È SUCCESSO ANCHE...

Notizie varie che non sempre trovano spazio su quotidiani e stampa a grande diffusione, ma che sono interessanti ed utili per gli operatori del mondo agroalimentare.

a cura della **Redazione**

Sostenibilità, accordo Barilla-Coprob

Barilla e Coprob (Cooperativa produttori bieticoli e principale produttore di zucchero italiano, commercializzato con il marchio Italia Zuccheri) hanno firmato un protocollo di intesa per un accordo orizzontale tra le filiere, il primo nel suo genere in Italia.
L'accordo s'inserisce nel "Progetto Filiere integrate" di Barilla per promuovere collaborazioni di tipo orizzontale nel sistema agroalimentare italiano, favorendo la competitività del sistema. Sarà infatti promossa la massima integrazione tra le filiere del grano duro e dello zucchero in diverse aziende del Nord Italia, un primo passo di un progetto che prevede sviluppi con altre filiere.
L'accordo consente di sviluppare ulteriormente la pratica della rotazione delle colture, coniugando tradizione e innovazione per ottenere una resa migliore per gli agricoltori, oltre a costi di produzione e un impatto ambientale più contenuti. In particolare, i soci di Coprob saranno accompagnati in un percorso almeno triennale di assistenza tecnica al ricorso alle tecnologie di ultima generazione, con notevoli vantaggi in termini di sostenibilità ed efficienza.
L'intesa mette in pratica quanto emerso con l'iniziativa "Campi aperti", la sperimentazione condotta in Italia tra il 2011 e il 2013 sui campi di numerose aziende italiane fornitrici di grano di Barilla.
L'avvicendamento colturale con rotazioni di cereali, leguminose, proteoleaginose e orticole ha consentito di produrre un grano duro di alta qualità, migliorando la fertilità del terreno, incrementando la biodiversità, riducendo l'impatto ambientale e incrementando il valore economico per gli operatori della filiera italiana.
L'accordo attribuisce ai soci di Coprob che integrano la coltivazione del grano duro con quella della barbabietola da zucchero il diritto a inserire entrambe le proprie produzioni all'interno di filiere guidate da contratti di coltivazione sottoscritti dalle aziende firmatarie, che vanno a premiare le pratiche di sostenibilità adottate.

Grano *khorasan* KAMUT®, dossier sui benefici

Kamut Enterprises of Europe ha presentato il primo dossier scientifico sulle caratteristiche e i benefici del grano *khorasan* KAMUT®.
Sviluppato in collaborazione con la d.ssa Alessandra Bordoni dell'Università di Bologna, il dossier intende dare una panoramica sintetica, aggiornata e facilmente consultabile della letteratura scientifica su questo prezioso e antico cereale da agricoltura biologica, sempre più presente sulla tavola degli italiani, insieme agli altri cereali, alimenti chiave indispensabili per un'alimentazione corretta e sana.
L'Europa è, infatti, il maggiore consumatore di grano khorasan KAMUT® e, in particolare, l'Italia è il maggiore importatore (circa il 70% del prodotto importato in Europa); qui la farina dell'antico cereale viene largamente utilizzata dall'industria alimentare, che la trasforma in numerosi alimenti esportati in tutta l'Unione Europea.
Il dossier rientra nell'ambito di un più ampio percorso di educa-

Codice abbonamento: 109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

è successo anche...

Il grano khorasan KAMUT®

Il nome botanico di questo cereale è *Triticum turgidum ssp. turanicum*, mentre il nome generico è grano *khorasan*.
I requisiti cui deve rispondere il grano *khorasan* KAMUT® sono:

- essere l'antica varietà di grano *khorasan*, mai ibridato né incrociato;
- essere coltivato solo come i cereali biologici certificati;
- avere un contenuto di proteine tra il 12 e il 18%;
- essere incontaminato da varietà di grano moderne al 99%;
- essere privo di segni di malattia al 98%;
- contenere tra i 400 e i 1000 ppb di selenio;
- non essere utilizzato in prodotti il cui nome può essere frainteso o risultare equivoco nel rispetto delle quantità percentuali;
- non essere mescolato con grano moderno nella produzione di pasta.

