazione equivalente secondo la normativa vigente; d) siano iscritte nel Registro nazionale per l'Alternanza scuola/lavoro, e) siano in regola con il pagamento di oneri fiscali, contributivi e assicurativi.

Le domande possono essere presentate fino al 31 agosto 2018 e verranno valutate secondo l'ordine cronologico di arrivo, determinato dalla data e ora di ricevimento. Il bando integrale è pubblicato nella home page del sito web [www.rm.camcom.it](http://www.rm.camcom.it).

## Aggiornamenti sulla consulenza del lavoro

### Obbligo dell'esercente a comunicare all'INAIL gli infortuni del dipendente

**L'**INAIL per l'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro ha reso noto, sul sito istituzionale, l'obbligo per tutti gli esercenti di comunicare i dati relativi agli infortuni dei lavoratori – subordinati, autonomi o a essi equiparati – che comportano l'assenza dal lavoro di almeno un giorno, escluso quello dell'evento.

La segnalazione, dalla quale non sono esclusi i datori di lavoro privati di lavoratori assicurati presso altri enti o con polizze private, deve essere fatta in via telematica allo stesso INAIL, e per il suo tramite al Sistema informativo nazionale per la prevenzione nei luoghi di lavoro (Sinp), entro 48 ore dalla ricezione dei dati del certificato medico, come precisato nella circolare dell'istituto n. 42 del 12 ottobre.

Nella circolare vengono detta-

gliate le modalità di comunicazione utilizzando esclusivamente il nuovo servizio online "Comunicazione di infortunio". Il mancato rispetto dei termini previsti determina l'applicazione di una sanzione amministrativa che può variare da un minimo di 548,00 euro fino ad un massimo di 1.972,80 euro.

Se la prognosi riportata sul primo certificato medico è superiore a tre giorni, per il datore di lavoro assicurato all'Inail resta invece l'obbligo di presentare la denuncia di infortunio. In questo caso l'obbligo della comunicazione dell'infortunio all'Istituto è assolto per mezzo della denuncia.

Ovviamente, per saperne di più suggeriamo di rivolgersi ai consulenti del lavoro messi a disposizione dall'Aeper negli uffici di via del Circo Massimo.

## Consulenza Assicurativa

### L'Esperto risponde

**D**isdire un'assicurazione, sia che si tratti di rc auto che di una polizza vita o altro, non è una operazione complicata, a patto di rispettare le norme vigenti, per evitare errori che potrebbero vanificare il proprio intento.

Nel settore delle **assicurazioni auto** la procedura è stata notevolmente facilitata dall'abolizione del tacito rinnovo, in vigore sino a non molti anni fa.

Infatti, ad eccezione di eventuali sospensioni e riattivazioni, sostituzioni e annullamenti, non resta che attendere la scadenza del contratto per poi decidere se rinnovarlo o meno e senza bisogno di inviare la disdetta alla compagnia assicurativa.

In **tutti gli altri settori** (come Commercio, Casa, Infortuni ed altro) la disdetta annuale può essere attivata con l'invio di una raccomandata A/R trenta o ses-



## Cosa occorre fare per disdire una polizza di assicurazione?

Fabio G. (Bufalotta-Roma)

santa giorni prima della scadenza, periodo indicato con precisione nelle condizioni del contratto.

Ove si tratti di **polizze poliennali (che durano più di un anno)**, occorre tener conto delle modifiche di cui è stata oggetto la normativa nel corso degli ultimi anni, soprattutto ad opera del **decreto Bersani**, il quale ha introdotto la possibilità di recedere annualmente e senza oneri, con un semplice preavviso di sessanta giorni, da tutti i contratti assicurativi poliennali sottoscritti dopo il 2 aprile 2007. La legge 99/2009 modificando l'articolo 1899 del codice civile, ha dato l'op-

portunità agli assicuratori di proporre al cliente coperture poliennali senza possibilità di recesso prima di un termine di 5 anni, garantendo in cambio sconti sui premi.

