L'ESERCENTE

A.E.P.E.R.- ASSOCIAZIONE ESERCENTI BAR CAFFÈ GELATERIE LATTERIE PASTICCERIE PUBBLICI ESERCIZI DI ROMA E PROVINCIA
Via del Circo Massimo, 9 - 00153 Roma Tel. 06 5728885406 57288790 Fax: 06 57300337 www.associazionebar.it - esercenti@libero.it
74° ANNO DALLA COSTITUZIONE 1944-2018 - ASSOCIAZIONE ITALIANA GELATIERI - Comitato Italiano per la Valorizzazione del Gelato Artigianale

SIGEP, l'abitudine a rimanerne sempre e comunque stupiti

ANNO XXX -n. 1 GENNAIO 2018 "Poste Italiane S.p.a. Spedizione in abbonamento postale 70% Roma - DCB Roma". Direzione e redazione: Via del Circo Massimo, 9 - 00153 Roma Tel. 06.57288854 r.a. Direttore: Claudio Pica - Direttore Responsabile: Romano Bartoloni - Aut. Trib. Roma n. 205 del 12/04/1985 - Abbonamento annuo Euro 12,00 C/C Postale n. 940007 - L'Esercente viene inviato in omaggio ai titolari rappresentanti di 56.500 Pubblici Esercizi Gelaterie Bar Latterie Pasticcerie e similari associati.

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.

1936 – 2016

La Natura è una Storia dolcissima.

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

800 833057

unigelitalia.com

unigel nordpol

Da "capitani" .... l'obbligo di ringraziare la nostra squadra di gelatieri

Editoriale

Nella qualità di Segretario Generale dell'Associazione Italiana Gelatieri, voglio innanzitutto ringraziare il Presidente Vincenzo Pennestrì per il suo operato e per aver contribuito alla crescita professionale di tutti i gelatieri e a raggiungere tutti gli obiettivi del 2017 e per tutto quello che stiamo mettendo in atto per il 2018 con tutti i successi che abbiamo avuto. Ringraziando Pennestrì, intendo ringraziare ed abbracciare tutti i nostri gelatieri che quest'anno hanno fatto davvero cose encomiabili e si stanno prodigando come una squadra che si muove all'unisòno, per un 2018 che si prospetta davvero interessantissimo. Hanno riportato successi in tutte le competizioni, si sono dimostrati presenti ed affidabili in ogni nostra manifestazione, seri in tutti i corsi ed i workshop, bravissimi nell'organizzare nuove iniziative, creativi nell'elaborazione dei nuovi gusti di tendenza, molto intelligenti nella comunicazione e fortemente presenti in maniera positiva sui social media ed i mezzi di comunicazione…insomma… abbiamo posto le basi per un'A.I.G—S.I.G.A. giovane, di esperienza e con grandi prospettive per il futuro del gelato artigianale italiano !

I risultati raggiunti nell'anno passato saranno di sprone ad ambire verso nuovi obiettivi

L'Associazione si sta muovendo in modo programmatico: dopo aver creato negli anni passati le figure degli Ambasciatori del gelato artigianale italiano nel mondo e dei Cavalieri del gelato artigianale, ora ci sarà la nuova figura dei "Cavalieri juniores" che saranno i nuovi maestri gelatieri del futuro.

C'è un'altra grande notizia che mi preme portare a conoscenza: l'Associazione, si sta impegnando per aprire nuove sedi in tutto il mondo con l'obiettivo di portare avanti il "made in Italy". La scuola di gelateria artigianale, formazione e lavoro "Alberto Pica" che stiamo per ricomporre nella squadra e nel calendario dei corsi, e le nuove scuole di formazione all'estero, rientrano tra gli obiettivi di una nuova programmazione tesa alla formazione ed alla qualità professionale ma anche delle materie prime utilizzate, affinchè vi sia una maggiore uniformità nella produzione del vero gelato artigianale come si prefigge anche il Comitato per la valorizzazione del gelato artigianale. Ma anche una maggiore professionalità che è fondamentale per non perdere quote di mercato, dal momento che le gelaterie in Italia sono tantissime ma la competizione è oramai basata sulla qualità del prodotto che gli utenti sono in grado di apprezzare e sono in grado anche di capire.

Ringrazio tutta la famiglia e la squadra del Sigep, in quanto la nostra associazione ha partecipato al primo comitato tecnico tantissimi anni fa, e siamo fieri di annunciare che in occasione di questo Sigep 2018, presenteremo il libro sul grande presidente Alberto Pica!

Infine ma non ultimo, visto che il 4 marzo l'Italia si appresta alle Elezioni politiche, incalzeremo tutte le forze politiche affinchè ci presentino delle proposte per la piccola e media impresa, anzi , soprattutto anche per le micro-imprese, perché vi siano misure concrete a sostegno dei Pubblici Esercizi che sono il vero motore dell'economia nazionale ed un vero e proprio biglietto da visita per il turismo *made in Italy*.

Claudio Pica

1860 PERNIGOTTI

INGREDIENTI DI QUALITÀ PER GELATERIA E PASTICCERIA

Vi aspettiamo al Sigep 2018

Padiglione A3, Stand 140-142

Ingredients Factory

Alla vigilia della 39° edizione

SIGEP, l'abitudine a rimanerne sempre e comunque stupiti

Negli anni ci siamo abituati a non stupirci più di tanto per quanto messo in campo dagli organizzatori del SIGEP. A partire dalle sue anticipate campagne di comunicazione, che gli stessi nostri lettori possono vedere pubblicate con molti mesi di anticipo. Il "Wow!" e lo stupore impresso sul volto della ragazza di copertina, elementi che hanno accompagnato il messaggio promozionale dell'edizione 2018, hanno per l'ennesima volta colto nel segno.

D'altra parte lo stesso polo fieristico di Rimini rappresenta da quasi 40 anni il punto di riferimento del made in Italy più prezioso, legato al food e in particolare al dolciario artigianale. E' la rassegna mondiale che anticipa tendenze ed innovazioni di quattro diverse filiere, in quanto a materie prime, ingredienti, impianti e attrezzature, arredamento e servizi. È uno show che premia le eccellenze mondiali, presenta nuovi format, sviluppa il networking internazionale e fa crescere il business.

A prescindere dalla mirata campagna di comunicazione degli ultimi mesi

Obiettivo precipuo dell'edizione di quest'anno sarà quello di esprimere ancor di più il potente profilo di internazionalità, in particolare sotto il più pregnante aspetto qualitativo. Verranno proposti qualcosa come 900 eventi ed aree test a cura degli espositori, 32 competizioni di cui 7 internazionali (423 fra concorrenti e giudici) tutte legate ai complementari settori della gelateria e pasticceria, passando per quelli che già negli anni recenti hanno visto coinvolti il mondo del caffè e quello della birra. E come sempre Sigep rappresenterà anche una occasione di alta formazione: 13 gli stage coi grandi Maestri del dolciario artigianale; 92 fra convegni e presentazioni di nuovi progetti con qualcosa come 279 relatori.....
Nelle cinque giornate è attesa la presenza di 160.000 interessati visitatori, con oltre 33.000 provenienti dall'estero ed in particolare accreditati da 180 differenti Paesi. 1250 imprese saranno distribuite sulla superficie record (sold out da mesi) coi suoi 129.000 mq., raggiunti dal quartiere riminese con l´ultimo step di ampliamento ultimato la scorsa estate. Sarà quest'ultimo un motivo in più per convincere gli indecisi ad organizzare la trasferta anche all'ultimo minuto. Per tornare a riassaporarne il clima oppure, sempre che se ne trovino, ad esserne conquistati per la prima volta.

La Fiera di Rimini torna protagonista del dolciario artigianale con la 39a edizione di SIGEP. Come ogni anno, alla vigilia dell'appuntamento ritenuto il più importante al mondo, sicuramente per quanto concerne la gelateria artigianale, incontriamo **Lorenzo Cagnoni** e **Patrizia Cecchi**, rispettivamente **Presidente** e **Direttore** di **Italian Exhibition Group.**

Il Presidente Lorenzo Cagnoni

"Si scopriranno ancor nuove opportunità di business legate alla sfera artigianale del mondo dolciario"

Presidente Cagnoni, che Sigep dobbiamo aspettarci?

Sarà una edizione record. Sigep continua a mietere successi, per dodici mesi promuove e supporta le più importanti iniziative di promozione della filiera artigianale del gelato e poi nelle cinque giornate di fiera questa tela pazientemente tessuta raccoglie i risultati in termini di business per le imprese e di formazione per gli eventi in programma.

Sotto il profilo espositivo, ci saranno novità?

"Concluderemo proprio per il Sigep 2018 il piano di ampliamento del quartiere, che salirà a 129.000 mq., con soluzioni che agevoleranno sia la visita che gli spostamenti. L'obiettivo è quello di valorizzare al meglio tutti i settori merceologici in esposizione, con un'ulteriore caratterizzazione dei settori di riferimento, in primis gelateria e pasticceria, così come panificazione, cioccolato e anche il caffè, che avrà un padiglione in più dedicato. Abbiamo attivato numerosi interventi per agevolare arrivo, permanenza e ripartenza dal quartiere.

Qual è il motivo che deve spronare un operatore ad essere in fiera nelle giornate di Sigep?

Partecipa a Sigep, come espositore principalmente, ma anche come visitatore, chi vuol essere protagonista del processo di internazionalizzazione intrapreso dalle varie filiere. Il profilo di internazionalità distingue tutte le componenti: gli eventi, con i grandi campionati e le partecipazioni qualificate che derivano da selezioni compiute nei vari Paesi; la presenza di oltre 30.000 operatori professionali esteri dai cinque continenti; gli appuntamenti business coi buyer profilati provenienti dai Paesi più ricettivi per le filiere; i contenuti degli incontri che mirano ad accompagnare le imprese nel mondo, con piattaforme specializzate e dossier pronti per oltre cento Paesi; il programma di promozione del made in Italy che da anni viene sviluppato nel mondo durante i dodici mesi dell'anno. SIGEP è una fiera di caratura mondiale ed offre gli strumenti per consolidare le imprese del settore in ogni loro desiderio di sviluppo. Ecco perché è una presenza irrinunciabile.

Avete posto il focus sugli USA.

Perché promette straordinarie opportunità di business. Abbiamo promosso ricerche e al convegno

"Going Global" saranno disponibili precise informazioni e strumenti operativi, per una maggiore consapevolezza nell'affrontare il mercato oltreoceano. Saranno analizzate nel dettaglio le modalità su come operare nel settore americano, le criticità e le difficoltà da affrontare, con un approfondimento speciale sul delicato tema della scelta della location.

Altre opportunità di business?

Segnalo uno strumento operativo come il portale , che agevola e mette in contatto chi intende avviare una gelateria all'estero con le più valide aziende italiane di riferimento. Il portale è l'unica banca dati che mapperà, in oltre 100 paesi, i «TOP SUPPLIERS» – cioè i fornitori dei settori ingredienti, macchinari e arredo, ed i «TOP FRANCHISORS» - cioè le catene che sviluppano gelaterie artigianali in affiliazione. Il portale vede, inoltre, la collaborazione di Assocamerestero, che con le sue 78 Camere di Commercio è presente in 54 Paesi esteri.

Storicamente avete posto sempre attenzione alla valorizzazione delle associazioni di operatori.

E' uno dei segreti di Sigep, frutto di contributi autorevoli in termini di sapere e di creatività. Mi lasci spendere una parola in più per l'Associazione Italiana Gelatieri, per l'amicizia che ci lega e che ha generato straordinarie iniziative in questi anni. La filiera del gelato artigianale mantiene questo valore della rappresentatività delle associazioni, fondamentali per compattare il settore e accompagnarlo nelle rivendicazioni dei propri diritti. Vi aspettiamo a Sigep, stiamo lavorando per compensare la visita con una esperienza fieristica indimenticabile.

Il Direttore Patrizia Cecchi

"Ma la nostra bussola è già orientata verso tutto il food di qualità"

Direttore Patrizia Cecchi, uno dei segreti del successo di Sigep è la presenza di tante donne alla guida della manifestazione. Oltre a lei...., Flavia Morelli (Group Brand Manager) e per gli altri due brand, Gabriella de Girolamo (Gelateria) e Giorgia Maioli (Pasticceria ed altri settori). E' d'accordo su questa puntualizzazione?

Certamente! Aggiungo che il requisito fondamentale è però la passione con la quale noi tutti, dalle persone che lei ha citato a tutti i settori che interagiscono con Sigep, costruiscono la fiera giorno dopo giorno.

La bussola di Sigep dove indirizza il suo sviluppo futuro?

La nostra manifestazione è a tutti gli effetti uno dei campioni fieristici italiani ed internazionali nel settore food. La mission di IEG è di dare valore al miglior made in Italy, promuoverlo nel mondo ed esaltarne la qualità. Con una felice intuizione parliamo di 'bello e ben fatto italiano' e nel food abbiamo in mano un tesoro straordinario ed inegugliabile che tante aree del mondo attendono di incontrare a livello di business e di consumi. Ecco, la nostra bussola punta diritta a questo obiettivo.

Avete annunciato diverse novità: partiamo dall'accordo con Seeds&Chips, The Global Food Innovation Summit.

Sì, la collaborazione riguarda due appuntamenti centrali nel panorama fieristico italiano e mondiale: Sigep e BeerAttraction .

Seeds&Chips e IEG creeranno momenti di approfondimento sul tema della food innovation, offrendo a start-up e giovani innovatori la possibilità di farsi conoscere da un pubblico altamente qualificato di operatori e professionisti del settore provenienti da tutto il mondo.
Apriremo il 20 gennaio con la conferenza tematica "Food service 5.0", dedicata alle diverse tendenze del mercato e sulle ultime innovazioni internazionali, offrendo una panoramica completa di ciò che sta accadendo a livello globale. Il giorno seguente una 'pitch competition' dove una selezione di 10 start-up, alcune delle realtà più innovative nel settore food&beverage, si presenteranno ed esporranno i loro progetti.