La coltivazione di questa antica sottospecie di grano a marchio KAMUT® è indipendente dagli attuali programmi di coltura a scala industriale e dai moderni programmi di ibridazione.
Il grano *khorasan* KAMUT® è genealogicamente simile al grano duro, ma le sue origini sono più antiche ed è nativo dell'area della Mezzaluna Fertile, regione dal terreno per l'appunto fertile e dal clima secco. I Quinn identificarono le aree più idonee alla coltivazione nelle grandi praterie del Nord America (parte centro settentrionale degli Stati Uniti, Montana e Nord Dakota) e in Canada (Alberta e Saskatchewan). Il clima in queste regioni, caldo e secco, corrisponde infatti a quello del Paese d'origine ed è quindi adatto a un prospero raccolto di grano *khorasan* KAMUT®.

zione promosso da *Kamut Enterprises of Europe*, che ha l'obiettivo di raccontare, in modo chiaro ed esaustivo, le proprietà e le caratteristiche del grano *khorasan* KAMUT®.
KAMUT® è un marchio registrato di *Kamut Enterprises of Europe* bvba e di *Kamut International* ltd, utilizzato per contraddistinguere e commercializzare la pura e antica varietà del grano *khorasan*, coltivata rigorosamente secondo il metodo dell'agricoltura biologica e per garantire al consumatore elevata qualità e caratteristiche specifiche, a beneficio di questa e delle future generazioni.
Come evidenziato dai numerosi studi raccolti e descritti all'interno del dossier, il grano *khorasan* si differenzia dal grano comune sia per alcune caratteristiche nutrizionali e proprietà tecnologiche, sia per pratiche colturali all'interno del sistema dell'agricoltura biologica, seguendo un rigoroso sistema di controllo qualità.
In particolare, secondo gli studi illustrati, il grano khorasan KAMUT®, rispetto al grano moderno, possiede caratteristiche nutrizionali quali il maggiore contenuto di proteine e minerali – specialmente selenio, potassio e magnesio – che gli conferiscono un valore aggiunto per l'alimentazione umana. Le proprietà del grano *khorasan* KAMUT®, inoltre, sembrano essere legate anche alla presenza in concentrazioni significative di altri componenti funzionali quali fenoli antiossidanti e peptidi bioattivi.

L'identikit del nuovo imprenditore agricolo italiano

Effervescente e controtendenza la fotografia dell'imprenditoria agricola italiana. È quanto emerge dai dati elaborati dalla società Althesys per il Gruppo Nestlé in Italia nell'ambito dell'iniziativa "Agric(u)ltura: innovazione e nuove idee per il futuro (giovane) del *Made in Italy*", che fornisce una fotografia dell'attuale comparto agroalimentare italiano.
Il contesto agricolo sta oggi attraversando una progressiva trasformazione che vede nascere una nuova imprenditorialità: giovane, istruita e attenta al fattore qualità, considerato sempre più come un fondamentale driver di sviluppo.
Le aziende del comparto stanno cambiando volto e oltre il 40% delle nuove imprese agricole è guidato da giovani sotto i 40 anni, di cui il 19% di essi è laureato (contro il 6% del totale degli imprenditori agricoli) e cresce poi la presenza femminile: oggi il 33% dei nuovi imprenditori è donna.
In un contesto in piena evoluzione (nel primo semestre del 2013 sono nate ben 11.485 nuove iniziative imprenditoriali agrico-

