

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Luglio/Agosto 2025
anno 24 - numero 141

AROMI NATURALI PER

KIDS



▷ OGM FREE
▷ SUGAR FREE



NEW
FLAVOURS®
ITALIAN SENSATIONS

COLOR FREE ◁
PESTICIDES FREE ◁

NEW FLAVOURS SRL

Via dell'Artigianato 7 | zona Ind.le Gioiello | 06010 Monte Santa Maria Tiberina (PG) | ITALY
info@new-flavours.com | Tel. +39 075.857.82.95 | www.new-flavours.com





WE ADD VALUE, NATURALLY.

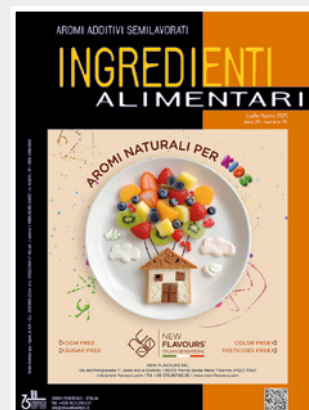
Siamo leader globali nello sviluppo e produzione di **ingredienti funzionali 100% naturali**. Siamo impegnati nell'offrire soluzioni innovative attraverso ricerca e sviluppo, tecnologie pulite ed un modello di business sostenibile.

www.lbg.it



RUBRICHE

- 3 Unplugged**
- 4 Legislazione commentata** - La Corte di Giustizia sui claim salutistici (A. Ambanelli)
- 8 Food safety** - Gli effetti dei cibi ultra-processati sul microbiota intestinale. Parte 1 (G. Liuzzo)
- 14 Food design** - Il cioccolato di Dubai: da fenomeno virale a tendenza globale (P. Barichella)
- 18 Tecniche culinarie** - La prima colazione (M. Di Lorenzi)
- 22 Marketing e tendenze** - Il futuro di biscotti e cracker
- 24 Fiere** - **Iffa**, innovazione e ottimismo: il settore mostra la sua forza a Francoforte - Innovazione e qualità Made in Italy - Aroma di origano che promuove freschezza - Qualità e innovazione - Produzione responsabile, prodotti naturali - Sostenibilità, innovazione e diversificazione - Sapore del futuro - Salumi belli e sicuri
- 30 L'azienda** - Dall'alveare alla tavola: natura e scienza per il futuro del settore nutraceutico e alimentare (S. Musso)
- 34 Prodotti servizi** - Alternative al cacao - Sciroppo 100% di carruba - Amido *clean label* - I benefici nutrizionali di farina e fiocchi di avena - Yogurt e alternative fermentate - Dalla tradizione giapponese un'alternativa naturale al glutammato - Il germe di grano per il settore *bakery* - Soluzioni senza glutine e lattosio per prodotti da forno e pasta fresca - Per contrastare il declino cognitivo legato all'invecchiamento
- 42 Leggi** - Ammesse nuove sostanze aromatizzanti - Autorizzato l'uso dell'ascorbato di sodio nelle preparazioni di vitamina A
- 46 Ricerca applicata** - *Microgreen* di chia per noodle funzionali - Estratto di caffè verde come antiossidante nella maionese - Emulsione a base di olio di canola come sostituto del grasso nelle salsicce - Snack a base di mais e vinaccia bianca intera e senza semi - Colore naturale della barbabietola per il gelato - Migliorare il contenuto di melatonina e l'attività antiossidante dello yogurt - Effetto del gel di aloe vera sulla maionese a basso contenuto di grassi - Gelificazione delle proteine nel "latte" vegetale indotta da ultrasuoni
- 54 Mercati consumi** - Zucchero: mercati e commercio mondiali - Opportunità per le mandorle nei prodotti al cioccolato
- 58 Notizie dal mondo** - Nuovo sito web: ingredienti, cataloghi e soluzioni su misura - Il Mulino Padano aderisce al Verona Agrifood Innovation Hub (VAIH) - Nuovo impianto produttivo per aromi e miscele funzionali - A Milano il futuro dell'ospitalità - ProSweets Cologne 2026 con il vento in poppa - Calendario
- 62 Recensione libri**
- 64 Indirizzi aziende**



LUGLIO/AGOSTO 2025
anno 24 - n. 141

DEPARTMENTS

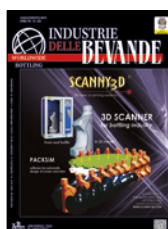
- 3 UNPLUGGED**
- 4 EDITED LAW**
- 8 FOOD SAFETY**
- 14 FOOD DESIGN**
- 18 CULINOLOGY**
- 22 MARKETING & TREND**
- 24 EXHIBITION (IFFA)**
- 30 THE COMPANY**
- 34 PRODUCTS & SERVICES**
- 42 LAWS**
- 46 APPLIED RESEARCH**
- 54 MARKETING**
- 58 NEWS**
- 62 BOOKS**
- 64 COMPANY DIRECTORY**

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Bimestrale - ISSN 1594-0543

July/August
Year 24 nr. 141



I NOSTRI SITI

www.chiriottieditori.it
www.foodtechvillage.com
www.pasticceriainternazionale.it
www.tuttogelato.it
www.alimentifunzionali.it
www.foodexecutive.com

Chiriotti Editori s.r.l.

Viale Rimembranza 60
10064 Pinerolo - To - Italia
Tel. 0121 393127
info@chiriottieditori.it
www.chiriottieditori.it

Direttore Responsabile

Alberto CHIRIOTTI
alberto@chiriottieditori.it

Direttore Scientifico

Sebastiano PORRETTA

Capo Redattore

Simonetta MUSSO
musso@chiriottieditori.it

Redazione

**Laura SBARATO, Rossella CONTATO,
Chiara MANCUSI, Matteo BARBONI**

Segretaria di Redazione

Elena FOLCO
folco@chiriottieditori.it

Grafica

Anna Boscolo

Direttore Marketing

Monica PAGLIARDI
pagliardi@chiriottieditori.it

Responsabile Commerciale

Luca RUSSO
russo@chiriottieditori.it

Ufficio Traffico

Monica PRIMO
primo@chiriottieditori.it

Amministrazione

Giuseppe CHIRIOTTI

Abbonamenti

Marilù CIANFLOCCA
abbonamenti@chiriottieditori.it

Resp. Trattamento Dati

Ottavio CHIRIOTTI

PER ABBONARSI

Telefonare allo 0121 378147
(servizio abbonamenti)
o spedire una e-mail a:
abbonamenti@chiriottieditori.it
Prezzo una copia € 1,00
- numeri arretrati € 10,00

La riproduzione, anche parziale,
di articoli ed illustrazioni
pubblicati sulla rivista è riservata
e non può avvenire senza
espressa autorizzazione scritta
dell'Editore.

L'Editore non assume alcuna
responsabilità per quanto
riguarda eventuali errori
contenuti
negli articoli e/o
per quanto espresso dagli Autori.
Gli inserzionisti sono i soli
responsabili di quanto pubblicato
nelle loro pagine di pubblicità.

1 anno in Italia € 50,00
Esteri € 105,00
Versione in PDF: € 29,99

STAMPA: La Stamperia Pinerolese srls
Pinerolo (To)

PROPRIETÀ: © 2025 Chiriotti Editori srl
PERIODICITÀ: bimestrale - sped. in A.P.
L 27/02/2004 n. 46 art. 1

Suppl. a "Industrie Alimentari" -
Aut. Tribunale di Pinerolo n. 262
(19-11-1962)

This bimonthly journal is published
by Chiriotti Editori srl
Viale Rimembranza, 60
10064 Pinerolo - Italy
Tel. +39 0121 393127
E-mail: info@chiriottieditori.it

1 Year subscription
Italy: € 50.00
Abroad: € 105.00
PDF version: € 29.99



UNPLUGGED

di Sebastiano PORRETTA

Ancora sugli alimenti ultra-processati (UPF)



Il sistema Nova classifica tutti gli alimenti in quattro gruppi, presumibilmente in base al grado di trasformazione (la qualifica di un alimento come ultra-processato è oggetto di dibattito se si basa maggiormente sulla lavorazione o sulla formulazione). Le raccomandazioni per limitare l'assunzione di alimenti ultra-processati (UPF) (gruppo 4) si basano principalmente su studi osservazionali che dimostrano come il loro consumo sia associato a una serie di effetti avversi. Quasi tutti i lattici vegetali e l'intera nuova generazione di alternative vegetali alla carne (PBMA), prodotte utilizzando fonti concentrate di proteine vegetali, sono classificati come UPF. Questa classificazione potrebbe dissuadere il pubblico dal consumarli e gli operatori sanitari dal raccomandarli, sebbene rappresentino un modo conveniente per aumentare l'assunzione di proteine vegetali nei paesi ad alto reddito, come raccomandato dalle autorità sanitarie. Tuttavia, sebbene l'assunzione totale di UPF sia associata a effetti avversi sulla salute, questo non vale per molte sottocategorie di UPF. Inoltre, in molti casi, la ricerca clinica dimostra che i PBMA e i lattici vegetali hanno effetti benefici rispetto alle loro controparti di origine animale (Gruppo 1).

Nova offre un'interpretazione troppo generica e non è sufficientemente dettagliata per fungere da guida pubblica per le decisioni di acquisto di prodotti alimentari e potrebbe distogliere i consumatori dall'attenzione sull'importanza del contenuto nutrizionale.

Gli alimenti trasformati svolgono un ruolo importante nel raggiungimento della sicurezza alimentare e nutrizionale. Nonostante i loro apparenti vantaggi, sono emerse preoccupazioni sul ruolo delle alternative vegetali alla carne e ai latticini in una dieta sana, soprattutto per quanto riguarda le prime. Queste preoccupazioni rientrano in due categorie generali. La prima è che molti dei bioattivi potenzialmente

benefici presenti negli alimenti vegetali integrali siano assenti in varia misura nei PBMA. La seconda è che la lavorazione coinvolta nella produzione di questi prodotti possa avere effetti negativi sulla salute: il trattamento termico utilizzato per ridurre la contaminazione microbica può indurre la formazione di agenti cancerogeni nei PBMA, proprio come accade nei prodotti a base di carne. Inoltre, il trattamento può influire sulla biodisponibilità, sulla digeribilità e sulle caratteristiche nutrizionali di alimenti e ingredienti.

Probabilmente Nova è un metodo inadeguato per valutare la salubrità degli alimenti in generale e delle alternative vegetali a carne e latticini in particolare, e non è sufficientemente dettagliato per fungere da guida per le decisioni d'acquisto dei consumatori. L'accettazione di Nova da parte

delle agenzie sanitarie potrebbe potenzialmente arrecare danno alla salute pubblica, poiché molti alimenti designati come UPF potrebbero in realtà svolgere un ruolo importante in una dieta sana.

Inoltre, l'utilizzo di Nova presenta difficoltà pratiche, poiché gli operatori sanitari che conoscono gli ingredienti hanno difficoltà a collocare gli alimenti nelle rispettive categorie. Quando è stato

chiesto a specialisti francesi di alimentazione e nutrizione di collocare ciascuno di 200 alimenti nella corretta categoria Nova, solo 4 sono stati inseriti nella stessa categoria Nova da tutti i valutatori, e il 25% degli alimenti è stato inserito da soggetti diversi in tutte e quattro le categorie.

Classificare un frullato di frutta preparato con due alimenti del Gruppo 1 (frutta e latte vaccino) come UPF, se contiene una fonte concentrata di proteine, può scoraggiare i consumatori dal preparare e consumare gli alimenti necessari a soddisfare il loro fabbisogno nutrizionale e contribuisce anche a consolidare la percezione negativa di qualsiasi tipo di lavorazione alimentare nella mente del pubblico.



A cura di:
Afro Ambanelli
Avvocato in Parma

La Corte di Giustizia sui claim salutistici



Una recentissima sentenza della Corte di giustizia Europea (sez. V - 30/04/2025, n. 386) ha fornito preziosi chiarimenti e importanti spunti di riflessione in tema di claim salutistici.

La vicenda riguardava una società tedesca che commercializzava un integratore alimentare utilizzando nella sua composizione estratti di zafferano e di succo di melone. Queste sostanze erano ovviamente oggetto di messaggi propagandistici, in particolare sul sito internet della società.

In questi messaggi veniva affermato che l'estratto di zafferano migliorasse l'umore. A sostegno di tale affermazione erano stati riportati i risultati di test che avrebbero rivelato un miglioramento dell'equilibrio emotivo. Una buona percentuale dei partecipanti al test affermava di sentirsi più ottimista e più felice, più rilassata e dinamica con

anche un miglioramento della qualità del sonno.

L'estratto di succo di melone, invece, avrebbe fatto diminuire la sensazione di stress e di stanchezza e dell'irritabilità apportando un significativo miglioramento della qualità della vita.

Un'associazione professionale tedesca, ritenendo che tali indicazioni salutistiche non fossero consentite, aveva dapprima messo in mora la società che commercializzava il prodotto, chiedendo di astenersi dall'impiego di tali indicazioni.

Visto che tale invito non era accolto, l'associazione agiva giuridicamente e la questione finiva davanti al Tribunale di Amburgo dove il ricorso dell'associazione veniva accolto. La Società non demordeva e proponeva appello, ma questo veniva respinto. La controversia proseguiva quindi davanti alla Corte Federale di giustizia tedesca.

**SE LO MANGI
TI FA BENE A TUTTO.
TESTA E FISICO.
MI SONO
SPIEGATO?**



Per una migliore comprensione della vicenda sembra opportuno ricostruire il quadro normativo.

Come è noto, il **Regolamento n. 1924/2006 disciplina le indicazioni nutrizionali e sulla salute** che sono presenti in tutte le comunicazioni commerciali relative agli **alimenti e anche agli integratori alimentari**. A fronte di un crescente impiego di indicazioni nutrizionali e sulla salute, il legislatore comunitario era intervenuto per garantire la tutela dei consumatori e facilitare le loro scelte.

Le indicazioni sulla salute, per principio, sono vietate, a meno che siano conformi ai requisiti generali previsti al capo II del Regolamento, nonché ai requisiti specifici previsti al capo IV. Inoltre, esse devono essere state previamente autorizzate secondo le procedure previste dallo stesso regolamento ed essere quindi incluse negli elenchi delle indicazioni autorizzate.

Le procedure di autorizzazione che precedono l'inserimento delle indicazioni specifiche negli elenchi **hanno lo scopo di garantire che i claim siano scientificamente giustificati e a questo proposito risulta fondamentale il parere dell'EFSA**.

Lo scopo del Regolamento 1924/2006 è quindi di garantire l'informazione del consumatore esigendo una valutazione scientifica completa delle indicazioni specifiche sulla salute, vietando l'impiego di indicazioni non verificate.

Inoltre, va ricordato che **il riferimento a benefici generali e non specifici per la salute non è ammesso, a meno che non sia accompagnato da un'indicazione specifica sulla salute, autorizzata e inclusa negli elenchi**.

Anche i claim riguardanti funzioni psicologiche o comportamentali, come quelli oggetto della controversia, per essere autorizzati, **devono essere basati su prove scientifiche generalmente accettate ed essere formulati in modo da venire ben compresi dal consumatore medio**.

La Commissione era tenuta a consultare l'EFSA per adottare, entro il 31 gennaio 2010, l'elenco delle indicazioni sulla salute autorizzate. Senonché la valutazione dei claim salutistici relativi alle sostanze botaniche è stata sospesa e quindi l'elenco riguardante queste indicazioni non è ancora stato stabilito, malgrado siano ormai trascorsi molti anni.

Proprio la sospensione della valutazione da parte dell'EFSA e della Commissione induceva le perplessità sull'applicazione delle norme del Regolamento 1924/2006. Di fatto, questo ritardo impedisce agli operatori di ottenere una decisione sulle indicazioni proposte e, di conseguenza, preclude anche l'utilizzo di un riferimento generale sulla salute.

Il legislatore comunitario aveva previsto un regime transitorio all'articolo 28, paragrafo 6, lettera b), del regolamento n. 1924/2006. Le indicazioni sulla salute non sottoposte a valutazione e autorizzazione in uno Stato membro possono continuare a essere impiegate a patto che sia stata proposta una domanda prima del 19 gennaio 2008.

Nel caso in questione, tuttavia, una delle due indicazioni era stata oggetto di una domanda tardiva, mentre per l'altra non era stata proposta alcuna domanda e quindi l'impiego di queste indicazioni non poteva essere autorizzato fino a quando la Commissione

non avesse concluso le procedure previste.

Del resto, le disposizioni del Regolamento 1924/2006 non contemplano alcuna distinzione tra le diverse indicazioni sulla salute e quindi non disciplinano in modo autonomo le indicazioni relative alle sostanze botaniche.

Una diversa linea di pensiero portava però a ritenere che l'innattività della Commissione per un periodo di tempo così lungo, protratto per diversi anni, potesse essere considerata come una restrizione sproporzionata



alla libertà d'impresa. Si sarebbe in questo modo realizzata anche una disparità di trattamento ingiustificata tra gli operatori. Alcuni infatti avrebbero potuto impiegare a scopo propagandistico le indicazioni sulla salute già presenti negli elenchi, mentre altri avrebbero dovuto attendere ancora, per un tempo indefinito, la valutazione dei claim proposti.

La Corte tedesca sottoponeva quindi alla Corte Europea una questione pregiudiziale decisamente complessa:

“Se si possano pubblicizzare sostanze provenienti da piante o

da erbe («sostanze botaniche») mediante indicazioni sulla salute (articolo 10, paragrafo 1, del regolamento n. 1924/2006) oppure mediante il riferimento a benefici generali e non specifici della sostanza nutritiva o dell'alimento per la buona salute complessiva o per il benessere derivante dallo stato di salute (articolo 10, paragrafo 3, del regolamento n. 1924/2006), senza che tali indi-



cazioni siano autorizzate a norma di tale regolamento e incluse nell'elenco delle indicazioni autorizzate di cui agli articoli 13 e 14 del regolamento (articolo 10, paragrafo 1, del medesimo regolamento) o senza che tale riferimento sia accompagnato da un'indicazione specifica sulla salute inclusa negli elenchi di cui agli articoli 13 o 14 del regolamento (articolo 10, paragrafo 3, del medesimo regolamento), fintantoché non siano stati ancora completati la valutazione dell'EFSA e l'esame della Commissione sull'inserimento delle indicazioni richieste in relazione alle 'sostanze botaniche' nell'elenco comunitario ai sensi degli articoli 13 e 14 del regolamento n. 1924/2006".

La Corte Europea nella sentenza ribadisce che i claim salutistici debbano essere autorizzati solo in seguito a una valutazio-

ne scientifica "del più alto livello possibile" e di conseguenza che l'EFSA debba essere chiamata a effettuare tale valutazione.

Da questa affermazione deriva che l'articolo 10, paragrafi 1 e 3, del regolamento 1924/2006 vieta tuttora l'impiego di indicazioni sulla salute relative a sostanze botaniche fino a quando la procedura di autorizzazione non si sia conclusa, fatta salva l'autorizzazione basata sulle misure transitorie.

La Corte evidenzia anche come in linea di principio sia possibile apportare limitazioni all'esercizio di diritti e libertà, purché "siano previste dalla legge, rispettino il contenuto essenziale di tali diritti e libertà e, nel rispetto del principio di proporzionalità, siano necessarie e rispondano effettivamente a finalità di interesse generale riconosciute dall'Unione o all'esigenza di proteggere i diritti e le libertà altrui".

Può accadere che diritti diversi, protetti dall'ordinamento giuridico dell'Unione, vengano a conflitto, ma la Corte osserva che "la valutazione di tali limitazioni dev'essere effettuata nel rispetto della necessaria conciliazione tra i requisiti connessi alla tutela di questi diversi diritti e di un giusto equilibrio tra di essi".

Nel caso in questione è stato valutato che **le norme di fatto non impediscono qualsiasi possibilità d'immettere in commercio gli alimenti, ma vietano soltanto di effettuare la pubblicità con l'impiego di indicazioni sulla salute che non siano state previamente valutate e autorizzate**. Inoltre, dev'essere considerato che il legislatore abbia previsto anche una disciplina transitoria.

Maggior peso in quest'ottica è stato attribuito all'obiettivo del

legislatore. La necessità di sottoporre i claim a una preventiva valutazione e autorizzazione abbia infatti lo scopo di tutelare la salute umana e proteggere i consumatori. Questo obiettivo, a giudizio della Corte, assume un'importanza prevalente rispetto agli interessi di ordine economico.

Neppure il principio della parità di trattamento, secondo la valutazione della Corte, può condurre a una diversa interpretazione.

In omaggio a tale principio, situazioni analoghe non devono essere trattate in maniera diversa e, per converso, situazioni diverse non devono essere trattate in maniera uguale, a meno che tale trattamento non sia obiettivamente giustificato.

Proprio alla luce del principio della parità di trattamento, tutti gli operatori del settore alimentare devono rispettare le disposizioni contenute nel Regolamento e dunque anche quanto viene disposto all'articolo 10, paragrafi 1 e 3.

Sulla base di tali motivazioni, la Corte ha affermato che nell'ambito della pubblicità commerciale per un integratore alimentare composto da sostanze botaniche occorrerà attendere che la Commissione concluda l'esame delle indicazioni sulla salute ai fini del loro inserimento negli elenchi delle indicazioni sulla salute consentite, a meno che l'impiego di tali indicazioni non sia autorizzato ai sensi delle disposizioni transitorie.

Una soluzione diversa, del resto, avrebbe di fatto legittimato una proliferazione di messaggi propagandistici non verificati, proprio il fenomeno che il legislatore voleva evitare con l'emanazione del Regolamento 1924/2006.

VERSATILI + AFFIDABILI

**Mandorle: un incontro di
sapore, salute e possibilità.**

Con le mandorle gusto e nutrizione vanno mano nella mano, perché si adattano perfettamente all'odierna ricerca di alternative buone e salutari. Disponibili in oltre 14 forme, offrono infinite possibilità di gusto e consistenza. Qualunque cosa ti serva, puoi trovarlo nelle mandorle.