E poi c'è l'accordo con WM Capital per 'Speed Date Franchising'.

Esatto. Abbiamo stipulato un accordo per garantire una innovativa opportunità di business che ci vede protagonisti con WM Capital, realtà qualificata nel Business Format Franchising che promuove la crescita delle imprese attraverso lo sviluppo di sistemi a rete in Italia e all'estero.

Gli appuntamenti di "Speed Date Franchising" si svilupperanno con incontri della durata di 10 minuti ognuno tra Franchisor del settore gelato artigianale e potenziali affiliati, al fine di promuovere lo sviluppo in rete sul territorio nazionale e oltre confine.

La formula del franchising gode di un particolare momento di crescita, come evidenzia l'Osservatorio Sigep che monitora oltre 80 catene italiane di gelateria con 2.000 punti vendita nel mondo di cui più di un quarto all'estero. Prendendo in esame il dato aggregato delle catene che hanno già depositato il bilancio 2016, il fatturato cresce del 9,42% rispetto all'anno precedente.

Altri obiettivi internazionali?

Oltre agli Usa, mercato focus per Sigep 2018, segnalo che dal primo dicembre la Camera Italo-Brasiliana del Minas Gerais è diventata "Local Partner" del portale Sistema SIGEP. Per il gelato si aprono quindi grandi opportunità di sviluppo in Brasile, uno dei mercati più promettenti per il settore.

Ci riepiloga i principali eventi per la gelateria artigianale?

Nel 2018 tornerà la Coppa del Mondo della Gelateria che organizziamo col supporto di gelato & Cultura. Ci saranno 12 squadre da tutto il mondo. Ovviamente ricordo il concorso internazionale riservato ai gelatieri "Memorial Alberto Pica", competizione che accompagna la manifestazione sin dal suo esordio nel 1980 con le varie proposte 'Torta dell'anno', 'Gelato al gusto nocciola' e '1.000 idee per un nuovo gusto – gelato dell'anno'. Aggiungo quanto legato al gelato funzionale e salutistico, la rivoluzione del "bilanciamento in nutrienti" portata avanti dai Maestri della Gelateria Italiana, che dal 2014 coniugano passione, ricerca, scienza e conoscenza dei gelati funzionali e salutistici. Se ne aggiungo tanti altri, a centinaia e a cura delle imprese presenti in fiera. Trovate tutti gli aggiornamenti sul sito sigep.it.

Come ritrovarsi in Fiera....

Tutto il quartiere della Fiera di Rimini sarà occupato dalle 1250 imprese protagoniste di SIGEP dopo l´ultimo step di ampliamento dell'area espositiva. 12 padiglioni dell'area Ovest (C1-C2-C3-C4-C5-C6-C7-A3-A4-A5-A6-A7)saranno dedicati alla gelateria artigianale. L´area Est del quartiere vedrà protagonisti prevalentemente la pasticceria (B1-B2-B4-B5-B6-D4-D5-D6), il cioccolato (B3) e la panificazione (B7-D7). Ai padiglioni A1-A2-D1-D2-D3 l´area dedicata al caffè che ospiterà anche i campionati italiani baristi e valevoli per il circuito internazionale del World Coffee Events.

s.c. impianti Srl

Progettazione

Vendita

Installazione

Assistenza post-vendita

Arredamenti per Pasticcerie Gelaterie e Ristoranti

06.26.49.16

info@scimpianti.com

www.scimpianti.com

ISA your visible value

friulinox refrigeration excellence

CARPIGIANI

Appuntamenti da non mancare

Concorsi .... che passione

Il sale della competizione, al Sigep come in altre analoghe (meno fortunate) rassegne fieristiche, ha sempre rappresentato un elemento di notevole attrattiva nei confronti dei visitatori e, tra essi, gli stessi gelatieri e i pasticceri della prima ora. I concorsi, quali quelli che l'AIG organizza da sempre durante l'appuntamento riminese, hanno visto, nel *palmarès* dei trascorsi vincitori, artigiani che solo più tardi avrebbero acquisito una certa popolarità e nella professione si sarebbero presi altre belle soddisfazioni.

Non solo limitatamente all'attività svolta presso la propria gelateria, ma anche calcando scenari di manifestazioni prestigiose, fino addirittura ad arrivare alle apparizioni televisive.

Vincitori premiati della scorsa edizione

Dal gusto classico della nocciola alla fantasia del "Mille idee", passando pure per le "torte gelato"

Il numero dei partecipanti ai concorsi negli anni è rimasto sempre piuttosto stabile, ma sono quasi sempre cambiati i nomi dei protagonisti, portatori delle insegne della loro gelateria. C'è da credere, anche in base alle iscrizioni già pervenute presso la segreteria dell'Associazione, che questo *trend* verrà rispettato anche in questa prossima edizione.

Concorsi che invece vedranno una gradita novità rappresentata dalla sfida che vedrà i gelatieri impegnati ad elaborare quei "Sorbetti (dal Mondo)" che dovrebbero sempre avere lo spazio che meritano, ma vengono incomprensibilmente trascurati anche nella scelta del consumatore. Per come rilanciarli, oltre al concorso, rimandiamo alle pagine successive, e scopriremo meglio anche come, per preparare un buon "sorbetto", sia meglio affidarsi ad un esperto ....

Il più classico dei concorsi rimane quello destinato al gelato di un solo gusto, quest'anno la nocciola, intitolato (*Memorial* Alberto Pica) ad una persona che è stata sempre un punto di riferimento nel settore della Gelateria, con la "G" maiuscola. Non mancherà il "mille idee per un nuovo gusto" che è invece nato e cresciuto sotto l'egida del Sigep e della Fiera di Rimini.

Più recenti sono le competizioni riservate ai cultori delle "torte gelato", altro elemento che andrebbe sfruttato in gelateria, specie in inverno quando c'è da tenere in caldo la clientela più abituata al consumo del gelato nella buona stagione, e agli "Ambasciatori" e "Cavalieri" già sele-

zionati tra gli iscritti all'AIG, i quali si cimenteranno in famiglia.

Infine, come inaugurato già lo scorso anno, i vincitori dei concorsi al gusto "nocciola", al "mille idee per un nuovo gusto" ed alla "eccellenza delle torte gelato" si sfideranno in un successivo *hit* conclusivo, che stabilirà chi potrà fregiarsi del titolo di "Gelatiere dell'Anno 2018" e succedere al vincitore della passata edizione, il palermitano Paolo Antico.

Siga - Associazione Italiana Gelatieri e Italian Exhibition Group

promuovono dal 21 al 23 gennaio 2018 un concorso internazionale per gelatieri italiani ed esteri.

Concorsi e premi

GELATO AL GUSTO NOCCIOLA
Memorial Alberto Pica
Martedì 23 gennaio alle ore 14.00 la giuria esaminerà i gusti gelato, premiando il miglior gelato al gusto nocciola. Saranno premiati i primi 10 classificati.

MILLE IDEE PER UN NUOVO GUSTO GELATO DELL'ANNO
Martedì 23 gennaio alle ore 14.00 la giuria esaminerà i vari gusti. Verrà conferito il primo premio al miglior gusto di gelato. Saranno premiati i primi 10 classificati

"L'ECCELLENZA DELLE TORTE GELATO" 4° EDIZIONE
Lunedì 22 gennaio alle ore 14.00 la giuria esaminerà le torte gelato. Verrà conferito il primo premio al gelatiere che avrà creato la migliore torta gelato a base **"Pistacchio"**. Saranno conferiti premi fino al 5° classificato

NOVITA' 2018 SORBETTI DAL MONDO
Domenica 21 gennaio alle ore 15.00 la giuria esaminerà i sorbetti. Verrà conferito il primo premio al miglior gusto di sorbetto. Saranno conferiti premi fino al 5° classificato

IL MIGLIOR GELATIERE DELL'ANNO

Primi classificati dei quattro concorsi gareggeranno per aggiudicarsi l'ambito titolo "IL MIGLIOR GELATIERE DELL'ANNO". La premiazione si svolgerà nel Pad. C7 alle ore 17.00 del 23 gennaio 2018

Ogni gelatiere che desidera partecipare al concorso deve far pervenire la propria adesione scritta alla sede della Segreteria Organizzativa Siga – Via del Circo Massimo, 9 00153 Roma, tel. 06/57288790 fax06/57300307, cell. 328 88 44 024 – fino al 18 gennaio 2018. Dal 19 gennaio in poi ci si dovrà rivolgere alla Segreteria del Concorso presso lo stand dell'Associazione direttamente in Fiera a Rimini (Pad. C7).

La quota di iscrizione è fissata in € 70,00. Se si vuole partecipare a più specialità occorre versare una quota per ognuna. Per ulteriori informazioni consultare il sito ***www.associazioneitalianagelatieri.it***

Convegno di inaugurazione

Potenzialità e prospettive per chi fosse tentato di investire all'estero

Proprio nella giornata d'apertura del Sigep è stato messo in calendario un convegno promosso da Sistema Sigep (da oltre un decennio rappresenta il punto di riferimento assoluto per gli operatori che intendono aprire una gelateria artigianale italiana all´estero) con focus sugli Stati Uniti, per capire quali sono le potenzialità e le prospettive per chi sarebbe tentato proprio da quelle parti di fare un investimento.

Una particolare concentrazione di gelaterie artigianali, che su tutto il suolo statunitense sono ormai arrivate a quota 1.000, si registra in Florida e, in generale, nella East Coast. I motivi sono molteplici, dalle favorevoli temperature alla forte presenza turistica e ai grandi parchi tematici, che alimentano il flusso turistico durante tutto l´anno.

"*Negli ultimi anni il mercato statunitense ha registrato una forte accelerazione del comparto gelato* - anticipa Antonio Verga Falzacappa, Amministratore di Sistema Gelato. *Il gelato italiano piace sempre di più in America, non solo perché è un prodotto artigianale ben fatto, ma anche per la sua innegabile forza evocativa: mangiare il gelato diventa sempre più una esperienza che va ben oltre il consumo e richiama ricordi ed emozioni dei viaggi nel Belpaese. Il gelato rappresenta, quindi, uno dei più potenti veicoli di promozione dell´Italia. Non a caso anche il design e l'arredamento dei locali puntano al richiamo di questa esperienza unica*".

Appuntamenti al SIGEP

Come si definisce il sorbetto e quale la maniera per produrlo al meglio

Il sorbetto è un dolce freddo al cucchiaio, considerato il progenitore del gelato. A base d'acqua può essere aromatizzato con frutta, puree o liquori. Talvolta confuso con la granita e con la gramolata, il sorbetto si differenzia da queste per la consistenza più simile al gelato.

La provenienza del termine è controversa. Diversi studiosi pensano che derivi dalla parola araba "*sherbeth*" (bevanda fresca), alcuni insistono sulla voce turca "*sharber*" (sorbire), altri indicano il verbo latino "*sorbeo-es-sorbui*" (sorbire o succhiare). In ogni caso sembrerebbe che il nome sorbetto venne adottato nel Medioevo come onomatopeico del suono fatto per succhiare le bevande fresche alla frutta.

Fu il siciliano Francesco Procopio Cutò – a cui è titolato lo Sherbeth Festival Internazionale del gelato artigianale di Palermo - a diffondere tramite il "Café Procope", aperto a Parigi nel 1686, il consumo di sorbetti speciali presso la borghesia europea.

La fama dell'italiano divenne così grande che Luigi XIV gli assegnò l'esclusiva per la fornitura a corte di "acque gelate" (le moderne granite), "fiori d'anice" e "fiori di cannella" (simili ai gelati alla frutta).

Oggi, per la 39° edizione del Sigep, l'Associazione Italiana Gelatieri, presieduta da Vincenzo Pennestrì e coordinata dal Segretario Generale Claudio Pica, ha deciso di omaggiare il sorbetto con un concorso dedicato: domenica 21 gennaio, infatti, la giuria esaminerà i gusti in gara e conferirà premi fino al 5° classificato.

Le novità di quest'anno per i concorsi organizzati dall'Associazione Gelatieri

Il sorbetto ricopre un ruolo speciale nella tradizione Italiana ed è per questa ragione che l'AIG ha fortemente voluto il concorso riservato alla sorbetteria. La forte motivazione del rispetto e della difesa del made in Italy, propria dell'AIG, si è imposta nell'ideazione, prima e nell'organizzazione, poi, di un concorso che ponesse il sorbetto al centro dell'attenzione del pubblico internazionale di cui fruisce il Sigep.

Inoltre l'AIG ha fortemente voluto questa competizione per esaltare

la netta differenza che separa il sorbetto al limone dal gelato al limone. Entriamo dunque nel merito di questa differenza, ci rende più edotti proprio il presidente Vincenzo Pennestrì.

"Nella preparazione del sorbetto ciò che conta molto è l'acqua, che deve solidificare solo in parte e, nella restante parte, rimanere liquida o microcristallizzata. L'aggiunta di zuccheri ha una duplice funzione: da un lato, mantenere parte dell'acqua in uno stato non solido grazie al suo potere anticongelante, dall'altro esaltare il sapore degli altri ingredienti solidi aggiunti".

"La giusta dolcezza, infatti – sottolinea Pennestrì - esalta i sapori. Difficile, però, stabilire a priori quale sia la dolcezza giusta, che varia a seconda della regione del mondo in cui ci si trova: mentre, ad esempio, in Marocco è apprezzata una quantità di zucchero pari al 20%, i Giapponesi ne sopportano al massimo un 10%.

rinfrescante privo dei grassi del latte e della panna. La frutta migliore per la sua preparazione è quella molto matura, il cui aroma è più intenso. Il gelato, invece, è con le sue proprietà anticongelanti, il miele, ancora più compatto dello zucchero, e le uova, che forniscono la lecitina in grado di emulsionare acqua e grassi.