Alla fine del periodo in questione, il cliente può a sua volta tornare ad esercitare il diritto di disdetta anno per anno. In questo caso sia lo sconto applicato che le eventuali conseguenze devono essere esplicitate nel contratto.

Dott.ssa Maria Teresa Liotine  
Intermediario Assicurativo FPA srl

# Abbiamo occhio per i Pubblici Esercizi

*"Esperienze Professionali al Vostro servizio"*



**Se pensi di acquistare o vendere un'attività commerciale, la EMI è il tuo partner ideale**

Rif. 33/33/A Nei pressi di Piazza Mazzini vendesi attività di bar gastronomia fredda, attività ben avviata vicino ad uffici e alla Rai. Buoni incassi contratto di affitto nuovo canone € 1.250,00. Occupazione di suolo pubblico, richiesta economica € 130.000,00.

Rif. 22/22/BZ A giardinetti vendesi attività di Bar Pasticceria Tavola Calda, locale con cucina/laboratorio canna fumaria attrezzata anche con macchinari per Gelateria, 4 kg di caffè, buoni incassi, spazio esterno di competenza gratuito, locale di 200 mq, più 100 mq di magazzino al piano inferiore, contratto di affitto nuovo canone € 2.200,00. Richiesta economica € 220.000,00 trattabili

Rif. 08/02/BZ In zona Laurentina - Serafico in area limitrofa al mercato cedesi attività di bar gastronomia Tavola calda. Locale di 120mq totali oltre ampio spazio esterno condominiale, 8 posti interni più 32 posti esterni. Recentemente ristrutturato. Adatto per conduzione familiare. Richiesta economica Euro 110.000,00 tratt.

Rif. 01/40/M Nei pressi di via XX Settembre, vicino ai principali ministeri, si vende avviatissima attività di Bar Tavola calda Patentino di 120 mq 5,5 Kg caffè, sala interna 50 posti più spazio esterno rifinitissimo 40 posti. Doppio magazzino. Canna fumaria. Trattativa riservata

Rif.07/27/A Ai colli Portuensi vicino Via di Monte Verde cedesi Bar tavola fredda mq 40.Caffè kg 2,5 giornalieri 110 lieviti, ottimi incassi Richiesta economica 149.000 euro trattabili

Rif. 05/19/CB Cedesi Bar Patentino tabacchi slot zona Prenestina nei pressi di largo Irpinia Mq 70 C1+ 70 mq C2, kg 2,5 di caffè 120 lieviti 16 posti interni 20 posti esterni, da ristrutturare. Ric. Economica euro 159.000,00 trattabili,

Rif.02/42/M Nei pressi della batteria nomentana

vicino scuole uffici e ministeri si cede BAR TABACCHI mq 70 con spazio esterno 3 kg caffè 140 lieviti G.V., super enalotto, incassi incrementabili ric. econ. 299.000 Euro

Rif.00/34/A Portuense cedesi Bar pasticceria gelateria 130mq con osp gratuita ,Gv, Slot, superenalotto, ampio laboratorio con canna fumarie e contratti di catering con importanti alberghi di Roma un furgone nuovo per le consegne e produzione propria di lieviti per se e per altri bar. Richiesta econom. Euro 330000,00 trattabili

Rif. 11/35/A Nei pressi di Via Oderisi da Gubbio su strada ad alta concentrazione pedonale e veicolare, si cede gelateria storica con laboratorio Mq 40 ottimi incassi richiesta economica Euro 85.000,00 trattabili

Rif. 10/20/CB A Via di Castel Porziano ad Ostia cedesi bar Patentino, G.V., tavola calda, Enoteca, Ristorante, Mq 170 con spazio esterno. Posti int 40 est.40, ristrutturato nel 2014 ,ottimi incassi. Richiesta economica 260.000

RIF. 00/25/CB Cedesi BAR zona ALBERONE buoni incassi 80 mq interni più giardino esterno di 100mq+ spazio esterno 16mq, buono stato. Richiesta economica € 110.000,00 trattabili