14 FORME. INFINITE POSSIBILITÀ.



 **california
almonds®**
Almonds.it



A cura di:
Gaetano Liuzzo
A.U.S.L. MODENA

Gli effetti dei cibi ultra-processati sul microbiota intestinale

Parte 1



Introduzione

Nella classificazione alimentare NOVA sono proposte quattro categorie di alimenti che cercano di mettere in relazione il grado di trasformazione degli alimenti e la qualità della dieta. Di queste, la categoria “alimenti ultra-processati” è stata ampiamente studiata in relazione sia alla qualità della dieta sia ai fattori di rischio per le malattie non trasmissibili.

Una dieta di bassa qualità è stata associata a un elevato consumo di alimenti altamente trasformati, caratterizzati soprattutto da un ampio utilizzo di additivi, alcuni dei quali hanno dimostrato d'indurre stati di disbiosi che portano allo sviluppo di malattie intestinali e gastrointestinali. Questa disbiosi influenza il meccanismo rappre-



sentato dall'asse microbiota intestino-cervello.

L'argomento del "microbiota intestinale" e dell'"asse microbiota-intestino-cervello" (MGB) è diventato un tema particolarmente attenzionato dal mondo della ricerca internazionale. Il microbiota intestinale, considerato un "organo", rappresenta secondo questo filone un'interfaccia dinamica tra l'ambiente, il cibo e l'ospite, che riflette lo stato di salute e mantiene il normale metabolismo fisiologico.

I moderni alimenti ultraprocesati (UPF) contengono quantità rilevanti di grassi saturi e *trans*, zuccheri aggiunti, sale e additivi alimentari che influirebbero sull'intestino e quindi sulla salute delle persone. Inoltre, questi componenti determinerebbero, anche con un'azione diretta, cambiamenti nelle funzioni del microbiota intestinale e nel metabolismo microbico, avendo quindi la potenziale capacità d'influenzare la rete neurale. I dati di diversi studi suggeriscono che gli additivi alimentari potrebbero essere collegati a malattie metaboliche e infiammazioni, e alterare la composizione del microbiota intestinale e i metaboliti microbici, che potenzialmente influenzano la cognizione e il comportamento.

L'uso di additivi alimentari nella produzione alimentare è attualmente inevitabile nonostante siano sempre più praticate ricerche che consentano un loro minor utilizzo nella produzione di alimenti. Nonostante le autorità regolatorie internazionali, comunitarie e nazionali approvino l'utilizzo solo di quantità "sicure" di additivi alimentari, la loro sicurezza è sempre messa in discussione.

A tutt'oggi non esiste una definizione legale di alimento ultra-processato. Nella letteratura

scientifica, gli alimenti ultra-processati (Ultra Processed Food) sono stati descritti come, formulazioni di diversi ingredienti che contengono sale, zucchero, oli e grassi, nonché sostanze normalmente non utilizzate nelle preparazioni culinarie, quali: aromi, coloranti, dolcificanti, emulsionanti e altri additivi impiegati con la funzione d'imitare le qualità sensoriali di alimenti non o minimamente trasformati e delle loro preparazioni culinarie, o per mascherare le qualità indesiderabili dei prodotti finali. Alla luce di tale descrizione potremmo ragionevolmente sostenere che gli alimenti ultra-processati sono quegli alimenti (trasformati) la cui trasformazione vede un impiego preponderante di additivi. Nella legislazione unionale si trova la definizione legale di prodotti alimentari trasformati, ovvero "...prodotti alimentari ottenuti dalla trasformazione di prodotti non trasformati" e quindi che hanno subito un "trat-

tamento" che consiste in una "...qualsiasi azione che provoca una modifica sostanziale del prodotto iniziale, compresi trattamento termico, affumicatura, salagione, stagionatura, essiccazione, marinatura, estrazione, estrusione o una combinazione di tali procedimenti" (art. 2 comma 1, lettera m) Reg. (852/2004)).

Secondo Aguirre A., il termine di "alimenti ultra-processati" benché conosciuto da vari gruppi di persone cd. Esperte, quali: ricercatori del settore alimentare, autorità competenti del settore sanitario, nutrizionisti, addetti al marketing, manager, non trova eguale conoscenza nei comuni consumatori soprattutto giovani. Su questa categoria di persone hanno condotto uno studio con l'obiettivo di conoscere il grado di percezione/comprensione del termine "Alimento ultra processato". Dall'analisi emerge che i "rispondenti" hanno attribuito diverse caratteristiche al termine "ultra processato" che qui riassumiamo:

Tabella 1 - Caratteristiche attribuite dai rispondenti.

Ambito	Descrizione
Elaborazione	Altamente lavorati/lavorati più volte Prodotti industriali/chimicamente o fisicamente trasformati (non fatti in casa) Prodotti/alimenti transgenici e prodotti con residui/rifiuti
Presenza di ingredienti	Contengono additivi (conservanti, coloranti)/prodotti chimici Contengono molti ingredienti Contengono ingredienti artificiali
Salubrità	Non è salutare/cattivo per la salute dell'uomo Buono per la salute Alto contenuto di grassi/zuccheri Scarso/inesistente apporto di sostanze nutritive
Altro	Non freschi/prodotti a lunga conservazione Alimenti pronti per il consumo/convenienti Gustosi Cattiva qualità
Prodotti citati nella definizione (non nell'elenco)	Carni lavorate Prodotti "fast food" di marca Fast food

Il microbiota: caratteristiche e funzioni

Il microbiota rappresenta l'insieme di tutti i singoli microrganismi – batteri, funghi, protozoi fino ai virus – che convivono con il nostro corpo senza danneggiarlo. I microrganismi che compongono il microbiota sono addirittura dieci volte più numerosi rispetto alle cellule del nostro organismo. Infatti, in ciascun individuo sono presenti più di 100 trilioni di microrganismi.

Nel nostro organismo, il *microbiota* si trova non solo nell'intestino, ma anche sulla pelle, sui capelli, nella cavità orale, nei polmoni, negli organi genitali (vagina), nelle narici, nella cavità oculare e nel canale uditivo. Il microbiota intestinale è il più esteso (rappresenta circa il 70% del totale): qui vivono oltre 400 specie differenti di microrganismi. Il microbiota di ogni individuo è esclusivo e rappresenta, quindi, una vera e propria impronta biologica, capace di contraddistinguerci

gli uni dagli altri. **Microbiota e microbioma non sono sinonimi, se con microbiota s'intende la popolazione di microrganismi che colonizza un determinato ambiente del corpo umano**, come ad esempio l'intestino, con il termine **microbioma ci si riferisce al patrimonio genetico del microbiota**, cioè a tutto il DNA e RNA dei microrganismi.

Il **microbiota intestinale** è l'insieme dei microrganismi presenti nel tubo digerente. Fino a poco prima del 2000, veniva chiamato "*flora intestinale*", perché erroneamente si pensava che i microrganismi dell'intestino appartenessero al regno vegetale. Lo scienziato americano Jeffrey Gordon propose poi di adottare la terminologia "microbiota intestinale", che è tutt'ora in uso. La composizione del microbiota intestinale varia spazialmente lungo la posizione e la profondità assiale del tratto gastrointestinale, formando comunità specifiche a livello regionale. Il numero di cellule microbiche continua ad aumentare lungo il tratto gastrointestinale e sono oltre 1000 le specie microbiche nel microbiota intestinale umano, due i *phyla* predominanti che sono i rappresentanti di batteri Gram-positivi, e Gram-negativi, che colonizzano rispettivamente il tratto intestinale dei mammiferi, rappresentando il 90% dei batteri intestinali totali. Le proporzioni di questi due *phyla* predominanti nel tratto intestinale possono variare individualmente a causa di una serie di fattori, ma le proporzioni nella maggior parte delle persone sono simili. *Bifidobacterium*, *Clostridium*, *Ruminococcus*, *Lactobacillus*, *Streptococcus*, *Bacteroides* ed *Escherichia* sono alcuni dei gene-

Tabella 2 - Funzioni di alcune specie batteriche nel microbiota intestinale.

<i>Actinobacteria-Firmicutes-Proteobacteria</i>	Contribuiscono alla degradazione dei carboidrati complessi, con conseguente formazione di metaboliti SCFA.
<i>Bacteroides</i>	L'aumento dei livelli nel microbiota può ridurre la produzione di serotonina.
<i>Bifidobacterium</i>	Ha mostrato una correlazione negativa con gonfiore e dolore addominale. In particolare, il <i>Bifidobacterium animalis</i> è correlato alla riduzione del tessuto adiposo.
<i>Bilophila wardsworthia</i>	Se aumenta, è un potenziale batterio patogeno. Può ridurre lo spessore dello strato di muco.
<i>Butyricoccus pulliaecorum</i>	È noto per produrre alti livelli di butirrato. C. Leptum è stato dimostrato che produce SCFA, come l'acido butirrico, che aiuta a modulare le cellule T regolatorie.
<i>Clostridiales</i>	Attenuano efficacemente l'infiammazione e le malattie allergiche grazie alle loro attività biologiche distintive, come i metaboliti (butirrato, acidi biliari secondari e acido indolepropionico).
<i>Escherichia Coli (E. coli)</i>	I pazienti affetti da malattie infiammatorie intestinali presentano un aumento di E. coli, il che potrebbe significare che un aumento di E. coli può indurre infiammazione.
<i>Lactobacillus</i>	Previene malattie come l'intolleranza al lattosio. È stato dimostrato che i microbioti con questi batteri (così come quelli con <i>Bifidobacterium</i>) riducono i metaboliti potenzialmente tossici (come il fenolo) nelle feci umane.
<i>Ruminococcus gnavus</i>	Può secernere tossine per colonizzare, questo può portare a uno squilibrio dell'omeostasi, rendendo l'intestino più suscettibile alle malattie gastrointestinali
<i>Prevotella</i>	Si è visto che promuove l'immagazzinamento epatico del glicogeno, aumenta la fermentazione dei carboidrati e migliora il metabolismo
<i>Verrucomirobia (Akkermansia muciniphila)</i>	Aumenta lo spessore dello strato di muco intestinale, favorendo il metabolismo del tessuto adiposo; produce inoltre propionato e acetato

ri più importanti e comunemente riconosciuti nel microbiota intestinale umano.

Il contributo del microbiota intestinale alla fisiologia umana è principalmente correlato al metabolismo microbico. Questi microrganismi nel tratto gastrointestinale potrebbero decomporre carboidrati complessi, proteine e alcuni grassi che raggiungono il tratto digerente inferiore, produrre una varietà di enzimi, partecipare al metabolismo dei nutrienti e svolgere un ruolo fondamentale nelle funzioni metaboliche umane. Nel complesso processo di digestione, assorbimento e metabolismo, il microbiota intestinale svolge il suo ruolo attraverso una varietà di processi metabolici, tra cui idrolisi, riduzione, deidrogenazione, deaminazione e fissione ciclica. Questi processi producono un gran numero di metaboliti che possono essere assorbiti nel sangue e agire in tutto il corpo. I principali metaboliti includono acidi grassi a catena corta (SCFA) e alcoli, ammoniaci, acidi grassi a catena ramificata (BCFA), ammine, composti di zolfo, fenoli e indoli, derivati di glicerolo e colina e anidride carbonica e idrogeno. Tra questi metaboliti, le funzioni fisiologiche degli SCFA sono estremamente importanti. Ad esempio, questi SCFA influenzano notevolmente il mantenimento delle cellule epiteliali del colon poiché le cellule epiteliali del colon le usano come fonti di energia. I microbi intestinali coinvolti nel catabolismo degli amminoacidi e nel catabolismo dei lipidi hanno anche un grande impatto sulla salute umana.

Oltre alla funzione metabolica, il microbiota intestinale svolge anche un ruolo importante nella funzione immunitaria uma-

na, in particolare nello sviluppo e nella regolazione del sistema immunitario. Oltre a regolare l'assorbimento nutrizionale e il metabolismo dell'ospite, i metaboliti microbici possono anche regolare il sistema immunitario umano influenzando l'espressione genica e la fisiologia delle cellule ospiti. Il microbiota intestinale interagisce con il sistema immunitario per fornire segnali per promuovere la differenziazione delle cellule immunitarie, la maturazione degli organi immunitari e lo sviluppo della funzione immunitaria. Inoltre, può anche regolare la funzione immunitaria del corpo umano, come la generazione di anticorpi, la differenziazione delle cellule T e il potenziamento della funzione fagocitaria dei macrofagi. Il microbiota intestinale aiuta anche a mantenere l'integrità delle cellule epiteliali intestinali e delle connessioni cellula-cellula, a promuovere la riparazione delle cellule epiteliali danneggiate e a regolare il *turnover* degli enterociti.

Relazione fra microbiota intestinale e malattie nell'uomo

La disbiosi intestinale è altamente correlata a condizioni quali: obesità, diabete, malattie cardiovascolari, malattie infiammatorie intestinali (IBD) e cancro del colon-retto. Un aumento del numero di *Streptococcus* spp. e *Enterobacteriaceae* nell'intestino è stato dimostrato essere una caratteristica della malattia cardiovascolare aterosclerotica (ACVD). L'abbondanza di *Faecalibacterium prausnitzii* e *Lactobacillus* nei pazienti con diabete di tipo 2 (T2D) è risultata essere significativamente inferiore rispetto a quella negli individui sani, mentre il numero di *Bifidobacterium* era significativamente superiore rispetto a quello negli individui sani. Lo squilibrio del microbioma intestinale svolge anche un ruolo potenziale nello sviluppo del cancro. Un gran numero di *Bacteroides massiliensis* è stato osservato in pazienti con cancro alla prostata, mentre l'abbondanza





di *Eubacterium rectale* e *Faecalibacterium prausnitzii* era relativamente inferiore. Allo stesso modo, i batteri anaerobi facoltativi nelle *Enterobacteriaceae* sono aumentati in modo significativo e un gran numero di microrganismi è cambiato per essere in grado di far fronte allo stress ossidativo nei pazienti con IBD. D'altro canto, alcuni generi di batteri, come *Eubacterium*, *Roseburia*, *Bacteroides*, *Faecalibacterium*, *Clostridium* e *Lactobacillus*, e alcune specie batteriche, come *Roseburia intestinalis*, *Faecalibacterium prausnitzii* e *Akkermansia muciniphila*, sono stati suggeriti per migliorare lo stato infiammatorio e l'immunità, o prevenire diabete e obesità. I metaboliti del microbioma intestinale possono anche essere strettamente correlati alle malattie umane. Ad esempio, l'arginina può essere convertita in glutammato e quindi deaminata in acido gamma-aminobutirrico (GABA), che è il principale neurotrasmettitore inibitorio. I cambiamenti nell'espressione del suo recettore sono strettamente correlati alla patogenesi dell'ansia e della depressione. Inoltre, la lisina può essere metabolizzata per produrre cadaverina, che è positivamente associata alla colite ulcerosa (UC).

Fattori che influiscono sul microbiota: gli additivi

L'equilibrio e la diversità del microbiota intestinale umano sono influenzati da una varietà di fattori complessi, tra cui fattori dietetici e no, come antibiotici, età, stress, condizioni climatiche o esercizio fisico. In termini di fattori non dietetici, l'età è uno dei fattori che influenzano la composizione del microbiota intestinale. Ad esempio, nel tratto gastrointestinale degli anziani, *Clostridium* e *Bacteroidetes* sono dominanti, mentre *Bifidobacterium* è significativamente ridotto. Tra i fattori dietetici, l'impatto dei macronutrienti alimentari sul microbiota è stato ampiamente esaminato. I modelli dietetici ricchi di carboidrati semplici hanno portato alla

proliferazione di *Proteobacteria* e *Firmicutes* e le diete ricche di grassi hanno portato alla diminuzione della diversità microbica intestinale. Le strutture dietetiche ricche di proteine animali e grassi saturi erano favorevoli alla proliferazione di *Actinobacteria* e *Bacteroidetes* nell'intestino. Pertanto, i cambiamenti nei singoli modelli dietetici possono avere un impatto sulla diversità del microbiota intestinale. Oltre ai principali componenti alimentari, anche quelli minori come i contaminanti alimentari o gli additivi alimentari, potrebbero influenzare il microbiota. Ad esempio, l'esposizione alimentare al pesticida clorpirifos ha alterato in modo significativo la composizione del microbiota intestinale nei ratti, incluso un significativo arricchimento di batteri produttori di acidi grassi a catena corta e patogeni opportunisti. Contrariamente ai contaminanti, gli additivi alimentari vengono aggiunti intenzionalmente e i loro effetti sul microbiota hanno recentemente ricevuto molta attenzione. Il fattore che in questa sede viene indagato è quello legato al consumo di UPF. È convinzione prevalente che un elevato consumo di alcuni alimenti ultra-processati, abbia effetti negativi sul microbiota e questi effetti sarebbero dovuti alla presenza di additivi.



I CLIENTI DEL FUTURO



IL PARTNER DI SEMPRE



Materie prime, Ingredienti e Miscele di Qualità



www.adea-srl.it

A.D.E.A. S.r.l. - I - 21052 BUSTO ARSIZIO (VA)
Via Baden Powell, 5 (Z.I. Sud Ovest)

Tel. + 39 / 0331.34.19.49 - Fax + 39 / 0331.34.19.48
Servizio Vendite: Fax 0331.34.19.88

A cura di:
Paolo Barichella
Food designer

Il cioccolato di Dubai: da fenomeno virale a tendenza globale



Fino a pochi anni fa, l'idea di un "Dubai Chocolate" desiderato e ricercato in Europa sarebbe sembrata un controsenso, quasi una provocazione. Il Vecchio Continente, culla di secolari tradizioni cioccolatiere – dalle raffinate praline belghe all'iconicità del cioccolato svizzero, passando per l'eleganza delle creazioni francesi – ha sempre guardato al Medio Oriente e, più in particolare, ai Paesi del Golfo, come a una terra di petrolio e cammelli, non certo come a un centro d'innovazione gastronomica, men che meno nel campo del cioccolato. Eppure, la storia recente ci ha dimostrato come il vento delle tendenze possa soffiare da direzioni inaspettate. Il "Dubai Chocolate" non è solo diventato una realtà, ma ha travolto il mercato globale, riscrivendo le regole e sfidando le con-

solidate gerarchie. Questa ascesa fulminea, che ha trasformato un prodotto di nicchia in un fenomeno di massa è un caso di studio affascinante emblematico della capacità del Golfo di generare e imporre trend a livello globale. Ma come è nato questo fenomeno? E quali sono state le tappe che lo hanno portato dall'anonimato al successo planetario?

Il Dubai Chocolate esisteva già: radici di un fenomeno

Il cioccolato a Dubai non è nato dal nulla. Certo, non aveva la risonanza globale delle produzioni europee, ma

un mercato locale del cioccolato era già presente, seppur con caratteristiche diverse. Negozi di dolci di lusso, importatori di marchi internazionali e alcune piccole produzioni artigianali



soddisfacevano una domanda interna, spesso legata a occasioni speciali, regali o al consumo da parte di una popolazione cosmopolita.

La vera svolta, la scintilla che ha innescato il fenomeno, è arrivata durante la pandemia di Covid-19. È in questo contesto che emerge la figura di Sarah Hamouda, una giovane donna di origini egiziane, neo-mamma e costretta a casa dalle restrizioni sanitarie. La necessità aguzza l'ingegno, e nel caso di Sarah, la chiusura ha trasformato un hobby in un'opportunità imprenditoriale inaspettata. Con una visione chiara e un talento innato, ha iniziato a produrre e commercializzare online una linea di cioccolato a suo marchio, "Fix Chocolate" il Dubai Chocolate.

La sua idea era semplice, ma efficace: creare barrette dessert e creazioni di cioccolato che combinassero ingredienti innovativi, estetica accattivante e un gusto distintivo. La peculiarità del "Fix Chocolate" risiedeva spesso nell'utilizzo di ingredienti tipici della cucina mediorientale, come la *kunafa dough* croccante, la *tahina*, i datteri o il pistacchio, infondendo un tocco esotico che lo distingueva dalle produzioni occidentali. La vendita, inizialmente circoscritta al passaparola e ai social media locali, ha rapidamente superato ogni aspettativa.

La combinazione di un prodotto di qualità, una storia personale ispiratrice e una strategia di marketing digitale intuitiva ha generato un'onda virale incontenibile. Le immagini e i video del "Fix Chocolate" hanno iniziato come "Dubai Chocolate" a circolare prepotentemente sui social, alimentati da influencer, foodie e semplici appassionati che ne elo-

giavano il sapore, l'originalità e l'estetica. Il successo è stato così travolgente da sfuggirle di mano, trasformando "Fix Chocolate" da una piccola impresa casalinga a un fenomeno globale con il nome di Dubai Chocolate.

il "cioccolato arrivato dal deserto" ha iniziato a diffondersi come un contagio. La curiosità, alimentata dal fatto che il prodotto non fosse importabile e commercializzabile in Europa, si è trasformata in desiderio e quindi in una



Il cioccolato del deserto conquista il vecchio continente

Ciò che ha reso il fenomeno del Dubai Chocolate ancora più sorprendente è stata la sua capacità di sfidare le aspettative e le tradizioni radicate in Europa. Improvvisamente il desiderio per

vera e propria corsa alla ricerca dell'acquisto. A Dubai, i negozi specializzati in prodotti esotici, le drogherie di lusso e, in alcuni casi, perfino i supermercati, hanno iniziato a registrare una domanda crescente. Questo non era più solo un dolce, ma un simbolo di status, un oggetto di desiderio.

L'Impatto e le reazioni dell'industria

Il successo del Dubai Chocolate ha rapidamente generato un "trend cool a livello planetario", attirando l'attenzione dei grandi player dell'industria dolciaria e dei maestri cioccolatieri più rinomati. Le aziende storiche, inizialmente forse scettiche, non hanno potuto ignorare l'evidenza: c'era una domanda inespresa da soddisfare, un nuovo gusto da intercettare, un'opportunità da cogliere.

Alcuni colossi svizzeri del cioccolato hanno iniziato a sperimentare con combinazioni di sapori che richiamavano le note esotiche del Dubai Chocolate uscendo sul mercato con delle *limited edition*.