E proprio il presidente Vincenzo Pennestrì ci rende tutti edotti sul modo di utilizzare e bilanciare gli ingredienti

Quando si prepara un sorbetto bisognerebbe scegliere un'acqua non troppo ricca di sali minerali e tenere conto dello zucchero già presente nella frutta, che contribuirà alla dolcezza tanto quello aggiunto tale e quale. Vietato, invece, aggiungere latte e derivati: chi sceglie il sorbetto è principalmente alla ricerca di un prodotto un dolce meno ricco di zuccheri rispetto al sorbetto, ma che fornisce anche le proteine del latte e, purtroppo, i suoi grassi, che però sono indispensabili per fornire la cremosità.

Oltre al latte, al suo interno sono presenti anche la panna, che aumenta la cremosità, lo zucchero,

Chi teme l'aggiunta dell'uovo a crudo a causa del rischio salmonellosi – conclude il presidente dell'Associazione - deve abbandonare ogni dubbio: il gelato viene pastorizzato e, quindi, il problema viene eliminato uccidendo eventuali germi con il brusco passaggio da altissime a bassissime temperature".

Alla luce di quanto detto, l'Associazione Italiana Gelatieri ti aspetta domenica 21 gennaio al padiglione C7 per fugare una volta per tutte ogni dubbio sul sorbetto e soprattutto conferirgli la giusta importanza in uno spazio espositivo come il Sigep di Rimini.

Roberta Tidona

Al SIGEP ci sarà anche l'occasione di presentare un libro dedicato ad Alberto Pica e a quanto la sua figura di Presidente d'associazione abbia inciso, per oltre mezzo secolo, nel mondo del "gelato" e non solo. Il volume, del quale qui anticipiamo una parte della prefazione, è stato scritto dal giornalista Giovanni Tagliapietra. La sua presentazione avverrà nella giornata di lunedì 22 gennaio alle ore 10,30 presso la Sala Neri.

Alberto Pica (1935-2015)

Una figura carismatica e un uomo capace di sussurrare ai potenti

Alberto Pica, gelatiere, leader carismatico e irresistibile capopopolo, sindacalista, imprenditore. Ed altro ancora. Cavaliere del commercio, sognatore e visionario, scomodo, irritabile e irritante, generoso e insieme insopportabile tiranno per i suoi collaboratori e dipendenti, spremuti fino al limite ed oltre e costretti a convivere con la imprevedibilità, la volubilità, l'approssimazione del loro signore e padrone. Insomma, un personaggio a tutto tondo che in tanti hanno conosciuto ma che pochi hanno conosciuto veramente dietro la maschera spesso umile e dimessa. Tutto questo è stato il "presidente", un uomo che con i gelati ha fatto la sua parte a Roma, che ha "contato" nella seconda metà del secolo scorso, che – come racconta qualcuno con rimpianto e un po' d'invidia – sapeva sussurrare ai potenti, giocando con i politici e con la politica riuscendo peraltro a non scottarsi. Insomma un personaggio a tutto tondo, noto a tanti ma veramente conosciuto, dietro la maschera, solo da pochi intimi. E' mancato il 2 ottobre 2015, lasciando un vuoto che il figlio Claudio lentamente sta cercando di riempire. E' venuta l'idea di parlarne, per evitare che la sua eredità vada dispersa, che la sua figura finisca banalizzata e che la foto-santino un po' alla volta ingiallisca e si confonda.

Lo vogliamo ricordare e raccontare in queste pagine (non celebrarlo, non lo avrebbe mai sopportato, le celebrazioni e le enfatizzazioni di qualsiasi tipo lo irritavano), nelle sue dimensioni pubbliche e private perché riteniamo che sia opportuno ed utile far conoscere gli aspetti meno conosciuti sullo sfondo delle idee, dei sogni, delle piccole e grandi rivoluzioni che hanno caratterizzato la sua vita. Per fare questo è opportuno contestualizzarlo, rapportarlo a quel periodo storico vivace,

convulso, e in rapida evoluzione che lo ha visto crescere e che ha caratterizzato il nostro paese, gli anni dello sviluppo, del boom e dell'assestamento, e della presa di coscienza di un settore, quello del commercio, che si è rivelato uno dei motori trainanti della economia italiana. L'Italia era ed è rimasta una realtà economica trainata da una rete di piccole imprese, e tra queste il commercio e gli esercizi pubblici hanno sempre giocato sempre un ruolo importante. Soprattutto a Roma, la capitale, la città della burocrazia e del turismo. Parliamo soprattutto degli anni Sessanta, degli anni Settanta, e via via dei periodi successivi fino all'assestamento-stallo che ancora oggi condiziona in modo pericoloso il nostro paese.

L'Italia non è e non sarà mai l'America, il paese delle opportunità,dove basta un'idea vincente per fare fortuna; ma chi ha avuto testa, fantasia, spirito di iniziativa, lungimiranza, come l'Alberto Pica di cui stiamo parlando, ha quasi sempre trovato lo spazio per fare molto, per aprire nuove strade, per disegnare scenari nei quali altri si sarebbero poi cimentati. Pionieri dei tempi moderni, in un certo qual modo, persone capaci di vedere oltre, di immaginare, di sognare.

E di trascinare tutto e tutti in avanti. Ce ne sono stati tanti, uomini e donne con una marcia in più, con il fuoco addosso, si diceva una volta. Certamente con una grande e acuta intelligenza, con fantasia, creatività, capacità innata di innovare, con una visione strategica che va al di là della estrazione sociale, della formazione, del livello culturale. Sembra un discorso enfatico, nella premessa di un libro che racconta un personaggio. Ma non lo è. E' invece la traduzione in termini descrittivi di una analisi, di fredde e distaccate considerazioni. Ci sono personaggi che muovono le montagne, altri che seguono. Ma questi pionieri non sono necessariamente personaggi da film, anzi, raramente sono in prima fila. Molto spesso sono ingombranti, scomodi, affatto piacevoli. Spesso vengono sottovalutati e fraintesi.

E Alberto Pica non era affatto facile, il carisma fa amare e odiare le persone che lo esercitano, quel piccolo grande uomo (quante volte lo hanno chiamato così…) ha avuto certamente anche connotazioni fortemente negative, limiti caratteriali, che hanno finito per condizionare le persone che gli stavano intorno, mettendo a dura prova la resistenza e la lealtà dei collaboratori, segnando pesantemente e determinando la vita dei familiari, la signora Maria, prima di tutti, che non ha mai abbandonato e non abbandona tuttora il suo posto di comando dalla cassa (piedistallo rialzato) della gelateria di famiglia, la Seggiola, circondata dalle fotografie di Alberto. E che ha vissuto al suo fianco una vita, dal fidanzamento nei primi anni Sessanta, fino alla scomparsa dopo una lunga e dolorosa malattia.

Non c'è l'Italia, ma è pur sempre "Coppa del Mondo"

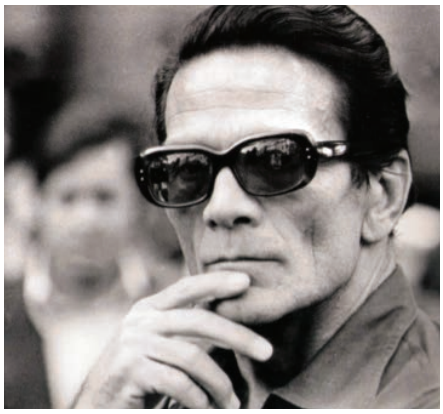
Nel pieno rispetto della sua cadenza biennale tornerà al SIGEP la Coppa del Mondo della Gelateria, competizione che vede la partecipazione delle migliori "scuole" mondiali di gelato artigianale. Per la VIII edizione ciascun Paese ha organizzato selezioni ed esibizioni ufficiali per schierare la sua migliore formazione. Argentina, Australia, Brasile, Corea, Francia, Giappone, Marocco, Polonia, Spagna, Svizzera, Stati Uniti e la new entry Ucraina saranno quest'anno le protagoniste.

Come da regolamento la squadra vincitrice dell'edizione precedente (in questo caso l'Italia), non potrà partecipare. Si annuncia comunque un'edizione spettacolare con 60 concorrenti, 14 giudici e 8 prove di gara, nell'ordine: vaschetta di gelato decorata, coppa decorata, mystery box, torta artistica gelato, alta cucina entrée, pezzi artistici e snack di gelato, oltre al gran buffet finale, ovvero la presentazione di tutti gli elaborati.

Gli azzurri vincitori della passata edizione

Quando il mondo classico sarà esaurito quando saranno morti tutti i contadini e gli artigiani, quando l'industria avrà reso inarrestabile il ciclo del consumo, allora la nostra storia sarà finita.

Pier Paolo Pasolini



Serve mettere al centro la "formazione" per non disperdere il patrimonio culturale della Gelateria italiana

L'artigianato è un bene comune che si tramanda di generazione in generazione: un bene che è di tutti, ma non appartiene a nessuno. Cantiere sempre aperto di un saper fare che si apprende per lo più in laboratorio, una linfa di culture che scorrono nelle arterie del tempo fin nelle mani del "nuovo artigiano", ossia di colui che "fa le cose" applicando ingegno e tradizione nell'ottica della scienza, che non è solo conoscenza, ma anche consapevolezza.

Il gelato artigianale italiano è uno dei prodotti di eccellenza della nostra cultura gastronomica e la figura di questo artigiano gelatiere è di centrale importanza per la protezione nonché la diffusione di un patrimonio di conoscenze e di pratica, codificate nel nostro Paese in testi e trattati già a partire dal XVI° secolo, che si sono approfondite nel corso del tempo e si approfondiranno negli anni a venire. Da lui dipendono la qualità del prodotto e quindi la tutela del mestiere e del consumatore.

Sotto questi auspici nasce l'Accademia intitolata al nome di Alberto Pica

Egli è chiamato a questo compito di capitale responsabilità ed è quindi suo dovere quello di perseguire e migliorare con passione la conoscenza della teoria, della tecnica e della pratica del suo lavoro: un artigiano al passo coi tempi,

che si documenta, che ricerca e sperimenta nel suo laboratorio nuove ricette e migliora quelle attuali, nel rispetto dello spirito della tradizione e delle caratteristiche intrinseche del gelato artigianale italiano.

Al centro di questa riflessione si pone l'Accademia del Gelato Artigianale Alberto Pica, nata dalla necessità di avere una istituzione che si faccia garante del trasmettere capacità e sapere multidisciplinare al fine di rendere l'artigiano libero, consapevole e soggetto attivo delle scelte operative, recuperando e valorizzando il suo mestiere. Tutto ciò non solo sul territorio nazionale, ma, in un'epoca nella quale il Made in Italy va più che mai difeso e divulgato correttamente, anche all'estero attraverso l'apertura dell'Accademia alla internazionalizzazione di tutte le sue attività.

In un settore spesso confuso dai mestieranti un fattore qualitativo essenziale è costituito da un profi-

Offrire le conoscenze e gli strumenti giusti ai gelatieri che verranno

cuo e produttivo radicamento nella comunità. La forma accademica, infatti, favorisce una condivisione di esperienze e culture attraverso un approfondimento e uno scambio di conoscenze al più alto livello e scevre da influenze di circostanza essendo catalizzatrice di docenti, tecnologi, esperti del settore ed artigiani di provata e lunga esperienza.

I corsi disponibili soddisfano le esigenze di coloro che desiderano ricevere sia un insegnamento di base che uno avanzato cui il primo è propedeutico, precisando che ai candidati verrà sottoposto un questionario per accertare il loro grado di preparazione. Durante i corsi è previsto un congruo numero di ore di laboratorio che vedranno un successivo necessario ampliamento in approfonditi stage pratici presso i laboratori di artigiani selezionati dall'Accademia. A corredo della formazione proposta, sono previsti ulteriori master di specializzazione in cui si potranno perfezionare e apprendere le tecniche più innovative nel campo.

Un aspirante gelatiere al culmine del suo percorso didattico non saprà solo formulare e realizzare in autonomia e consapevolezza il suo gelato ed organizzare la produzione, ma avrà tutti gli strumenti per porsi in modo competitivo, etico ed innovativo sul mercato grazie ad una solida e rigorosa preparazione teorica e pratica unita ad elementi fondamentali della gestione e promozione della sua attività artigianale. L'Accademia del Gelato Artigianale Alberto Pica, nel puro spirito della sua missione, rappresenta un riferimento costante e una risorsa a cui il neonato gelatiere può sempre attingere offrendo servizi di consulenza, assistenza e cooperazione alla sua attività nonché giornate ed incontri tecnici di approfondimento su tematiche avanzate, sia teoriche che pratiche, rivolti a gelatieri esperti.

Aldo e Fabio Pasquarella

Noleggio operativo di beni strumentali

Nolo&nd s.r.l. è una realtà che opera nel settore della locazione operativa, per offrire una soluzione definitiva alle esigenze di noleggio a lungo termine di:

beni strumentali
arredi per la tua attività
illuminazione led
veicoli per la tua azienda

NOLO&ND

collabora nel settore Ho. Re.Ca. con i principali produttori di attrezzature, tra cui:

CARPIGIANI
MEIKO The clean solution
oem
coldline
RATIONAL
ZERNIKE
OSCARTIELLE
FRIMA
winterhalter
GROUP

NOLO&ND

è partner ufficiale di:

AEPER
Associazione esercenti pubblici esercizi di Roma

ASSOCIAZIONE ESERCENTI PUBBLICI ESERCIZI ROMA
AEPER

Approfitta anche tu delle opportunità offerte dalla locazione operativa Nolo&nd

Alcuni esempi

Incrocia il valore dei beni con la durata scelta e trovi la rata mensile

	€ 5.000	€ 10.000	€ 15.000	€ 20.000	€ 25.000
24 mesi	247 €/ mese	491	721	961	1.201
36 mesi	170	336	489	652	815
48 mesi	129	254	377	502	628
60 mesi	99	198	295	394	493

Alcuni vantaggi

- canone costante, interamente detraibile fiscalmente
- nessuna influenza sugli studi di settore
- nessun anticipo
- possibilità di usufruire della propria assicurazione
- nessun obbligo di riacquisto al termine del noleggio
- Sicurezza della consulenza di un partner affidabile

i prezzi riportati si intendono IVA esclusa, sono da considerarsi indicativi e possono essere soggetti a minime variazioni
Istruttoria € 75,00 + IVA
proposta soggetta all'approvazione della finanziaria

contattaci allo 02 922.70.551

NOLO&ND
NOLEGGIO & MEDIAZIONI COMMERCIALI

Nolo&nd s.r.l.
Via Dante Alighieri 1
20080 Casarile (MI)

www.noloend.it
info@noloend.it

L'ESERCENTE di ROMA

Dalle diverse sponde politiche promesse di confronto con le Associazioni di categoria. Interviste a Marcello De Vito e Sabrina Alfonsi.

