

Breaking News

Fatti e protagonisti dall'8 al 14 maggio 2021

Il Consorzio del Taleggio lancia eventi online per promuovere la Dop sui mercati europei

Treviglio (Bg) – Lunedì 10 maggio. Il Consorzio tutela Taleggio prosegue le attività di promozione all'estero. Nel mirino: il mercato europeo. In particolar modo, Germania, Francia e Svezia, primi paesi di esportazione Ue, e Regno Unito. Il Consorzio del Taleggio, infatti, insieme a quelli dell'Asiago, del Gorgonzola e del Pecorino Sardo, ha cercato nuove strade per promuovere la Dop. Inoltre, in collaborazione con I Love Italian Food, network internazionale che promuove e difende la cultura enogastronomica italiana, ha aderito al progetto '100per100 Italian'. A partire da oggi e nelle prossime settimane si terranno eventi digitali rivolti ai mercati esteri. Nella giornata di oggi si svolgerà un webinar dedicato a oltre 100 tra buyer, ristoratori e operatori di settore tedeschi. Mentre tra giugno e luglio sono previsti appuntamenti online per Francia, Regno Unito e Svezia.

Anuga 2021 si presenta

Colonia (Germania) – Mercoledì 12 maggio. Si è svolta oggi la conferenza stampa di presentazione dell'edizione 2021 di Anuga, la più grande fiera internazionale dedicata al food & beverage, che si svolgerà dal 9 al 13 ottobre. Hanno preso parte all'evento online: Daniel Antheis, esperto di trend e sostenibilità per Zukunftsinstitut Frankfurt; Stefanie Sabet, managing director e capo dell'ufficio di Bruxelles della federazione del settore food & beverage tedesco; Franz-Martin Rausch, managing director della Associazione federale tedesca del commercio alimentare; Timo Recker, fondatore e Ceo di NextGen; ed Oliver Frese, chief operating officer di Koelnmesse. Che annuncia: "Siamo ottimisti: anche la fiera in presenza avrà luogo". Anuga 2021, infatti, al momento prevede un formato ibrido. Alla tradizionale fiera in presenza, per cui è stato pensato un apposito protocollo di sicurezza, che prevede, tra le varie misure, il controllo dei flussi di persone tra i padiglioni, la registrazione dei visitatori, maggiori operazioni di pulizia e sanificazione, si affiancherà 'Anuga at home'. Coloro che non potranno partecipare fisicamente alla kermesse potranno, a partire dall'11 ottobre, collegarsi alla piattaforma dedicata, dove avranno la possibilità di entrare in contatto con gli espositori e vedere le novità in esposizione. Tema filo conduttore dell'edizione 2021 della manifestazione di Koelnmesse sarà la trasformazione del settore alimentare. Il cambiamento climatico, infatti, nel futuro prossimo, modificherà le abitudini alimentari in tutto il pianeta. In particolar modo, ad Anuga 2021, sarà sotto la lente di ingrandimento il tema delle proteine vegetali e delle alternative ai prodotti di origine animale, ma anche quello della sostenibilità e della digitalizzazione del settore alimentare, con seminari e conferenze dedicate. Inoltre, visto che con la pandemia è cresciuto l'interesse dei consumatori nei confronti dei prodotti biologici, è stata confermata anche per il 2021 Anuga Organic. Ancora una volta, saranno oggetto di attenzione anche le produzioni Halal e Kosher.

Fiera Milano: i risultati del primo trimestre. Da giugno un nuovo Cfo

Milano – Martedì 11 maggio. Il Consiglio di amministrazione di Fiera Milano ha approvato il resoconto intermedio di gestione consolidato relativo al primo trimestre 2021. L'ente ha anche annunciato la nomina di Andrea Maldì a Chief financial officer e dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili e societari a partire dal 1° giugno. Maldì vanta una consolidata esperienza nell'area amministrazione, finanza e controllo oltretutto in operazioni straordinarie di M&A, maturata ricoprendo ruoli di Cfo in primarie società attive nel settore finanziario, industriale e dei servizi. Sui risultati del primo trimestre 2021 pesa chiaramente la sospensione delle attività fieristiche e congressuali. I ricavi sono pari a 1,5 milioni di euro rispetto a 47,6 milioni nel primo trimestre 2020; l'Ebitda è a -9,9 milioni di euro rispetto a 15 milioni. L'Ebit è a -21 milioni di euro rispetto a 3,8 milioni. Il risultato prima delle imposte è pari a -23,2 milioni rispetto a -0,1 milioni nel primo trimestre del 2020. Infine la posizione finanziaria netta, con l'indebitamento pari a 47,5 milioni di euro rispetto a 23,9 milioni al 31 dicembre 2020.

Ha preso il via la nuova campagna di comunicazione del Pecorino Romano Dop

Macomer (Nu) – Mercoledì 12 maggio. È da poco cominciata la nuova campagna di comunicazione europea del Pecorino Romano Dop. Nell'arco di tre anni si svolgeranno attività in Germania e Italia con l'obiettivo di aumentare la competitività e la notorietà dei prodotti Dop, informare i consumatori sulle sue caratteristiche e diffonderne il consumo sui mercati target. Per questo motivo, da inizio maggio, è in onda uno spot sul circuito La7 che evidenzia l'alta qualità del prodotto e il suo legame con il territorio e la tradizione. E' prevista, poi, una seconda campagna nel periodo autunnale sulle reti Mediaset. "Il progetto Pecorase Italia-Germania ha conquistato il terzo posto nella classifica delle migliori proposte arrivate numerose da ciascuno dei 27 Paesi dell'Unione. Un risultato importante, di cui siamo orgogliosi e che premia il percorso di innovazione e internazionalizzazione che abbiamo messo in atto", dichiara il presidente del Consorzio di tutela del Pecorino Romano Dop, Gianni Maoddi. "Il mercato tedesco, con 17mila quintali all'anno, e quello italiano con 100mila, assorbono il 41% della produzione totale di Pecorino Romano, che quest'anno ha portato sul mercato 285mila quintali. Abbiamo grandi aspettative su questo progetto, attraverso il quale faremo conoscere e apprezzare sempre di più il Pecorino Romano in tutte le sue caratteristiche".

