

Rimini

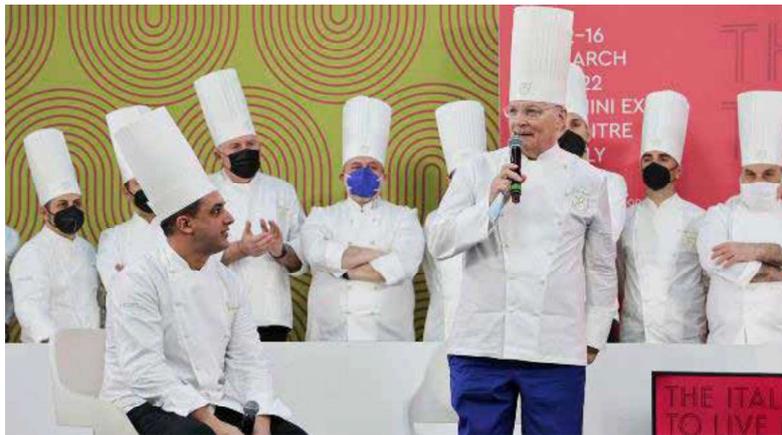
Pianeta Sigep

Dall'ape-panettone ai caffè 'stellati'

Una carrellata di offerte ricercate e gusti inediti nella seconda giornata della Fiera del dolce. Star il maestro Massari

Una produzione annuale da 27mila tonnellate, per un mercato che sfiora i 217 milioni. Le creazioni artigianali che crescono più di quelle industriali e una stagionalità sempre più allargata nei trend di consumo: sono numeri da capogiro quelli realizzati dal panettone, la cui vera e propria metamorfosi è stata il tema al centro dell'incontro organizzato da Aibi, tenutosi ieri, nel corso della seconda giornata di Sigep. Proprio colui che è considerato da molti il 'padre putativo' del panettone, il pasticciere bresciano Iginio Massari, è stato la star della seconda giornata: ha infatti raccontato la sua lunga e gloriosa carriera nel mondo della pasticceria durante un seguitissimo incontro alla Pastry arena.

Se il panettone è un prodotto che si avvicina sempre più ai giovani, anche la tazzina di caffè sale di rango nell'offerta enogastronomica dei locali più all'avanguardia: trattorie, osterie, pizzerie, ristoranti si presentano ai clienti con una carta dedicata solo al caffè. Proprio come si fa per i vini. La torrefazione bolognese Filicori Zecchini, una delle più antiche in Italia e diffusa in 43 Paesi del mondo, ha ideato cinque differenti miscele di livello professionale: diventa così possibile consigliare al cliente un caffè in linea con le sue scelte di menù, o fargli scegliere quella più vicina al suo gusto e abitudini. L'arte dolciaria



sconfina nell'arte contemporanea: tra i padiglioni della fiera non ci si imbatte solo nei migliori pasticceri, gelatieri e chef del mondo, ma capita anche di incontrare alcuni artisti contemporanei. Da Anderson Tegen, ex giocatore di basket, oggi art director del collettivo Pepper's Ghost, ad Aurora Thomo, artista che interpreta l'arte sugli aromi e le forme inaspettate del caffè. Aurora espone in fiera The Golden Bean (pad. D3), un chicco di caffè alto 1 metro e mezzo, realizzato con più di 40mila chicchi di caffè. Al centro, l'opera è attraversata da un solco in foglie d'oro zecchino 24 carati.

LA CURIOSITÀ

La pizza firmata dalla chef argentina

Luciana Pozzuto ospite di Forno Moretti serve la fusion vegetariana



Moretti al quadrato: è la pizza fusion vegetariana creata dalla chef argentina Luciana Pozzuto, ospite nello stand di Forno Moretti. Cornice ripiena di zucchine patate e parmigiano, al centro pomodori gialli, cipolla marinata alla birra, stracciatella e kinchi, un condimento coreano. Una ricetta nata per il Sigep dalle mani della cuoca incoronata l'estate scorsa regina della carbonara.

La nuova normalità

«Le conseguenze della guerra si vedranno sulle nostre tavole»

Prima il Covid poi l'Ucraina Peraboni (ad leg) parla degli scenari post-pandemia e di 'rivoluzioni' alimentari

«Il periodo non è dei più facili: dopo aver passato il guado della pandemia, ora sono le tensioni internazionali a metterci nuovamente alla prova. Ma i tanti sorrisi degli operatori che incontro tra gli stand mi danno fiducia: questo è il nostro primo passo verso la ripartenza». È ottimista Corrado Peraboni, amministratore delegato di Italian exhibition group, il gruppo nato dalla fusione delle strutture di Rimini e Vicenza e oggi leader italiano nell'organizzazione di congressi, fiere ed eventi espositivi.

Peraboni, quello delle fiere è uno dei settori più duramente colpiti dall'emergenza sanitaria. Come avete reagito a due anni di stop forzato?