Intervista al Presidente dell'Assemblea Capitolina MARCELLO DE VITO

"Stiamo portando avanti il nostro programma attraverso il confronto di merito con gli esercenti"

Il confronto-scontro tra l'Amministrazione Capitolina e la categoria degli esercenti è una costante nella storia recente. I contrasti si sono acuiti negli ultimi anni e si è arrivati ad uno stallo generale. Il Campidoglio decide senza consultare le categorie produttive. Non sono stati solo i "grillini" a comportarsi così, certo non hanno fatto molto per migliorare il clima.

La nostra linea è orientata costantemente al loro ascolto, perché non solo sono state aperte le commissioni capitoline al pubblico - cosa mai fatta in passato - ma le proposte di delibera di iniziativa consiliare vengono discusse anche in presenza degli operatori e, a volte, proprio durante le commissioni dedicate. Le questioni aperte in tema di commercio sono numerose, soprattutto perché in precedenza sono state trattate parzialmente; questa Amministrazione sta lavorando per dare risposte puntando al riordino dei settori delle attività produttive.
In primis, ci siamo spesi da subito per una fattiva lotta all'abusivismo attraverso blitz ed interventi quotidiani che, come denunciato dagli stessi operatori, è una piaga che arreca molti danni alle attività.

Se con le Giunte precedenti ci poteva essere la sensazione che rappresentassero altri interessi o avessero una posizione fortemente ideologizzata, con la Giunta Raggi pare che il distacco tra chi decide e chi deve eseguire si sia fatto abissale. Possibile che il M5S non lo capisca?

Il M5S è composto da persone che si sono messe a disposizione per un servizio alla città che definire "complesso" è un eufemismo e che, di certo, punta a far riemergere quell'interesse per Roma che da anni è stato "deviato" per favorire altri interessi. Noi stiamo cercando di realizzare i punti del programma in tema di commercio e turismo, unitamente alla parte esecutiva, peraltro aprendo diversi tavoli con i rappresentanti di categoria. Un importate risultato raggiunto e che avrà riflessi decisivi anche sulle attività produttive è l'istituzione (finalmente) a Roma del Convention Bureau: una cabina di regia per il turismo congressuale e fieristico che porterà enormi risorse alla città e dunque anche agli esercenti.

Quello che gli esercenti chiedono non è poi così strano e complicato: decisioni condivise, lo sforzo di rispettare le regole in una condizione di legalità, ma anche di tener conto delle esigenze di chi lavora. Un margine di tolleranza ci deve essere da una parte e dall'altra. Non si governa solo con le multe.

Assolutamente sì. Ma il ripristino della legalità deve passare necessariamente anche dalle sanzioni. Poi serve anche una costante attività di controllo, basata sul buon senso e su una rivoluzione "dolce" e quindi graduale.

Gli esercenti chiedono una revisione profonda delle regole sulla occupazione del suolo pubblico, di quello sugli arredi, chiedono una azione decisa sull'abusivismo nel settore, una stretta e un con-

Qualche risposta alla necessità di un cambio di passo richiesto a gran voce dalle Associazioni di categoria

trollo sulle licenze. Prendono invece solo schiaffi in faccia. Non basta un incontro con l'assessore, con il presidente della commissione commercio. Ci vogliono fatti.

I fatti ci sono già. Il regolamento del commercio su area pubblica - un esempio tra tanti - verrà a breve modificato dall'Assemblea Capitolina proprio perché c'è stato un ulteriore dialogo con gli operatori, e attraverso il quale si è raggiunto un punto di sintesi ed un ulteriore miglioramento sulla modifica che riteniamo soddisfacente per entrambe le parti. Nel contempo, continuiamo a condurre istruttorie e controlli proprio sulle licenze, in passato concesse probabilmente con troppa facilità e senza una visione che tutelasse anzitutto il decoro nelle strade cittadine.

L'impressione è che il M5s non sappia che fare. Una cultura di governo, di amministrazione non si inventa in pochi mesi. E la conseguenza è una scarsa credibilità. La burocrazia è contro, i dirigenti sono ancora quelli scelti da "altri". Continueranno a vincere loro.

Alcuni contrasti invece, non solo con gli esercenti, sono nati proprio perché abbiamo una idea precisa di come regolare le attività, di come vogliamo trasformare la città. Non è un caso che, sul nostro nuovo regolamento al commercio ambulante, molti ricorsi al TAR siano stati presentati proprio dalle note famiglie che detengono la maggior parte delle concessioni. Lavoriamo con una macchina complessa che fa fatica a metabolizzare dei cambiamenti repentini, anche per questo c'è bisogno di procedere per fasi. Ma il lavoro dell'Assessorato e dei Consiglieri è sicuramente orientato a produrre il miglior risultato possibile e maggiore efficienza. Questo, a mio avviso, dovrebbe rappresentare una garanzia per chi ragiona in termini imprenditoriali.

Giovanni Tagliapietra

Una volta chiariti gli equivoci può finalmente partire l'attività della "Consulta" sul Commercio

Le polemiche che avevano accompagnato l'elezione delle cariche in seno alla Consulta sul Commercio del Primo Municipio, in particolare con la nomina a presidente di Fabio Mina, sono di fatto subito rientrate anche grazie alla mediazione messa in campo dall'AEPER e dal suo presidente Claudio Pica. A chiarire e dissipare gli equivoci un incontro chiarificatore svoltosi tra la presidente Sabrina Alfonsi ed il consigliere Matteo Costantini da una parte, ed il presidente di Confesercenti Valter Giammaria con gli stessi Fabio Mina e Claudio Pica, dall'altra.

L'attività della Consulta potrà ora essere avviata a pieno regime nel rispetto di quelli che erano stati i suoi presupposti fondativi e secondo un programma di lavoro nel quale saranno coinvolti tutte le Associazioni formalmente accreditatesi. Soprattutto quanto scaturirà dalla sua attività potrà incidere sulle scelte programmatiche ed operative che il Municipio, per quanto di sua competenza, potrà prendere in ordine a tutto il comparto delle attività produttive che gravitano all'interno del Centro storico della Capitale.

Intervista alla Presidente del Primo Municipio
Sabrina Alfonsi

"Contro l'abusivismo e a fianco degli esercenti che fanno sacrifici per operare sempre in un ambito di legalità"

Partiamo da un argomento che interessa da vicino molti esercenti. Sul circa mezzo migliaio di pratiche richiedenti altrettante concessioni di suolo pubblico, gli uffici del Municipio ora potranno contare su uno staff di tecnici messi a disposizione dal Ministro Calenda. Nel frattempo sono pure iniziati i controlli da parte di pattuglie "interforze" che pare abbiano preso di mira anche coloro che attendono sia esaminata la loro richiesta. Ogni tipo di abuso va giustamente perseguito, ma nei confronti di questi esercenti in attesa di ricevere una risposta, non si poteva prima attendere fosse espresso il parere di merito?

La farraginosità delle procedure e le carenze di organico dell'Ufficio Commercio del Municipio – da noi più volte evidenziate – costituiscono innegabilmente un danno per gli operatori economici. Il lavoro che stiamo facendo con il Ministro Calenda è proprio rivolto a dare delle risposte più rapide alle istanze degli imprenditori, per ora concentrandosi sulle occupazioni di suolo pubblico ma l'idea è quella di mettere in piedi un meccanismo virtuoso – tramite l'informatizzazione delle procedure – che consenta di abbreviare i tempi delle risposte con riferimento all'intero ambito delle competenze municipali.
E' un lavoro a favore degli esercizi commerciali, perché qualunque imprenditoria sana è bloccata dalla burocrazia. E quindi non va confuso con il giusto lavoro di controllo degli abusi, che da quattro anni a questa parte abbiamo cercato di portare avanti, a volte solo con il comando del primo municipio, altre insieme al Comando Generale e alle altre forze dell'Ordine. Un lavoro di controllo sul territorio necessario per salvaguardare il decoro delle nostre strade, a garanzia degli imprenditori sani perché l'illegalità è un agente di concorrenza sleale molto forte, perché l'imprenditore che paga i propri tavolini e il proprio personale ed è in regola con tutte le norme ha sicuramente dei costi aggiuntivi rispetto a quello che opera nell'illegalità, che vuole sfruttare la città e sicuramente costruisce per Roma e per il Paese.

Altrove è opinione diffusa che nel Municipio che ricomprende il Centro Storico, i cittadini residenti rappresentino quasi una sorta di gruppo di potere verso il quale chi ha la responsabilità di governo finisce ineluttabilmente con il doverne condividere anche le posizioni più oltranziste. L'organo politico di rappresentanza non dovrebbe tener conto anche delle esigenze che altre categorie di cittadini (vedi gli esercenti sul tema dei "tavolini") sostengono e mediare cercando di trovare un compromesso che almeno lasci le parti contrapposte scontente il giusto e quanto più possibile in egual misura?

Io non credo a questa rappresentazione che viene fatta di una presunta differenza tra il Primo e gli altri mu-

nicipi, almeno non in questi termini. Non penso si possa dire che nel primo municipio i cittadini rappresentano un gruppo di potere e negli altri non lo rappresentano; spesso si tratta del fatto che gli organi di informazione trattano con maggiore enfasi gli argomenti che riguardano il centro storico della capitale.
I cittadini sono cittadini e ovviamente chiedono una maggiore vivibilità in periferia e nel centro storico chiedono altre cose. Non ritengo ci sia una contrapposizione vera tra i residenti e i commercianti, e che tutta la vertenza sullo sviluppo sostenibile del centro storico si possa basare sui tavolini o sui dehors, io penso che quello sia solo uno degli aspetti del problema. Bisogna lavorare tutti nella stessa direzione, per realizzare un centro storico sostenibile, dove ci siano meno macchine di passaggio e meno macchine parcheggiate male, in doppia fila, sui marciapiedi; dove ci sia più spazio per una mobilità pedonale e ciclabile, dove ci siano meno tir che fanno il carico e scarico merci, sostituiti da mezzi più piccoli e preferibilmente elettrici.
Questo creerebbe più spazio, più vivibilità e permetterebbe forse anche di mettere un tavolino di più, nella legalità e nel decoro.

La recentemente insediata "Consulta del commercio" ha tra i suoi scopi quello di offrire un utile elemento di osservazione ai fenomeni che accadono sul territorio e che vedono direttamente coinvolte le attività produttive. Cosa si attende dal lavoro di analisi che verrà svolto dalle associazioni che ne fanno parte?

L'istituzione della Consulta per noi rappresenta l'apertura di una nuova fase. Quando sono stata eletta - ormai quasi 5 anni fa - in municipio c'era una situazione di migliaia di pratiche non lavorate e zero controllo sul territorio. Si era lavorato molto sui piani di massima occupabilità senza però poi farli attuare concretamente. L'aver voluto la nascita della Consulta sia da parte del Consiglio che della Giunta del municipio, nasce proprio dall'esigenza di mettere in campo uno strumento di confronto e di analisi utile anche per guardare allo sviluppo del territorio, un punto di contatto, tra l'amministrazione e le diverse componenti sociali. Una consulta partecipata, con le associazioni di categoria e le varie componenti del mondo commerciale, che sta sul territorio e che si può interfacciare anche con le richieste della popolazione. Tutto sempre con lo stesso obiettivo, quello di favorire l'imprenditoria sana e contrastare illegalità e degrado.

L'ovvia contrapposizione politica con chi oggi governa il Campidoglio si riflette su ogni pubblico dibattito e anche nelle discussioni da bar, che vedono attori i semplici cittadini.

"Non credo alla semplicistica rappresentazione che vede sempre i residenti contrapposti ai commercianti"

Tra questi c'è anche chi sottolinea come, da Rutelli a Marino, da Lobefaro alla Alfonsi, le più endemiche criticità del centro storico non siano mai state affrontate al meglio e risolte neanche quando a governare era lo stesso vostro schieramento politico

Sicuramente io non voglio farmi strumentalizzare e quindi non voglio che si giochi anche sulla contrapposizione politica. Oggi sicuramente per me è più difficile portare avanti dei progetti e delle battaglie, non avendo il sostegno pieno del Campidoglio. Avevamo cominciato con Marino avendo un'intesa di vedute che oggi sicuramente non c'è.

Oggi quindi bisogna solo governare il territorio, perché questo è quello che chiedono le persone che ci hanno riconfermato la loro fiducia, in un momento in cui Roma è passata praticamente tutta al M5S. Noi abbiamo provato a ristabilire un minimo di regole e decoro, anche togliendo e ridimensionando dehors che non erano più un luogo per far prendere all'aperto un caffè ma quello di realizzare vere e proprie cubature all'interno del centro storico; un esempio è quello di Via Poli o di Santa Maria del Pianto che erano delle vere stanze all'aperto. Restituire le piazze e i marciapiedi al libero uso dei cittadini è una battaglia che abbiamo fatto e che stiamo ancora portando avanti, seppur in solitudine, e la rivendico. Mi piacerebbe fare l'esempio di Via Veneto dove proprio insieme agli albergatori e ai commercianti stiamo portando avanti una riqualificazione anche togliendo quelle immense cubature che erano state concesse in tempi passati e che oggi sono sicuramente una cosa anti-storica. L'imprenditoria che sta su Via Veneto ci aiuta anche economicamente a fare questa riqualificazione, il che dimostra che hanno colto in pieno la giustezza dei nostri obiettivi e l'hanno condivisa.