Anche in Italia sono presenti creazioni rinomate che incorporano ingredienti e texture che richiamano dichiaratamente il naming, l'estetica e il gusto del Dubai Chocolate. Praline e tavolette con ripieni innovativi, spesso caratterizzati da note croccanti e sapori audaci, in linea con l'estetica del momento.

Il paradosso del successo

Paradossalmente, mentre il "Dubai Chocolate" diventava un fenomeno globale e un'ispirazione per l'intera industria, Sarah Hamouda, la pioniera che aveva innescato il trend con il suo "Fix Chocolate", si trovava a fare i conti con le conseguenze del suo successo. La rapidità e

l'entità della sua ascesa l'hanno travolta. Senza le strutture, le risorse e l'esperienza per gestire una crescita esponenziale, la sua impresa è stata sopraffatta dalla domanda e dalla concorrenza. La produzione casalinga o semi-artigianale non poteva competere con la capacità produttiva dei grandi gruppi industriali o dei contoterzisti. La gestione della logistica, della distribuzione, del



marketing su larga scala e della tutela del marchio si sono rivelate sfide insormontabili. Molto presto, il nome "Fix Chocolate" è stato sommerso da una miriade di imitazioni e prodotti simili dal nome "Dubai Chocolate", molti dei quali non avevano alcun legame diretto con Sarah o con Dubai. La mancanza di una solida protezione del marchio, di una denominazione, di una strategia di espansione controllata e di un'adeguata struttura aziendale hanno permesso ai numerosi imitatori di beneficiare del trend da lei creato.

Oltre al petrolio e cammelli: il GCC come generatore di tendenze globali

Comunque sia, la storia del Dubai Chocolate è molto più di un semplice caso di successo commerciale nel settore alimentare; è un potente simbolo di un cambiamento geopolitico e culturale in atto. Per decenni, la regione del Consiglio di Cooperazione del Golfo (GCC) è stata percepita dall'Occidente principalmente attraverso il prisma del petrolio, delle enormi ricchezze derivanti dalle risorse naturali e di un'immagine stereotipata. L'innovazione, la moda e le tendenze culturali venivano quasi esclusivamente importate dall'Europa e dal Nord America.

Il fenomeno del Dubai Chocolate ribalta completamente il paradigma legato ai pozzi di petrolio, ai cammelli e al deserto. Dimostra in modo inequivocabile che il GCC non è più solo un consumatore passivo di tendenze occidentali, ma un attivo protagonista generatore di esse. Dubai, in particolare, si sta affermando come un hub d'innovazione, creatività e influenza culturale che riesce a imporre i propri trend persino in Occidente. Questo non è un caso isolato. Basti pensare alla crescente influenza della moda mediorientale, all'architettura avanguardistica, agli eventi culturali di risonanza internazionale e all'emergere di start-up tecnologiche di successo nella regione.

L'ESTATE NON È In un SORBETTO



TECNICHE CULINARIE

A cura di:
Marco Di Lorenzi
Chef consulente food & beverage

La prima colazione



Tutti abbiamo esperienza di cosa sia il servizio della prima colazione in albergo e di come spesso un presunto delizioso e ricco buffet si riveli una deludente e misera colazione a base di fette biscottate, burro e marmellata, rigorosamente impacchettati in confezioni monodose, caffè e poco altro. Che sia fatto per superficialità, menefreghismo o mancanza di competenze professionali, un servizio approssimativo e trasandato resta un errore grossolano che può danneggiare molto l'immagine della struttura.

La prima colazione pre-dispone favorevolmente il cliente e gli permette d'iniziare la giornata in modo positivo; inoltre, spesso rappresenta l'ultimo pasto consumato all'interno dell'hotel prima della partenza, quindi sarebbe op-

portuno congedare l'ospite con un buon ricordo.

Il buffet

Oggi la maggior parte delle strutture ricettive tende a proporre un unico buffet ricco e piuttosto vario, per far fronte

a esigenze e abitudini diverse. Questa scelta è legata a ragioni di praticità e gestionali: infatti, se le abitudini alimentari sono molto cambiate rispetto a tempo fa, così le differenze tra le principali tipologie di colazione si sono assottigliate. La colazione continentale, o *continental breakfast*, è basata su tè, caffelatte, cappuccino, espresso o cioccolata, accompagnati da brioche, pane, burro e marmellata. È la colazione tipica di italiani e francesi: semplice, veloce e leggera.

Sotto un profilo tecnico, la colazione continentale si caratterizza per un servizio al tavolo. Alcune aziende optano anche per un supporto di buffet: tutto, o quasi, viene servito dal cameriere, ma il cliente,



se lo desidera, può trovare un supplemento o altri ingredienti rivolgendosi a un buffet, ridotto per assortimento e dimensione; per esempio, alcuni mettono a disposizione un piccolo buffet con succhi e cereali, oltre ai classici prodotti serviti. La colazione anglosassone, o *english breakfast*, si caratterizza per un ricco buffet, sul quale è disposta una grande varietà di alimenti, accompagnati dalle bevande già citate per la colazione continentale e succhi vari.

Gran parte degli alberghi oggi offre una colazione anglosassone inclusa nel prezzo della camera. Anche se questo tipo di colazione prevede il servizio a buffet, può accadere però che alcune preparazioni di cucina siano servite dai camerieri al tavolo; in genere questo servizio è riservato ad alcuni piatti di uova e a preparazioni più complesse a base di pesce, carne e verdure cucinate al momento su richiesta.

Usi e abitudini

Per circa il 20% della popolazione il pasto mattutino consiste nel bere un frettoloso caffè, mentre per oltre il 25% nel consumare un cappuccino e un cornetto al bar. Solo il 30% delle persone consuma una colazione corretta ed equilibrata. Tra le cause principali che determinano questo comportamento è l'incapacità di ritagliarsi alcuni basilari minuti al mattino per eseguire un corretto pasto: la fretta di andare in ufficio e lasciare i figli a scuola, la quotidiana paura di rimanere intrappolati nel traffico, l'assillo delle lancette che ruotano sono invece gli ingredienti mattutini quotidiani che non ci abbandonano mai. Altra motivazione che determina

questo comportamento scorretto è il sottovalutare l'importanza e la necessità di compiere questo pasto. In realtà, sono numerosi gli studi che hanno evidenziato come una corretta alimentazione al mattino permetta il mantenimento di un giusto peso, poiché

to. Ma non solo: esiste anche una versione salata formata da frittelle condite con olio, pomodoro e salumi.

In **Grecia** la giornata inizia con una prima colazione a base di caffè greco che in realtà è di origine turca, yogurt bianco dalla caratte-



contribuisce a regolare l'assunzione calorica nei pasti successivi; fornisce l'apporto di energia per affrontare la giornata e garantisce e migliora il rendimento psicofisico.

In **Francia**, caffelatte o tè, solitamente accompagnati da crêpe o dal classico croissant oppure pane tipo *baguette* con marmellata o panini al burro. Il tutto può essere completato da una spremuta d'arancia, molto di moda soprattutto nei bistrot parigini. Ultimamente si sta però ricominciando a introdurre i cereali.

In **Spagna**, la colazione tipica è a base di caffè, brioche e cioccola-

ristica consistenza compatta, con miele o frutta secca, accompagnato dal baklava o il katafi, dolci a base di frutta secca, uva sultanina e miele oppure una classica fetta di torta. In estate, i greci cambiano un po' abitudini, aggiungendo alla loro colazione abbondanti quantità di frutta, come melone, pesche. I greci che non fanno colazione a casa, diversamente da noi italiani che andiamo al bar, si recano in latteria (galaktopolio). Esiste anche qui una versione di colazione salata, ovvero pane di sesamo, formaggio con olive e caffè.

In **Germania** inizia la giornata con una colazione ipercalorica a

base di uova e pancetta, solitamente accompagnati da brioche salate, gallette con burro e wurstel. Esiste una versione "light" formata da latte, succo di frutta, gallette con burro.

Anche in **Gran Bretagna** la colazione è un pasto molto abbondante. In genere consumano una tazza di tè al latte, uova, bacon, frittate, pane tostato con burro, succo di frutta e cereali.

Nei **Paesi scandinavi**, invece, aringhe e tonno a colazione, accompagnate da pane scuro o integrale, pancetta, uova, krapfen ripieno di marmellata o crema, wurstel e succo di agrumi o mirtili.

Una tipica colazione **turca** si basa su formaggi come il kaşar, burro, olive, uova, pomodori, cetrioli, peperoni, marmellata e miele. Spesso è presente anche una salsiccia speziata detta *sucuk*, ma anche zuppe. Un altro tipico piatto è il menemen i cui ingredienti sono uova, pomodori e peperoni soffritti in burro o olio d'oliva. La bevanda che accompagna solitamente questo ricco pasto è il tè nero.

Un altro esempio di colazione abbondante è quella fatta da-



gli **israeliani**: frittata, insalata, pomodori, cetrioli, cipolla, carote, formaggi spalmabili o salati, pane tostato, yogurt, frutta, caffè. A volte aggiungono anche aringhe e tonno.

In **Giappone** la colazione è salata o agrodolce ed è composta da pesce alla griglia, riso, zuppa di miso, funghi, omelette.

Anche in **Cina**, il salato viene preferito al dolce: ravioli al vapore, riso condito con verdure, carne o pesce accompagnati da tè o latte di soia.

I cereali

Dal momento che esistono cereali naturalmente privi di glutine, perché non sfruttarli al posto dei costosissimi prodotti *gluten-free*.

Fette biscottate, farine, pane, biscotti e farinacei per celiaci sono sì privi di glutine, ma purtroppo ricchi di tanti altri ingredienti non salutari che mimano l'effetto del glutine stesso.

Nell'industria alimentare il glutine è importante a dare coesione al prodotto, oltre che a garantirne una valida lievitazione: produrre pane da farina di riso è difficilissimo proprio perché il riso è un cereale senza glutine.

Tornando alla colazione, i cereali senza glutine sono riso, miglio, grano saraceno, quinoa e amaranto. Perché non li sfruttiamo per preparare gustose creme cotte in acqua o in latte di riso, abbinandole poi a ingredienti a nostra discrezione? Potremo aggiungere frutta secca per bilanciare il carico glicemico, oltre che cacao o cioccolato fondente, uvetta, miele o malto d'orzo, frutta fresca, cocco in scaglie.





Soluzioni innovative per ridurre o sostituire le uova nei prodotti da forno

I mix in polvere di **Algama**, nuovo fornitore di **IMCD Italia**, sono studiati per ridurre o sostituire totalmente le uova in pound cake, pan brioche, biscotti, waffle e torte.

I prodotti Algama sono:

- **Clean Label**
- **Vegan**
- **Gluten free e allergen free**
- **Tailor made in funzione dell'applicazione finale**
- **Economici: apportano una riduzione del costo in ricetta**
- **A basso impatto ambientale**
- **Facili da utilizzare: sono in polvere**

Contattaci per scoprire la gamma completa dei nostri prodotti e... lasciati ispirare!



ALGAMA

IMCD ITALIA SPA

T +39 02 557091

E info@imcd.it



Il futuro di biscotti e cracker

Sebbene il mercato di biscotti, frollini e cracker sia radicato nella tradizione, è pronto per un aggiornamento.



Abitudini in cambiamento

Come molti mercati alimentari e delle bevande, il primo grande ostacolo che la categoria dei biscotti si trova ad affrontare è la stagnazione nello sviluppo di nuovi prodotti. Secondo Mintel GNPD, solo il 23% dei lanci di prodotti nel 2024 è stato una vera innovazione, in calo rispetto al 29% del 2020. I marchi si stanno affidando fortemente ai classici riformulati che soddisfano la crescente domanda di etichette pulite, basso contenuto di zucchero, senza glutine e a base vegetale.

Ma c'è ancora molto lavoro da fare in termini di riduzione di zucchero e sodio. Secondo Mintel GNPD, lo zucchero nei biscotti dolci è rimasto invariato dal 2020, mentre il contenuto medio di so-

dio nei biscotti salati è aumentato. Ciò potrebbe risultare scoraggiante per i consumatori attenti alla salute, sempre più alla ricerca di prodotti con un ridotto contenuto di zuccheri e sodio, spinti dalla consapevolezza sulla gestione della glicemia e del colesterolo.

Reinventare i cracker

I cracker hanno a lungo giocato un ruolo secondario rispetto ad altri più appaganti, come patatine e biscotti. In particolare, per il mercato italiano, dove il cibo è considerato sia sostentamento che piacere, i cracker devono evolversi, superan-

do il ruolo di semplici accompagnamenti per formaggi e vini.

Le innovazioni salutistiche attraggono i consumatori di cracker man mano che invecchiano, mentre le generazioni più giovani preferiscono sapori più decisi. Invece di commercializzare i cracker come un'alternativa più sana per la Generazione Z (1997-2012), i marchi possono introdurre gusti audaci per posizionarli come un'alternativa appagante alle patatine.

Tra i marchi che offrono sorprendenti combinazioni di sapori e consistenze figurano, in Cina, i biscotti sandwich Cha Yan Yue Se sottili con ripieno di carne sfilacciata e di aglio nero, quest'ultimo un popolare ingrediente asiatico.



La rubrica presenta le novità più interessanti a livello internazionale ed è frutto di una collaborazione esclusiva fra "Ingredienti Alimentari" e Mintel gnpd (global new products database), la più importante agenzia-osservatorio nel mercato mondiale dei prodotti di consumo.

I nuovi rituali per una nuova era di consumo

I biscotti sono da tempo radicati nella tradizione, spesso riservati ad accompagnare caffè e tè. Circa due terzi degli italiani associa ancora i biscotti dolci alle bevande calde. Mentre questo rituale consolidato rimane solido tra le generazioni più anziane, i consumatori più giovani stanno sovvertendo i modelli di consumo tradizionali. In alcuni Paesi, la Generazione Z e i Millennial stanno sostituendo i pasti completi con gli snack, aumentando la posta in gioco per biscotti e cracker, che offrono sia praticità che funzionalità.

Per i brand, questa transizione rappresenta un'opportunità d'oro. Consideriamo la crescente tendenza all'abbinamento di nutrienti: un biscotto con vitamina D



e calcio potrebbe essere commercializzato come un integratore alimentare se abbinato al cappuccino. Allo stesso modo, i cracker arricchiti con fibre o magnesio possono essere posizionati come snack funzionali nelle fasce di mercato più attente alla salute.

Tra i biscotti perfetti per abbinamenti salutari c'è il francese Nääk Ultra Energy Chocolate Waffle, che contiene 200 mg di elettroliti per prevenire i crampi e

reintegrare i minerali persi con il sudore. Negli Stati Uniti, invece, i Belvita Blueberry & Sunflower Seed Energy Snack Bites sono realizzati con frutta e semi, e forniscono energia per dare il giusto slancio a metà mattina.

Gli alimenti ultra-processati hanno bisogno di una nuova narrativa

Gli alimenti ultra-processati (UPF) hanno una cattiva reputazione, con consumatori e autorità di regolamentazione che li controllano attentamente fra gli elenchi degli ingredienti. Tuttavia, Mintel individua un'opportunità articolata. Biscotti e cracker sono prodotti intrinsecamente trasformati, ma rimodellando la narrativa sugli UPF, le aziende possono posizionarsi non tanto come produttori di "cibo spazzatura", ma come leader di un'innovazione alimentare ponderata.

Un esempio calzante è la tendenza emergente degli ingredienti riciclati. Si consideri il Mizkan Fibee, un biscotto giapponese a base di okara di polpa di soia. Questo sottoprodotto, tipicamente sprecato durante la produzione del tofu, è ricco di fibre e proteine che lo rende un'opzione sostenibile e nutriente.

Questa riformulazione si allinea perfettamente anche con il movimento "cibo come medicina" che sta guadagnando terreno in tutto il mondo. Integrando



tecniche innovative ma minimamente invasive, come la destina resistente per un migliore controllo

glicemico, i marchi possono attrarre consumatori attenti alla salute e allinearsi alla più ampia filosofia della dieta mediterranea.

Il successo degli Ugly Delicious

La serie televisiva Ugly Delicious celebra il cibo che privilegia sapore, cultura e autenticità rispetto all'estetica. Gli snack offrono ai consumatori l'opportunità di scoprire sapori nuovi ed entusiasmanti, e i cracker possono capitalizzare su questa tendenza.

I marchi di cracker possono aumentare l'attrattiva abbracciando l'imperfezione, ispirandosi al successo della categoria dei biscotti con un look "fatto in casa". Bordi irregolari, forme irregolari e ingredienti visibili come gocce di cioccolato fondente, spirali di caramello o granelli di sale marino evidenziano la qualità artigianale che i consumatori desiderano. Infatti, il 60% della Generazione Z negli Stati Uniti è interessato a biscotti che offrano una qualità pari a quella dei prodotti da forno di pasticceria.



Innovazione e ottimismo: il settore mostra la sua forza a Francoforte

Capacità innovativa e competitività sono le cifre distintive dell'atmosfera che si è respirata all'ultima edizione di Iffa, che ha richiamato a Francoforte 63.117 operatori specializzati provenienti da 144 Paesi, di cui il 74% è arrivato dall'estero, a fronte dell'offerta espositiva di oltre 1.019 espositori di 52 nazionalità.

Il salone dedicato alla tecnologia delle carni e delle proteine alternative, pur in un contesto economico globale complesso, ha espresso dinamismo ed una visione ottimista orientata al futuro, mostrando le potenzialità delle più recenti innovazioni in materia di automazione, intelligenza artificiale (IA) e robotica. È emerso chiaramente che la trasformazione della carne e delle proteine sta evolvendo rapidamente, spinta dalla crescente carenza di manodopera qualificata e dalla necessità di aumentare l'efficienza dei processi. In particolare, sono state presentate soluzioni di automazione e intelligenza artificiale,

tecnologie digitali per l'analisi dei dati di produzione e strumenti per garantire maggiore trasparenza, sostenibilità e contenimento dei costi, anche per il settore delle macellerie artigianali. A completare l'esperienza fieristica, un ricco programma di competizioni, premi e scambi tra colleghi.

In esposizione anche ingredienti innovativi, tecnologie per la lavorazione artigianale della carne e nuovi prodotti a base di proteine alternative. Fra i visitatori, provenienti in prevalenza dal settore della trasformazione proteica, si contavano anche operatori della grande distribuzione, del packaging, delle macellerie artigianali e dell'industria delle spezie.

In particolare, è cresciuto l'interesse per le proteine alternative, che hanno confermato una rapida ascesa nell'industria alimentare. La nuova area espositiva dedicata al "World of New Proteins" ha attirato grande attenzione, con focus su innovazioni in termini di gusto, consistenza



e valore nutrizionale, nuovi prodotti a base di proteine vegetali, micoproteine da funghi e soluzioni ottenute tramite fermentazione di precisione.

La Iffa Kitchen ha conquistato il pubblico con dimostrazioni di cucina dal vivo, degustazioni e presentazioni tecniche, mentre la Iffa Factory ha messo in scena l'interazione tra ingegneria meccanica, ricerca e start-up, mostrando come la tecnologia possa contribuire a superare la carenza di personale specializzato, attraverso innovazioni capaci di semplificare i processi e l'uso delle attrezzature, oltre ad alleggerire il carico di lavoro per gli operatori.

Grande successo anche per le Discovery Tours, le visite guidate a espositori selezionati.

Iffa torna a Francoforte dal 13 al 18 maggio 2028.

Innovazione e qualità Made in Italy

Allo stand di **Fratelli Pagani**, marchio storico che rappresenta tradizione, qualità, professionalità e innovazione, i visitatori hanno avuto l'opportunità di scoprire le più recenti novità aziendali e di prodotto: un percorso di oltre 110 anni fatto di esperienza, ricerca e soluzioni all'avanguardia.

Tra le attrazioni principali, gli *show cooking* e un'area dedicata all'esposizione di 16 referenze di aromi testabili *in loco*. Dal 2017, infatti, il laboratorio aromi interno si dedica alla creazione di aromi innovativi e personalizzati, con l'obiettivo di fornire un servizio dedicato alle esigenze di ciascun cliente, proponendo soluzioni distinte e versatili, utilizzando tecnologie produttive come l'atomizzazione per ottenere aromi incapsulati solubili in acqua.

Iffa è stato il palcoscenico ideale per presentare la *Boutique of Taste* di Fratelli Pagani, una selezione di 16 nuove referenze di aromi sviluppate per conferire un gusto esclusivo a diverse tipologie di prodotti finiti. I numerosi vantaggi dell'offerta includono la resistenza della frazione aromatica ai processi ossidativi e termici garantendo la stabilità del gusto durante tutta la vita utile del prodotto finito.

In primo piano anche le ultime novità della linea Gustosi di Pagani Chef, quali Gustosi L'Arrostita, marinata che evoca sapori classici, ricca e cremosa, con note di rosmarino e sfumature caramellate; Gustosi L'Evergreen, in cui il profumo del basilico unito alla nota balsamica del rosmarino regala



un mix perfetto per arricchire ogni preparazione con sfumature fresche ed aromatiche; Gustosi La Balkanpro, dal carattere deciso

e avvolgente dei sapori balcanici con note intense di aglio, cipolla e pepe che si fondono in perfetta armonia

Aroma di origano che promuove freschezza

Galactic ha presentato a Iffa 2025 Galimax Flavor O-50, soluzione naturale pensata per conferire un autentico sapore di origano a carne e proteine vegetali, preservandone al contempo la freschezza. Il prodotto nasce in risposta alle due macro-tendenze di mercato che hanno aperto nuove opportunità per innovazioni ispirate alla fermentazione naturale.

Da un lato, i consumatori rifugono sempre più ciò che suona artificiale e ricercano prodotti naturali, associando gli ingredienti naturali a un'alimentazione sana.



Dall'altro, la lotta contro lo spreco alimentare sta diventando una priorità ambientale.

In quanto soluzione naturale in grado di mantenere freschezza e alta qualità per l'intera durata della conservazione, Galimax Flavor O-50 si posiziona all'intersezione di queste due tendenze. Offre un profilo aromatico ricco e avvolgente, dominato da un intenso sentore di erbe ottenuto da foglie naturali di origano. Sottili note esaltano la profondità

umami, accompagnate da spezie calde, delicate sfumature di nocciola e un tocco di acidità simile all'aceto che ne arricchisce la complessità.