RIF 00/14/CP BAR gastronomia fredda nei pressi di piazza MEUCCI ottimo stato e ottima posizione, vicino mercato e fronte scuola. Buoni incassi 55 mq+ spazio esterno richiesta economica € 125.000 trattabili

RIF 00/15/10/BEL Nelle vicinanze di via Torrevicchia vendesi attività di Bar buffet freddo con Patentino Tabacchi, sisal supenalotto, gratta e vinci e slot. Locale spazioso di 80 mq con spazio esterno 20 posti. Cantina magazzino Richiesta economica Euro 59.000 trattabili

RIF 00/32/CB Su via Portuense nelle vicinanze di

Largo La Loggia cedesi attività di BAR PASTICCERIA, con canna fumaria e un grande laboratorio per un totale di oltre 110 mq. Con gratta e vinci e Sisal superenalotto, Richiesta Economica Euro 190.000 trattabili

RIF 13/03/BZ In via della Pisana cedesi Forno avviatissimo con doppio laboratorio. Superficie di 100 mq con 2 vetrine vicino istituto scolastico e in una zona ad alta percorribilità. Richiesta economica euro 130.000

RIF 07/04/M Bar gelateria gastronomia e pasticceria nelle vicinanze di via Acaia, vicino al mercato rionale ed a istituti scolastici si cede. Locale di 100 mq con canna fumaria, triplo laboratorio posti interni ed esterni. Richiesta € 250.000

RIF 04/25/M In zona casale de pazzi cedesi attività di Bar gastronomia fredda con patentino tabacchi e slot. Sala interna 20 posti più ampio spazio esterno di pertinenza. Buon canone di affitto Richiesta econ. Euro 50.000

RIF 01/55/M In via tor de schiavi vendesi Pasticceria storica, laboratorio e vendita, macchinari nuovi. Buoni incassi, canone di affitto € 1330, mq 70. Richiesta economica 80.000 trattabili.

RIF 01/56/M Nei pressi di Via tor de schiavi vendesi attività di BAR gastronomia fredda, Mq 50 canone di affitto € 780. KG 2 media giornaliera. Richiesta economica € 89.000

RIF 003/BZ ATTIVITA' DI BAR PASTICCERIA CON LABORATORIO E CANNA FUMARIA VENDESI, IN ZONA CASAL DE PAZZI SI CEDE UN LOCALE NUOVO E ATTREZZATO CON SPAZIO ESTERNO PRIVATO ( NON PAGA OCCUPAZIONE SUOLO PUBBLICO) CON PIU' DI 30 POSTI, AFFITTO 1200 CONTRATTO NUOVO, BUONI INCASSI RICHIESTA ECONOMICA € 89000 TRATTABILI.

## Nuova convenzione

### L'A.E.P.E.R.

sempre attenta alle esigenze dei propri associati, è lieta di comunicare che è stato sottoscritto un nuovo accordo commerciale con **CONSULENZA & SERVIZI** di Andrea Mirante, agenzia dinamica specializzata nella mediazione e locazione Immobiliare. Grazie alla nuova sinergia commerciale con l'agenzia Immobiliare **CONSULENZA & SERVIZI**, i nostri associati potranno usufruire di un ventaglio di nuovi servizi a prezzi e condizioni vantaggiose.

**CONSULENZA & SERVIZI** opera nel settore dell'intermediazione immobiliare con successo grazie alle molteplici qualità che La rendono unica: In primis la conoscenza del territorio, la serietà, la professionalità e la collaborazione con affermati professionisti del settore con la loro esperienza decennale sempre in continuo aggiornamento. Grazie alla nostra professionalità e qualità – carat-

teristiche che ci rendono unici – siamo in grado di affiancare i nostri Clienti in tutte le scelte che riguardano la compravendita, la locazione, il finanziamento e la gestione patrimoniale. **CONSULENZA & SERVIZI** ha inoltre tutti gli strumenti giusti per garantire la tranquillità del Cliente, sia prima che dopo il rapporto intercorso.