A cura della Redazione

Prosegue il lavoro di rifinitura del progetto voluto dall'AEPER e dalle altre associazioni dei pubblici esercizi direttamente coinvolte

Prende sempre più forza la struttura organizzativa del "Consorzio Acquisti"

Siamo nel 2018 e anche quest'anno tutto lascia prevedere sarà caratterizzato dagli effetti di una crisi economica mondiale senza precedenti. Ma è crisi anche nella Politica, nella Rappresentanza e nelle strutture portanti che fino a qualche lustro fa, davano un senso al termine Società. La cosa che stupisce è la concomitanza di tutto ciò. Infatti, secondo l'evolversi naturale dei fatti, in presenza di messa in discussione di valori, economia e rapporti relazionali, l'uomo tende a fare gruppo, a unirsi a chi ha i suoi stessi interessi e con coloro i quali condividono le stesse sue problematiche.

Per fortuna delle PMI ed in questo caso in particolare dei Pubblici Esercizi, ci sono le associazioni di categoria, le cosi dette "verticali" come lo è l'AEPER che da sempre fanno tutela sindacale ed offrono servizi agli associati, per risolvere i problemi e trovare soluzioni concrete. Mentre le "grandi" strutture di rappresentanza oggi fanno solo offerta di servizi e pure a pagamento assai salato, le Verticali ancora li approntano per aiutare i soci a superare problemi e/o difficoltà economiche al pari di come svolgono la loro azione di tutela sindacale verso le Istituzioni quando queste fanno provvedimenti non in linea con le aspettative degli esercenti oppure intervengono in loro favore con soluzioni mirate ai tavoli della concertazione con l'Amministrazione pubblica.

Ed è in questo senso che è nato un anno fa, come i lettori dell'Esercente ben sanno, il Consorzio Acquisti promosso dal Presidente Claudio Pica dell'Aeper, Associazione storica che opera dal 1944 su Roma e Provincia di cui non serve dire altro, dall'Assoristoratori del Presidente Roberto Torretti che da sempre è impegnata nella ristorazione, nella difesa della tradizione Culinaria Romana e dei suoi piatti tipici e della Lupe di Fabio Mina che, pur se ultima nata, si è subito distinta per la grinta e la ferrea volontà di risolvere i problemi sindacali dei Pubblici Esercizi fin da quando è scoppiata la guerra dell'Occupazione Suolo Pubblico tra i locali di somministrazione e la Pubblica Amministrazione soprattutto al Centro Storico della Capitale. E chissà, forse è stato proprio lì, sulla strada, fianco a fianco per difendere gli esercenti scesi in piazza con le loro rappresentanze che è nato il sodalizio tra queste associazioni volte veramente alla tutela dei propri associati e dei Pubblici Esercizi in generale.

Sodalizio sfociato nella costituzione del Consorzio Acquisti, frutto dell'aver intuito che la crisi economica dovuta alla globalizzazione, unita agli effetti delle liberalizzazioni delle aperture nel settore dei Pubblici Esercizi che negli anni si sono dimostrate in realtà le più becere deregolamentazioni fino al selvaggio west per il comparto P. E., dovevano essere affrontate con strumenti economici in grado di permettere agli associati di non scadere nella qualità del servizio offerto e dei prodotti somministrati. Il più importante ed efficace in questi casi è proprio il gruppo d'acquisto perché permette d'operare un risparmio economico negli acquisti con l'obbiettivo di mantenere al contempo, un alto standard qualitativo dei prodotti.

Ed è cosi che oggi è pronta e sta partendo, la campagna di affiliazione al gruppo d'acquisto costituito dall'Aeper, dall'Assoristoratori e dalla Lupe che dovrà mettere insieme tutti i dati inerenti la quantità delle merci negoziate dai rispettivi associati per poi presentarsi ai fornitori forti dei dati acquisiti e negoziare vantaggiosi sconti sull'acquisto delle merci e delle materie prime. Certo, tutto sarà fatto seguendo la prassi dei "piccoli passi" anche per testare la struttura ed allineare gli ingranaggi

Un modo ancora più efficace per sostenere l'attività economica degli esercenti

ma vediamo nel particolare i vantaggi sia immediati che possibili, realizzabili da un Gruppo d'acquisto:

1. Economie di scala o "Potere d'Acquisto". Il primo e più immediato vantaggio offerto da un Gruppo d'acquisto è l'economia di scala. Il volume della domanda di acquisto aggregato ad esempio da una rete d'imprese di discrete dimensioni fornisce alle singole imprese quella economia di scala e conseguente potere d'acquisto che non potevano sperare di ottenere da sole.

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

3. Riduzione dei costi di transazione. Aderendo ad un Consorzio per gli acquisti, gli aderenti possono efficacemente semplificare i processi di approvvigionamento. Questo non solo riduce il costo unitario, ma anche i costi complessivi di transazione in base ad una riduzione del numero di contratti (da negoziare, realizzare e gestire).

4. Economie di Processo. La condivisione di informazioni di acquisti su: fornitori, nuove tecnologie, conoscenza del mercato oltre alla condivisione di esperienza storica di acquisto non solo evitano la ridondanza e riducono i costi di transazione, ma creano una economia di processo molto superiore a quella che ciascuna impresa aderente potrebbe raggiungere da sola.

5. Riduzione del Carico di Lavoro. Più avanti nel tempo, quando avrà consolidato le adesioni con il successo della sua iniziativa si potrà arrivare ad una gestione degli acquisti tramite il Consorzio addirittura trattando tutte le fasi per l'emissione e la relativa gestione dei contratti per conto dei consorziati, così che le singole imprese potranno avere una significativa riduzione del carico di lavoro, e saranno libere di concentrarsi sulle attività di vendita e quindi renderle più strategiche per la loro impresa.

6. Miglioramento delle procedure (best practice) nel tempo. L'organizzazione che gestisce il Consorzio per gli acquisti permetterà alle imprese della rete di migliorare i loro risultati attraverso la condivisione delle migliori procedure (best practice) in alcuni processi di business, sfruttando le competenze in specifiche aree funzionali. Infatti la maggior parte delle moderne organizzazioni che gestiscono un Consorzio per gli acquisti tendono ad organizzarsi utilizzando esperti di settore per ogni singola categoria merceologica gestita. Questi esperti di settore sono alla continua ricerca di sempre più efficaci metodologie atte a migliorare i processi, la qualità e l'efficienza del fornitore che garantirà una ottimizzazione dei processi a prezzi sempre più competitivi (Miglioramento del TCO - Total Cost of Ownership - ossia il costo totale di acquisizione).

7. Economie di tipo tecnico e miglioramento del TCO. L'organizzazione che gestisce il Consorzio per gli acquisti, in futuro, offrirà tutti i vantaggi legati alle proprie competenze d'acquisto nelle singole categorie che andrà al di là dell'iniziale vantaggio legato alla sola economia di scala. Infatti, una volta terminata la fase iniziale in cui si sfrutterà al massimo la forza dell'economia di scala per abbassare i prezzi, l'organizzazione che gestisce il GA userà la propria esperienza per aiutare le imprese in rete a far progredire la tecnologia di acquisizione, riducendo gli sprechi e ottimizzando l'uso dei beni e dei servizi che vengono acquistati.

8. Impatto positivo sull'utile per ogni singola impresa consorziata. E' noto che una riduzione dei costi sugli acquisiti, ad esempio del 5%, produce un aumento dell'utile di oltre il 2% e per ottenere lo stesso risultato le vendite dovrebbero aumentare di oltre il 20%...! Quindi il saving generato da una centralizzazione degli acquisti per le imprese produce un aumento dell'utile in ogni singola attività aderenti.
Chi ancora non crede che sia utile aderire ad una Associazione seria quale sono l'Aeper di Claudio Pica, l'Assoristoratori o la Lupe che operino veramente negli interessi dei propri soci, legga attentamente quest'articolo e rifletta più approfonditamente.

Dario Del Buono

In viale Aventino 32 il locale inaugurato poco più di quattro anni fa e già diventato un punto di riferimento dalla prima colazione al dopocena

Internazionale e tradizionale.....

E' così che "Rosso" ha sfidato la crisi

Di fronte si staglia il palazzone della FAO, a poche decine di metri ecco il Circo Massimo e i resti della Roma imperiale: è una posizione invidiabile quella di Rosso, il locale di viale Aventino 32 inaugurato poco più di quattro anni fa, nell'agosto del 2013. Davvero una bella sfida quella dei tre soci che hanno deciso di dare vita a "Rosso" in un momento in cui solo pensare che la peggior crisi degli ultimi decenni potesse finire appariva un'utopia. Ma hanno avuto coraggio e, caparbiamente, ostacolo dopo ostacolo, in quell'agosto di quattro anni fa hanno inaugurato il nuovo locale che può accogliere fino a 170 persone, tra interno ed esterno, e che oggi totalizza quotidianamente all'incirca 200 coperti.

"Rosso è nuovo sotto molti aspetti - racconta Marco, uno dei tre soci - Nuovo non solo per la sua giovane età, ma soprattutto per il concetto che sta alla base, per la ricerca e l'innovazione costanti che sono le nostre parole d'ordine". E infatti non è un semplice ristorante o un bar, una tavola calda o una pizzeria. Con i suoi quattrocento metri quadri di superficie, il ristorante, il bar caffetteria, il grill, il loft garden, la pizzeria e la cucina a vista, si propone come luogo di esperienza globale dove far colazione, mangiare a tarda sera dopo il cinema o il teatro. Qui si pranza a buffet e si cena alla carta, o semplicemente ci si ferma per un aperitivo. Qui dalle 7 a mezzanotte - e oltre se c'è ancora gente nel locale - ci si incontra, si chiacchiera, si festeggia, nascono amicizie, si parla di lavoro, di affari. Il grande spazio aperto è scandito in più aree, separate le une dalle altre da un elemento d'arredo, da un materiale privilegiato per quell'angolo, dalla disposizione su due livelli. Ma l'insieme appare armonioso, l'occhio percorre tutto il locale, si posa sulla pietra a spacco del grande bancone, sul parquet caldo del pavimento, sul ferro e sul legno dei tavoli, sul vetro e sui cristalli dei lampadari, sulle mattonelle in bianco e nero che decorano alcune aree.

Perché avete scelto questo posto?

Abbiamo scelto viale Aventino - racconta Marco - uno dei tre soci - perché è una zona centrale, frequentata dai turisti, ma non dalla massa, e dove mancava un locale del genere. Questo era un negozio di moto, ora è un posto che offre la possibilità di fare colazione, di pranzare a buffet tutti i giorni o di fare il brunch domenicale; di prendere l'aperitivo, di cenare alla carta e naturalmente di mangiare o bere qualcosa a qualsiasi ora della giornata. In qualche modo la vicinanza della FAO ha ispirato la nostra visione internazionale, ma molto hanno contribuito le nostre esperienze, i nostri viaggi, anche nella scelta dell'arredo che è un mix tra design e i nostri gusti personali.

Quali sono stati gli ostacoli iniziali da superare e quanto tempo avete impiegato per superarli?

Naturalmente l'ostacolo iniziale sono stati i rapporti con la burocrazia, le autorizzazioni, i permessi. I rapporti con i vari enti di riferimento sono stati e restano difficili e complessi: noi dobbiamo rapportarci con il Municipio, con il Comune e con la Sovrintendenza, visto che siamo in una zona archeologica. Per questo l'impatto esterno del locale è minimo. Ci piacerebbe fare qualcosa in più, ma le linee guida sono ben chiare. L'unica possibilità è seguire le regole, anche quando non sono coerenti. Per quanto riguarda i tempi, dopo aver in-

dividuato questo locale abbiamo impiegato quasi un anno per avviare l'attività. E poteva andare peggio.

Come siete organizzati per offrire un servizio così ampio?
"Abbiamo sei cuochi, compreso Bruno, il nostro pizzaiolo; ci sono inoltre tre aiuti, una pasticcera, due barman e cinque persone in sala. Sono tutti italiani, per il semplice motivo che noi crediamo che il concetto di ricerca in cucina sia nato in Italia, con la ricerca continua di buoni piatti, di materie prime di qualità, di accostamenti nuovi. E anche il personale di sala è appositamente formato per accogliere il cliente, fare in modo che si senta a suo agio, perché il suo tempo trascorso da noi sia un tempo vissuto appieno per relazionarsi, condividere, vivere l'esperienza del cibo. I feed back dei clienti sono essenziali per migliorare".

Che tipo di cucina offrite?
Una cucina internazionale, affiancata però dai piatti della nostra tradizione, preparati nel modo più classico oppure rivisitati. Un esempio? Il nostro "Rosso carbonara", vale a dire una carbonara rivisitata marinando il tuorlo dell'uovo con il vermouth e poi mescolando direttamente a tavola. E' molto apprezzata. Naturalmente proponiamo anche pizza cotta nel forno a legna, la specialità del nostro Bruno che lascia lievitare la pasta 48 ore per garantire un prodotto altamente digeribile. Quanto alle materie prime, solitamente scegliamo prodotti italiani, meglio se locali, anche se possono avere un costo più alto per noi. A guadagnarne è la qualità ed è per questo che la gente ci sceglie, che arriva anche da quartieri lontani. E poi abbiamo imparato che la parola "no" deve essere cancellata dal vocabolario: venire incontro alle esigenze della clientela è fondamentale.