Questo profilo sensoriale completo lo rende ideale per numerose applicazioni salate, tra cui piatti pronti (come lasagne o ricette speziate), salse, condimenti, carne e pollame. I tecnologi dell'azienda stanno inoltre esplorando nuovi impieghi, come la salsa besciamella e l'insalata di pasta.

al morso che si scioglie delicatamente in bocca.

Grazie alle spezie impiegate in cottura, i pangrattati si distinguono anche per l'aspetto visivo, con sfumature luminose di giallo, arancione e rosso.

La gamma disponibile spazia da granulazioni finissime, simili alla farina, fino a granuli a grana grossa. Il pangrattato è un prodotto



Qualità e innovazione

Tutti i pangrattati **Brata** sono realizzati con pane appena sfornato negli stabilimenti di proprietà, su tre linee produttive moderne. Gli ingredienti sono esclusivamente naturali: farina di frumento, acqua, sale e lievito. Per le varianti colorate sono aggiunte spezie come paprika

e curcuma, che donano tonalità brillanti e accattivanti.

Brata propone soluzioni di pangrattato di alta qualità per ogni settore applicativo. Le linee Ultra Crunch, per esempio, uniscono morbidezza e croccantezza, mentre i Master Crumb offrono una consistenza croccante

versatile: adatto per preparazioni a base di carne macinata come le polpette, per impanare cotolette, bastoncini di pesce e alternative vegetariane, ma anche per la produzione di gnocchi o come veicolo per miscele di spezie.

Produzione responsabile, prodotti naturali

Custom Fiber è un'azienda internazionale specializzata nella produzione di fibre funzionali, ottenute dalla lavorazione di materie prime naturali vegetali, come cereali, cellulosa, ortaggi e frutta. Queste fibre contribuiscono a migliorare le proprietà funzionali, la qualità e l'efficienza produttiva degli alimenti.

Grazie a queste fibre alimentari, i produttori di tutto il mondo possono offrire ai consumatori soluzioni più sane e nutrienti.

La crescente diffusione delle fibre in molteplici applicazioni è

legata ai numerosi vantaggi che esse offrono. Ogni produttore mira a realizzare alimenti con gusto, consistenza e aspetto miglio-



ri, oltre a una maggiore durata di conservazione. Le fibre sviluppate da Custom Fiber permettono di ottimizzare i processi produttivi e di migliorare le caratteristiche delle preparazioni alimentari, rendendo i prodotti finali più stabili, meno soggetti al deterioramento e più attraenti sia visivamente che al palato.

Inoltre, le fibre possono sostituire altri ingredienti, contribuendo al contempo a migliorare la stabilità durante e dopo la cottura, e riducendo significativamente i costi di produzione.

Sostenibilità, innovazione e diversificazione

Europrodotti, da sempre riconosciuta per la capacità di coniugare innovazione tecnologica e tradizione gastronomica italiana, ha presentato a Iffa 2025 delle soluzioni nel settore degli aromi e degli ingredienti funzionali, pensate per rispondere alle esigenze di un mercato in costante evoluzione. Dalla ricerca su nuove formulazioni per salumi a basso contenuto di sodio e con conservanti naturali, fino allo sviluppo di aromi capaci di esaltare le caratteristiche sensoriali dei prodotti, l'azienda conferma il proprio impegno verso la qualità, la sicurezza alimentare e l'innovazione.

Come sappiamo, il mercato della carne e delle proteine sta attraversando una fase di profondo cambiamento, spinta da una crescente attenzione alla sostenibilità ambientale, alla salute dei consumatori e all'evoluzione dei modelli alimentari. Tra le tendenze più rilevanti emergono la richiesta di proteine alternative, vegetali o derivate da fermentazioni di precisione, e il ricorso a soluzioni digitali e automatizzate per ottimizzare i processi produttivi. Al tempo stesso, il consumatore moderno cerca prodotti sempre più naturali, senza rinunciare al gusto e alla tradizione.

In questo contesto s'inserisce EF 1750 Stagionplus, la nuova miscela selezionata di aromi e ingredienti alimentari progettata per rivoluzionare la produzione di salami stagionati e carni di suino, manzo e tacchino. Quest'innovazione consente infatti di ridurre fino al 50% il tempo di stagionatura,



migliorando al contempo la produttività. Durante il processo si registra anche un minore calo peso, con una resa più elevata del prodotto finito. La stabilizzazione del pH avviene senza la formazione di sapori indesiderati, garantendo un profilo sensoriale equilibrato. Il colore risulta

più uniforme e appetitoso, mentre il contenuto proteico aumenta, contribuendo a una migliore qualità analitica. Infine, il valore dell'attività dell'acqua (aw) inferiore a 0,92 rappresenta un elemento chiave per la sicurezza microbiologica e la conservazione del prodotto.

Sapore del futuro

Flavours Factory, parte del Gruppo Food Ingredients e specializzata nella creazione di aromi creativi e di qualità, è focalizzata su soluzioni innovative capaci di offrire esperienze sensoriali uniche, contribuendo ad arricchire la varietà dei prodotti alimentari.

Gli aromi non solo esaltano la palatabilità, ma si integrano armoniosamente con i profili sensoriali specifici di ogni prodotto. Tutti gli aromi firmati

Flavours Factory nel rispetto delle normative alimentari più restrittive.

Smoke Flavour senza SF è disponibile sia in versione idrosolubile che liposolubile, mantenendo intatto il suo profilo distintivo. Questo aroma trova applicazione in una vasta gamma di prodotti, tra cui salse, alimenti confezionati, formaggi, salsicce, prodotti ittici, mix di spezie, integratori alimentari, bevande alcoliche e prodotti dolciari.

global new products database (gnpd)



gnpd ti permette di monitorare con precisione, le innovazioni dei beni di consumo nei mercati mondiali. Con tanti servizi esclusivi, tra cui gli avvisi e-mail personalizzati, **gnpd** mette a tua disposizione una banca dati completamente accessibile, per ricercare, individuare e ricavare informazioni dettagliate su ingredienti, confezione, prezzo, marchio, produttore e lancio sul mercato.

www.gnpd.com

Monitoriamo per te il lancio dei beni di consumo confezionati in tutto il mondo

Salumi belli e sicuri

Nessun additivo, nessun conservante, 100% naturale: sono queste le tendenze che oggi guidano le scelte dei consumatori. **Sacco**, con la sua ampia gamma di prodotti innovativi, offre gli ingredienti giusti per il successo dei salumi e la piena soddisfazione del consumatore.

Lyocarni è una linea di colture starter e protettive, made in Italy, che garantisce la sicurezza dei prodotti mantenendone al contempo la tipicità. Il ruolo principale delle colture starter è quello di controllare il processo produttivo, ini-



bendo la crescita del microbiota indesiderato e assicurando una corretta maturazione del salume.

Le colture starter sono composte da batteri benefici, essenziali per ottenere salumi stagionati sicuri, stabili e uniformi. Questi microrganismi contribuiscono ad aumentare la sicurezza alimentare, garantiscono la regolarità del processo produttivo e assicurano una maggiore stabilità durante la shelf-life.

I batteri più comunemente impiegati nella produzione dei salumi sono gli stafilococchi e i lattici. Gli stafilococchi intensificano il colore della carne, prevengono l'ossidazione e l'irrancidimento, esaltando al contempo l'aroma del prodotto. I batteri lattici, invece, facilitano la stagionatura e l'asciugatura. In particolare, nei salumi a fermentazione tradizionale, l'utilizzo di colture starter consente di ottenere un gusto più deciso e un colore rosso più intenso.

OQEMA

SERVICE



Lavoriamo le materie prime per il tuo business

Precisione, affidabilità, personalizzazione. OQEMA SERVICE è il partner ideale per la lavorazione di materie prime chimiche solide.

Dai servizi di macinazione al reimballaggio, offriamo soluzioni su misura per adattare ogni materia prima alle esigenze della tua produzione industriale.

Affidati alla nostra expertise per ottimizzare i tuoi processi con efficienza e qualità.

Dall'alveare alla tavola: natura e scienza per il futuro del settore nutraceutico e alimentare

Le api, come ben sappiamo, sono un anello chiave dell'ecosistema: impollinano oltre il 75% delle colture alimentari e più del 90% delle specie floreali. Sono muse ispiratrici di svariati ingredienti e soluzioni alimentari che stanno già caratterizzando il presente e contribuendo a orientare il futuro della nutrizione.



Abbiamo rivolto alcune domande all'AD e ad alcuni collaboratori di **IMCD Italia** sulla loro visione di sviluppo sostenibile e innovazione scientifica.

Quali sono i principi ispiratori della collaborazione con Apicoltura Urbana?

Per IMCD, la sostenibilità è uno dei pilastri strategici, afferma **Marco Madeddu**, AD IMCD Italia. Considerando con tale termine tutto ciò che genera un impatto positivo sulla società: dall'*education* al benessere, dalla salute mentale al *work-life balance*. E ovviamente la cura dell'ambiente.

Ed è proprio dai valori d'inclusione, conoscenza, apertura che nasce anche il progetto dell'apiario IMCD. La decisione di aprire un apiario aziendale nasce dal desiderio di rafforzare il legame tra natura, scienza e innovazione.

Marco Madeddu.



In collaborazione con Apicoltura Urbana abbiamo creato un apiario aziendale nel cuore del Parco Segantini. Un gesto concreto che rappresenta la nostra visione integrata di sostenibilità.

Le api sono garanti della biodiversità: come si riflette la loro azione sulla sostenibilità?

Le api c'insegnano armonia, intelligenza collettiva e precisione. Non a caso, i loro prodotti – miele, cera, propoli, pappa reale

– trovano applicazioni preziose in tanti ambiti del nostro lavoro: dall'alimentare al nutraceutico, dalla cosmetica al *pharma*, prosegue Marco Madeddu. Con il supporto di Apicoltura Urbana, questo progetto diventa anche un'iniziativa di sensibilizzazione verso la biodiversità e di educazione ambientale rivolta non solo all'esterno, ma a tutte le persone che vivono IMCD ogni giorno.

Inoltre, vogliamo continuare a trasformare l'ordinario in straordinario, partendo da ciò che sappiamo fare meglio – formulare innovazione – mettendo al centro le persone, la natura e la cultura della sostenibilità.

Qual è il contributo dei prodotti delle api per la vostra azienda?

I prodotti delle api (miele, cera, propoli, pappa reale) sono ingredienti preziosi per numerosi segmenti del nostro business. E se oggi siamo qui a parlare di api, natura e formulazione è perché crediamo profondamente nel potere dei sistemi naturali di ispirare l'innovazione più evoluta.

Esiste un'influenza delle api sui principi attivi delle piante officinali?

Le api esercitano un'influenza fondamentale sulla qualità del fitocomplesso delle piante officinali, grazie alla loro attività d'impollinazione, dichiarano **Alessia Vida**, sales and principal manager nutraceuticals e **Daniela Righi**, sales and principal manager nutraceuticals. Una pianta ben impollinata è generalmente più sana e vigorosa, con un metabolismo secondario più attivo. Questo si traduce in una maggiore concentrazione e varietà di composti bioattivi – come polifenoli, fla-



vonoidi e oli essenziali. La qualità del fitocomplesso è un fattore chiave per l'efficacia degli estratti vegetali impiegati in ambito nutraceutico, poiché ne determina le proprietà funzionali

E gli effetti in ambito nutraceutico?

Nel campo nutraceutico quest'interazione positiva si traduce in ingredienti vegetali più ricchi ed efficaci, grazie a una composizione qualitativamente superiore. Inoltre, i prodotti dell'alveare stanno acquisendo sempre maggiore importanza



Alessia Vida.

Daniela Righi.



per le loro riconosciute proprietà funzionali: immunomodulanti, antiossidanti, antimicrobiche e antinfiammatorie. Il loro profilo nutrizionale completo, unito alla loro origine naturale, li rende degli ingredienti ideali per formulazioni mirate al sostegno del sistema immunitario, alla vitalità dell'organismo e al benessere generale

Avete sviluppato dei nuovi prodotti?

Il settore è in forte fermento. Si stanno sviluppando estratti di propoli standardizzati, con con-



centrazioni controllate di flavonoidi e acidi fenolici, pensati per applicazioni sia in ambito nutra-ceutico che nei dispositivi medici. Parallelamente, stanno prendendo piede combinazioni sinergiche tra prodotti apistici e ingredienti vegetali – per esempio propoli con opuntia o echinacea oppure pappa reale con ginseng – che rispondono alla crescente domanda di soluzioni naturali e innovative per il benessere quotidiano.

Oltre a ciò **IMCD** ha in catalogo un ingrediente innovativo di origine italiana per la protezione delle mucose, composto da una combinazione di polifenoli purificati derivati dalla propoli e da un estratto mucoprotettivo naturale ottenuto da *Opuntia ficus-indica* (fico d'India).

La propoli è una sostanza resinosa naturale prodotta dalle api, utilizzata per proteggere l'alveare da patogeni e parassiti. Contiene flavonoidi (antiossidanti naturali), acidi fenolici, terpeni, oli essenziali, vitamine (B1, B2, B6, C, E) e minerali (ferro, zinco, rame).

L'opuntia, ingrediente naturale con proprietà mucoadesive e lenitive, aumenta il tempo di permanenza della propoli nell'area trattata.

Le nostre collaborazioni si concentrano su produttori di ingredienti che proteggono le colture e ottimizzano la biodiversità vegetale.

Quali gli sviluppi futuri per la vostra azienda?

Nel prossimo futuro possiamo prevedere sviluppi in diverse direzioni: per esempio, la tracciabilità avanzata, anche tramite *blockchain*, per garantire trasparenza, qualità e origine etica delle materie prime; le formulazioni *clean label*, con ingredienti 100% naturali e privi di additivi sintetici, sempre più richieste dal consumatore consapevole; la produzione sostenibile, orientata alla tutela della biodiversità: coltivazione di specie autoctone, tecniche agricole a basso impatto ambientale, uso di impollinatori naturali, e valorizzazione dei sottoprodotti agricoli in ottica di economia circolare. Tutti questi aspetti contribuiranno non solo alla qualità dei prodotti, ma anche alla rigenerazione del suolo e alla resilienza degli ecosistemi.



Riccardo Giacomessi.

Quali sono gli spunti forniti dalle api nell'innovazione del settore alimentare?

Più che spunti in tema d'innovazione, pensiamo in termini di consapevolezza. Secondo un recente dossier del WWF Italia, "Oltre il 40% degli impollinatori invertebrati rischia l'estinzione a livello globale, mentre in Europa, quasi la metà degli insetti impollinatori è in declino e un terzo è minacciato di estinzione". Il settore alimentare è fortemente legato all'attività apicola e, secondo dati UNEP (United Nations Environment Program), fino al 35% della

Simone Abbatangelo.



produzione di cibo a livello globale dipende dal ruolo svolto dalle api. Pertanto, anche il nostro lavoro di ricerca e sviluppo di materie prime e ricette per il mercato Food & Nutrition, che portiamo avanti nei nostri laboratori e in collaborazione con i nostri partner, beneficia direttamente e indirettamente dell'opera di questi straordinari animali, senza i quali la quantità, la qualità e la varietà dell'offerta sarebbero senza dubbio estremamente più limitate, affermano **Riccardo Giacomessi**, *business unit manager food & nutrition* di IMCD Italia e **Simone Abbatangelo**, *technical manager & segment expert dairy* di IMCD Italia.

Simonetta Musso

SHIO KOJI



UN'AUTENTICA ESPLOSIONE DI SAPORE NATURALE

*Dalla tradizione giapponese un ingrediente
innovativo per rendere uniche le tue ricette*



RADER

Rader spa

via Piave, 19 - 36077 Altavilla Vicentina (VI) | Tel. +39 0444 349134 - info@rader.it

Alternative al cacao

Sempre più aziende alimentari cercano alternative al cacao sostenibili e altamente funzionali. Il cacao rimane sinonimo di gusto e *comfort food*, ma la volatilità delle forniture, i prezzi in crescita e l'impatto ambientale spingono il settore verso soluzioni in grado di replicarne l'esperienza sensoriale.

Per rispondere a questa esigenza, **ABS Food** propone tre alternative, quali farine maltate di orzo, ChocMalt e farina di carruba, ingredienti versatili che permettono anche sostituzioni complete, garantendo un'etichetta *clean*.

Le farine maltate, disponibili in un'ampia gamma di intensità

(EBC), consentono di modulare e personalizzare il gusto del prodotto finito. Il loro profilo aromatico, dolce e tostato, s'integra perfettamente in svariate applicazioni, dai prodotti da forno, come biscotti e torte, fino a creme spalmabili e tavolette, dove è prevista una sostituzione parziale del cacao.

ChocMalt, invece, è una speciale miscela di farine maltate pensata per sostituire il cacao in percentuali molto elevate, fino al 100% in applicazioni dolciarie come muffin, *brownie*, biscotti e *cupcake*.

La farina di carruba, infine, è, a oggi, l'alternativa più usata e conosciuta, nota per le sue carat-

teristiche sensoriali particolarmente simili a quelle del cacao. Il suo colore scuro, il gusto naturalmente dolce e la buona solubilità la rendono ideale per un'ampia varietà di ricette: dai prodotti da forno alle bevande, alle creme spalmabili e le tavolette.

Sciroppo 100% di carruba

L'estratto a freddo Syfruit (*carrub syrup*/sciroppo di carruba) di **LBG Sicilia** è un dolcificante naturale che si distingue per le sue proprietà e per la natura sostenibile. Derivato dal frutto dell'albero di carrubo, offre un gusto piacevolmente naturale, privo di aromi aggiunti o dei retrogusti tipici dei composti organici volatili presenti nella carruba grezza, per un prodotto finale puro e pulito.

Uno degli aspetti più rilevanti dell'estratto di carruba è il suo basso carico glicemico (GL) e il ridotto contenuto di sodio, che lo rendono una scelta salutare per chi desidera limitare l'assunzione di zuccheri. A titolo comparativo, il saccarosio ha una dolcezza rela-





tiva di 100 e lo sciroppo di carruba 77 a 80° Brix. Questo consente di utilizzarlo come dolcificante efficace senza ricorrere a processi chimici o additivi, preservandone l'integrità naturale.

Non solo fonte sostenibile di energia, lo sciroppo di carruba possiede anche un basso indice glicemico, rendendolo ideale per chi desidera controllare i livelli di zucchero nel sangue. Rispetto ad altri dolcificanti, come lo sciroppo di mais o di tapioca, che presentano un elevato contenuto di glucosio, lo sciroppo di carruba contiene una percentuale inferiore di questo zucchero, rappresentando quindi un'alternativa più salutare.

Inoltre, è ricco di ciclitoli, in particolare dei sei tipi di inositolo noti per la capacità d'imitare alcune azioni dell'insulina, offrendo così ulteriori benefici per la salute. Tutto ciò rende lo sciroppo di carruba un sostituto prezioso rispetto agli zuccheri raffinati e ai dolcificanti artificiali, adatto a un'ampia gamma di applicazioni alimentari e *beverage*, soprattutto per chi cerca formulazioni naturali o con *clean label*.

Le sue proprietà testurizzanti e anti-congelamento sono particolarmente vantaggiose nella produzione di gelati, dove contribuisce a prevenire la formazione di cristalli di zucchero e ghiaccio, mantenendo il punto di congelamento stabile a -18°C a 80° Brix.

Amido clean label

Oggi l'etichetta trasparente non è solo una scelta etica, ma un'esigenza sempre più concreta che non può essere ignorata da chi vuole restare al passo con l'innovazione alimentare.

La linea Agenapure di **Agrana**, distribuita in esclusiva in Italia da **Deimos Food**, unisce trasparenza e funzionalità senza compromessi e prevede varianti adatte a diverse condizioni di processo e temperature, fino all'impiego di tecnologie UHT. Una nuova generazione di amidi funzionali *clean label*, da mais ceroso europeo, pensati per offrire elevate *performance* tecnologiche, quali la stabilità ai cicli

di congelamento e scongelamento; un profilo sensoriale neutro; funzionalità addensante in formulazioni *gluten-free*; resistenza termica e consistenza cremosa e stabile; origine 100% europea, senza OGM; versatilità applicativa in processi a caldo e a freddo

Grazie all'elevata stabilità e versatilità, Agenapure è ideale per la riformulazione di prodotti esistenti e per lo sviluppo di nuove linee pensate per rispondere alle esigenze del mercato attuale. Apre nuove strade per chi voglia puntare sul *clean label* in una vasta gamma di prodotti, testati dal team R&D Deimos, come, per esempio, salse e condimenti (ketchup, maionese, salse *dressing*), che mantengono una texture vellutata e stabile, anche a temperature variabili; zuppe e piatti pronti; ripieni da forno stabili alla cottura, senza sineresi o collasso; yogurt e preparazioni lattiero-casearie che mantengano una struttura cremosa, maggiore stabilità nel tempo e riduzione della sineresi; prodotti surgelati; formulazioni *clean label* a ridotto contenuto di grassi o zuccheri, senza dover rinunciare al gusto; preparazioni *plant-based* e *gluten-free*.



I benefici nutrizionali di farina e fiocchi di avena

L'azienda irlandese **Tirlán** ha ampliato il suo portfolio includendo la farina/fiocchi d'avena, che aiuta i produttori a soddisfare la domanda di prodotti a base di avena biologici, *gluten free* e naturali.

La farina d'avena funzionale, prodotta macinando l'avena coltivata in Irlanda, senza l'uso di pesticidi, erbicidi o fertilizzanti sintetici, garantisce una viscosità costante durante i cicli di riscaldamento e raffreddamento e offre proprietà funzionali, un'etichettatura trasparente e il sapore tipici dei cereali integrali. È utile nelle applicazioni alternative ai latticini, offrendo preziose proprietà funzionali e benefici nutrizionali. Tradizionalmente usata nei paesi nordici per la preparazione di porridge e prodotti da forno rustici, la farina di avena ha trovato nuova linfa nelle cucine salutiste di tutto il mondo.