Codice abbonamento: 109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

le, con un incremento del 2,8% rispetto allo stesso semestre del 2012), il settore dell'agricoltura si conferma capace di creare nuova occupazione e di stimolare la nascita di attività imprenditoriali innovative dove rivestono una particolare importanza investimenti in ricerca e sviluppo, innovazione tecnologica, strategie di marketing.
"*L'agricoltura sta resistendo alla crisi meglio di altri comparti, facendo registrare numeri in crescita: nel 2012 il fatturato complessivo del settore agroalimentare si assestava a quota 53 miliardi di euro (2% dell'economia totale) e oggi il comparto impiega 851.000 persone, ovvero il 4% della forza lavoro del Paese e il doppio del settore moda*", sottolinea Alessandro Marangoni, Ceo Althesys *strategic consultants*.
Fra gli strumenti a supporto di questo processo evolutivo si colloca la *Food reputation map*, innovativo strumento scientifico che permette di misurare la reputazione di qualsiasi produzione agricola e/o alimento, frutto di uno studio accademico condotto da "La Sapienza" Università di Roma, promosso e finanziato dal Gruppo Nestlé in Italia. Come in una radiografia, permette di guardare in profondità, misurare e conoscere in anticipo i punti di forza e di debolezza nel percepito del consumatore di una qualsiasi produzione agricola o di un qualsiasi alimento del nostro Paese e, quindi, di operare preliminarmente scelte di business più corrette e puntuali, valutando, impostando e, laddove occorre, correggendo i processi produttivi o i modelli distributivi, comunicativi e di consumo.

Mozzarella Dop, accordo comparto agricolo e industriale

È stato presentato lo scorso marzo, presso la Camera di Commercio di Caserta, il documento congiunto tra Coldiretti, Cia e Confagricoltura, rappresentanti del comparto agricolo dell'allevamento bufalino per la produzione del latte, e Confindustria, rappresentante del comparto industriale della trasformazione del latte di bufala per la produzione della Mozzarella di bufala campana Dop, volto a delineare un percorso chiaro e specifico sull'intera filiera bufalina casertana.
Il documento è uno strumento per rendere note alle istituzioni di competenza le posizioni condivise, le norme e i processi necessari per la tutela e la valorizzazione dell'intera filiera di produzione della Mozzarella di bufala campana Dop, assicurando e garantendo ad allevatori e trasformatori un efficace ed efficiente sistema di tracciabilità del prodotto e un dedicato processo di produzione.
In particolare, le quattro organizzazioni sottoscrittrici del documento chiedono l'adozione straordinaria obbligatoria del Sistema gratuito di tracciabilità certificato dalle autorità competenti, per assicurare un monitoraggio efficiente ed efficace di tutta la filiera bufalina. Inoltre, viene richiesta l'adozione di un'interpretazione autentica, condivisa da Ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali e Ministero della Salute, che consenta a quei caseifici che si riforniscono esclusivamente di latte bufalino dell'areale Dop di produrre mozzarella Dop e anche altri formaggi e preparati alimentari derivati. Pertanto, questi caseifici, non potendo assolutamente detenere e utilizzare latte di altre specie e di altre provenienze, potranno utilizzare nello stesso stabilimento il latte di bufala dell'areale Dop non trasformato entro le 60 ore per la Mozzarella di bufala campana Dop, come previsto dal disciplinare, per la produzione di mozzarelle e di qualsiasi altro preparato alimentare non Dop a base esclusivo di latte di bufala.

Ikea partner strategico dell'Università di *Slow food*

Ikea ha deciso di supportare l'Università di Scienze gastronomiche di Pollenzo mediante l'adesione al Club dei Partner strategici dell'ateneo piemontese, costituito da una ristretta cerchia di aziende di eccellenza e da alcune importanti istituzioni.
Il Club partecipa attivamente alla vita dell'ateneo, supportando le attività di ricerca e condividendo l'impegno e le strategie per costruire nuovi scenari sostenibili di produzione e di consumo del cibo.
L'obiettivo è quello di creare un centro internazionale di formazione e di ricerca, al servizio di chi opera per un'agricoltura rinnovata, per il mantenimento della biodiversità, per un rapporto organico tra gastronomia e scienze agrarie.

Codice abbonamento: 109850

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

è successo anche...