Cosa pensa dei siti di recensioni e delle app che ormai dilagano?
Non amo che non ci sia alcun genere di controllo in queste situazioni. C'è chi dice che le recensioni su internet facciano parte di una strategia che non conosco. Che dire? A volte leggiamo recensioni fantastiche, altre volte non lo sono. Comunque leggiamo tutto: le critiche soprattutto vanno accettate e devono essere un punto di partenza per migliorare.

Qui si pranza a buffet, si prende l'aperitivo, si gusta la pizza, si festeggia, ci si incontra per mangiare o bere qualcosa ad ogni ora, in un ambiente raffinato ma accogliente

La massima disponibilità, la parola "no" cancellata dal vostro vocabolario, un'offerta così varia: è una politica che paga?

Direi di sì, anche se il periodo è ancora drammatico. Non siamo fuori dalla crisi. Ma la gente viene da noi, è contenta della nostra offerta e del nostro servizio. Inoltre abbiamo creato dei posti di lavoro. Direi che fino ad ora possiamo essere soddisfatti della strada fatta.

Maria Pia Miscio

Perché i quattro soci del locale hanno una sola parola d'ordine: "Mai dire no alle richieste della clientela"

SIVER, il marchio di fabbrica della famiglia Paolucci

SIVER
INGROSSO
FORNITURE ALBERGHIERE
E PER COMUNITA'

Al servizio del cliente .... che vuole fare ristorazione anche partendo da zero

Come il mito dell'Araba Fenice narra di un uccello sacro, simile a un'aquila reale, che morì in un bellissimo falò da cui rinacque con il piumaggio ancor più scintillante di prima, così la storia di Siver S.R.L. nasce dalle ceneri di un terribile incendio che, nel 1980, demolì la sua sede operativa, ma non riuscì a scalfire la tenacia imprenditoriale della famiglia Paolucci che ancora oggi tiene le redini dell'azienda. Dopo vent'anni di lavoro mirato e scrupoloso, oggi "Siver" è azienda leader nel settore delle forniture alberghiere (tra gli altri, si citano: Hilton, Sheraton, Holiday Inn, Novotel, Ibis) e della ristorazione all'ingrosso (mense, ristorazione scolastica e ospedaliera, comunità religiose, bar, stabilimenti balneari, catering, take away).

Con un magazzino di 30,000 m³ espositivi, un'offerta di 40,000 articoli in pronta consegna e un parcheggio per oltre 100 automezzi, non si stenta a credere, come in breve tempo, "Siver", dal cuore di Roma (via Idrovore della Magliana, 155), abbia conquistato la stima in ogni parte del mondo.

Attento e pronto alla soluzione per ogni diversa esigenza, lo staff di professionisti di Siver segue il cliente in ogni fase della sua esperienza di "acquisto": dalle personalizzazioni in ambito della cucina professionale - piatti, bicchieri e tazzine, tovaglioli, posate, menu in pelle o plastica e vasellame -, allo studio e progetto dell'allestimento

Con un magazzino di 30.000 m³ espositivi, un'offerta di 40.000 articoli in pronta consegna e un parcheggio di oltre 100 automezzi

Il locale com'era prima ....

Prendere ad esempio quell'ex garage di via del Gazometro "38" all'Ostiense, trasformato in uno dei locali più alla moda della capitale

SIVER, oltre al 3% già riconosciuto dalla convenzione con AEPER, riconosce agli associati un ulteriore sconto del 5% per acquisti minimi di € 3.000,00 (esente IVA)

di cucine e sale da pranzo. "Siver" insomma pensa *insieme* e *per* il suo cliente a soluzioni di arredamento e ambientamento per soddisfare sempre e al meglio ogni richiesta ed è sempre al passo con le novità del mercato di riferimento.
Entriamo però nel vivo di questa "voglia di fare ristorazione partendo da zero", come riferisce lo stesso Sandro Paolucci – Direttore Vendite, che per l'AEPER si è affettuosamente prestato alle domande per questo articolo.
Un caso esemplificativo di COSA e di COME "Siver" può essere al servizio della ristorazione è fornito in maniera esemplare da **Gazometro 38**, sito nell'omonima via.
Nato da un progetto tra amici, "Siver" ha trasformato un ex garage in un locale alla moda che mette insieme elementi vintage e hi-tech, per ospitare 100 persone e offrire due percorsi: quello della pizzeria, napoletana e romana, e quello dell'osteria romanesca. Grazie alla creazione di un disegno progettuale vincente, alla scelta convincente di dettagli di arredamento e design, fino alla completa fornitura delle soluzioni food & beverage, "Siver" ha firmato il look di Gazometro 38, che, nell'offerta enogastronomica della zona Ostiense, fa mostra di sé, tanto da definirsi "non un semplice ristorante dove mangiare e bere bene, ma un laboratorio di cucina in cui re-inventiamo le ricette, ricreiamo la tradizione. Le foto, poi, parlano da sole della magia compiuta da questo capolavoro di ristorazione.

.... e dopo la trasformazione

Consulenza Assicurativa

L'Esperto risponde

Se un dipendente mentre lavora si fa male, chi paga?

Luigi F. (Monteverde Nuovo - Roma)

E' buona norma, anche se non è obbligatorio, avere una polizza che copre anche questo tipo di rischio.
La sua responsabilità di imprenditore, conseguente ad infortuni sul lavoro o malattia professionale, espone in genere l'azienda a conseguenze risarcitorie non valutabili preventivamente.

Ne consegue che l'impresa, se vuole evitare immobilizzazioni a copertura del potenziale rischio è costretta a **ricorrere a forme di assicurazione privata per la responsabilità civile**.

Lo strumento per la tutela di questo rischio è rappresentato dalla **garanzia responsabilità civile verso prestatori di lavoro, anche detta R.C.O.**, generalmente abbinata alla R.C.T. (responsabilità civile verso terzi).

La garanzia RCO ha infatti il fine di tenere indenne l'imprenditore di quanto sia tenuto a pagare quale civilmente responsabile per le somme richieste dall' INAIL e/o dall' INPS a titolo di rivalsa e dall'autonoma pretesa risarcitoria del dipendente a titolo di risarcimento del danno non coperto dall'assicurazione di legge.

L'assicurazione è efficace a condizione che, al momento del sinistro, l'assicurato sia in regola con gli obblighi di legge.

Il premio assicurativo è generalmente determinato in base alle retribuzioni corrisposte ai dipendenti ed è necessario fornire il numero degli assicurati. Per questo è necessario aggiornare i dati forniti per evitare che, in caso di sinistro, il danno venga liquidato solo parzialmente.

Al fine di contenere il costo della polizza sono previste delle franchigie.

Dottoressa Maria Teresa Liotine
Intermediario Assicurativo FPA srl

Finanza • Previdenza
fpa
ASSICURAZIONI
GROUPAMA ASSICURAZIONI
Agenzia Generale N298
Via Vitellia, 63 • Roma 00152
Tel. 06.53.74.129 • fax 06.58.26.374
agenzia298@groupama.it • www.fpasrl.it

Groupama
Assicurazioni

Da sempre a fianco delle Aziende del settore
HO.RE.CA

Nel 2018 parte il progetto
REALE 4.0

In ragione delle passate tre fasi "commerciali" che hanno caratterizzato la ns storia di questi primi 65 anni

Si avvia un nuovo programma che rafforzi e amplifichi la ns specializzazione nel settore Horeca e ci consenta di seguire il **NS CLIENTE** da **PARTNERS** e **CONSULENTI.**
E' per questo che siamo veramente lieti e onorati, di annunciarVi che è stato avviato, con le Associazioni di rappresentanza federate AEPER, LUPE e ASSORISTORATORI, un programma di collaborazione a medio e lungo termine che prevede, tra l'altro, una serie di servizi:

- Consulenza Commerciale;
- Consulenza Tecnica;
- Corso di Caffetteria per il Vs personale;
- Corso di Latte Arte per il Vs personale;
- Corso di Mixology per il Vs personale;
- Corso di Sommelier per il Vs personale;
- Degustazione in sede;
- Realizzazione di Carte Personalizzate caffè, vini e cocktail;
- Organizzazione di eventi presso i singoli locali.

Diventare VS PARTNER è il ns obiettivo primario del 2018.

QUESTURA DI ROMA e AEPER

Il tradizionale scambio d'auguri di fine anno

Il lettore non distratto ricorderà come anche negli anni passati la nostra rivista non mancava l'occasione di resocontare l'augurale scambio di auguri tra i dirigenti della Questura romana e quelli dell'AEPER. Un'abitudine a suo tempo inaugurata dal dott. Francesco Tagliente (con il quale da allora i rapporti sono rimasti assai cordiali) ed ora proseguita con il suo successore, il Questore Guido Marino.

Come più volte sottolineato in passato lo scambio d'auguri in questo caso non è da intendersi come una semplice formalità, piuttosto una buona pratica dettata dal riconoscere quanto le Forze dell'Ordine dimostrino, sempre con esempi concreti, lo spirito di servizio tutto volto a garantire la sicurezza a tutti i cittadini romani, tra questi gli esercenti che, sappiamo essere, tra i soggetti più a rischio, rispetto ad episodi di criminalità.

Una grande famiglia, la Polizia di Stato, che abbraccia tutti i suoi collaboratori, un gruppo ben affiatato che, nella vita di tutti i giorni, è il motore perpetuo di una macchina operativa delicata e complessa. Per questo sotto forma di ringraziamento il presidente Claudio Pica , accompagnato dal suo staff, ha consegnato i panettoni natalizi ricevendo in cambio un generoso attestato di stima.

GELATO ARTIGIANALE
Consumi in ascesa inarrestabile

I numeri parlano chiaro e non possono essere …. taroccati. Il gelato artigianale non conosce crisi e premia chi è creativo ed investe in qualità. L´Osservatorio SIGEP ha stimato nel 2017 (per il periodo estivo in Italia) una crescita dei consumi pari a circa il 10%, con picchi del 15% nelle località turistiche. Il clima estremamente favorevole, una clientela alla costante ricerca di artigianalità e novità, un´offerta sempre più sofisticata che è passata da gelato da asporto, torte gelato e monoporzioni di gelato fino alla pasticceria di gelateria, sono gli elementi che hanno permesso di ottenere un risultato record.

Il mercato mondiale del gelato artigianale vale attualmente 15 miliardi di euro, con una crescita media del 4% l´anno tra 2015 e fino a tutto il 2017. L´Italia, dove il consumo del gelato è per 1/3 industriale e 2/3 artigianale, è il primo paese al mondo in cui si assiste a tale predominio nelle preferenze dei consumatori. In questi ultimi decenni i consumi si sono moltiplicati di sei volte. Non esiste un prodotto alimentare protagonista di uguale performance (Stime SIGEP . CARPIGIANI GELATO UNIVERSITY).

In Italia si allarga ancora la forbice rispetto al dato riferito all'ice cream

È sempre più capillare l´offerta delle gelaterie artigianali nel mondo. In Europa nel 2016 si contavano oltre 60.000 gelaterie delle quali 39.000 in Italia (10.000 gelaterie pure e 29.000 bar e pasticcerie con gelato), con 150.000 addetti. In Germania le gelaterie sono 9.000, mentre sono 2.000 quelle spagnole. In Sud America sono Argentina e Brasile a farla da padroni, con rispettivamente 1.500 e 500 gelaterie.

Ma è in costante crescita il gelato artigianale anche negli Stati Uniti, dove il termine gelato denota un prodotto *premium* ora utilizzato anche dai grossi produttori di ice-cream. In un mercato ormai saturo a volume, presentano prodotti con maggiore appeal per il consumatore, in modo da incrementarne il valore. Interessante notare come nelle statistiche americane compaia sempre più di frequente il riferimento al gelato artigianale, probabilmente grazie alle oltre 950 gelaterie del territorio che si fanno notare sui media per la capacità di offrire un prodotto di giornata, fatto con ingredienti locali e con un processo produttivo classico. I clienti, nei tanti negozi dove la produzione è a vista, ormai identificano tutto questo come segno di freschezza.

La Cina, che nel 2014 aveva superato gli USA nei consumi grazie alle 1.000 gelaterie artigianali, presenta interessanti spunti di riflessione per chi credeva che i consumatori del più grande mercato del mondo non potessero essere particolarmente attratti dal dolce freddo o dai prodotti a base latte. Anche per il mercato cinese, dunque, c'è spazio per nuovi ulteriori investimenti.

omab

BENVENUTI NEL MONDO OMAB

ARREDAMENTO GELATERIA

ARREDAMENTO PASTICCERIA

ARREDAMENTO BAR

TUTTO SU MISURA

ATTREZZATURE

CONSULENZA

POST VENDITA

FORMAZIONE

CARPIGIANI ISA Stero Pomati CHOCOLATE TECHNOLOGY

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.

Il convegno della Fiepet Confesercenti

Saper fare marketing e comunicazione per restare competitivi

Confesercenti, assieme alle altre confederazioni di settore, discretamente supportate dalle forme di incentivo all'uopo messe a disposizione dalle locali Camere di Commercio, nell'ultimo periodo stanno molto spingendo sulla necessità che anche la più piccola impresa commerciale debba assumere i più elementari elementi di "automazione" e soprattutto di interconnessione digitale al sistema dell'offerta di beni e servizi, ovviamente quelli che più da vicino la riguardano. Concetti questi che forse possono apparire un po' astratti, ma che, chi avrà l'occasione di essere presente al Sigep potrà meglio "afferrare" presenziando al dibattito organizzato dalla Fiepet Confesercenti nella mattinata di lunedì alla sala "Neri".

In quella sede i relatori cercheranno di focalizzare le strategie che un ristorante, un bar, un pubblico esercizio in genere, dovranno attuare, in forma di marketing e comunicazione, per confermare il proprio ruolo di impresa turistica, nonché di funzione sociale aggregativa nei confronti della platea degli stessi cittadini utenti.

