



**SPREAD**  
BTP ITALIA / BUND 10 ANNI  
138,5 punti base

**CHI SALE**  
AUTONOLEGGIO 2017, boom  
in Italia. Catania al primo posto



**CHI SCENDE**  
USA fiducia dei consumatori  
ancora giù, scende a 94,4 punti



**CRÉDIT AGRICOLE**  
Una grande banca, tutta per te.

**STAZIONE SPERIMENTALE** TEST DI SVILUPPO LEGATI AL CAMBIAMENTO DEI CONSUMI

# Gastronomia digitale, alimenti su misura stampati in 3D

Si studiano nuove formulazioni personalizzate, attente ai regimi particolari

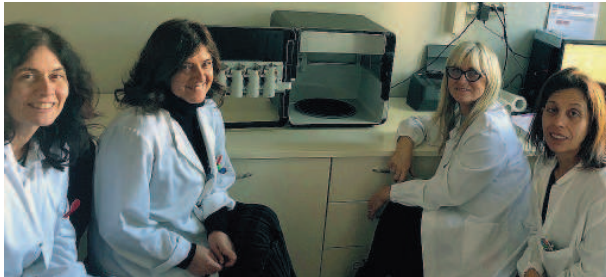
**Antonella Del Gesso**

■ Alla Stazione sperimentale per l'industria delle conserve alimentari si studia come «stampare» gli alimenti.

Il dipartimento di Consumer Science sta infatti conducendo studi sulla stampa alimentare 3D, mirato sia alla messa a punto di formulazioni a elevate prestazioni sensoriali con nutrienti extra, sia alla sostituzione di alcuni ingredienti con altri per gestire, ad esempio, problemi legati a regimi alimentari particolari (intolleranze, allergie, diete, scelte religiose) o, anche, a difficoltà di masticazione o deglutizione.

«La stampa degli alimenti è legata a un profondo cambiamento nei consumi: si sta passando infatti dalla produzione di massa alla cosiddetta «customizzazione» di massa, con offerta di alimenti «tagliati su misura» sulle esigenze dei singoli, nella quale la tecnologia digitale rende possibile la produzione volumetrica di un oggetto con diverse alternative di prezzo», spiega Sebastiano Porretta, coordinatore del dipartimento.

Il funzionamento è facile e intuitivo: si inseriscono gli ingredienti in capsule di acciaio (ana-



Sica Le ricercatrici del dipartimento di Consumer Science.

## Esercito americano

### Sperimentazione al via

L'esercito americano sta sperimentando questa tecnologia 3D per i soldati che necessitano, a seconda delle diverse situazioni, di pasti proteici, calorici, nutrienti, differenziati e di gusto eccellente: la cucina di formulazione risiederebbe in patria e il menù verrebbe inviato via web ai singoli e «stampato» in loco.

loghe alle cartucce delle stampanti a getto d'inchiostro), dopodiché si seleziona il prodotto, preventivamente messo a punto, direttamente dal display dell'apparecchio o da tablet o smartphone. La macchina procede quindi alla stampa dell'alimento assemblandolo strato per strato. Il processo è chiamato produzione additiva ed è quello utilizzato dalle cosiddette stampanti a deposizione.

Numerose compagnie aeree stanno valutando la possibilità di utilizzare le stampanti 3D per la realizzazione a bordo di pasti speciali e ricette personalizzate», riferisce Porretta.

Insomma una vera e propria gastronomia digitale, capace di creare prodotti personalizzati, con forme nuove e, verosimilmente, in grado di riconfigurare una nuova catena alimentare personalizzata. A livello sperimentale la tecnologia 3D si presta inoltre particolarmente alla realizzazione di prototipi di nuovi prodotti alimentari sui quali condurre test di sviluppo e di messa a punto prima della commercializzazione.

**Gli sviluppi futuri** «La stampa 3D alimentare un giorno potreb-

be diventare un elettrodomestico di uso comune nelle cucine delle famiglie. Una previsione audace, ma se ricordiamo la resistenza culturale opposta a suo tempo al forno a microonde, e il suo attuale successo, le previsioni non possono essere che rosee».

Lo studio sulla stampante 3D si inserisce nell'ambito delle diverse attività di dipartimento di Consumer Science, che si occupa non solo di analizzare e quindi di prevedere il giudizio del consumatore sui gusti fondamentali, ma anche di indagare i descrittori del gusto e del sapore e degli odori derivanti dalla miriade di composti chimici volatili (gli aromi) presenti nei prodotti alimentari e, se ciò non bastasse, della loro interazione con il contenitore.