A differenza della farina di frumento, possiede un indice glicemico più basso e una maggiore concentrazione di fibre solubili, in particolare beta-glucani, che aiutano a ridurre il colesterolo e migliorare la salute intestinale. Oltre a essere una buona fonte di carboidrati complessi, la farina di avena contiene anche proteine vegetali di qualità (tra l'11 e 13%) e importanti micronutrienti, come calcio, ferro, magnesio, zinco e vi-

tamina B1. È l'alleata per iniziare la giornata con energia, soprattutto se usata per pancake, porridge da forno o biscotti proteici.

In un mercato sempre più attento alla salute e alle esigenze dietetiche specifiche, la farina/fiocchi di avena senza glutine, distribuita in Italia da **Safic-Alcan Italy**, si propone come un'opportunità per ampliare la gamma di prodotti e rispondere alle richieste dei consumatori.

Yogurt e alternative fermentate

Il mercato europeo dello yogurt ha registrato una crescita del 2% in termini di fatturato tra il 2018 e il 2022, con previsioni di ulteriore espansione fino al 2027 (Innova Market Insights). A trainare questa crescita è un'offerta sempre più diversificata e innovativa, capace di rispondere alle attuali esigenze dei consumatori.

I principali fattori che guidano l'innovazione del settore comprendono l'attenzione alla sostenibilità, attraverso l'adozione di packaging ecologici, la riduzione delle emissioni, il rispetto del benessere animale e l'utilizzo di ingredienti biologici. Allo stesso tempo, la salute e il benessere rappresentano un altro elemento chiave, con la crescente diffusione di prodotti a basso contenuto di zuccheri e grassi, arricchiti con proteine, omega-3, vitamine e probiotici, spesso privi di lattosio e reallizzati con ingredienti naturali. Un ulteriore segmento in forte



espansione è quello delle alternative *plant-based*, che comprende soluzioni completamente vegane, ibride, pensate per soddisfare la richiesta di prodotti senza derivati animali.

IMCD, grazie a un ampio portafoglio di ingredienti e a un team tecnico specializzato nel settore lattiero-caseario, è protagonista nello sviluppo di prodotti allineati a queste tendenze. Tra le soluzioni più recenti realizzate nei propri

laboratori figurano lo yogurt proteico e le alternative vegetali.

Nel primo caso, le formulazioni sono arricchite con proteine del latte per conferire una struttura cremosa e ricca, dolcificate con edulcoranti naturali e aromatizzate con estratti botanici. Per le versioni da bere è impiegato collagene bovino, neutro nel gusto e nella viscosità, che contribuisce a una consistenza fluida e gradevole.

Nel secondo caso, la base è costituita da farina di avena senza glutine, trattata enzimaticamente per liberarne gli zuccheri fermentescibili. Questa viene arricchita con proteine vegetali, amidi *clean label* e pectina, per ottenere la tipica texture dello yogurt. Il prodotto viene poi fermentato con ceppi specifici per matrici vegetali, completato con vitamine e minerali e aromatizzato in base alle preferenze del mercato.

teiche, scomponendole in aminoacidi che contribuiscono a migliorare la succosità e il gusto dei prodotti. Nelle verdure, invece, è utilizzato per esaltare le note fresche e mascherare l'acidità di eventuali conservanti. Trova impiego anche nei latti vegetali (tipo soia), agendo come ingrediente mascherante, e nella panificazione migliorando la sofficità, il volume dell'impasto e il colore del prodotto finito. È utilizzato, infine, nelle miscele di spezie per accentuarne il piccante.

Lo *shio koji* in polvere, invece, non presenta attività enzimatica, ma è utilizzato per sviluppare l'effetto *kokumi* e intensificare le note *dairy*. Nei prodotti dolciari, è impiegato per esaltare le note cioccolato/cacao, pistacchio e nocciola contribuendo a ridurre i dosaggi nella ricetta e a contenere, quindi, i costi.

Lo *shio koji* è adatto per l'utilizzo in prodotti vegani, *allergen-free* e *gluten free*.

Dalla tradizione giapponese un'alternativa naturale al glutammato

Rader presenta lo *shio koji*, un condimento tradizionale giapponese ottenuto dalla fermentazione di una miscela di riso, sale e acqua, prodotto dall'azienda giapponese **Hanamaruki Foods**, fondata nel 1918 la cui filosofia si basa sulla valorizzazione degli ingredienti naturali.

Il prodotto è disponibile sia in forma liquida che in polvere e deve il suo nome ai batteri del *koji* (*Aspergillus oryzae*), ingrediente fondamentale nella cucina giapponese per la produzione di miso, saké e salsa di soia.

Lo *shio koji* liquido è utilizzato come semplice condimento all'interno di un'ampia varietà di preparazioni culinarie per esaltarne il gusto *umami* e per ridurre il contenuto di sodio. Si tratta di un prodotto privo di coloranti o additivi chimici, che si propone come alternativa naturale al glutammato monosodico (MSG). Grazie agli enzimi sviluppati naturalmente durante il processo

di fermentazione, lo *shio koji* è l'ingrediente ideale per marinare carne e pesce, rendendo i cibi succosi e teneri. L'azione degli enzimi agisce sulle catene pro-



Il germe di grano per il settore *bakery*

Le maggiori proprietà che contraddistinguono ciascun seme provengono dall'interno, da quella parte che determina lo sviluppo della pianta, ovvero il germe, fonte naturale di energia, ricca di fibre, vitamine (A, B, E, D), ferro,



magnesio, potassio, proteine e grassi buoni (omega 3 e 6). Anche se di pregiata qualità, è stata ritenuta uno scarto di lavorazione e per decenni relegata all'alimentazione animale.

CerealVeneta, da sempre specializzata nel trattamento termico e nella trasformazione fisica di molteplici co-prodotti, quali il germe, la crusca e il pannello dei semi oleosi, è in grado di stabilizzare la componente grassa ed enzimatica del germe.

Ne è nato **TTGerm Toasty Tasty Germ**, un prodotto specificamente formulato per il settore *bakery*, per prodotti dolci e salati, lievitati e no, e per la formulazione di miscele per il settore Ho.Re.Ca.

e dell'*homemade*. La tecnologia CerealVeneta conferisce stabilità ossidativa e ridotta attività enzimatica, oltre alle qualità sensoriale.

La totale naturalità della materia prima, il recupero di uno scarto di lavorazione e la sua rivalorizzazione grazie alle tecnologie di CerealVeneta, rappresentano un contributo concreto nella riduzione degli sprechi, in piena armonia con i principi dell'economia circolare.

La percentuale di utilizzo può variare secondo ricette e scopo di utilizzo, dal 3 al 15%. Il prodotto si contraddistingue anche per una lunga *shelf-life* di 12 mesi (temp. ≤20°C e U.R.≤65%).

Soluzioni senza glutine e lattosio per prodotti da forno e pasta fresca

In Italia, sono quasi 300.000 i celiaci, secondo i dati aggiornati del Ministero della Salute, e cresce il numero di consumatori che comunque sceglie prodotti senza glutine per motivi di salute o per scelte personali, portando a quota ca 400 milioni di euro il valore del *gluten free* nel nostro Paese. Pane, prodotti da forno e pasta fresca rappresentano oltre il 35%.

In linea con l'evoluzione dei consumi alimentari, nasce HI-GF, una nuova linea di soluzioni senza glutine e senza lattosio per realizzare prodotti da forno e pasta fresca, "frutto della sinergia e del lavoro dei *team* di ricerca, svilup-

po e applicazione di **HIFOOD** e **CSM Ingredients**", spiega **Mirco Corrado**, *general manager* Italia del gruppo CSM Ingredients.

La gamma contempla le referenze HI-GF Bread & More, per panificati dolci e salati; HI-GF Cake & Muffin garantisce sviluppo, volume e struttura; HI-GF Sponge Cake, per pan di Spagna e rollè; HI-GF Fresh Pasta assicura elasticità e alta lavorabilità agli impasti. Sono tutte prive di frumento senza glutine o amido di frumento

deglutinato, prodotte con fibre e ingredienti tecnologicamente avanzati.



Per contrastare il declino cognitivo legato all'invecchiamento

Si stima che 7 milioni di persone nella sola Europa convivano attualmente con il morbo di Alzheimer. Con il continuo invecchiamento della popolazione mondiale, si prevede che questa cifra raddoppi, raggiungendo la cifra sbalorditiva di 14 milioni entro il 2030, rendendo l'Alzheimer una sfida sempre più urgente per la salute pubblica in tutto il mondo.

Mentre gli anziani puntano comprensibilmente a preservare le funzioni cognitive, anche i millennial hanno iniziato a ricorrere a prodotti per la salute cerebrale. Dalla pandemia da Covid-19, il 47% dei millennial ha incrementato l'uso di vitamine e integratori. Si prevede che il mercato globale degli integratori per la salute cerebrale raggiunga i 14,75 miliardi di dollari entro il 2030, a dimostrazione della crescente domanda di sostanze efficaci supportate dalla ricerca.

La pirrolochinolina chinone (PQQ) è un antiossidante naturale presente in piccole quantità in alimenti come verdura, frutta e carne. Studi clinici suggeriscono che la PQQ può contribuire a ritardare l'invecchiamento, migliorare le funzioni cognitive, proteggere la salute del cuore, ridurre lo stress e migliorare la qualità del sonno. Pertanto, la PQQ è sempre più oggetto di interesse quale nutriente multifunzionale per chi desidera supportare il benessere a lungo termine a qualsiasi età.

Sviluppato da **Mitsubishi Gas Chemical** in Giappone, MGCPQQ (noto anche come BioPQQ in Nord America e Giappone) è un antios-

sidante estremamente potente, più forte delle vitamine C ed E. Aiuta a neutralizzare lo stress ossidativo, collegato a malattie neurodegenerative come l'Alzheimer. MGCPQQ è anche l'unico ingrediente a base di PQQ approvato come nuovo alimento dall'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA), il che lo rende l'unico legalmente venduto nell'UE.

MGCPQQ non solo protegge le cellule cerebrali, ma supporta anche la biogenesi mitocondriale, il processo mediante il quale si formano nuovi mitocondri, essenziali per energia, memoria e regolazione dell'umore. Incrementarne

la funzione può portare a migliori prestazioni cognitive. Studi hanno dimostrato che MGCPQQ può migliorare l'apprendimento, la concentrazione, la memoria e persino ridurre i sintomi di depressione e ansia.

In Italia, il più grande mercato europeo di integratori alimentari, il 73% dei consumatori ritiene importante l'etichettatura di prodotti biologici, naturali o privi di OGM nella scelta degli integratori, superando la media europea del 56%. Grazie alla trasparenza e alla sicurezza come priorità, MGCPQQ si distingue quale scelta affidabile, supportata da oltre 1.000 studi e 40 anni di ricerca.



Alternativa priva di palma per grassi e oli

TAG funzionali e biologici certificati progettati per migliorare le formulazioni alimentari

Nutriswiss AG, un'azienda svizzera specializzata nell'approvvigionamento e nella lavorazione di grassi e oli vegetali, ha recentemente ideato metodi innovativi per produrre trigliceridi strutturati che aiutano nella sostituzione del grasso di palma con alternative vegetali e con certificazione biologica come il burro di karité o il burro di cacao. E il grossista Pellegrini S.r.l. sta già mostrando i benefici ai produttori di alimenti innovativi e ai marchi di vendita al dettaglio.

Pellegrini è un'azienda a conduzione familiare con sede a Roncà, un paese nel nord-est d'Italia situato a metà strada tra Verona e Vicenza. Sin dai primi anni del 1800, la famiglia Pellegrini si dedica alla coltivazione di olivi nei propri terreni per la produzione di olio altamente pregiato e con eccezionali proprietà nutrizionali e organolettiche. Nel corso delle generazioni l'azienda è cresciuta in modo sostanziale, trasformandosi in un grossista che rifornisce oli commestibili a produttori industriali di alimenti e a grandi rivenditori in tutta Italia. Tra questi troviamo olio di girasole, di oliva e di mandorla, nonché grassi come quello di palma, di cocco, burro di karité e di cacao.

Una domanda in crescita per il biologico

Marco, trentuno anni, rappresenta la quinta generazione della famiglia Pellegrini e due anni fa è entrato a far parte dell'azienda come Business Development Manager. Il suo obiettivo è chiaro: superare le sfide che riserverà il futuro ai settori più importanti per la Pellegrini, ovvero gelati, prodotti dolciari, prodotti da forno e creme spalmabili. Negli ultimi

anni ha potuto constatare una domanda in crescita di grassi biologici certificati con proprietà funzionali su misura. "Gli italiani sono da sempre interessati a ingredienti alimentari di alta qualità", spiega. "C'è anche un interesse crescente per le alternative biologiche certificate, visto che la provenienza e l'impatto ambientale di oli e grassi sta diventando un tema rilevante sia per i consumatori che per i clienti. In questo contesto, le soluzioni di TAG su misura di Nutriswiss completano la nostra gamma di prodotti con un'alternativa di grasso biologico certificato, privo di palma e vegano che migliora le formulazioni mantenendo al contempo le proprietà funzionali desiderate".

Un processo innovativo

I trigliceridi strutturati biologici certificati (TAG) offrono un'ampia gamma di opportunità quando si parla di sviluppo e formulazione di prodotti dolciari, farciture e creme spalmabili. Questa possibilità è particolarmente allettante per il numero crescente di consumatori che non vogliono più vedere l'olio di palma nell'elenco degli ingredienti ma ci tengono ad avere un prodotto biologico certificato. Martin Mäder, Managing Director di Nutriswiss, spiega: "Finora, le scelte per la vendita al dettaglio e le opzioni di ingredienti erano limitate. Ciò è dovuto principalmente al fatto che gli ingredienti sostitutivi potevano essere prodotti solamente con processi non biologici e alcuni produttori non erano disposti a sacrificare le proprietà tecnologiche. Per superare questi ostacoli, noi utilizziamo un processo innovativo per creare soluzioni prive di olio di palma che rispettino gli standard di qualità più elevati".

La ricerca di alternative

Il grasso di palma ha le caratteristiche tecnologiche perfette per l'impiego in prodotti da forno, creme spalmabili, dolci e cioccolato. Tuttavia, una sostituzione con altri oli o grassi vegetali può avere

ripercussioni negative su caratteristiche come il gusto, la consistenza e la stabilità. Ecco perché il team di Nutriswiss crea ricette personalizzate che ottimizzano i prodotti finali tenendo in considerazione al contempo anche il processo produttivo.

Un modo per garantire la texture ideale dei prodotti convenzionali è indurire (idrogenare) gli ingredienti a base di olio. Tuttavia, ciò non è consentito nel settore del biologico. Nutriswiss ha però trovato una soluzione. Frank Möllering, Head of Research and Development, spiega: "Con il supporto di varie fasi all'interno di una sequenza processuale siamo riusciti a dare una nuova struttura ai trigliceridi. Ne risultano proprietà fisiche diverse che potenziano il comportamento di cristallizzazione e garantiscono quella sensazione di morbidezza e cremosità in bocca tanto desiderata". La matrice costituita dalla ricombinazione degli acidi grassi si lega agli oli, dando vita a proprietà sensoriali stabili con un comportamento di piacevole scioglievolezza dal punto di vista organolettico.

Collaborazione dal valore aggiunto

Pellegrini considera i TAG un elemento importante del suo portfolio: "Grazie ai trigliceridi strutturati siamo in grado di rispondere a esigenze specifiche e di aiutare la clientela a raggiungere le proprietà desiderate per i loro prodotti finali. Un esempio è la fase grassa della crema di farcitura di biscotti che deve resistere a tutto il processo di preparazione senza perdere la sua morbidezza". Per lo sviluppo di tali soluzioni su misura per gli ingredienti si affida alla collaborazione della sua azienda con Nutriswiss. Se riceviamo dati tecnici e richieste specifiche dai nostri clienti, ne parliamo con Nutriswiss e ci affidiamo alla loro esperienza e competenza per la creazione delle soluzioni più adatte al caso nostro" dice Pellegrini.

I TAG offrono molteplici soluzioni

Allo stesso modo, i TAG nuovamente strutturati possono essere utilizzati nei grassi da farcitura per barrette e cioccolatini, offrendo la consistenza in bocca desiderata. È possibile incorporare frutta a guscio, oli di frutta a guscio e/o il grasso del latte e, nonostante il modo delicato in cui si sciolgono, le creazioni a base di grasso che ne risultano hanno una buona stabilità in termini di temperatura e prevengono la migrazione e l'affioramento del grasso. E non è tutto. Infatti, per le farciture (croissant) cremose (cioccolato), le creme spalmabili e le decorazioni per biscotti, si possono anche preparare varianti a base di burro di cacao o di karité con olio di girasole, ad esempio, senza necessità di temperare. Infine, nelle applicazioni da forno, i biscotti ricoperti di cioccolato possono essere realizzati con una glassa a base di TAG che presenta un buon comportamento di asciugatura/compattazione e non lascia residui al tatto.

Il semplice grasso del latte, il grasso di cocco puro o il burro di cacao puro hanno i giorni contati. Nutriswiss sta definendo nuovi standard in questo settore: non ci sono alternative alle perfette proprietà sensoriali dei prodotti con il cioccolato, ecco perché l'azienda svizzera seleziona individualmente materie prime di alta qualità e le modifica utilizzando processi all'avanguardia.

I TAG sono anche ideali come alternativa interessante al grasso del latte o del burro in prodotti vegetariani e vegani. Inoltre, il team Nutriswiss ha recentemente sviluppato dei TAG per creme spalmabili, marinature e oli per condimento biologici. I trigliceridi strutturati ampliano la gamma di ingredienti biologici certificati come cere di rivestimento e per rivestire i confetti fino al livello delle microparticelle. Creiamo costantemente nuove applicazioni di TAG, spesso ispirate dalle richieste dei clienti.



Le fasi grasse a base di TAG sono alternative biologiche certificate e prive di palma per gelati, farciture e creme spalmabili.
iStock_dulezidar_121288845®



I trigliceridi strutturati (TAG) forniscono la flessibilità e le proprietà tecnologiche necessarie a sostituire l'olio di palma nei prodotti da forno, dolciari e con cioccolato, tra le altre cose.
AdobeStock_Igor Normann®



I TAG personalizzati offrono anche flessibilità aggiuntiva per gli operatori del settore del biologico che finora hanno avuto opzioni relativamente limitate.
AdobeStock_686033104®



Il burro di cacao o i grassi di cocco su misura possono essere usati per creare prodotti stabili e di ottima qualità con eccellenti proprietà di scioglimento e con una migrazione dei grassi nettamente minore.
AdobeStock_478806708®



Oggi Luca e Marco Pellegrini distribuiscono oli alimentari come grossisti a produttori di alimenti industriali e alla grande distribuzione in tutta Italia.
PELLEGRINI SRL®

Ammesse nuove sostanze aromatizzanti

Sulla Gazzetta ufficiale dell’Unione europea serie L del 5 giugno 2025 è stato pubblicato il Regolamento (UE) 2025/1112 della commissione del 4 giugno 2025 che modifica l’allegato I del regolamento (CE) n. 1334/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda

l’inclusione delle sostanze naringenina e 2-metil-1-(2-(5-(p-tolil)-1H-imidazol-2-il)piperidin-1-il)butan-1-one nell’elenco dell’Unione delle sostanze aromatizzanti.
[...] Il 27 ottobre 2021 la Commissione ha ricevuto una domanda di autorizzazione all’uso

della sostanza naringenina (n. FL 16.132) come sostanza aromatizzante in vari alimenti che rientrano in una serie di categorie di alimenti di cui all’elenco dell’Unione delle sostanze aromatizzanti e dei materiali di base. La domanda è stata notificata all’Autorità europea per la sicurezza alimen-

ALLEGATO

1. Nell'allegato I, parte A, sezione 2, tabella 1, del regolamento (CE) n. 1334/2008, dopo la voce relativa al n. FL 16.130 è inserita la voce seguente:

«16.132	Naringenina	480-41-1			Categoria 1.4: non oltre 500 mg/kg. Categoria 1.7: non oltre 200 mg/kg. Categoria 1.8 (solo a base di soia): non oltre 500 mg/kg. Categoria 3: non oltre 200 mg/kg. Categoria 5.1: non oltre 400 mg/kg. Categoria 5.2: non oltre 400 mg/kg. Categoria 5.3: non oltre 400 mg/kg. Categoria 6.3: non oltre 200 mg/kg. Categoria 8.2: non oltre 200 mg/kg. Categoria 8.3: non oltre 200 mg/kg. Categoria 11.4: non oltre 200 mg/kg. Categoria 12.2: non oltre 1 000 mg/kg. Categoria 12.5: non oltre 200 mg/kg. Categoria 12.9: non oltre 500 mg/kg. Categoria 14.1: non oltre 300 mg/kg. Categoria 14.1.4 (solo a base di latte e a base di soia): non oltre 500 mg/kg. Categoria 15.1: non oltre 400 mg/kg. Categoria 16 (solo a base di latte e a base di soia): non oltre 500 mg/kg.	EfSA»;
---------	-------------	----------	--	--	--	--------

2. nell'allegato I, parte A, sezione 2, tabella 1, del regolamento (CE) n. 1334/2008, dopo la voce relativa al n. FL 16.133 è inserita la voce seguente:

«16.134	2-metil-1-(2-(5-(p-tolil)-1H-imidazol-2-il)piperidin-1-il)butan-1-one	2413115-68-9			Categoria 5.3: non oltre 100 mg/kg.	EfSA».
---------	---	--------------	--	--	-------------------------------------	--------

tare («Autorità») per un parere. La Commissione ha inoltre reso la domanda accessibile agli Stati membri a norma dell'articolo 4 del regolamento (CE) n. 1331/2008.

Nel parere adottato il 20 marzo 2024 (3) l'Autorità ha valutato la sicurezza della sostanza naringenina (n. FL 16.132) utilizzata come sostanza aromatizzante e ha concluso che tale uso non desta preoccupazioni per quanto riguarda la genotossicità o l'interazione con i medicinali. In base agli usi e ai livelli d'uso previsti, l'Autorità ha concluso che l'uso della sostanza naringenina (n. FL 16.132) non desta preoccupazioni in materia di sicurezza.