Al convegno parteciperanno la presidente nazionale Fiepet, Esmeralda Giampaoli, il sottosegretario uscente al Ministero ai Beni Culturali ed al Turismo, Dorina Bianchi, il già deputato del M5S, Mattia Fantinati, il giornalista-editore, Franco Puglisi, i presidenti dell'Aeper e dell'Associazione Italiana Gelatieri, rispettivamente Claudio Pica e Vincenzo Pennestrì. Al dibattito, moderato dal direttore stesso della Fiepet, Tullio Galli, è previsto il saluto del Direttore del Sigep, Patrizia Cecchi.

A Rimini ha trovato casa anche tutta la filiera del caffè

Entrato dall'edizione passata nella denominazione ufficiale del Salone, il mondo del caffè torna a riunirsi al Sigep, riconosciuto ora a livello internazionale per l´impegno nella valorizzazione della professionalità del barista e di tutta l´industria della filiera. A Rimini, infatti, si svolgeranno competizioni d'ogni tipo sempre aventi come comune denominatore l'arte di preparare un caffè, ma sotto forma di svariate, più creative, declinazioni.
D'altra parte parliamo di un mercato ancora in continua espansione. La media del consumo in Italia è di 1,5 tazzine al giorno. Nel 2016 i volumi sono cresciuti del 24,5% e sono ormai 4,5 i milioni di italiani che lo consumano d´abitudine. Tra export, consumi domestici e quelli al bar, ristorante e hotel il giro d´affari si attesta a 2 miliardi di euro (fonte: Nielsen). Giro d´affari che beneficia dell'ormai onnipresente *e-commerce*.

Intervista ad Esmeralda Giampaoli, Presidente Fiepet Confesercenti

"Servirebbe studiare management a piccole dosi, per poter affrontare al meglio le sfide del futuro"

Abbiamo .... abusato della disponibilità della presidente Esmeralda Giampaoli proprio all'immediata vigilia di Capodanno e scoperto (ma questo era solo un aspetto della nostra ignoranza) quanto l'interlocutrice del momento meritasse di rappresentare in tutti i suoi articolati aspetti una categoria che avrebbe tanto bisogno di essere supportata anche con altro tipo di competenze, oltre che tutelata ai vari livelli di confronto istituzionale. L'approccio all'intervista non poteva che partire dal convegno organizzato dalla Fiepet a Rimini, durante le prossime giornate del Sigep.

Presidente Giampaoli, il tema scelto per il dibattito vuole rappresentare una chiamata alla consapevolezza degli esercenti, che per cogliere soprattutto tutte le opportunità che il Belpaese offre in termini di attrazione turistica, dovrebbero utilizzare gli strumenti del marketing e della comunicazione, per adeguatamente sfruttare questa risorsa....

Esmeralda Giampaoli

"I dati ci dicono che la recessione economica ha colpito quella parte di colleghi che meno si è evoluta professionalmente, oltre a quella, beninteso, che non ha potuto disporre delle risorse economiche necessarie ad investire sulla sua impresa. Il turismo per molti è stata un'ancora di salvezza. Gli esercenti meno giovani hanno spesso fatto ricorso al <fai da te> per improvvisarsi artigiani del marketing e della comunicazione. Un po' di più hanno potuto apprendere le start-up; quella formazione tutta teorica che un tempo non si faceva, anche se digerita malvolentieri da chi ha fretta di iniziare a misurarsi nel proprio ristorante o nel proprio bar, ha consentito ai più giovani di fruire di un migliore approccio tecnologico, per partire avvantaggiati rispetto alle precedenti generazioni. Direi che quello che manca ancora, ma il solo tema del convegno non poteva svelare tutto quanto avremmo detto nel corso del dibattito, è ben riassunto, ovviamente in inglese, da un'altra parola: management. Il suo significato, non solo in termini di traduzione per coloro che non hanno sufficiente dimestichezza con quella lingua, magari cercheremo di esporlo nell'incontro di Rimini".

Passiamo ad altri due argomenti che in questi ultimi anni sono sempre stati al centro dell'attenzione.

Se si parla di Centri storici delle città non può essere rimosso il tasto dolente dei provvedimenti che sistematicamente hanno penalizzato e penalizzano l'esercente e che vengono emessi dalle amministrazioni comunali per prevenire i fenomeni negativi riconducibili alla *movida*. Su questo argomento qual è il suo pensiero?

"Da quando il problema ha assunto i suoi connotati, dobbiamo ammettere come non siano stati fatti passi in avanti per quanto meno cercare di limitare il danno economico, di cui sicuramente gli esercenti pagano il prezzo. Giusto che i residenti possano godere della tranquillità notturna. E' un loro sacrosanto diritto. Altrettanto giusto che per cercare un po' di svago, turisti e cittadini di altri quartieri possano trovare nel locale pubblico del centro città una sponda ideale per vivere sobri momenti di allegria. E' un po' meno giusto che gli esercenti debbano, oltre a patire limitazioni alla propria attività, esercitare una funzione di controllori che, se non puntualmente svolta, finisce con l'essere sanzionata a solo loro danno. In passato c'erano stati esempi di approccio favorevole al problema. A Firenze e Torino le Amministrazioni Comunali avevano provato ad interpretare la volontà degli esercenti a contribuire in maniera propositiva alla questione. Oggi sembra sembra di essere in una fase, che definei, regressiva".

Dai temi preannunciati sul convegno di Rimini alle altre questioni che riguardano più in generale l'articolato mondo dei pubblici esercizi

In qualche città, come Roma, lo stesso offrire il servizio ai tavoli viene fatto paradossalmente rientrare tra le condizioni che favorirebbero l'abuso indiscriminato di bevande alcoliche....

"Piuttosto che prendersela con l'incolpevole esercente ci vorrebbe qualcuno ai più alti livelli che ripensasse, soprattutto per le grandi città, il modo di organizzare i momenti di socialità, specie delle nuove generazioni….".

La sua Federazione ha fatto del suo per sensibilizzare i parlamentari dell'ormai sciolta legislatura a prevedere una serie di paletti all'attività degli *home restaurant,* per ora presenti in forma percettibile solo nelle grandi città. Pensa che questo tipo di concorrenza possa comunque attecchire nel nostro Paese?

"Il problema ho la sensazione si stia sgonfiando. All'inizio temevamo potesse ripetersi quello che in tempi più o meno recenti era accaduto con i circoli privati e gli agriturismo. E cioè chiudere troppi occhi rispetto a forme di concorrenza elusive di vincoli, che invece dovrebbero e debbono essere uguali per tutti. Pensare che in casa fosse o sia possibile sottostare, ad esempio, alle stesse rigide condizioni poste a garanzia della sicurezza igienica degli alimenti manipolati, alla quale deve rigorosamente uniformarsi l'esercente, appariva una di quelle fandonie che in passato si erano sentite replicare ed avevano prodotto confusione e disparità di trattamento, vedi licenza di evadere tranquillamente il fisco per i circoli privati. Nello specifico degli home restaurant, al di là del fatto che la legge si sia arenata definitivamente per la fine della legislatura, credo che nel giro di qualche tempo potremo archiviare la questione e ricordarla soltanto essere stata una fugace moda del momento".

Antonello Giuffrida

Editoriale

Mangiare bene è un'arte

"Mangiare è una necessità mangiare intelligentemente è un'arte"

Francois VI, duca di La Rochefoucalt principe di Marcillac (1613-1680)

Pier Giorgio Tupini

Il cibo nella politica globale dei gusti e delle tecniche essenziali delle grandi "gastronomie del mondo", che differenziano l'uomo dagli animali, è stato il motore che ha sviluppato da tremila anni, scuole di pensiero tradizionali rese gestibili dall'aiuto dei comportamenti proposti dai maestri, che hanno, anche, elargito "ricette culinarie e di vita". Fu nel XIX secolo che la gastronomia internazionale subì un cambiamento sostanziale, poiché i cuochi seguendo la strada innovativa di Marie Antoine Coreme, apportarono profondi mutamenti nel settore dell'alimentazione, introducendo sia procedimenti nuovi e complessi e sia realizzando il sistema della ristorazione moderna. In questo scenario i cuochi italiani, dando vita a profonde trasformazioni in cucina, successivamente, crearono un nuovo e inconfondibile approccio con il cibo elevandolo a prodotto d'arte.

Ma l'evoluzione non sempre è stata amica dell'uomo, poiché a differenza degli animali dotati di capacità di riconoscimento e di memoria delle loro preferenze alimentari, con il tempo ha smorzato questa opportunità, per cui l'uomo ha dovuto dedicare tempo e approfondimento per capire quali degli innumerevoli cibi disponibili in natura potessero costituire nutrimento senza rischi. Infatti, quando l'uomo s'imbatte in qualcosa di nuovo o virtualmente commestibile affronta con apprensione due realtà contrastanti, la *neofobia*, cioè la paura di mangiare una sostanza sconosciuta e la *neofilia*, cioè il desiderio di nuovi sapori.

E' necessario, altresì, esaminare che oggi la produzione degli alimenti allontana sempre più dalle possibilità di un loro immediato riconoscimento, poiché la biochimica, necessaria a risolvere almeno in parte il problema della fame nel mondo, ha apportato con i trattamenti industriali, profondi cambiamenti alle qualità del cibo, riproducendo artificialmente sapori ed odori; in tal modo è stato facile ingannare i sensi e confondere l'apparato sensoriale sulla decisione della bontà degli alimenti.

Perciò, la nutrizione, per proseguire la sua evoluzione, avverte l'esigenza che nel suo processo culturale siano coinvolti operatori del settore e consumatori, in particolare, per indicare in che modo sia possibile mantenere l'equilibrio della buona salute attraverso il cibo, ma ben considerando che il cliente, a qualsiasi ceto o settore appartenga, è un attento osservatore e difensore sia del proprio stato di salute e sia del livello professionale dell'interlocutore e che reagisce verso l'impreparazione o l'imperizia mediante un repentino allontanamento, spesso irreversibile da quel mercato. In questo panorama si sviluppa la dimensione culturale del cibo, non più soltanto modo di sopravvivenza e di necessità biologica, ma quale obiettivo di mantenere assieme al sapore dei cibi tradizionali, la coscienza di far parte di un universo sociale dotato di una propria intellettualità e identità, che "*abbracci il passato, il presente, il futuro, la salute, la giustizia, il senso dell'esistenza, le organizzazioni economiche, la ricerca scientifica, i valori morali e la religione*".

In ogni caso, l'uomo, seppure inconsapevole custode di alcune capacità di scegliere gli alimenti appropriati, usando il senso del gusto, si è rivolto e si rivolge spontaneamente verso il dolce, segnale di bontà e di ricchezza di elementi energetici, evitando l'amaro, caratteristica di molti alcaloidi velenosi prodotti dalle piante; anche il senso del disgusto lo allontana dai cibi potenzialmente e visibilmente dannosi come quelli alterati o avariati. Attualmente, questi problemi sono in larga parte superati da un mercato che durante l'anno per

quantità relativamente ampia, grazie ai sistemi veloci di trasporto e alle culture selezionate, offre alimenti corrispondenti alle caratteristiche della sicurezza, della freschezza e dell'origine legata al territorio, necessari per la preparazione del cibo quotidiano, retaggio della cucina tradizionale (regionale), che richiede materie prime fresche.

E', inoltre, essenziale tener conto che "*ogni cambiamento nell'alimentazione non costituisce necessariamente un progresso*", come pure consumare i pasti in condizione di stressante rapidità, preparare il cibo soltanto in funzione della economicità o della gradevolezza, il tenere conto soltanto delle calorie rispetto all'attività individuale, sono una serie di fattori che stravolgono lo stato di salute. In campo alimentare, tramontato per molti il mito della quantità, lontani i tempi della fame, ora l'attenzione pubblicitaria, si concentra sui nuovi modi d'essere grazie ad una rigorosa valutazione di ciò che si mangia, ricercando 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;

La scelta del cibo tramite il gusto, è quel meccanismo che aiuta a trovare la vera ricompensa, cioè le calorie e, analogamente alle immagini di tipo sessuale, il dolce è ancora il *leitmotiv* dominante nelle scelte alimentari, guidato da quel "sesto senso" del cervello che porta alla sua preferenza; si attiva, infatti, un sistema di ricompensa cerebrale dei cibi ricchi di calorie come carboidrati o grassi, in modo da aggiustare le risposte comportamentali per moltiplicare le possibilità di incontrare tali impulsi in futuro, stimolando i livelli di *dopamina,* l'ormone del benessere, più sulla base dell'assunzione di calorie che sul sapore dei cibi assunti.

L'interesse crescente per il settore dolciario e in particolare per la gelateria, per lunghi periodi bollato dalla disapprovazione del peccato di gola come oziosa perdita di tempo di ghiottoni sfaccendati e nonostante le mille inquietudini salutistiche sul consumo delle sostanze edulcoranti, non è per questo un evento transitorio da collocare distrattamente nella moda dei sapori, ma è l'esigenza dell'uomo di riscoprire il desiderio di gratificazione attraverso la soddisfazione del gusto. Questo interessante e incontenibile atteggiamento è testimoniato dall'evento Sigep di Rimini Fiera, il salone della gelateria, pasticceria e panificazione artigianale. Si tratta di un'importante manifestazione italiana, caratterizzata dall'enorme afflusso di persone di tutto il mondo, che evidenzia il profondo interesse per un settore che raffigura un *made in Italy* solido, creato fra imprese innovative e orientate all'export, ove i primi attori sono i giovani e i più grandi maestri dell'arte della pasticceria e della gelateria, con orizzonti di crescita ancora da sfruttare integralmente. Le mostre gastrononomiche sono certamente il teatro dove l'intreccio tra il cibo, il produttore, il pubblico, il contesto espositivo e il mercato produce gli effetti

più significativi in materia di promozione dell'arte della gastronomia, della pasticceria e della gelateria e non a caso il successo di un'esposizione è sempre più spesso misurato, da un lato, sulla base dei commenti degli *opinion leaders* dall'altro sulla base del consenso pubblico e del numero di visitatori che ne varcano la soglia.

