

By Associazione Pizzaioli Marchigiani



Settembre 2014  
Volume 5, numero 51



# LA PIZZANELLE MARCHE

[www.pizzamarche.com](http://www.pizzamarche.com)

## La pizza costi e ricavi



**Nuova convenzione APM.** pag. 7

**Prezzo di vendita della pizza.** pag. 17-19

**La Semola di grano duro.** pag. 25

## SOMMARIO

PAG.	DESCRIZIONE
3	Mistrà Varnelli
5	News: Sicurezza alimentare
6	Perchè APM
7	Convenzione Assicurativa
9	I piselli
10	Corso base per pizzaioli
13-15	Formazione: Alimentazione nell'antica Grecia
17-19	Formazione: Il prezzo di vendita della pizza
21	News dal web
25	Molino Casillo
26-27	Formazione: Tutto sempre sotto controllo

FOTO DELLE MARCHE



Recanati



[www.pizamarche.com](http://www.pizamarche.com)



La pizza nelle Marche - 2013- n 2

## EDITORIALE

Passate le vacanze estive tutti ritornano alle attività consuete. Noi pizzaioli invece siamo ancora alle prese con un lavoro intenso, che termina con la stagione estiva. Forse per molti ci sarà un periodo di riposo, ma non per le associazioni che invece cominceranno a promuovere le iniziative ai loro soci. Noi dell'APM non ci sottriamo a questa incompenza ma anzi abbiamo già iniziato la nostra attività annunciando una novità. Abbiamo infatti stipulato una convenzione con un'agenzia di assicurazioni,



Renato Andrenelli

"Bussola", la quale ha progettato una polizza assicurativa di assoluta convenienza. In effetti i rischi assicurati sono più di uno a prezzi veramente convenienti, ma l'assoluta qualità di questa convenzione sta nel fatto che l'agenzia sopra descritta è una plurimandataria per cui è capace di proporre polizze assicurative molto concorrenziali nella parte economica. Inoltre hanno uffici sul territorio e nella convenzione è specificato che, per i nostri associati, Bussola Assicurazioni offre gratuitamente a casa nostra il servizio di consulenza. Un consulente, per l'intero periodo assicurativo concordato, ci seguirà in modo da risolvere tutte le problematiche legate all'attività o per esigenze personali. Gli stessi si sono resi disponibili anche a riscuotere la nostra tessera assicurativa e essere intermediari tra i soci e la direzione APM per le comunicazioni del caso.

UN SERVIZIO CHE RITENIAMO IMPORTANTE SPECIALMENTE IN TEMPI DI CRISI, DOVE PROBLEMI IMPREVISTI POTREBBERO CAUSARE IMPROVVISE CARENZE ECONOMICHE. ESSERE PROTETTI SIGNIFICA ESSERE SICURI DI AFFRONTARE IL LAVORO SENZA STRESS E RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI PIU' FACILMENTE.

### AZIENDE SOCIE APM

Le Aziende che pagano la tessera socio sostenitore hanno diritto ad essere pubblicizzate per l'intero anno sociale.

**Gi metal**  
**Molino Orsili**  
**Molino Corradini**  
**Varnelli spa**  
**Salumificio Taccalite**

**Italforni**  
**Menu**  
**Italcarta**  
**Splendor Clean**  
**Az. Agr. La Viola**



**VARNELLI**

[www.varnelli.it](http://www.varnelli.it)

# Parlando di Pizza

## MISTRA' VARNELLI



Un liquore ideato dal fondatore della Distilleria Varnelli, signor Girolamo Varnelli. Un marchio capace di portare il territorio marchigiano in Italia e nel Mondo.

Questo prodotto è molto versatile, può essere utilizzato anche nel settore gastronomico, infatti esso si presta per notevoli preparazioni culinarie e anche nella pizza può contribuire a creare ricette dai gusti unici.

Qui di seguito mi piace riportare due ricette di pizza, da me realizzate, dove il mistrà Varnelli riesce a sublimare il gusto delle pizze farcite con il pesce. R.A.

### Pizza carpaccio di merluzzo e Varnelli



#### Gli ingredienti per la ricetta

pasta ben lievita g.200  
scarola 40 g  
radicchio 40 g  
uvetta passa 40 g  
pinoli 20 g  
merluzzi n° 1 medio  
Varnelli q.b.

Tempo di preparazione 30 minuti

#### Per gli ingredienti:

Cuocere la focaccia. Una volta tirata dal forno condirla con l'insalatina di scarola e radicchio tagliate finemente e condite con olio e sale. Disporre sopra il merluzzo sfilettato a crudo e passato in una vinaigrette composta da: olio extra vergine di oliva, succo di limone, sale e pepe. Finire di condire con i pinoli e l'uvetta passa precedentemente ammollata per circa due ore, in ultimo una spruzzatina di Mistrà Varnelli. Servire.

