

Newsletter dicembre 2021

La 43° edizione del Salone Internazionale della Gelateria Pasticceria e Panificazione Sigep, in programma nel mese di gennaio 2022, è stata rinviata nei giorni dal 12 al 16 marzo 2022. Le sollecitazioni pervenute da molte parti hanno messo Italian Exhibition Group nelle giuste condizioni di prendere atto che l'evoluzione della pandemia non consentiva lo svolgimento della manifestazione nel mese di gennaio come da programma. Di qui la decisione di uno slittamento al mese di marzo.

L'Osservatorio Sigep dedicato al Natale 2021 ha puntato i riflettori sul Panettone il dolce principe delle tavole italiane e ora sempre più richiesto a livello internazionale. Nel 2020 il panettone ha coperto il 52% del mercato dei dolci natalizi per un valore di 109 milioni di euro. Se ne producono tanti tipi diversi, dal classico milanese con uvetta e canditi a quello al limoncello, ai frutti di bosco, con cioccolato e albicocche candite, alla vaniglia, oppure al pistacchio o con caramello e gianduia. Nel 2021, ricorrendo il settecentesimo anniversario della morte del sommo poeta Dante Alighieri, è stato realizzato un panettone farcito con la crema di pistacchio, fragoline di bosco, ciliegie semi candite, ricoperto con glassa di cremino e granelle al pistacchio, una vera prelibatezza.

Confcommercio ha deciso di promuovere la campagna social " #Compro sotto casa perché mi sento a casa " che mira a valorizzare l'importanza degli acquisti presso i negozi di vicinato facendosi forza sui presupposti di comodità, bellezza, sicurezza accoglienza e fiducia. Tale invito agli acquisti di prossimità, si rende essenziale in questo difficile periodo pandemico con l'obiettivo di far vivere le città, ridare speranza a tanti piccoli e medi imprenditori, dare sicurezza ai lavoratori, nonché far tornare la voglia di socialità.

Lo scenario di mercato che contraddistingue il secondo semestre 2021 è caratterizzato da un cauto ottimismo unito alla consapevolezza che non siamo però ancora fuori dalla stretta economica dovuta alla pandemia. Nel settore del commercio, i fattori più rilevanti che hanno permesso di resistere sul mercato durante l'era Covid, sono stati l'identità del commerciante e il ruolo rivestito dall'ampiezza dell'assortimento dei prodotti. L'identità è il motivo per il quale ti scelgono i clienti, l'identità è tua e solo tua e ognuno deve trovare la propria al fine di poter convincere il cliente ad avvicinarsi. L'identità, a cascata, definisce l'esperienza di consumo, l'ampiezza dell'assortimento, l'immagine, in definitiva l'attrattiva del negozio.

Si parla tante volte dei semilavorati e come sempre davanti a un tema che fa discutere occorre affrontarlo con razionalità ed equilibrio.

I primi semilavorati sono stati lanciati sul mercato negli anni ottanta con l'obiettivo di semplificare il processo produttivo e di abbreviarne i tempi nonché di supportare la fantasia dei panificatori aiutandoli ad aumentare la gamma dei propri prodotti.

I semilavorati, non sono altro che delle miscele simili a quelle create a mano dai fornai, realizzate però da miscelatori ad hoc e per questo in grado di garantire una qualità costante nel tempo e un prodotto estremamente equilibrato.

I vantaggi di usare un prodotto premiscelato sono quelli di ridurre notevolmente gli sprechi che si avrebbero facendo le prove manuali di miscelazione, l'eliminazione dei tempi delle pesature, nonché la riduzione del problema degli spazi necessari per lo stoccaggio in magazzino dal momento che un unico prodotto sostituisce più tipologie di sacchi.

Infine, e potremmo dire fortunatamente rispetto al passato, i semilavorati hanno una etichetta sempre più pulita e green, sono spesso senza sale, senza 472 o emulsionanti chimici.

Quindi, il primo step è la selezione del prodotto da impiegare di cui è importante conoscere bene la composizione e l'etichetta.

La legge 19 dicembre 2019 n. 157 ha stabilito la riduzione della soglia per l'utilizzo del denaro contante in Italia.

In base a tale disposizione, a decorrere dal 1° gennaio 2022 è vietato il trasferimento di denaro contante e di titoli al portatore in euro o in valuta estera effettuato a qualsiasi titolo tra soggetti diversi, siano esse persone fisiche o giuridiche, quando il valore oggetto del trasferimento è complessivamente pari o superiore a 1.000 euro.

Oltre il pane anche il companatico...da seicento anni il Prosciutto di Carpegna, certificato DOP dal 1996, assolve doverosamente il proprio ruolo di supporto al prodotto pane.

Carpegna si trova tra l'Emilia Romagna, le Marche e la Toscana nel Parco Naturale del Sasso Simone e Simoncello, nel cuore delle colline del Montefeltro.

E' qui che la storia del Prosciutto di Carpegna DOP affonda le sue origini in antiche tradizioni risalenti al 1400.

Proprio il connubio tra le antiche tradizioni e i moderni metodi di produzione conferiscono al Prosciutto di Carpegna DOP un grande valore.

Il Prosciutto di Carpegna DOP è uno dei protagonisti della campagna triennale di comunicazione dell'Unione Europea che ha come obiettivo la promozione di marchi di qualità europei DOP e IGP.

Per informazioni e approfondimenti contattare i numeri sotto indicati