«I caratteri sensoriali danno origine al primo giudizio del consumatore, e un alimento che non presenti un gusto, un odore o un aspetto buono difficilmente sarà gradito: per questo che la loro determinazione, condotta con rigorosi metodi di previsione del comportamento del consumatore, risulta fondamentale», conclude Sebastiano Porretta, autore del libro «Il marketing sensoriale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**ENERGIA** DOPO PARMA E PIACENZA PROSEGUE L'ESPANSIONE

## Gas Sales cresce: acquisita l'Asmu di Codogno

■ Continua l'espansione di Gas Sales Energia in Lombardia grazie all'acquisizione del 100% delle quote della Asmu, messe in vendita da Asm Codogno s.p.a. partecipata del Comune di Codogno. Con questa operazione Gas Sales amplia di fatto il suo sviluppo nella Bassa lodigiana e conferma così la sua base clienti in Lombardia.

Gas Sales Energia, è società leader nella fornitura luce e gas, con una presenza già consolidata nelle province di Piacenza e Parma ed in forte espansione in tutta l'Emilia e nel Bresciano, dove è già presente con gli sportelli a Manerbio e Verolanuova.

In fase di gara, Gas Sales Energia ha superato le offerte presentate da sei primari operatori del settore. «Un risultato davvero significativo per l'azienda che ha sede ad Alseno, così come conferma la

presidente Elisabetta Curti: «In pochi anni Gas Sales si è progressivamente affermata in un zona di riferimento sempre più vasta, conquistando la fiducia di un numero crescente di clienti domestici ed aziende grazie ad un modello di business che prevede una capillare presenza sul territorio ed una costante attenzione alle esigenze del cliente. Contiamo 15 sportelli nelle aree servite, rispettando ed ampliando l'indotto generato dalle collaborazioni sui territori che serviamo e collaboriamo attivamente con le Istituzioni ed i professionisti locali».

A partire dal 1° gennaio 2018, quindi, Gas Sales è subentrata ad ASMU in tutti i contratti attivi con gli utenti del servizio di vendita del gas metano. Il passaggio, di fatto, non comporterà variazioni nelle condizioni contrattuali e nelle tariffe appli-

cate. Tutti i cittadini, inoltre, saranno informati del passaggio a Gas Sales Energia tramite una comunicazione.

Nell'ottica di garantire continuità al servizio, Gas Sales Energia manterrà l'apertura dello Sportello attualmente presente nel Comune di Codogno, così come il personale finora impiegato all'interno dell'Ufficio.

Inoltre Gas Sales Energia proporrà la sottoscrizione di contratti per l'energia elettrica, presentandosi come unico fornitore per soddisfare tutte le esigenze energetiche delle famiglie codognesi, semplificando e facilitando la gestione delle pratiche. Gas Sales Energia fornirà anche servizi aggiuntivi e consulenze mirate nell'ambito dell'efficienza energetica per gli impianti domestici e altro. ♦ r.e.c.o.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**ROMA** PARMIGIANO REGGIANO



## Premio alla Sangonelli Delbono

■ E' stata premiata a Roma la Società agricola Sangonelli Antonio e Delbono Gabriella di Montechiarugolo per il Parmigiano Reggiano non ogm, contraddistinto dal marchio Ape e dal motto «Salviamo le api per salvare il mondo». Il premio è stato conferito per le lungimiranti scelte imprenditoriali a favore della biodiversità e salvaguardia ambientale. La Società agricola Sangonelli/Delbono è stata, infatti, la prima ad aver aderito al progetto di filiera e valorizzazione ambientale promosso da Sis (Società italiana sementi) in collaborazione con Consorzi Agrari e Coldiretti. Progetto secondo il quale a fronte della semina di una certa quantità di mais e produzione di latte si mette a disposizione delle api una proporzionale superficie coltivata a Facelia, pianta destinata al loro sostentamento e alla produzione di miele.

**CAMERE DI COMMERCIO** AGROALIMENTARE

## Export, un workshop per le imprese emiliane

■ Nell'ambito del progetto True Italian Taste finanziato e promosso dal ministero dello Sviluppo economico con il contributo di Ice Agenzia e realizzato da Assocamerestero con il supporto delle Camere di Commercio Italiane all'estero (Ccie) in area nord America ed Europa, viene promosso e organizzato un workshop dedicato alle aziende produttrici agroalimentari dell'Emilia-Romagna, con focus prioritario sui prodotti biologici.