(...)

Il 30 giugno 2016 la Commissione ha ricevuto una domanda di autorizzazione all'u-

so della sostanza 2-metil-1-(2-(5-(p-tolil)-1H-imidazol-2-il)piperidin-1-il)butan-1-one (n. FL 16.134) come sostanza aromatizzante in alimenti che rientrano nella categoria di alimenti 05.3 «Gomme da masticare (*chewing-gum*)» di cui all'elenco dell'Unione delle sostanze aromatizzanti e dei materiali di base. La domanda è stata notificata all'Autorità per un parere. La Commissione ha inoltre reso la domanda accessibile agli Stati membri a norma dell'articolo 4 del regolamento (CE) n. 1331/2008.

Nel parere adottato il 21 marzo 2024 (4), l'Autorità ha valutato la sicurezza della sostanza 2-metil-1-(2-(5-(p-tolil)-1H-imidazol-2-il)piperidin-1-il)butan-1-one (n. FL 16.134) utilizzata come sostanza aromatizzante e ha

concluso che tale uso non desta preoccupazioni in materia di sicurezza al livello stimato di esposizione alimentare, in base all'uso e ai livelli d'uso previsti. L'Autorità ha inoltre concluso che anche l'esposizione combinata alla sostanza 2-metil-1-(2-(5-(p-tolil)-1H-imidazol-2-il)piperidin-1-il)butan-1-one (n. FL 16.134) dovuta al suo uso come aromatizzante alimentare e alla sua presenza nei dentifrici e nei collutori non desta preoccupazioni per la sicurezza.

(...)

La Commissione europea ha adottato il presente Regolamento:

Articolo 1

L'allegato I, parte A, del regolamento (CE) n. 1334/2008 è modificato conformemente all'allegato del presente regolamento.

Autorizzato l'uso dell'ascorbato di sodio nelle preparazioni di vitamina A

Sulla Gazzetta ufficiale dell'Unione europea serie L del 12 giugno 2025 è stato pubblicato il Regolamento (UE) 2025/1150 della Commissione dell'11 giugno 2025 che modifica l'allegato III del regolamento (CE) n. 1333/2008 del Parlamento europeo e del Consiglio per quanto riguarda l'uso dell'ascorbato di sodio (E 301) nelle preparazioni di vitamina A destinate alle formule per lattanti e alle formule di proseguimento.

(...)

Nell'ottobre 2023 la Commissione ha ricevuto una domanda di autorizzazione dell'uso dell'ascorbato di sodio (E 301) come antiossidante al livello mas-

simo di 50.000 mg/kg nelle preparazioni di vitamina A microincapsulata per le formule per lattanti e le formule di proseguimento, che comporta un trasferimento massimo in tali alimenti di 1 mg/l di ascorbato di sodio (E 301). La domanda è stata successivamente resa accessibile agli Stati membri a norma dell'articolo 4 del regolamento (CE) n. 1331/2008.

A norma dell'allegato III del regolamento (CE) n. 1333/2008, l'ascorbato di sodio (E 301) è attualmente autorizzato come additivo alimentare, tra gli altri usi, nelle preparazioni di vitamina D per gli alimenti per lattanti e gli alimenti di proseguimento al livello

massimo di 100.000 mg/kg e con un trasferimento massimo in tali alimenti di 1 mg/l. Tale autorizzazione si basa sul parere scientifico dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare («Autorità»), pubblicato il 22 dicembre 2010, nel quale si concludeva che l'uso dell'additivo alimentare «ascorbato di sodio (E 301)» come antiossidante per le preparazioni di vitamina D destinate a essere utilizzate nelle formule per lattanti e nelle formule di proseguimento non pone problemi di sicurezza in quanto il trasferimento massimo di 1 mg/l di ascorbato di sodio contribuirebbe solo marginalmente al tenore di vitamina C e di

ALLEGATO

Nell'allegato III, parte 5, sezione B, del regolamento (CE) n. 1333/2008, la voce relativa all'additivo alimentare E 301 è sostituita dalla seguente:

«E 301	Ascorbato di sodio	100 000 mg/kg in preparazioni di vitamina D e 1 mg/l di trasferimento massimo nel prodotto finale	Preparazioni di vitamina D	Formule per lattanti e formule di proseguimento quali definite nel regolamento (UE) n. 609/2013
		50 000 mg/kg in preparazioni di vitamina A microincapsulata e 1 mg/l di trasferimento massimo nel prodotto finale	Preparazioni di vitamina A microincapsulata	Formule per lattanti e formule di proseguimento quali definite nel regolamento (UE) n. 609/2013
		Trasferimento totale: 75 mg/l	Rivestimenti di preparazioni nutritive contenenti acidi grassi polinsaturi	Alimenti per lattanti e bambini nella prima infanzia».

sodio nelle formule per lattanti e nelle formule di proseguimento.

(...)

La microincapsulazione è comunemente utilizzata per proteggere la vitamina A dalla degradazione. In tale contesto, l'ascorbato di sodio (E 301), se utilizzato come antiossidante, garantisce la stabilità della matrice protettiva che incapsula la vitamina A durante il processo di produzione e nel prodotto finale. La maggiore stabilità della vitamina A consente di controllare meglio la dose e di ridurre il sovradosaggio (*overage*) necessario per garantire la corretta quantità di vitamina A nel prodotto finale.

(...)

L'uso richiesto dell'ascorbato di sodio (E 301) nelle preparazioni di vitamina A microincapsulata determina lo stesso livello di trasferimento massimo nelle formule per lattanti e nelle formule di proseguimento del livello valutato dall'Autorità nel 2010. Inoltre le quantità massime di vitamina C e di sodio autorizzate nelle formule per lattanti e nelle formule di proseguimento tengono conto della loro presenza a partire da tutte le fonti, compreso il trasferimento degli additivi alimentari. L'estensione proposta dell'uso dell'ascorbato di sodio (E 301) non può pertanto avere un effetto sulla salute umana.

È pertanto opportuno autorizzare l'uso dell'ascorbato di so-

dio (E 301) come antiossidante nelle preparazioni di vitamina A microincapsulata per le formule per lattanti e le formule di proseguimento al livello massimo di 50 000 mg/kg e con un livello di trasferimento massimo di 1 mg/l in tali alimenti.

È pertanto opportuno modificare di conseguenza il regolamento (CE) n. 1333/2008.

(...)

La Commissione europea ha adottato il presente Regolamento:

Articolo 1

L'allegato III del regolamento (CE) n. 1333/2008 è modificato conformemente all'allegato del presente regolamento.



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

**SE VUOI RIMANERE AGGIORNATO
SU TUTTE LE NOVITÀ DAL MONDO
CONSULTA IL NUOVO PORTALE**

www.foodexecutive.com

**INQUADRA IL
QR CODE!**



Microgreen di chia per noodle funzionali

L'attuale crescente domanda di prodotti vegetali ricchi di proteine e composti bioattivi capaci di migliorare la salute umana sta stimolando l'innovazione nel settore alimentare. I *microgreen*, ovvero piantine giovani di ortaggi ed erbe aromatiche raccolte pochi giorni dopo la germinazione (generalmente tra i 7 e i 21 giorni), sono noti per il loro profilo nutrizionale superiore rispetto alle piante mature e rappresentano una nuova generazione di alimenti vegetali. Sebbene siano già diffusi come ingredienti freschi in

ambito culinario, il loro potenziale nell'industria alimentare è ancora poco esplorato.

Un gruppo di ricercatori australiani ha sviluppato una polvere di *microgreen* di chia (CMP) come nuova fonte di proteine vegetali e composti bioattivi, analizzandone l'applicazione nell'arricchimento di *noodle* a base di grano (con percentuali d'inclusione del 2,5, 5 e 7%). I risultati, pubblicati sulla rivista *Food and Bioprocess Technology* (18: 5605-5620, 2025), hanno evidenziato che la CMP è una fonte ricca di

proteine (34,7%), composti bioattivi ($13,63 \pm 0,66$ mg equivalenti di acido gallico/g di composti fenolici totali) e minerali essenziali come calcio, fosforo, zinco e ferro.

Il punteggio medio degli aminoacidi (AAS) è risultato pari a 80, indicando che gli aminoacidi essenziali coprono l'80% dei valori di riferimento raccomandati per l'alimentazione. La CMP presentava un eccesso di fenilalanina + tirosina e treonina, mentre i principali aminoacidi limitanti erano metionina + cisteina.

La CMP ha, inoltre, mostrato un'elevata capacità di assorbimento di acqua e olio (rispettivamente 682,35 e 281,91%), qualità che la rendono promettente come agente texturizzante per applicazioni alimentari. L'aggiunta della CMP ai *noodle* ha migliorato il profilo nutrizionale del prodotto e conferito un leggero colore verde. Tuttavia, l'inclusione della polvere ha comportato una riduzione del tempo di cottura, della perdita in cottura e della coesione della pasta.

Nonostante questi cambiamenti, un'inclusione fino al 5% ha consentito di ottenere un prodotto di qualità accettabile, evidenziando il potenziale della CMP come nuovo ingrediente alimentare funzionale.



Estratto di caffè verde come antiossidante nella maionese

La maionese è un'emulsione alimentare altamente suscettibile all'ossidazione lipidica, motivo per cui nella sua formulazione sono comunemente impiegati antiossidanti sintetici. I chicchi di caffè verde rappresentano una delle principali fonti naturali di composti fenolici con comprovata attività antiossidante.

Uno studio condotto da ricercatori brasiliani e pubblicato sull'*European Journal of Lipid Science and Technology* (127(4): e70007, 2025) ha valutato la potenziale applicazione di un estratto acquoso di caffè verde (GCE) come antiossidante nella maionese. Sono state analizzate tre concentrazioni di GCE (0,5, 1,0 e 1,5%). L'aggiunta di GCE all'1,5% non ha influenzato in modo significativo la stabilità dell'emulsione, il pH né i parametri di *texture* del prodotto ($p > 0,05$).

Durante un periodo di conservazione di 28 giorni, il GCE ha mostrato una capacità significativamente maggiore di ritardare la formazione di perossidi rispetto agli antiossidanti sintetici comunemente utilizzati ($p < 0,05$). Inoltre, l'incremento della concentrazione di GCE ha determinato un aumento proporzionale del contenuto fenolico totale, con conseguente potenziamento dell'attività antiossidante ($p < 0,05$).

Le analisi sensoriali non hanno evidenziato differenze significative nell'accettabilità del prodotto tra i campioni contenenti GCE e quelli di controllo ($p > 0,05$). L'estratto di caffè verde si è dunque dimostrato un'alternativa ef-



ficace agli antiossidanti sintetici, in particolare alla concentrazione dell'1,5%.

Alla luce dell'attuale interesse dei consumatori per ingredienti naturali e funzionali, l'impiego di

GCE nella produzione di maionese rappresenterebbe una strategia promettente per l'industria alimentare, contribuendo sia alla stabilità ossidativa che al valore nutrizionale del prodotto.

Emulsione a base di olio di canola come sostituto del grasso nelle salsicce

Uno studio condotto in Corea e pubblicato su *Food Hydrocolloids* (166, 111335, 2025) ha valutato le proprietà fisico-chimiche e il comportamento digestivo *in vitro* di salsicce in cui il grasso dorsale di maiale è stato sostituito da un'emulsione in gel a base di olio di canola. Come agenti gelificanti sono stati utilizzati tre polisaccaridi: agar (AG), alginato di sodio (SA) e gomma xantano (XT), mentre le proteine isolate della soia (ISP) e la lecitina di soia sono state impiegate come emulsionanti naturali. Le salsicce sono state preparate secondo tre formulazioni: una convenzionale (CS), una con il 50% del grasso sostituito da gel (RS50)

e una con il 100% del grasso sostituito (RS100).

Nella pastella di carne contenente il gel AG-SA-XT, le gocce lipidiche risultavano uniformemente disperse e di dimensioni più ridotte, con una conseguente diminuzione della perdita in cottura ($P < 0,05$) e un aumento della durezza del gel ($P < 0,05$) nei campioni RS50 e RS100 rispetto al CS. In seguito alla digestione *in vitro*, i campioni RS50 e RS100 hanno mostrato un rilascio di calceina più lento rispetto al CS ($P < 0,05$), mentre non sono emerse differenze significative nel rilascio di acidi grassi liberi fra i trattamenti ($P > 0,05$).

Il contenuto di gruppi α -amminici è risultato più elevato in RS100 durante la fase gastrica e in entrambi RS50 e RS100 durante la fase intestinale, rispetto al CS ($P < 0,05$). Tuttavia, il contenuto di proteine con peso molecolare inferiore a 3 kDa nelle salsicce digerite non ha mostrato variazioni significative tra i trattamenti ($P > 0,05$).

In conclusione, l'impiego del gel emulsionato AG-SA-XT come sostituto del grasso di maiale nelle salsicce ha migliorato la stabilità dell'emulsione e le proprietà strutturali del gel, garantendo un rilascio di acidi grassi liberi comparabile a quello del grasso convenzionale e favorendo una maggiore degradazione proteica durante la digestione.



Snack a base di mais e vinaccia bianca intera e senza semi

La vinaccia è un sottoprodotto della vinificazione ad alto valore biologico, che può essere valorizzato nella produzione di snack. Uno studio pubblicato da ricercatori rumeni sul *Carpathian Journal of Food Science and Technology* (16(4): 5–17, 2024) ha esplorato l'impatto del tipo di vinaccia bianca — senza (SGPW) e con semi (GPW) — e del livello di aggiunta (10-40%) sulle proprietà chimiche, antiossidanti, sul colore, sulla consistenza e sull'accettabilità sensoriale di snack a base di mais prodotti per estrusione, utilizzando la metodologia del disegno sperimentale a superficie di risposta.

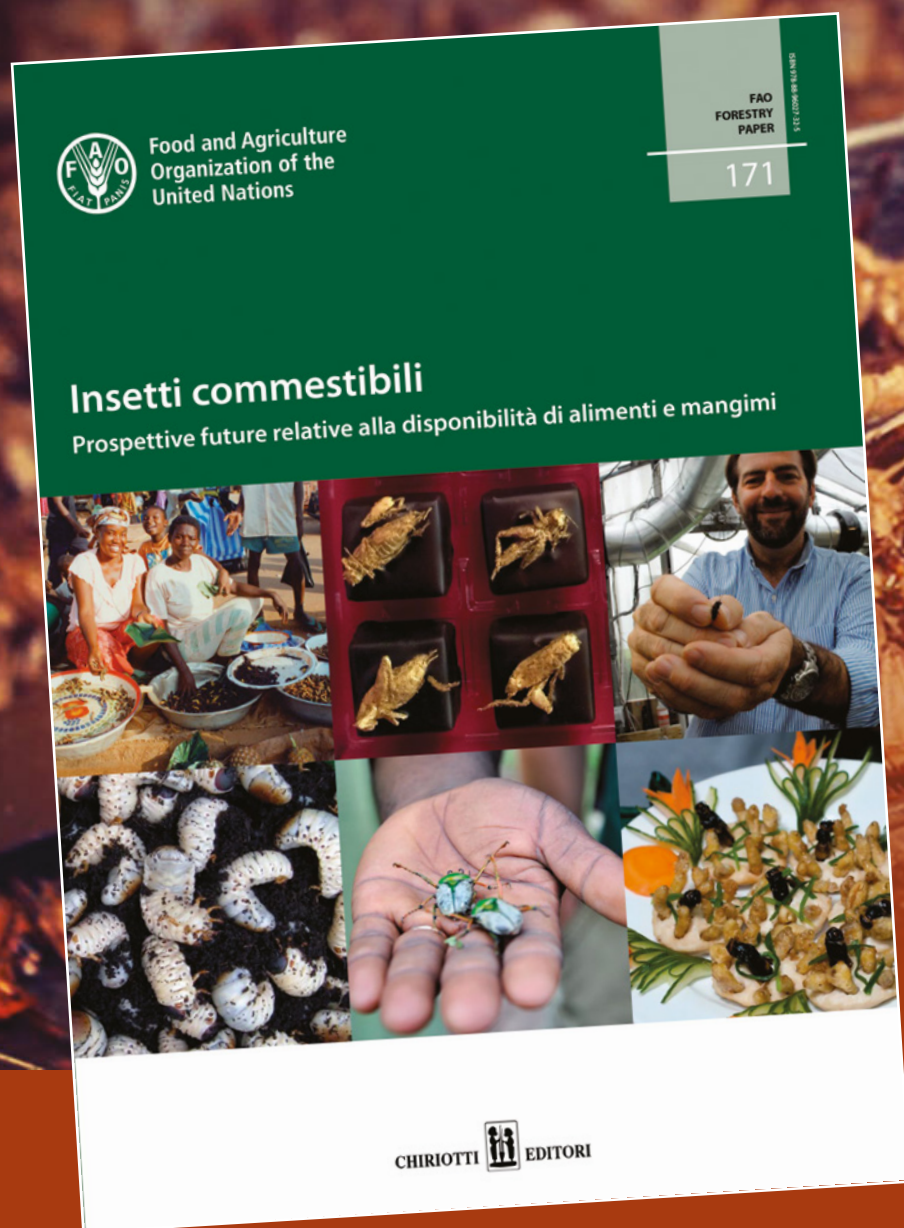
È stato inoltre individuato il livello di aggiunta ottimale per ciascun tipo di vinaccia, e i relativi campioni sono stati caratterizzati anche dal punto di vista molecolare. I risultati hanno evidenziato

che proteine, lipidi, fibra, ceneri, polifenoli totali e attività antiossidante aumentano proporzionalmente al livello di aggiunta, mentre la forza di taglio e il valore L^* (luminosità) diminuiscono. I campioni ottimali sono risultati quelli con il 29,66% di SGPW o il 29,22% di GPW, e hanno mostrato un profilo nutrizionale e un'attività antiossidante superiori rispetto agli snack di mais usati come controllo.

L'accettabilità sensoriale è risultata soddisfacente, confermando la possibilità di includere questi ingredienti nei processi di estrusione per la produzione di snack funzionali.



Il libro della FAO sull'impiego degli insetti commestibili in alimenti e mangimi



Disponibile su
App Store

Google Play



216 pag.

€ 36,00

€ 18,99 e-book

shop.chiriottieditori.it

info@chiriottieditori.it

Tel. +39 0121 378147

Gli insetti rappresentano una buona opportunità per unire conoscenze tradizionali e scienza moderna al fine di migliorare la disponibilità alimentare in tutto il mondo. Questa pubblicazione descrive il contributo degli insetti alla disponibilità alimentare. Esamina le prospettive di allevamento su scala commerciale per migliorare la produzione di alimenti destinati agli animali e agli uomini, per la diversificazione delle diete e nello scopo di contribuire al sostentamento sia nei Paesi in via di sviluppo che in quelli sviluppati.



shop.chiriottieditori.it

Colore naturale dalla barbabietola per il gelato

Ricca fonte di pigmenti naturali, la barbabietola (*Beta vulgaris* L. subsp. *vulgaris*) è ampiamente utilizzata per conferire un colore rosso intenso agli alimenti, oltre ad aumentarne il valore nutrizionale e l'attività antiossidante. Uno studio pubblicato da ricercatori marocchini su *Food Science & Nutrition* (13(4): e70167, 2025) ha confrontato tre tecniche di estrazione del colore dalla barbabietola: Soxhlet, spremitura a freddo e ultrasuoni.

Gli estratti sono stati analizzati in termini di resa (%), parametri cromatici (L^* , a^* , b^*), contenuto di betalaine, polifenoli totali e attività antiossidante. L'estratto ottenuto mediante estrazione Soxhlet (SE) ha mostrato il contenuto più elevato di polifenoli totali (244,11 mg GAE/100 g), la maggiore attività antiossidante (23,41% di inibizione DPPH), una resa significativamente superiore (48,05%) e risultati cromatici migliori rispetto agli altri metodi. Tuttavia, l'estrazione a ultrasuoni (UE) ha prodotto un estratto con il più alto contenuto di betalaine (399,47 mg/L).

L'estratto SE è stato impiegato per la produzione di gelato, valutandone l'accettabilità rispetto al colorante artificiale. Sono stati sviluppati sei campioni: il gelato di controllo (T0) conteneva colorante artificiale, mentre il campione T5 ne era completamente privo, essendo colorato esclusivamente con estratto di barbabietola. I campioni T1-T4 presentavano combinazioni in proporzioni variabili dei due tipi di colorante.

Sono stati analizzati diversi parametri qualitativi del gelato, tra cui pH, acidità, °Brix, velocità di

fusione, overrun e peso specifico. L'aggiunta di colorante naturale non ha influenzato significativamente questi attributi. L'analisi cromatica ha evidenziato che il valore medio di L^* era più alto nel campione T5 (73,16), contenente lo 0,1% di colorante naturale, e più basso in T0 (65,24), con lo 0,1% di colorante artificiale, suggerendo che l'estratto di barbabietola conferisce maggiore luminosità.

Dal punto di vista sensoriale, il campione T5 ha ottenuto i punteggi più alti in termini di colore, palatabilità, sapore, aroma, consistenza e accettabilità complessiva, rispetto agli altri campioni contenenti coloranti artificiali.

Pertanto, i coloranti naturali derivati dalla barbabietola rappresentano una valida alternativa per la produzione di gelati più salutari, nutrizionali e ben accettati dai consumatori.



Migliorare il contenuto di melatonina e l'attività antiossidante dello yogurt

È ben noto come la melatonina e i suoi derivati influenzino positivamente i ritmi circadiani umani; allo stesso modo lo yogurt è spesso consigliato come alimento serale poiché contiene triptofano, un amminoacido precursore della melatonina. Tuttavia, l'effetto dei batteri dello yogurt (YC) e dei probiotici sulla produzione di melatonina e derivati durante la fermentazione non era ancora stato approfonditamente studiato.

A questo proposito, uno studio thailandese pubblicato sull'*International Food Research Journal* (31(6): 1433-1445, 2024) ha analizzato l'impatto delle colture

YC e dei probiotici sull'aumento di triptofano, serotonina e melatonina durante la fermentazione dello yogurt.