Abbiamo innumerevoli servizi da offrire a tutti gli associati, anche per i più esigenti: Consulenza immobiliare: valutazioni gratuite, compravendita, stesura contratto preliminare, assistenza legale, consulenza notarile e fiscale, locazioni, permuta, gestioni patrimoniali.

**Marketing:** pubblicità sui più importanti quotidiani e periodici del settore, pubblicità su tutti i portali internet, produzione di brochures e depliant. Visibilità garantita al 100%.

**Consulenza Tecnica:** Il nostro staff tecnico è in grado di stabilire un'esatta stima degli immobili. Accertamenti ipotecari, calcoli

strutturali, certificazioni energetiche. Finanziario: abbiamo delle partnership finanziarie per accendere con agevolazioni qualsiasi tipo di mutuo e/o prestito.

Tra i vari servizi offerti in convenzione agli associati A.E.P.E.R. :

**Consulenza Immobiliare**  
**Architettura e Ristrutturazioni**  
**Consulenza Legale**  
**Consulenza Notarile**  
**Assicurazioni**  
**Relazioni Immobiliari**  
**Stesura Contratti**  
**Visure Catastali**  
**Planimetrie**

Se devi vendere/acquistare la tua casa, il tuo locale, la tua attività, o qualunque altro tipo di immobile, chiama in Associazione per ricevere informazioni e/o fissare un appuntamento con il Consulente in sede.



### 1)Descrizione

TALENTI VIA UGO OJETTI APPARTAMENTO DI AMPIA METRATURA LUMINOSISSIMO POSTO ALL' ULTIMO PIANO DI UNA PALAZZINA IN CORTINA COMPOSTO DA: AMPIO INGRESSO, SALONE DOPPIO, 2 CAMERE DA LETTO MATRIMONIALI, CAMERETTA, CUCINA ABITABILE, DOPPI SERVIZI, RIPOSTIGLIO E 2 BALCONI -

**Richiesta: €390.000**

Dettagli: Locali: 4 Bagni: 2 Superficie: 120 m<sup>2</sup> Superficie Esterna: 15 m<sup>2</sup> Piano: ULTIMO Cucina: ABITABILE Riscaldamento: CENTRALIZZATO



### 2)Descrizione

TALENTI VIA NICCODEMI RINASCIMENTO TERZO ALL'INTERNO DI UN COMPRESORIO DI NUOVA COSTRUZIONE PROPONIAMO LA VENDITA DI UN APPARTAMENTO CON FINITURE DI PREGIO E SERVIZIO DI PORTIERATO

COMPOSTO DA: INGRESSO, AMPIO SALONE, DUE CAMERE DA LETTO MATRIMONIALI, CUCINA ABITABILE, DOPPI SERVIZI, TERRAZZO DI CIRCA 250 MQ, CANTINA, BOX AUTO DOPPIO E PISCINA CONDOMINIALE. L'APPARTAMENTO E' INOLTRE DOTATO DI:- DOPPIO INGRESSO - IMPIANTO DI DOMOTICA - RISCALDAMENTO E RAFFRESCAMENTO A PAVIMENTO - SERRANDE ELETTRICHE - BAGNO CON VASCA IDROMASSAGGIO E DOCCIA - INFERRIATE - ZANZARIERE - DOPPI VETRI - PERGOLATO IN LEGNO SUL TERRAZZO - PISCINA CONDOMINIALE - SERVIZIO DI PORTIERATO

**Richiesta: €525.000**

Dettagli : Locali: 3 Bagni: 2 Superficie: 118 m<sup>2</sup> Superficie Esterna: 250 m<sup>2</sup> Piano: 1 Cucina: ABITABILE Riscaldamento: AUTONOMO Classe Energetica: A