Formazione *à la carte* per SAI Global Italia

Corsi individuali, di gruppo, on line o a richiesta per garantire flessibilità alle aziende

Mangiare meglio per vivere bene. Potrebbe essere sintetizzata così la filosofia che guida oggi gli italiani nell'acquisto e nel consumo sempre più consapevole di generi alimentari. La garanzia di sicurezza e genuinità dei prodotti, in quanto fattore prioritario nel comparto *food* per consumatori sempre più esperti ed esigenti in termini salutistici, diviene un elemento importante per le aziende e gli operatori del settore, che maturano così l'esigenza di un costante aggiornamento su normative, standard e prassi proprie dell'ambito di riferimento.
È guardando a quest'esigenza e con l'obiettivo di favorire un commercio responsabile nei confronti tanto dei consumatori quanto dell'ambiente che SAI Global Italia ha studiato un calendario di corsi tutti dedicati al mondo alimentare del *retail* e del *food*.
Se ormai il divario tra i prodotti Gdo e quelli genuini del piccolo rivenditore si è ridotto, ciò non basta alle grandi catene di distribuzione a fidelizzare il cliente: occorre anche una formazione continua da parte degli addetti ai lavori.
A loro e a tutti gli operatori del *food* sono rivolti gli appuntamenti formativi SAI Global Italia, che grazie all'attivazione di corsi di gruppo su richiesta, a Torino e a Napoli, oppure di corsi individuali frequentabili on line, garantisce ampia flessibilità di fruizione alle aziende.
Incentrati su tematiche normative, di prodotto e processo o sulla formazione delle figure di controllo del settore, i corsi rappresentano un aggiornamento su leggi e prassi integrative per l'implementazione degli standard raggiunti in materia di sicurezza alimentare, sulla tracciabilità degli alimenti, sugli allergeni e sui nuovi standard per la sicurezza e la sostenibilità di specifiche filiere produttive, offrendo uno sguardo a 360°, con tanto di casi pratici e con importanti contributi da parte della sede britannanica del Gruppo SAI Global a tema Brc e Ifs, i due standard di certificazione inglesi di riferimento.

Corsi *retail* & *food* Sai Global Italia

Attivabili su richiesta, a seconda delle esigenze aziendali, i corsi riportati di seguito.

- La sicurezza igienica nella produzione alimentare (panoramica sulla tematica di riferimento).
- Manuale Haccp/Auditor interni (sull'Haccp come sistema di monitoraggio che previene i pericoli di contaminazione alimentare).
- Come implementare la ISO 9001:2008 e la ISO 22000 nelle industrie alimentari (sulla qualità d'impresa e sull'armonizzazione degli standard nazionali e internazionali in materia di sicurezza alimentare e Haccp).
- Introduzione agli standard della grande distribuzione organizzata (panoramica sulla tematica di riferimento).
- Come implementare lo standard Brc/Ifs (sui due standard per la sicurezza degli alimenti richiesti dalla Gdo europea ai propri fornitori).
- Introduzione alla Fssc 22000 (sullo schema di certificazione agroalimentare per raggiungere gli standard di sicurezza agroalimentare nei processi produttivi lungo la catena di fornitura).
- Come implementare la Fssc 22000.
- Tracciabilità degli alimenti (panoramica sulla tematica di riferimento).
- Nuovi standard per la sicurezza e la sostenibilità dei prodotti e delle filiere produttive (su GlobalGAP per il settore ortofrutticolo, Leaf per l'agricoltura sostenibile, Msc per la sostenibilità delle riserve ittiche marine e *Friend of the Sea* per la gestione sostenibile di attività di pesca e di acquacoltura).

Fruibili individualmente on-line i corsi riportati di seguito.

- *Food safety - Level 1*.
- *Food safety - Level 2*.
- *Allergen awareness* (dedicato ad un approfondimento sugli allergeni presenti negli alimenti).

Per informazioni sui corsi, www.saiglobal.it (referente Food SAI Global: Chiara Murano chiara.murano@saiglobal.com - segreteria organizzativa: Cristina Musso cristina.musso@saiglobal.com)

Codice abbonamento: 109850
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.