Lo yogurt a base di latte vaccino è stato preparato utilizzando diverse combinazioni di colture batteriche. Il campione di controllo (MP-YC) conteneva *Streptococcus thermophilus* e *Lactobacillus delbrueckii* subsp. *bulgaricus*. Altri campioni includevano: YC in combinazione con *Lactobacillus acidophilus* e *Bifidobacterium animalis* subsp. *lactis* (MP-BY); *S. thermophilus*, *L. acidophilus* e *B. animalis* subsp. *lactis* (MP-BT); e YC associato al solo *L. acidophilus* (MPLA).



L'aggiunta di probiotici in combinazione con YC non ha influenzato significativamente il pH e l'acidità totale dopo 8 ore di fermentazione. Tuttavia, i campioni contenenti probiotici hanno mostrato un contenuto di melatonina più elevato, variabile fra 3,54 e 6,67 ng/g di peso secco, rispetto al campione di controllo. La serotonina, invece, non è stata rilevata in nessuno dei campioni.

Il contenuto di triptofano è aumentato in modo significativo in tutti gli yogurt, con valori

compresi tra 8,52 e 10,17 µg/g. Inoltre, l'attività antiossidante dei campioni MP-BY e MP-BT è risultata significativamente superiore rispetto al controllo.

Questi risultati suggeriscono un effetto sinergico tra le colture tradizionali dello yogurt e i probiotici, evidenziando il potenziale dello yogurt probiotico come alimento funzionale arricchito in melatonina, triptofano e composti antiossidanti. Un consumo regolare potrebbe contribuire al mantenimento dei ritmi circadiani e al benessere generale.

Effetto del gel di aloe vera sulla maionese a basso contenuto di grassi

La maionese, una delle salse più popolari al mondo, è un'emulsione semisolida di tipo olio-in-acqua. Tuttavia, a causa dell'elevato contenuto calorico e di colesterolo presente nei tuorli d'uovo, un consumo eccessivo può comportare rischi per la salute. Uno dei principali problemi che i produttori devono affrontare è l'ossidazione dei grassi durante la conservazione, che può causare alterazioni sensoriali, ridurre il valore nutrizionale e compromettere la sicurezza alimentare. Tali aspetti possono influire negativamente sull'accettabilità del prodotto da parte dei consumatori.

I grassi svolgono un ruolo fondamentale nelle emulsioni alimentari, contribuendo al gusto, all'aspetto, alla consistenza e alla conservabilità del prodotto. Tuttavia, con la crescente richiesta di prodotti a ridotto contenuto di grassi, mantenere le caratteristiche qualitative delle maionesi tradizionali rappresenta

una sfida. Le versioni *light* di solito includono una quantità ridotta di grassi, integrata con addensanti per stabilizzare l'emulsione e migliorarne la consistenza.

In questo contesto, una ricerca condotta in Iran ha esplorato l'utilizzo del gel di aloe vera come sostituto parziale dei grassi nella formulazione della maionese. Tutti gli ingredienti in polvere sono stati mescolati con uova, acqua e metà della quantità prevista di ace-

to in un frullatore per tre minuti. Successivamente, l'olio è stato incorporato in due fasi, insieme ad amido e gomme, mescolando per cinque minuti per formare l'emulsione. L'aceto restante è stato poi aggiunto e miscelato per ulteriori tre minuti, fino a ottenere una distribuzione uniforme delle particelle di grasso nella salsa. Il gel di aloe vera è stato aggiunto proporzionalmente alla riduzione dell'olio, secondo le formulazioni previste.

Il disegno sperimentale ha considerato tre variabili indipendenti: olio (A, 15-60%), gel di aloe vera (B, 0-55%) e acqua (C, 0-10%). Le combinazioni di queste variabili hanno generato 16 formulazioni, sviluppate utilizzando il software Design Expert. Sono state quindi analizzate le proprietà fisico-chimiche, reologiche e di texture dei campioni. Il software ha inoltre permesso di ottenere modelli di regressione e diagrammi di contorno misti per ogni risposta analizzata.



I risultati, pubblicati sull'*Iranian Food Science & Technology Research Journal* [21(1): 61–77, 2025], hanno evidenziato che l'aumento della percentuale di gel di aloe vera e la riduzione dell'olio comportano un aumento del pH e una diminuzione dell'acidità, della stabilità, della consistenza e della trasparenza dei campioni. Le

proprietà reologiche sono state descritte mediante il modello di Bingham. La viscosità apparente ha mostrato una tendenza decrescente con il gradiente di taglio. Tali variazioni sono attribuite alla diversa composizione in grassi della formulazione. Il punto ottimale individuato per una maggiore a basso contenuto di grassi

è stato ottenuto con le seguenti proporzioni: olio 40%, gel di aloe vera 30% e acqua 0%.

L'inclusione del gel di aloe vera presenta diversi vantaggi: riduzione del contenuto di grassi e colesterolo, miglioramento della stabilità microbiologica e, in alcuni casi, riduzione dei costi di produzione.

Gelificazione delle proteine nel “latte” vegetale indotta da ultrasuoni

La crescente domanda di alternative vegetali al latte ha stimolato lo sviluppo di nuove formulazioni con proprietà tecnologiche migliorate. Una delle principali sfide in questo ambito è migliorare la versatilità dei prodotti a base vegetale strutturando sistemi colloidali capaci di formare matrici gelificate. Questa strutturazione consente la produzione di alimenti innovativi con diverse consistenze e applicazioni.

In uno studio condotto in Brasile, gli ultrasuoni ad alta intensità (HIUS) sono stati esplorati come tecnologia a doppia funzione: da un lato per l'inatti-

vazione di microrganismi ed enzimi, in particolare la lipossigenasi, e dall'altro per promuovere la formazione di reti gelificate nelle proteine vegetali. Come sistema modello, è stata utilizzata una bevanda a base di mandorle, al fine di esplorare il potenziale della gelificazione indotta da HIUS nel conferire nuove consistenze. In questo contesto, sono stati analizzati gli effetti di diverse intensità energetiche degli HIUS: 6,3, 15,9, 25,5 e 36,0 W/cm².

Come riportato in *Food Hydrocolloids* [166, 111342, 2025], il trattamento con HIUS ha modificato le strutture secondarie e terziarie delle proteine delle

mandorle, provocando variazioni nella solubilità, nel peso molecolare e nella formazione di aggregati proteici strutturati. Tale riorganizzazione ha influenzato il comportamento reologico della bevanda, incrementandone la viscosità e conferendo caratteristiche simil-gel alle intensità più elevate.

Parallelamente, il trattamento ha portato a una parziale inattivazione dell'enzima lipossigenasi, a una riduzione della carica microbica fino a livelli sicuri e a lievi alterazioni nel profilo degli acidi grassi. Il meccanismo responsabile di tali effetti è stato attribuito a modifiche nelle regioni ad alfa-elica delle proteine, che hanno favorito una nuova organizzazione delle catene e la formazione di interazioni intermolecolari.

Il risultato è stata la formazione di una rete di gel proteico capace di stabilizzare cineticamente il sistema, modificare le proprietà reologiche, la distribuzione dimensionale delle particelle e intrappolare composti fenolici. Questi risultati evidenziano il potenziale degli HIUS come strumento innovativo per la creazione di nuovi alimenti vegetali con proprietà di texture desiderabili.



Se sei abbonato sei aggiornato

SCOPRI TUTTI I VANTAGGI

→ ce l'ho!

Con l'abbonamento sarai sicuro di avere sempre *l'ultimo numero* a disposizione, in modo da non perdere nemmeno un'uscita.

→ senza pensieri

Ordina, aspetta, leggi.
Ricevi *comodamente a casa tua* il nuovo numero!

→ meglio di così!

Per te il prezzo della rivista è bloccato, *per tutto l'anno!*



Segui le news su
www.foodexecutive.it



ABBONAMENTO
per un anno €70

ABBONAMENTO
digitale €39,99

#laculturarendeliberi

☐ € 70,00 PER 1 ANNO
(11 FASCICOLI)

☐ € 120,00 PER 2 ANNI
(22 FASCICOLI)

☐ € 39,99 un anno in versione digitale

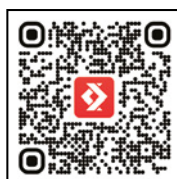
- Sul nostro sito www.shop.chiriottieditori.it
- App disponibile su Apple Store e Google Play

DATI PER LA SPEDIZIONE

nome
ditta/ente
via
città
prov. cap
tel.
p.iva /cf
e - mail

Scegliamo di pagare l'importo con:

- ☐ Bonifico bancario IBAN IT05X0306930750100000078152
(specificare quale abbonamento nella causale)
- ☐ Contrassegno (solo per l'Italia)
- ☐ C.C. postale n. 10846103 (da utilizzare solo per la versione cartacea)



Sottoscrivendo l'abbonamento si autorizza il trattamento dei dati ai sensi del Regolamento UE 679/2016 recante "Regolamento generale sulla protezione dei dati". Si esprime quindi il consenso al trattamento ed alla comunicazione degli stessi. Chiriotti Editori srl, in qualità di Titolare del trattamento, è tenuta a fornirti informazioni in merito all'utilizzo dei tuoi dati personali.



shop.chiriottieditori.it

CHIRIOTTI EDITORI SRL

Viale Rimembranza, 60 - 10064 PINEROLO (TO) - Tel. 0121 378147 - abbonamenti@chiriottieditori.it

Zucchero: mercati e commercio mondiali

La produzione mondiale di zucchero per l'anno 2025/26 è prevista in aumento di 8,6 milioni di tonnellate, raggiungendo i 189,3 milioni, grazie all'incremento produttivo in Brasile e India, che dovrebbe più che compensare la contrazione nell'Unione europea. Le esportazioni sono in calo, con minori spedizioni previste da UE e Tailandia. Le scorte finali dovrebbero aumentare, trainate soprattutto da India e Cina.

Negli **Stati Uniti**, la produzione è prevista, in leggero calo, a 8,4 milioni di tonnellate. Le importazioni dovrebbero diminuire in base ai programmi di contingentamento, fissati a livelli minimi compatibili con gli obblighi dell'Organizzazione mondiale del commercio e degli accordi di libero scambio, nonché alle previsioni relative alle importazioni dal Messico, alle riesportazioni e alle importazioni soggette a dazi elevati. Il consumo rimane invariato, mentre le scorte si riducono principalmente per effetto del calo delle importazioni.

In **Brasile**, la produzione è prevista in crescita di 1,0 milione di tonnellate, raggiungendo il livello record di 44,7 milioni, grazie a condizioni climatiche favorevoli. Il mix produttivo zucchero/etanolo dovrebbe favorire l'etanolo rispetto alla stagione precedente, passando dal 51% al 49% per lo zucchero e viceversa per l'etanolo. Si prevede un lieve calo dei consumi, mentre le esportazioni aumentano grazie alla maggiore produzione.

In **Argentina**, la produzione dovrebbe aumentare del 2% rispetto all'anno precedente e di quasi il 15% rispetto al 2022/23, attestandosi a 1,88 milioni di tonnellate. Nonostante l'aumento dei costi di trasporto, manodopera ed energia, il Paese rimane il 17° produttore mondiale. La superficie coltivata a canna da zucchero dovrebbe crescere del 2%, raggiungendo

i 418.000 ettari, mentre la quota destinata alla produzione di zucchero dovrebbe calare dell'1%, attestandosi al 74% del volume totale, a vantaggio della produzione di etanolo sostenuta dalla domanda interna. Le esportazioni sono previste in diminuzione, a causa della riduzione delle scorte iniziali e dell'aumento del consumo interno, previsto a 1,4 milioni di tonnellate, in linea con una ripresa del PIL del 5%. Tra i mercati principali figura quello statunitense.

Nell'**Unione europea**, la produzione è attesa in calo del 9%, a 15,0 milioni di tonnellate, per via della ridu-



zione del 10% della superficie coltivata a barbabietola da zucchero, specialmente in Francia e Germania. I consumi e le scorte finali restano pressoché stabili. Le importazioni aumentano in risposta alla minore produzione, mentre le esportazioni sono in calo.

In **Tailandia**, la produzione dovrebbe aumentare del 2%, attestandosi a 10,3 milioni di tonnellate, grazie a una maggiore disponibilità di canna da zucchero e a una resa più elevata. Il consumo continua a crescere, ma a ritmo più lento per via della minore domanda dell'industria alimentare orientata all'export. Le esportazioni sono previste in calo, a causa della concorrenza di grandi esportatori come il Brasile, mentre le scorte dovrebbero rimanere stabili.

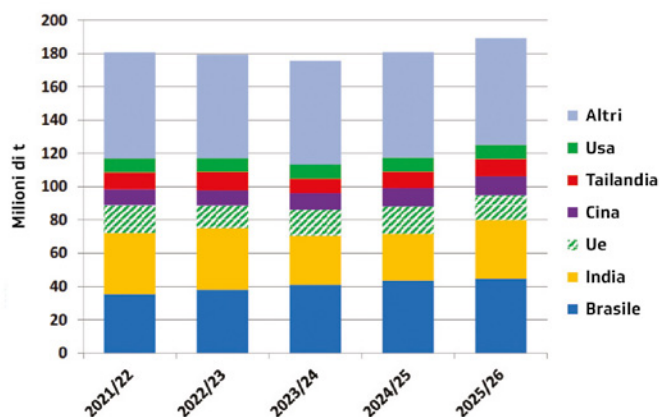
In **India**, si prevede un incremento della produzione di oltre il 25%, raggiungendo 35,3 milioni di tonnellate, sostenuto dal clima favorevole e dall'aumento delle superfici coltivate. Il consumo dovrebbe crescere, trainato dall'espansione del settore alimentare, mentre esportazioni e scorte aumentano grazie all'offerta più ampia.

In **Australia**, la produzione è stimata in calo di 50.000 tonnellate, scendendo a 3,8 milioni – il livello più basso da oltre un decennio – a causa del clima sfavorevole che ha ostacolato lo sviluppo e il reimpianto della canna. Il consumo dovrebbe aumentare in linea con la crescita demografica; le esportazioni

sono in aumento, mentre le scorte si riducono.

In **Cina**, si prevede un aumento della produzione di 500.000 tonnellate, raggiungendo 11,5 milioni, grazie all'espansione delle superfici coltivate e a un clima favorevole per le barbabietole da zucchero. Le importazioni aumentano per colmare il divario tra domanda e offerta, nonostante la crescita della produzione interna. I consumi e le esportazioni restano invariati. Le scorte sono previste in crescita a causa della lenta ripresa della domanda.

La produzione del **Messico** è prevista in aumento di 300.000 tonnellate, raggiungendo i 5,4 milioni, grazie al clima favorevole e all'incremento della produzione e della superficie coltivata a canna da zucchero. Le importazioni sono previste in calo in seguito all'au-



La produzione globale di zucchero aumenta grazie a India e Brasile.

mento della produzione. Il consumo e le scorte sono previsti invariati, con le scorte finali che dovrebbero includere 159.000 tonnellate di zucchero con polarità inferiore a 99,2, destinate all'esportazione negli Stati Uniti nel primo trimestre dell'anno fiscale. Le esportazioni verso gli Stati Uniti dovrebbero essere regolate dagli accordi di sospensione modificati, mentre le esportazioni complessive sono previste in calo a causa della minore destinazione ad altri mercati mondiali.

In **Indonesia**, si prevede una crescita della produzione di 200.000 tonnellate, fino a 2,6 milioni, grazie all'ampliamento delle superfici e all'aumento delle rese. Il consumo cresce in linea con l'espansione demografica e l'incremento della domanda dell'industria alimentare e delle bevande. Le importazioni dovrebbero diminuire grazie all'aumento dell'offerta interna.

In **Turchia**, la produzione rimane stabile a 3,1 milioni di tonnellate. Anche i consumi sono stabili, sostenuti dalla domanda delle famiglie e dell'industria alimentare e delle bevande. Le scorte restano invariate.

In **Guatemala**, la produzione è stabile a 2,6 milioni di tonnellate. Il consumo è previsto in lieve aumento, grazie alla domanda crescente. Le esportazioni aumentano, con gli Stati Uniti come principale mercato. Le scorte sono in calo per effetto dell'aumento dell'export.

In **Sudafrica**, la produzione è stimata in aumento di 150.000 tonnellate, raggiungendo i 2,1 milioni, grazie a un clima più favorevole e a un miglior tasso di recupero dello zucchero. Le importazioni dovrebbero diminuire per effetto dell'aumento dell'offerta interna, mentre le esportazioni sono in crescita.



Opportunità per le mandorle nei prodotti al cioccolato

L'ultimo report globale di [Innova Market Insights](#) ha analizzato il lancio di nuovi prodotti incrociando i risultati con dati raccolti attraverso sondaggi condotti sui consumatori. L'obiettivo era identificare i driver delle preferenze nella categoria del cioccolato, rilevare le principali tendenze in termini di gusto e posizionamento salutistico, e monitorare i trend legati all'impiego di ingredienti a base di mandorle nei nuovi prodotti al cioccolato.

Le mandorle rappresentano un'opportunità significativa per i produttori di cioccolato che desiderano rispondere a una domanda sempre più orientata a sapori innovativi e prodotti dolciari sani e funzionali. Secondo Innova, oltre il 30% dei consumatori ha dichiarato di aver aumentato il consumo di cioccolato in seguito a un cambiamento delle proprie preferenze di gusto o grazie alla maggiore varietà disponibile. Quasi un consumatore su quattro, a livello globale, si mostra propenso a sperimentare nuovi gusti nei prodotti a base di cioccolato.

Le richieste dei consumatori globali in fatto di gusto sono molto diversificate, ma i "sapori familiari" restano i più ricercati (30% degli intervistati). Il report segnala che il 49% dei consumatori globali ha dichiarato di essere alla ricerca di gusti più dolci rispetto all'anno precedente. Questa tendenza si riflette anche nei gusti in più rapida crescita nei prodotti al cioccolato con mandorle, tra cui emergono ingredienti dolci, familiari e nostalgici come miele, pan di zenzero, *cookies & cream*, vaniglia, limone e caramello.



Claim funzionali nei prodotti al cioccolato

Tra le indicazioni salutistiche che maggiormente influenzano le decisioni d'acquisto figurano la presenza di ingredienti naturali, il basso (o assente) contenuto di zuccheri e grassi, e l'assenza di aromi o coloranti artificiali. Le mandorle, con il loro profilo nutrizionale e l'immagine d'ingrediente sano, si integrano perfettamente nelle nuove proposte di cioccolato che riflettono queste tendenze.

Le diciture salutistiche in più rapida crescita nei prodotti al cioccolato con mandorle includono: prebiotico (+50%), a basso/nessun/ridotto contenuto calorico (+39%), a basso/nessun/ridotto indice glicemico (+32%), senza zuccheri aggiunti (+20%) e a basso contenuto di zuccheri (+18%).

Una porzione da 30 g di mandorle fornisce 6 g di proteine vegetali, 4 g di fibre, 13 g di grassi insaturi salutari e solo 1 g di grassi saturi. La dicitura “senza zucchero” è tra le tre più utilizzate nei nuovi prodotti contenenti farina di mandorle. Naturalmente senza glutine e a basso contenuto di zuccheri, le mandorle si rivelano un ingrediente ideale per le formulazioni salutistiche. Inoltre, tra il 2019 e il 2023, i nuovi prodotti a base di mandorle e cioccolato senza glutine hanno registrato una crescita del 15%.

INGREDIENTI ALIMENTARI - XXIV (2025) - AGOSTO

Nuovo sito web: ingredienti, cataloghi e soluzioni su misura

Suicrà presenta il sito web rinnovato per offrire un'esperienza di navigazione semplice, veloce e intuitiva, pensata per rispondere alle esigenze di professionisti e operatori del settore alimentare. La piattaforma consente di consultare in pochi clic tutti i cataloghi aggiornati, suddivisi per canale di vendita: industria, retail, pasticceria, apicoltura, ristorazione e altro ancora. Ogni sezione offre una panoramica completa delle materie prime e degli ingredienti selezionati, accompagnata da soluzioni su misura e formati studiati per adattarsi alle diverse esigenze produttive e commerciali. Con oltre 30 anni di esperienza, Suicrà è passata dalla distribuzione di zucchero alla selezione di oltre 100 ingredienti alimentari, scelti con cura per ga-

rantire qualità, affidabilità e flessibilità lungo tutta la filiera.

Tra le novità del sito, il Memory Card Game, un gioco digitale pensato per facilitare la conoscenza della gamma prodotti attraverso un approccio interattivo e coinvolgente. Quest'iniziativa rappresenta una strategia innovativa nel settore alimentare, volta a migliorare l'esperienza degli utenti e a consolidare il rapporto con il marchio. Il gioco consente ai pro-

fessionisti di familiarizzare rapidamente con diverse categorie di ingredienti e soluzioni, favorendo la memorizzazione delle caratteristiche tecniche e delle applicazioni pratiche. In questo modo, Suicrà coniuga comunicazione e formazione, offrendo un'esperienza dinamica che supporta una scelta consapevole degli ingredienti più adatti alle specifiche esigenze di pasticceria, gelateria e ristorazione professionale.

Il Mulino Padano aderisce al Verona Agrifood Innovation Hub (VAIH)

L'ingresso di **Mulino Padano** nel VAIH – il polo che in soli due anni si è affermato come modello di successo a livello nazionale, grazie al supporto di Fondazione Cariverona, UniCredit ed Eatable Adventures, uno dei principali acceleratori *foodtech* globali – nasce dalla volontà dell'azienda di ampliare gli orizzonti dell'innovazione, costruire relazioni strategiche con *start-up* e realtà emergenti e partecipare attivamente al futuro del settore agroalimentare.

Con questa collaborazione Mulino Padano rafforza la propria vocazione a essere non solo fornitore di farine di alta qualità, ma anche partner strategico per lo sviluppo sostenibile e innovativo del comparto. L'azienda è già protagonista di numerosi progetti di filiera certificata e ha recentemente investito in processi produttivi avanzati, come il metodo *StabilEasy*, che utilizza il vapore per valorizzare le proprietà nutrizionali delle materie prime.