### 3)Descrizione

MARCO SIMONE VILLA A SCHIERA TRILIVELLI DI AMPIA METRATURA RECENTEMENTE RISTRUTTURATA CON IMPIANTO FOTOVOLTAICO IN UNA ZONA DOTATA DI TUTTI I SERVIZI ALL' INTERNO DI UN COMPRESORIO PRIVATO COMPOSTA DA: AMPIO INGRESSO SALONE DOPPIO CON CUCINA A VISTA, 3 CAMERE DA LETTO MATRIMONIALI, TRIPLI SERVIZI, RIPOSTIGLIO, 2 BALCONI, AMPIO TERRAZZO, PICCOLO GIARDINO E SALA HOBBY CON ACCESSO INDIPENDENTE CON ANGOLO COTTURA E CAMINO, 2 POSTI AUTO IN GARAGE. L'APPARTAMENTO E' DOTATO DI: - 2 INGRESSI COMPLETAMENTE

INDIPENDENTI - 1 SERVIZIO PER OGNI PIANO - 2 CUCINE - CLIMATIZZATORI CALDO/FREDDO IN OGNI AMBIENTE - ZANZARIERE - TENDE DA SOLE - PERSIANE BLINDATE - PORTE BLINDATE - CASSAFORTE - INFISSI IN LEGNO CON DOPPI VETRI - IMPIANTO FOTOVOLTAICO ISTALLATO NEL 2012 - IMPIANTO DI IRRIGAZIONE - ANTI-FURTO PERIMETRALE E VOLUMETRICO

**Richiesta: €219.000**

Dettagli: Locali: 6 Bagni: 3 Superficie: 220 m<sup>2</sup> Superficie Esterna: 50 mq Piano: VILLA Cucina: ANGOLO COTTURA Riscaldamento: AUTONOMO



### 4)Descrizione

ADIACENTE VIA NAZIONALE VIA MODENA IN UNA SILENZIOSISSIMA PALAZZINA DEL 1800 PROPONIAMO LA VENDITA DI UN LUMINOSISSIMO APPARTAMENTO CON ENTRATA INDIPENDENTE COMPOSTO DA UN SOGGIORNO A VISTA 4 CAMERE DA LETTO MATRIMONIALI 4 SERVIZI RIPOSTIGLIO ED UN TERRAZZINO PRIVATO DI CIRCA 30 MQ. L'APPARTAMENTO E' STATO RECENTEMENTE RISTRUTTURATO E SI PRESENTA ADIBITO A STRUTTURA RICETTIVA. POSSIBILITA' DI ACQUISTARLO COMPLETAMENTE ARREDATO

Dettagli: Locali: 5 Bagni: 4 Superficie: 110 m<sup>2</sup> Superficie Esterna: 35 m<sup>2</sup> Piano: 1 Cucina: ANGOLO COTTURA Riscaldamento: AUTONOMO

**Richiesta: €589.000**

# 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 similari*) 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 SERVIZI** che propone agli esercenti associati tutti i servizi dei quali hanno bisogno.

La quota associativa annuale è di **120 Euro**: il versamento può essere effettuato tramite c/c postale n. 940007, e attraverso i nostri consulenti divisi per zone.

## IGIENE E SICUREZZA:

**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.

## I SERVIZI DELL'ASSOCIAZIONE I VANTAGGI DI ESSERE ADERENTI

### 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 del commercio e della somministrazione. Corsi HACCP relativi personale responsabile/personale qualificato. Corsi Professionali RSPP (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, avviamento commerciale, 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 Salarì), controcensie 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 Municipali - Assessorati alle Attività Prodotti 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.

### 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 tramite c/c postale oppure 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.

AI CONSULENTI DI ESERCENTI SERVIZI SRL SONO STATE AFFIDATE DELLE ZONE DI ROMA E PROVINCIA PER OFFRIRE UN SERVIZIO CAPILLARE:

- Sergio Montagnoli, Municipi II°, IV°, V°, VI° e VII° tel. 334/6066519.
- Massimo Allegro, Municipi I°, VIII°, XI° e XII° (Trastevere e Testaccio) - tel. 334/6066515.
- Gianluca Carini, Municipi XIII° e XIV°
- Domenico Fiume Municipi IX°, X° e zona litoranea della Provincia di Roma - tel. 334/6066523
- Stefano Bulzonetti, MUNICIPI: I, IX TEL. 334/6066522
- Massimo Belloni Municipi XIII°, XIV° e XV° tel. 333/1568147.