"L'accuratezza, la precisione, l'umiltà sono il segreto di ogni successo artistico e gastronomico" e la ribalta riconquistata dall'alimento "dolce", coinvolge il fascino dei gusti e la sua composizione nutrizionistica. Infatti, può costituire la dieta migliore in sostituzione di un pasto, e, in particolare, il gelato artigianale italiano, di fama internazionale, che cattura l'interesse dei consumatori sia per la sua riconoscibile qualità, sia per la bontà e sia perché si gusta in maniera semplice e diretta, permettendo alla persona di evitare gli aspetti formali e gli atteggiamenti che frequentemente prevalgono, per vivere un momento di piacere senza imporsi rigidità e controllo.....*rinuncia al tuo potere di attrarmi ed io rinuncerò alla mia volontà di seguirti. (William Shakespeare)*

CONVENZIONE

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, Merci 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)

Finanza • Previdenza
fpa ASSICURAZIONI

GROUPAMA ASSICURAZIONI
Agenzia Generale N298
Via Vitellia, 63 • Roma 00152
Tel. 06.53.74.129 • fax 06.58.26.374
agenzia298@groupama.it • www.fpasrl.it

Groupama Assicurazioni

Cosa bolle in pentola

C'è tutto un mercato estero da conquistare per il gelato di qualità

L'Associazione italiana gelatieri forte e conscia dei dati relativi al consumo del gelato artigianale italiano che nel 2017 ha avuto incrementi davvero incredibili e che sta diventando un mercato molto importante in tutto il mondo, sta intraprendendo una vasta campagna volta alla internazionalizzazione ed alla formazione anche all'estero.
Tutto ciò era già ben chiaro quando furono create le figure degli Ambasciatori del gelato artigianale italiano nel mondo e anche quando una delegazione ufficiale A.I.G.-S.I.G.A. si è recata in Giappone in visita ufficiale. Ora si punta molto a dare un'impronta più legata alla qualità, ponendo le basi per una serie di scuole di gelateria all'estero; questo proprio in virtù della *mission* dell'Associazione Italiana Gelatieri e del Comitato italiano per la valorizzazione del gelato artigianale. Grazie all'impegno profuso da Alessandro Algieri, neo-responsabile dell'Associazione Italiana Gelatieri per l'estero, vi saranno investiture di figure molto importanti; ha già visitato ad esempio Varsavia dove ha incontrato Giacomo Canteri (classificato secondo alle finali del Gelato Festival di Firenze) che era già Cavaliere del gelato ed ha ben 9 gelaterie e fra breve diventerà Ambasciatore del gelato artigianale.
La Polonia è un mercato molto interessante e con molta probabilità già a marzo si aprirà una scuola di gelateria; un passo molto importante in modo che coloro che producono gelato artigianale, dovranno rispettare metodologie, canoni e proporzioni così come lo si produce in Italia.
E speriamo che dopo l'investitura del Waldorf Astoria di novembre, si possa fare la stessa cosa anche in altre nazioni del Corno d'Africa come Somalia, Etiopia e/o Eritrea così da portare un po' di artigianalità italiana ma anche qualche nuova speranza di professionalità e di sbocchi nel mercato del lavoro.
Altra pedina molto importante nel novero dei nostri maestri gelatieri all'estero, è il napoletano Gianluigi Dallaccio che a Washington D.C., ha una piccola impresa con due gelaterie e diventerà anche lui Ambasciatore del gelato artigianale italiano nel mondo. Recentemente ha partecipato al Gelato World Tour.

Gli "Ambasciatori" dell'Associazione

Speriamo che in un prossimo futuro, anche in Giappone ed in Canada si aprano scenari simili ed interessanti per far sì che l'Associazione Italiana Gelatieri si renda protagonista per la valorizzazione della tutela del gelato nel mondo, grazie a questa rete di Scuole di gelateria sparse in varie parti del Mondo che vogliono essere un punto di riferimento e di eccellenza per la formazione per tanti gelatieri che potranno così imparare le giuste tecniche di produzione, applicando delle uniformità almeno nelle basi tecnico-teoriche. Tramite questa rete di colleghi e bravi gelatieri, si può iniziare quel processo di omogeneità nelle metodologie di fondo affinchè quando si parla di gelato italiano, chi lo produce ha avuto la possibilità di studiare in laboratorio come si crea un "vero" gelato artigianale .
L'intenzione del gruppo dirigente A.I.G.-S.I.G.A. è quello di formare anche all'estero il maggior numero di gelatieri, con una stessa disciplina ed una stessa metodologia di lavoro, frutto di anni ed anni di esperienza di tantissimi e pluripremiati Dirigenti nazionali e maestri gelatieri.

G.L.R.

Dalla vicina Polonia ai più lontani Canada e Giappone gli "Ambasciatori" pronti a recitare il loro ruolo

Sponsor ufficiale del "Gelato a Primavera"

Azienda convenzionata con le associazioni di categoria

Pasticceria innovativa

Quando il cake design sa conquistarsi la scena

Con Katia Malizia, la creazione della torta nuziale diventa un'arte

Katia Malizia nasce come ritrattista ed arredatrice d'interni, poi per caso nel 2010 ha iniziato questa sua meravigliosa e prestigiosa carriera, grazie ad una richiesta di un'amica pasticcera e da allora si è aperta questa finestra su un mondo in continuo sviluppo. Ha partecipato a tantissimi format e contest in Italia e nel mondo (vincendone molti), ed è stata la prima a portare la tecnica del ritratto sulle torte con una tecnica innovativa. Ora è docente, collabora con *wedding planner* e con varie scuole di pasticceria, iscritta AIPAC ed in un prossimo futuro, si occuperà di tutto il settore del cake design per l'Associazione Italiana Pasticceri e Cioccolatieri. Recentemente (e ne va molto orgogliosa...giustamente...!) ha creato addirittura la torta per Miss Italia.

Le sue creazioni si contraddistinguono per l'originalità, l'unicità e l'eleganza. Katia in pochi anni si afferma come una grande ritrattista su pasta di zucchero, immortalando i volti di celebrità e ritratti d'autore. Tutte le sue opere ricevono costantemente premi e riconoscimenti nazionali e internazionali ed oggi vanta numerose collaborazioni con aziende leader nel settore e scuole di pasticceria quale una delle ambasciatrici dell'eccellenza enogastronomica ed artistica che fa l'Italia leader per creatività ed originalità tipiche dello stile e della moda e dell'estro tipico italiano! Al Sigep farà delle dimostrazioni, realizzazioni di fiori in pasta di zucchero e decorazioni sia la mattina che domenica realizzerà delle torte di fiori e foglie e poi tutto verrà dipinto a mano ed una parte verrà dipinta a mano libera ed una parte verrà realizzata in 3D.

Resta subito affascinata da questo incontro tra enogastronomia, pasticceria ed arte; nasce così l'idea di unire le sue passioni per i ritratti e la sua "*sugar art*" diventa un connubio che oggi l'ha portata tra le eccellenze del cake design nel mondo iniziando un percorso in una continua ascesa che l'ha portata ad essere stata selezionata tra le prime 3 creatrici di *wedding cake* (torti nuziali) in Italia. Perché un ritratto non è solo la rappresentazione dei minuziosi particolari ma anche la trasparenza del carattere e della sensibilità dell'essere umano ed in questo Katia Malizia è una vera artigiana creativa così come devono essere ora i migliori pasticceri. Ogni sua torta in effetti è creata per coniugare bontà, arte e dà delle emozioni che solo chi dipinge con passione può regalare.

Con il suo tratto sicuro, definito e preciso riesce a fare delle opere artistiche su pasta di zucchero che rassomigliano tantissimo alle dive che ritrae, mettendo così nelle sue creazioni il suo carattere e rendendole dei capolavori unici con grande abilità e maestria rappresentando il meglio dell'arte pasticcera italiana nel mondo. Con il suo lavoro ha posto anche le basi per uno sviluppo di nuove forme per le torte nuziali (ad esempio non più solamente circolari) e classificabili come vere e proprie opere d'arte. Katia Malizia sarà quindi protagonista nel nostro stand al prossimo Sigep, attesa da moltissimi colleghi ed ammiratori e darà preziosi consigli durante le due giornate di formazione e corsi .

Il sito è www.katiamalizia.com ed una pagina Facebook, "dolciritrattidikatiamalizia" con oltre 5mila contatti; è quindi molto attiva sui social media e vanta tantissimi video anche sul canale "Youtube".

G.L.R.

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.

GERRY TURANO

www.lattesano.it

Nuovi scenari imprenditoriali

Cresce l'opzione franchising

A SIGEP 2018 debutterà lo "Speed Date Franchising", innovativa opportunità di business per le imprese e frutto dell´accordo biennale siglato da Italian Exhibition Group, il player fieristico che organizza il salone e WM Capital, realtà qualificata nel Business Format Franchising, che promuove la crescita delle imprese attraverso lo sviluppo di sistemi a rete in Italia e all´estero. In questo senso si svilupperanno incontri della durata di 10 minuti ognuno tra Franchisor del settore gelato artigianale e potenziali affiliati, al fine di promuovere lo sviluppo in rete sul territorio nazionale e oltre confine.

La formula del franchising gode di un particolare momento di crescita, come evidenzia l´Osservatorio Sigep che monitora oltre 80 catene italiane di gelateria con 2.000 punti vendita nel mondo di cui più di un quarto all'estero. Prendendo in esame il dato aggregato delle catene che hanno già depositato il bilancio 2016, il fatturato è cresciuto del 9,42% rispetto all´anno precedente.

"E´ un accordo significativo e di grande prospettiva – ha sottolineato Lorenzo Cagnoni, Presidente di Italian Exhibition Group - *in grado di ampliare gli orizzonti di sviluppo della filiera del gelato artigianale nel mondo, che come da tradizione trovano a SIGEP opportunità di dialogo con partners solidi e professionali. SIGEP ha ormai ramificazioni in ogni continente e rappresenta una opportunità concreta per coloro che guardano anche a nuovi format, come quello delle reti, nelle strategie di crescita".*

Non solo dolciario artigianale

Il Salone apre una finestra sulla "food innovation"

Il SIGEP per esplicita volontà degli organizzatori ospiterà anche un paio di momenti di approfondimento sul tema della *food innovation*, offrendo a start-up e giovani innovatori la possibilità di farsi conoscere da un pubblico altamente qualificato di operatori e professionisti del settore, provenienti da tutto il mondo.

Lo farà a partire dalla conferenza tematica "Food service 5.0" prevista nella giornata di inaugurazione. La sessione si concentrerà sulle diverse tendenze del mercato e sulle ultime innovazioni internazionali, offrendo una panoramica completa di ciò che sta accadendo a livello globale, nel settore della ristorazione, della ricezione alberghiera e con un focus dedicato al mondo della birra.

In programma nella giornata di domenica una *pitch competition* dove una selezione di 10 start-up, alcune delle realtà più innovative nel settore *food&beverage*, si presenterà ed esporrà i propri progetti aggiudicandosi un premio finale.

Il tutto farà anche da preludio a "BeerAttraction", rassegna in programma dal 17 al 20 febbraio 2018 alla stessa Fiera di Rimini. Anche lì sarà allestita un´area espositiva dedicata alle start-up, una vetrina dove si concentrerà il meglio dell´innovazione per i settori *beer, food* e tecnologie di produzione per birre e bevande.

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 é 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 Salari), controcersie 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 Produtti 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:

- **Gianluca Carini, Municipi I, II, III, IV - Tel. 334.60.66.520**
- **Sergio Montagnoli, Municipi IV, V, VI - Tel. 334.60.66.519**
- **Massimo Allegro, Municipi I, VIII, XI, XI - Tel. 334.60.66.515**
- **Domenico Fiume Municipi IX, X - Tel. 334.60.66.523**
- **Stefano Bulzonetti, Municipi: I, VII, IX - Tel. 334.60.66.522**
- **Massimo Belloni Municipi XIII, XIV, XV tel. 333.15.68.147**

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

ACCADEMIA GELATO ARTIGIANALE DI ALBERTO PICA
Via del Circo Massimo, 9
00153 Roma

TECNICISTICA

T.E.M.A. - Estintori

IGMA (Impresa Gestione Manutenzione 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

GROUPAMA ASSICURAZIONI

ARREDAMENTI, MACCHINE E ATTREZZATURE

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

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

GIACON - Arredi design
Via Prenestina, 167
00010 Gallicano 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

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

ALTRE 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

Gennaio 2018

Martedì 9 gennaio
Corso HACCP I unità formativa

Giovedì 11 gennaio
Corso HACCP II unità formativa

Martedì 16 gennaio
Corso HACCP III unità formativa

Giovedì 18 gennaio
Corso Rspp

Martedì 23 gennaio
Corso Rspp

Giovedì 25 gennaio
Corso Rls 2 – Modulo 2

Martedì 30 gennaio
Corso Rls 2 – Modulo 2

L'ESERCENTE

Mensile di informazione per gli Esercizi di Bar - Caffè - Gelaterie Latterie Pasticcerie - Ristoranti
Sede e Redazione
Via del Circo Massimo, 9 - 00153Roma
Tel.06.57.28.88.54 Fax.06.573.003.37
Aut. Trib. di Roma n.205 del 12/4/1985

GENNAIO 2018

Direttore
Claudio Pica
Direttore Responsabile
Romano Bartoloni
Comitato di redazione
Adalberto Ornelli
Giacomina Desideri
Francesco Innocenti

Finito di stampare
nel mese di GENNAIO 2018
da Ricci Arti Grafiche per conto della
Pubblimax srl Roma - Tel. 065503605
E-mail:pubblimax_m@libero.it

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

Gambarini&Muti

www.sigep.it

IN COLLABORAZIONE CON

ITA®
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

CONCORSI INTERNAZIONALI PER GELATIERI

Associazione Italiana 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