«Il nostro mestiere è creare assembramenti, era inevitabile che soffrissimo una battuta d'arresto. Il nostro grande sforzo, però, è stato cercare di capire come sarebbero cambiati questi eventi nel post-pandemia. Quale sarebbe stata la 'nuova normalità', una volta terminata la fase più critica dell'emergenza».

Che risposta vi siete dati?

«Le fiere saranno sempre più regionali, o meglio continentali: viste le sempre minori opportunità, per le persone, di compiere viaggi intercontinentali, le no-

stre manifestazioni di punta (RiminiWellness, Ecomondo, Vicenzaoro e Sigep) si suddividono in più eventi, spalmati su più aree geografiche strategiche. Un'operazione realizzata grazie ad alleanze e accordi di collaborazione con grandi player internazionali, oppure con operatori locali».

Può fare un esempio?

«RiminiWellness è approdata a Dubai, a San Paolo del Brasile e in Messico. E sono in corso trattative per portarla fino all'Asia e agli Usa».

Durante la pandemia numerosi eventi si sono trasferiti sui canali digitali. Sarà così anche nella nuova normalità?

«Io e il presidente Lorenzo Cagnoni abbiamo condotto un'in-



Le previsioni per il settore fieristico di Corrado Peraboni, amministratore delegato di Italian exhibition group

dagine su tutte le piattaforme digitali presenti sul mercato, ma nessuna è riuscita a farci apprezzare il sapore del gelato o il profumo del pane appena sfornato. Le innovazioni tecnologiche aiutano, ma gli eventi devono essere dal vivo».

Che impatto ha la guerra russo-ucraina sulla filiera del foodservice dolce?

«Le tensioni internazionali aggravano ulteriormente la crisi

delle materie prime (basti pensare che l'Ucraina è tra i principali fornitori di olio di semi, ingrediente chiave di varie preparazioni dolciarie) e riducono i potenziali mercati di sbocco per il made in Italy. Questa crisi può trasformarsi in occasione per realizzare un riposizionamento delle materie prime e delle fonti di energia: nel frattempo, però, i costi da sostenere peseranno sull'intera filiera».

Sigep, non solo dolce L'allarme Fipe: «Manca personale qualificato»

Tanta gente presente ieri alla Fiera anche nella seconda giornata della manifestazione

RIMINI

Gelato, caffè, ristorazione, panettone artigianale. Ma anche un appello per la mancanza di personale qualificato.

Tanta gente anche ieri ha affollato il Sigep, il Salone internazionale dedicato a gelateria, pasticceria, pane e caffè.

La Fipe ha lanciato il suo grido d'allarme per la mancanza di personale qualificato, un dato «senza precedenti per il settore della

ristorazione, che cerca di ricostruire il suo capitale umano». Il confronto tra gli addetti della ristorazione nel 2022 sul dato del 2019, dice che sono 243 mila le risorse uscite dal mondo del lavoro, solo 50 mila i nuovi occupati. Formazione dedicata agli studenti e ai giovani, sistemi di reclutamento personalizzato per incrociare domanda e offerta sono le idee per attivare un'azione di recupero quanto mai necessaria.

Si è parlato anche di pane con Antonio Pacella, specialista in Scienze dell'Alimentazione, il cui consumo è crollato a soli 75-80

grammi giornalieri rispetto al quasi mezzo chilo degli anni Cinquanta. In Italia più di 8 milioni di persone credono di essere celiache, ma in realtà solo 350 mila sono quelli registrati dai medici competenti. Una vera e propria «carbofobia» che va scongiurata».

Il siciliano Leandro Faraci, della Gelateria pasticceria Geba di Enna, ha vinto la categoria pasticceria del Sigep Gelato d'Oro. Faraci, assieme al gelatiere che vincerà la selezione di categoria mercoledì 16 marzo, sempre nell'ambito di Sigep Gelato d'Oro, competerà nella prima edizione della Gelato European Cup, dove saranno scelti i team nazionali europei che saranno ammessi alla

finale mondiale in programma nel 2024 al Sigep Gelato World Cup.

In vetrina anche il panettone dove i volumi artigianali crescono più di quelli industriali

con una produzione da 27 mila tonnellate per un mercato che sfiora i 217 milioni, per una vera e propria metamorfosi del dolce re del Natale. Infine il «Gelato della pace» per il quale batte il cuore d'Ucraina. Un gelato, ideato dai



Il Sigep alla Fiera di Rimini e, sotto, il gusto del gelato della pace

maestri dell'Associazione Italiana Gelatieri, per manifestare vicinanza al popolo ucraino e portare in Italia un po' di tradizione dolciaria. La ricetta studiata e preparata da Vincenzo Pennestrì e Claudio Pica ha le sue radici nella

ricetta di un dolce ucraino, il Sochniki: gusto a base di latte e ricotta, poi arancia e un po' di pi-stacchio italiano. Da ieri la ricetta è a disposizione di tutti i gelatieri italiani che lo vogliono aggiungere alla loro offerta artigianale.

**27 MILA
TONNELLATE:
CHE SCALATA
PER I PANETTONI
ARTIGIANALI**