### **MEDIAZIONE IMMOBILIARE EMI SRL**

Via del Circo Massimo, 9  
00153 Roma  
tel. 06/5783292 - fax: 06/57135252  
e-mail: direzione@emivendite.it  
www.emivendite.it  
**Consulenza&Servizi  
di Andrea Mirante**  
Via Valle Viola, 48 00141 Roma  
06.60655527 - Mob. 329.2043405

### **FORMAZIONE AROMALAB**

Corso per banchisti con certificazione  
per l'ottenimento della licenza di som-  
ministrazione, corsi di perfeziona-  
mento - Via di Tor Cervara, 273  
00155 - Roma (RM)

### **TECNICISTICA**

**T.E.M.A.** - Estintori  
**IGMA** (Impresa Gestione Manuten-  
zione Ambientale) Disinfestazioni  
**C&P** Certificazioni Impianti  
di messa a terra

### **ARCH. ROMANO MARIA VALLI**

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

### **ARREDAMENTI, MACCHINE E ATTREZZATURE**

**GIACON** - Arredi design  
Via Prenestina, 167  
00010 Galliciano nel Lazio (RM)

### **GROSSLAZIO**

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

### **SIVER** - prodotti e attrezzature per il mondo della ristorazione

Via Idrovore della Magliana, 155  
00148 Roma

**CORS DESIGN** - Studio di architetti,  
soluzioni di arredo- [www.corsdesign.it](http://www.corsdesign.it)

Novembre 2017

### **LOCALIARREDA**

Arredamento e fornitura di  
attrezzature per locali commerciali  
Via Carpineto, 24 - 00172 Roma

### **FORNITORI CAFFE' CAFFE' MORGANTI**

Via di Tor Cervara, 236  
00155 Roma

### **FORNITORI LATTE panna e derivati**

**ARIETE FATTORIA LATTE SANO**  
Via della Muratella, 165  
(Ponte Galeria) - 00148 Roma

### **FORNITORI PRODOTTI SPECIFICI GELIMONT**

Ingredienti per gelateria e pasticceria  
[www.gelimont.com](http://www.gelimont.com)

### **ATRE CONVENZIONI**

**SIAE** - Sede Regionale Roma  
Via Po n. 8/b - Centralino: 4 linee r.a.  
Tel. 06-8552551

## **ASSOCIAZIONE ESERCENTI**

# **CALENDARIO dei CORSI di FORMAZIONE OBBLIGATORIA**



### **Novembre 2017**

**Martedì 7 Novembre:**  
Corso HACCP I unità formativa

**Martedì 14 Novembre:**  
Corso Haccp II unità formativa

**Giovedì 16 Novembre:**  
Corso Haccp III unità formativa

**Martedì 21 Novembre:**  
Corso Antincendio

**Giovedì 23 Novembre:**  
Corso Sicurezza dipendenti

**Martedì 28 Novembre:**  
Corso Rls 2 - Modulo 2

**Giovedì 30 Novembre:**  
Corso Rls 2- Modulo 2

## **'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 2017

*Direttore*

Claudio Pica

*Direttore Responsabile*

Romano Bartoloni

*Comitato di redazione*

Adalberto Ornelli

Giacomina Desideri

Francesco Innocenti

Finito di stampare  
nel mese di NOVEMBRE 2017  
da Ricci Arti Grafiche per conto della  
Pubblimax srl Roma - Tel. 065503605  
E-mail: [pubblimax\\_m@libero.it](mailto:pubblimax_m@libero.it)

I Sapori, cio che tutti gustano ...  
... ma pochi conoscono!

Vieni a provarli a ...

# L'Officina del Sapore

Waldorf Astoria,  
Roma

11 / 12 Novembre