Nuovo impianto produttivo per aromi e miscele funzionali

Dsm-firmenich avvia la costruzione di un nuovo impianto produttivo a Parma, nelle vicinanze del Campus Italy, con l'obiettivo di potenziare le attività della divisione Taste, Texture & Health (TTH), dedicata ad aromi, consi-

stenze e salute. Il nuovo sito, che si prevede sarà operativo entro il primo trimestre del 2027, sarà dotato di una linea d'incapsulamento su misura, affiancata da linee di confezionamento automatizzate, un magazzino di ultima

generazione, un'area per il campionamento, un laboratorio per il controllo qualità e una capacità produttiva potenziata.

Il nuovo impianto supporterà anche la produzione di miscele funzionali, come aromi per prodotti *plant-based* e soluzioni per pasti pronti più nutrienti, in linea con la crescente domanda di alimenti sani, sostenibili e innovativi.

A Milano il futuro dell'ospitalità

Dal **17 al 21 ottobre 2025**, **Fiera Milano** ospiterà **Host 2025**, l'evento internazionale di riferimento per il mondo dell'ospitalità professionale, del food service e del retail che consente di scoprire le tendenze che stanno rivoluzionando il settore, tra tecnologie smart, intelligenza artificiale, sostenibilità e nuovi modelli di consumo.

Secondo i dati di ExportPlanning, nel 2024 la produzione globale delle filiere rappresentate a Host ha raggiunto i 189,9 miliardi di euro, trainata in particolare dalla ristorazione professionale (+8,6%). L'Italia si conferma leader mondiale nell'export, soprattutto nelle macchine per caffè e vending (29,8%), panificazione e pasticceria (28,8%), gelato e refrigerazione (10,5%), consolidando così il suo ruolo centrale nella scena internazionale.

Oltre 1.700 espositori sono già confermati, il 44% dei quali internazionali, provenienti da 54 paesi. Inoltre, Host 2025 accoglierà anche più di 700 buyer selezionati da circa 75 nazioni,

con un'attenzione particolare a realtà di rilievo in America, Medio Oriente, Africa, Asia ed Europa.

In questa edizione, il salone offrirà una visione completa e integrata dell'evoluzione dell'ospitalità, articolata in aree tematiche: Ristorazione Professionale e Bakery-Pasta-Pizza; Bar-Macchine Caffè-Vending, Gelato-Pastry, fino a Tavola-Tecnologia-Arredo Contract.

Particolare attenzione sarà riservata al comparto dell'Arte Bianca, con il ritorno del format MIPPP – Milano Pane Pizza Pasta, rafforzato dalla collaborazione con il Consorzio SIPAN. L'area includerà Bakery Square, un'arena dedicata a formazione, eventi e competizioni di rilievo come il Panettone World Championship e il Campionato Europeo della Pizza.

Parallelamente, il mondo bar e caffè vive una nuova primavera all'insegna dell'innovazione e della personalizzazione: dai *cold brew* al *nitro coffee*, i consumatori cercano esperienze sempre più uniche. Il SIC – Salone

Internazionale del Caffè sarà il cuore di questa area, dove si terrà anche il World Barista Championship, il più prestigioso concorso internazionale del settore.

L'innovazione sarà protagonista trasversalmente in tutte le aree, non solo attraverso le tecnologie ma anche nel design. Le aree dedicate a Tavola, Arredo e Tecnologia offriranno spunti per chi si occupa di format, layout e progettualità degli spazi. A conferma di questo approccio, torna anche il premio Smart Label – Host Innovation Award, giunto alla settima edizione, che valorizza le soluzioni più innovative del settore.

Il palinsesto di Host 2025 sarà ricco di eventi, tra cui *show-cooking* con chef stellati, *workshop*, *talk* con esperti del settore e gare internazionali. La manifestazione continua inoltre a rafforzare la sua dimensione globale con iniziative come Host Arabia, spin-off dedicato al mercato medio-orientale che si terrà a dicembre a Riyadh, in collaborazione con Saudi Ho.Re.Ca.

ProSweets Cologne 2026 con il vento in poppa

ProSweets Cologne 2025 ha lasciato un segno forte nel settore della fornitura di macchinari e ingredienti per dolci e snack, registrando un aumento significativo del 23% nel numero di visitatori, successo commerciale tangibile e formati innovativi. La fiera si è posizionata come trendsetter in un mercato globale complesso, proponendo un programma di eventi ricco di contatti mirati fra produttori e fornitori, innovazione e format chiave come il Lab5 by ISM, che ha aggiunto dinamismo come

hub dell'innovazione, mentre le nuove aree Expert Stage e Sweet Week Talks & Tasting Stage hanno offerto piattaforme efficaci per conferenze interattive, presentazioni di startup, degustazioni dal vivo con i creatori, workshop e podcast live. Particolarmente apprezzata da espositori e visitatori l'interconnessione tematica e la vicinanza spaziale con ISM.

Dal **1° al 4 febbraio 2026**, per la nuova edizione di ProSweets, a **Colonia**, si punta sulla formula collaudata, con importanti ag-

giornamenti: il Lab5 by ISM, dove il formato palco sarà ampliato con nuovi cluster tematici, mentre è atteso il debutto, da febbraio 2026, di ISM Ingredients, una nuova fiera dedicata a materie prime, ingredienti e semilavorati, per rafforzare ulteriormente le sinergie tra fornitori e produttori.

Temi centrali della prossima edizione saranno le tecnologie sostenibili e supportate dall'intelligenza artificiale, soluzioni di lavorazione e ingredienti innovativi, oltre ad argomenti come la disponibilità e qualità di zucchero e cacao, e la resilienza delle catene di fornitura, materiali di confezionamento innovativi e sostenibili.



sempre aggiornato
con notizie dal mondo
del food&beverage

foodexecutive.com

calendario

In **arancione**, le manifestazioni alle quali potete trovare le nostre riviste in distribuzione

IN ITALIA

17-21 OTTOBRE 2025 - **Host** - Salone dell'ospitalità professionale - Milano - host.fieramilano.it

28-29 OTTOBRE 2025 - **CibusTec Forum** - Forum dell'industria alimentare - Parma - www.cibustec.it

28-29 OTTOBRE 2025 - **Labotec** - Salone dei laboratori di analisi - Parma - www.labotec.one

19-20 NOVEMBRE 2025 - **In-Vitality** - Salone degli ingredienti e alimenti funzionali - Milano - www.in-vitality.it

14-15 GENNAIO 2026 - **MarcabyBologna Fiere** - Salone sulla marca commerciale - Bologna - www.marca.bolognafiere.it

16-20 GENNAIO 2026 - **Sigep** - Salone di pasticceria, gelateria, panificazione e caffè - Rimini - www.sigep.it

11-12 FEBBRAIO 2026 - **Solids** - Salone delle tecnologie per gli sfusi - Parma - www.solids-parma.de

22-24 FEBBRAIO 2026 - **Sana Food** - Salone del biologico - Bologna - www.sana.it

8-10 MAGGIO 2026 - **Cosmofarma** - Salone della farmaceutica e nutricosmetica - Bologna - www.cosmofarma.com

11-14 MAGGIO 2026 - **TuttoFood** - Salone dell'alimentazione - Milano - www.tuttofood.it

27-30 OTTOBRE 2026 - **CibusTec** - Salone dell'industria alimentare - Parma - www.cibustec.it

4-7 MAGGIO 2027 - **Cibus** - Salone dell'alimentazione - Parma - www.cibus.it

29 MAGGIO - 1 GIUGNO 2028 - **Ipack-Ima** - Salone dell'imballaggio e della pasta - Milano - www.ipackima.com

ALL'ESTERO

20-22 AGOSTO 2025 - **Anuga FoodTec India** - Salone dell'industria alimentare - Mumbai (India) - www.anugafoodtec-india.com

14-17 SETTEMBRE 2025 - **IBIE Baking Expo** - Salone dei prodotti da forno - Las Vegas (USA) - www.bakingexpo.com

15-19 SETTEMBRE 2025 - **Drinktec** - Salone dell'industria delle bevande - Monaco (Germania) - www.drinktec.com

23-25 SETTEMBRE 2025 - **Powtech** - Salone delle tecnologie per gli sfusi - Norimberga (Germania) - www.powtech.de

30 SETTEMBRE - 1 OTTOBRE 2025 - **NutrEvent** - Salone della nutrizione - Rennes (Francia) - www.nutrevent.com

4-8 OTTOBRE 2025 - **Anuga** - Salone dell'alimentazione - Colonia (Germania) - www.anuga.com

27-30 OTTOBRE 2025 - **SupplySide West** - Salone degli ingredienti alimentari - Las Vegas (USA) - west.supplysideshow.com

4-6 NOVEMBRE 2025 - **Gulfood Manufacturing** - Salone dell'industria alimentare - Dubai (EAU) - www.gulfoodmanufacturing.com

2-4 DICEMBRE 2025 - **Fi Europe** - Salone degli ingredienti alimentari - Parigi (Francia) - www.figlobal.com/fieurope

1-4 FEBBRAIO 2026 - **ProSweets** - **ISM Cologne** - Saloni dell'industria dolciaria - Colonia (Germania) - www.prosweets.com

10-13 FEBBRAIO 2026 - **Biofach** - Salone del biologico - Norimberga (Germania) - www.biofach.de

10-12 MARZO 2026 - **CFIA** - Salone dell'industria alimentare - Rennes (Francia) - www.cfiaexpo.com

30 MARZO - 1 APRILE 2026 - **IFE Manufacturing** - Salone dell'industria alimentare - Londra (Gran Bretagna) - www.ifemanufacturing.co.uk

15-17 APRILE 2026 - **ISM Japan** - Saloni dell'industria dolciaria - Tokyo (Giappone) - www.ismjapan.com

5-7 MAGGIO 2026 - **Vitafoods Europe** - Salone della nutraceutica - Barcellona (Spagna) - www.vitafoods.eu.com

17-18 GIUGNO 2026 - **Snackex** - Salone degli snack - Lisbona (Portogallo) - www.snackex.com

25-29 OTTOBRE 2026 - **IUFOST** - Congresso mondiale di scienza e tecnologia degli alimenti - Kaohsiung (Taiwan) - www.iufost.org

23-26 FEBBRAIO 2027 - **Anuga FoodTec** - Salone dell'industria alimentare - Colonia (Germania) - www.anugafoodtec.com

14-18 GIUGNO 2027 - **Achema** - Salone mondiale della chimica - Francoforte (Germania) - www.achema.de

24-28 OTTOBRE 2027 - **Iba** - Salone dei prodotti da forno - Monaco (Germania) - www.iba.de/en

13-18 MAGGIO 2028 - **IFFA** - Salone della carne - Francoforte (Germania) - www.iffa.de

Proteine vegetali

PLANT-BASED PROTEINS - Sources, Extraction, Applications, Value-chain and Sustainability (Proteine a base vegetale - Fonti, estrazione, applicazioni, catena del valore e sostenibilità) - Fatih Ozogul, Sneha Punia Bangar, Nitya Sharma - XII + 434 pagg. - Edito da Academic Press (www.elsevier.com) - 2025 - Prezzo 148,75 € - ISBN 9780443133701.

Disponibile anche in ebook - Prezzo 148,75 € - ISBN 9780443133695.

Le proteine animali, sebbene molto richieste, sono generalmente meno sostenibili dal punto di vista ambientale. Ciò rende sempre più necessaria una transizione verso fonti proteiche di origine vegetale. Le proteine vegetali rappresentano un'opzione più sostenibile, poiché richiedono meno energia, terra e acqua, e producono minori emissioni. Offrire proteine vegetali a prezzi accessibili può contribuire a soddisfare le esigenze nutrizionali di una popolazione globale in crescita, riducendo al contempo l'impatto ambientale.

I benefici per la salute delle proteine vegetali sono evidenti e la loro popolarità è in continua crescita, una tendenza destinata a proseguire nei prossimi decenni. Queste proteine forniscono aminoacidi essenziali e altri importanti macronutrienti neces-

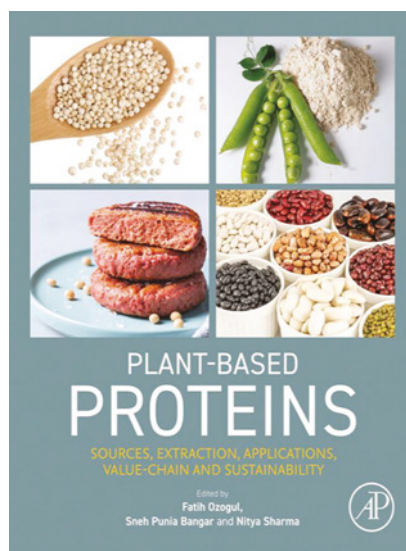
sari per mantenere una corretta alimentazione umana.

Il testo presenta le ultime scoperte, approcci e tendenze relative alle proteine *clean label*. Il capitolo introduttivo offre una panoramica generale delle proteine

vegetali, evidenziandone le qualità nutrizionali e i benefici per la salute e ne approfondisce il valore nutrizionale, le loro applicazioni in ambito alimentare e i potenziali problemi di salute correlati. Esamina anche i metodi di modifica delle proteine vegetali e le sfide e opportunità legate al loro utilizzo nell'industria alimentare.

Nei capitoli successivi, il libro esamina con attenzione le proteine provenienti da diverse fonti, come cereali, pseudocereali, legumi, semi, frutta secca a guscio, frutta e ortaggi. La parte conclusiva del testo è dedicata al valore delle proteine vegetali lungo l'intera catena del valore, affrontando anche aspetti di sostenibilità.

Il testo si propone di analizzare in modo dettagliato la composizione e le caratteristiche qualitative delle proteine di origine vegetale, confrontandole con quelle animali, e di indagarne le potenziali applicazioni industriali. Il libro rappresenta un riferimento completo che raccoglie lo stato attuale delle conoscenze sulle proteine vegetali, dai loro utilizzi consolidati alle potenzialità future. È una risorsa preziosa per accademici e ricercatori specializzati in scienze e ingegneria alimentare, ma anche per ingegneri e tecnici alimentari.



Chiriotti Editori srl
Viale Rimembranza, 60
10064 Pinerolo

ABBONAMENTI

Per ordini immediati: Tel. +39 0121 378147
e-mail: abbonamenti@chiriottieditori.it - shop.chiriottieditori.it
per sottoscrivere un abbonamento annuo a:



ABBONAMENTO ANNUO



11 fascicoli cartacei
€ 70,00

Digitale € 39,99

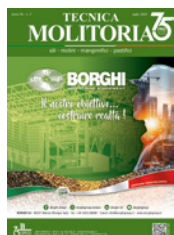


ABBONAMENTO ANNUO



6 fascicoli cartacei
€ 50,00

Digitale € 29,99



ABBONAMENTO ANNUO



12 fascicoli cartacei
€ 55,00

Digitale € 34,99



ABBONAMENTO ANNUO



4 fascicoli cartacei
€ 20,00



ABBONAMENTO ANNUO



9 fascicoli cartacei
€ 60,00

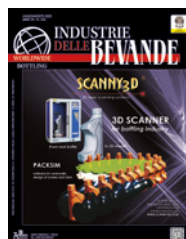
Digitale € 34,99



ABBONAMENTO ANNUO



4 fascicoli cartacei
€ 20,00



ABBONAMENTO ANNUO



6 fascicoli cartacei
€ 45,00

Digitale € 29,99



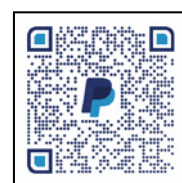
DATI PER LA SPEDIZIONE

nome
ditta/ente
via
città
prov. cap
tel.
p.iva /cf
e - mail

Sottoscrivendo l'abbonamento si autorizza il trattamento dei dati ai sensi del Regolamento UE 679/2016 recante "Regolamento generale sulla protezione dei dati". Si esprime quindi il consenso al trattamento ed alla comunicazione degli stessi. Chiriotti Editori srl, in qualità di Titolare del trattamento, è tenuta a fornirti informazioni in merito all'utilizzo dei tuoi dati personali.

Scegliamo di pagare l'importo con:

- ☐ **Bonifico bancario** IBAN IT05X0306930750100000078152
(specificare quale abbonamento nella causale)
- ☐ **Contrassegno** (solo per l'Italia)
- ☐ **C.C. postale** n. 10846103 (da utilizzare solo per la versione cartacea)



shop.chiriottieditori.it

CHIRIOTTI EDITORI SRL

Viale Rimembranza, 60 - 10064 PINEROLO (TO) - Tel. 0121 378147 - abbonamenti@chiriottieditori.it

Indice inserzionisti

ABS Food - Peraga di Vigonza www.absfood.com mag./giu.	Foodexecutive.com www.foodexecutive.com mag./giu.	New Flavours - Monte S.M. Tiberina www.new-flavours.com cop. 1
Adea - Busto Arsizio www.adea-srl.it 13	FoodTech Village www.foodtechvillage.com mar./apr.	Nuova Guseo - Villanova sull'Arda www.nuovaguseo.eu mag./giu.
Alimeco - Piadena www.alimeco.eu nov./dic.	Fratelli Pagani - Milano www.fratellipagani.it mag./giu.	Nutriswiss - Lyss (CH) www.nutriswiss.ch/it 40-41
Alithea - Busto Garolfo www.alithea.eu nov./dic.	GNT Group - Mierlo (NL) www.exberry.com nov./dic.	Oqema - Assago www.oqema.it 29
Almond Board of California - Modesto (USA) www.almonds.com 7-45	GTC - Milano www.agargtc.com mag./giu.	Phenofarm - Scandriglia www.phenofarm.it nov./dic.
Brenntag - Padova www.brenntag.it mar./apr.	Hi-Food - Pilastro di Langhirano www.hifood.it nov./dic.	Qores - Parabiago www.qores.it mag./giu.
Castelli Food - Novate M.se www.castellifood.it nov./dic.	IMCD - Milano www.imcdgroup.com 21	Rader - Altavilla Vicentina www.rader.it 33
CerealVeneta - San Martino di Lupari www.cerealveneta.it mar./apr.	In-Vitality - Milano www.in-vitality.it mag./giu.	Raimondi - Genova www.raimondicocoa.it mag./giu.
Chiriotti Editori - Pinerolo www.chiriottieditori.com 49-53	LBG Sicilia - Ragusa www.lbg.it cop. 2	Sigep - Rimini www.sigep.it nov./dic.
Deimos - Cologno Monzese www.deimossrl.it mag./giu.	Leben Ingredients - Lissone www.lebeningredients.com cop. 4	Suicrà - Saviano www.suicra.it 17
Di Bartolo - Calatabiano www.dibartolosrl.it nov./dic.	LR Flavours & Fragrances - Belpasso www.lrandustries.it mar./apr.	Uniglad - Grinzane Cavour www.unigladingredienti.com mag./giu.
Eigenmann & Veronelli - Rho www.eigver.com nov./dic.	MartinoRossi - Gadesco Pieve Delmona www.martinorossispa.it mag./giu.	Vi.Sa - Nocera Inferiore www.aromi.it cop. 3
Faravelli - Milano www.faravelli.it mag./giu.	Mintel GNPD - (GB) www.mintel.com 28	Vitafoods - Ginevra (CH) www.vitafoods.eu.com mar./apr.
Fi Europe - Frankfurt (D) www.figlobal.com set./ott.	Molino Pasini - Cesole www.molinopasini.com gen./feb.	
Foodarom - Saint-Hubert (CND) www.foodarom.com mag./giu.	Molino Padano - Ceneselli www.mulinopadano.it mag./giu.	

Aziende citate

ABS Food - www.absfood.com 34	Hanamaruki Foods - in Italia: Rader - www.rader.it 37
Agrana - in Italia: Deimos Group - www.deimossrl.it 35	HiFood - www.glutenfree.hifood.it 38
Brata - www.brata.de 26	IMCD Italia - www.imcd.it 30-36
CerealVeneta - www.cerealveneta.it 38	LBG Sicilia - www.lbg.it 34
CSM Ingredients - www.csmingredients.com 38	Mitsubishi Gas Chemical - www.mgcpqq.eu 39
Custom Fiber - www.customfiber.com 26	Molino Padano - www.mulinopadano.it 58
Deimos Group - www.deimossrl.it 35	Rader - www.rader.it 37
Dsm-firmenich - www.dsm-firmenich.com 59	Sacco System - www.saccosystem.com 28
Europrodotti - www.europrodotti.it 27	Safic-Alcan Italy - www.safic-alcan.com 36
Flavours Factory - www.flavoursfactory.com 27	Suicrà - www.suicra.it 58
Fratelli Pagani - www.fratellipagani.it 25	Tirlan - in Italia: Safic-Alcan Italy - www.safic-alcan.com 36
Galactic - www.lactic.com 25	



l'equilibrio naturale del sapore



prodotti

- Aromi
- Spezie
- Verdure disidratate
- Infusi aromatici
- Miscele
- Ingredienti
- Additivi
- Pesci, crostacei, molluschi disidratati
- Carni e salumi disidratati
- Latte e siero
- Proteine e derivati
- Coloranti
- Zuccheri e derivati
- Prodotti biologici
- Latticini disidratati

settori

- Industria conserve vegetali
- Industria salumifici
- Industria dolciaria
- Industria farmaceutica
- Industria panificazione
- Industria gelati
- Industria delle bevande
- Industria liquori
- Pastifici
- Ristorazione collettiva

La Vi.Sa. Srl è una azienda giovane e dinamica specializzata nella produzione di aromi ed ingredienti alimentari. Dal 1989, anno in cui ha iniziato l'attività produttiva, ha indirizzato le proprie energie nella ricerca e sviluppo di nuovi prodotti destinati all'industria alimentare, effettuando nel proprio laboratorio le sperimentazioni sui prodotti finiti al fine di convalidarne l'efficacia.





Innovative food solutions



Mix personalizzati
con prestazioni tecniche uniche.

LEBEN INGREDIENTS

via Dante Alighieri, 43 - Lissone (MB) ITALY - Tel. +39 039 9405130

www.lebeningredients.it