All'iniziativa che si svolgerà lunedì 12 e martedì 13 marzo a Bologna sono invitati 30 operatori esteri selezionati dalle Camere di commercio italiane all'estero e provenienti da: Nord America (Stati Uniti d'America, Canada, Messico) ed Europa (Belgio, Francia, Germania, Lussemburgo, Olanda, Regno Unito, Spagna, Svizzera). Agli incontri potranno partecipare fino a un massimo di 90 aziende agroalimentari emiliano-romagnole, le

cui produzioni rientrano tra le seguenti: prodotti biologici, prodotti a qualità certificata, prodotti tradizionali, prodotti per celiaci, prodotti vegani, prodotti di panetteria e pasticceria, prodotti conservati, condimenti, marmellate e composte, pasta, caffè, cioccolato, vini birra. Invio per mail della domanda di partecipazione in lingua inglese - debitamente compilata in ogni sua parte e con apposta la firma ed il timbro recante la denominazione sociale - alla Camera di commercio territorialmente competente, entro e non oltre venerdì 2 febbraio. Ognuna avrà a disposizione un proprio tavolo che potrà allestire per effettuare al meglio la presentazione e/o degustazione dei propri prodotti.

L'iniziativa non comporta alcuna onere a carico delle imprese selezionate. Per informazioni, la Camera di commercio competente. ♦ r.e.c.o.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**CONSORZIO** OBIETTIVI: PIU' EQUILIBRIO SUL MERCATO, VALORIZZAZIONE DELLA QUALITA' ED EFFICIENZA

## Prosciutto, sì al piano che regola l'offerta

■ Il ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali ha recentemente approvato il piano di regolazione dell'offerta del Prosciutto di Parma per il triennio 2018-2020.

Il piano, in vigore dal 1 gennaio, è il fulcro della strategia di sviluppo del comparto volta a definire il futuro del Prosciutto di Parma nell'ambito dell'evoluzione del mercato alimentare italiano e mondiale. In relazione ai risultati positivi ottenuti con il piano 2015-2017, l'obiettivo resta



quello di favorire l'adeguamento tra domanda e offerta di prodotto sul mercato, in modo da assicurare una maggiore stabilità al comparto e tutelare la qualità del prodotto.

«L'applicazione del piano ha portato molti vantaggi a tutta la filiera in questi ultimi anni - spiega Vittorio Capanna, presidente del Consorzio - L'aspetto più positivo è quello dello smaltimento delle scorte di magazzino dovute agli eccessi produttivi del passato e del raggiun-

gimento di una situazione di equilibrio fra domanda e offerta, con un prezzo di mercato corretto e sufficientemente remunerativo per tutti gli attori del circuito tutelato, senza particolari riflessi negativi sul prezzo al consumo». Non solo.

«Contiamo inoltre di consolidare la nostra presenza sui mercati internazionali in maniera tale da diminuire l'attuale dipendenza dal mercato domestico e favorire la crescita delle nostre imprese, stimolando l'ef-

ficienza e la produttività».

Il piano definisce un modello operativo per gestire i volumi produttivi e garantire il giusto equilibrio sul mercato, senza il quale si produrrebbero dinamiche produttive e commerciali tali da nuocere a tutti gli operatori economici della filiera.

Il comparto del Prosciutto di Parma sta imparando a muoversi seguendo le effettive potenzialità del mercato e la reale capacità di assorbimento scongiurando così possibili situazioni di crisi e uno sconsiderato aumento produttivo che in passato hanno causato molti danni al settore.

«Abbiamo costruito un progetto che tenesse conto delle diverse realtà produttive delle nostre

aziende - ha aggiunto Fanti, direttore del Consorzio - e abbiamo rivolto una particolare attenzione ai piccoli produttori che maggiormente rappresentano il nostro comparto. Siamo inoltre riusciti a mantenere un dialogo costante con l'intera filiera produttiva nell'ottica di migliorare il livello qualitativo del prodotto a vantaggio del consumatore finale».

«Un sentito ringraziamento va pertanto alla Regione Emilia-Romagna e soprattutto al ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali, per la fattiva collaborazione e per aver sostenuto il progetto consorzile che continuerà a portare indubbi benefici a tutto il settore» ha concluso Fanti. ♦ r.e.c.o.

**GAZZETTA**

## Accordo sulla chiusura del centro stampa



Gazzetta di Parma La sede del quotidiano in via Mantova.

■ Lo scorso 3 gennaio è stato sottoscritto un accordo fra Sic-Cgil, Fistel-Cisl, Uilcom-Uil di Parma, Rsu e Gazzetta di Parma, assistita dall'Unione parmense degli Industriali, con il quale è stato condiviso dalle parti un articolato piano sociale per la gestione dei lavoratori addetti al centro stampa che cesserà la propria attività il prossimo 30 gennaio.

Il piano sociale prevede, oltre al ricorso alla cassa integrazione straordinaria, la ricollocazione di alcuni lavoratori del centro stampa all'interno di Gazzetta di Parma, oltre a prepensionamenti e a una serie di interventi finalizzati a favorire la ricollocazione esternamente ed il sostegno al reddito dei lavoratori. ♦ r.e.c.o.