### Fantasia Mc Cain e Varnelli



#### Gli ingredienti per una pizza

Roast Sliced Chichen g 80  
Bastoncini di mozzarella Mc Cain n° \$  
Patato Slices  
Insalata mista  
Ribes e lamponi  
Vino bianco e Mistrà Varnelli q.b.

Tempo di preparazione e cottura 20 minuti

#### Per gli ingredienti:

Disporre al centro del piatto l'insalatina mista con aggiunta di qualche lampone. Contornare con il Roast Sliced Chichen precedentemente cotto in potacchio. (In padella metterete olio, aglio, il pollo, rosmarino, sale e pepe e una spruzzata di vino bianco e una di Mistrà Varnelli. Cuocete a fuoco vivace, fino a quando la salsa si sarà quasi del tutto addensata). Alternare con i bastoncini di mozzarella e i patatos Slice. Condire con la salsa calda. Decorare con ribes e servire.

# Macchina per lievitare ad uso domestico

( es. pane, pizza, focacce, panettoni e farinacei in genere)



Questo elettrodomestico è appositamente studiato per la lievitazione di prodotti farinacei. E' costituito da otto ripiani mobili interni e da due comandi esterni: un termostato per scegliere la temperatura desiderata e un temporizzatore regolabile da 30 min fino a 24 ore. In questo modo potrete ottenere il tipo di lievitazione più adatto alle vostre esigenze.

Caratteristiche Tecniche	
Altezza	100 cm
Larghezza	48 cm
Profondità	48 cm
Alimentazione	230 V
Potenza	200 W
Ripiani mobili	MAX 8
Temperatura (min °C, max °C)	0 ÷ 50
Temporizzazione	da 30 min a 24 h
Colore	A richiesta



Per informazioni: 340/7316980 mail: franchienzo43@gmail.com

# Sicurezza alimentare: Rasff, allerta in Italia

## per salmonella spp. in pancetta refrigerata dai Paesi Bassi.



L'Italia ha attivato, oggi 11 agosto 2014, il Sistema rapido di allerta europeo (Rasff n° 2014.1126) avvisando le autorità sanitarie dei diversi Paesi europei circa la presenza di salmonella spp. presente in pancetta refrigerata prodotta nei Paesi Bassi e commercializzata in Italia.

I batteri appartenenti a questo genere sono responsabili della "salmonellosi", una delle più frequenti malattie a trasmissione alimentare.

La Salmonella spp. ha come habitat il tratto intestinale dell'uomo e degli animali e la sua presenza nell'ambiente è conseguente a contaminazione fecale. Si distinguono salmonelle adattate all'ospite, responsabili di tifo e paratifo nell'uomo, diffuse nei paesi in via di sviluppo, e salmonelle non ospite-specifiche che possono infettare l'uomo e gli animali. L'infezione si trasmette principalmente per via oro-fecale. In Europa la principale via di contaminazione dell'uomo è rappresentata dal consumo di alimenti contaminati: in particolare carne di pollo, tacchino e maiale, molluschi bivalvi, semi germogliati pronti al consumo, uova e ovoprodotti, prodotti lattiero-caseari a base di latte crudo, frutta e verdura crude. Gli animali domestici quali cani, gatti, uccelli, roditori e rettili (iguane e tartarughe d'acqua) possono rappresentare, seppur raramente, una fonte di infezione per l'uomo.

Possono variare dai semplici disturbi del tratto gastro-intestinale (dolori addominali, nausea, vomito, diarrea, febbre) fino a forme cliniche più gravi (batteriemie e infezioni extra intestinali) soprattutto nei bambini, anziani e nei soggetti immunodepressi. I sintomi della malattia si manifestano comunemente tra le 12 e le 36 ore dall'ingestione degli alimenti contaminati e si protraggono per 4-7 giorni. Solitamente la malattia ha un decorso benigno e autolimitante.

Sebbene il numero totale di infezioni sostenute dal genere Salmonella abbia subito un decremento nel corso degli ultimi anni, sia in Europa che in Italia, essa continua a rimanere l'agente di malattia trasmessa da alimenti più frequentemente isolato. In Europa, nel 2010 il numero totale di casi confermati di salmonellosi è risultato pari a 99,020 (21,5 casi su 100.000 abitanti), diminuiti dell'8,8% rispetto al 2009, mentre nel nostro Paese è stato di 2,730 (4,5 casi su 100.000 abitanti). Non è la prima volta, ricorda Giovanni D'Agata, presidente dello "Sportello dei Diritti", che viene segnalata la presenza di questo pericoloso batterio in prodotti alimentari e quindi dannosi per la salute. Ecco, perchè è necessario mantenere sempre alta l'attenzione ed il sistema di allerta europeo, in questo senso, ci aiuta a segnalare tempestivamente i pericoli per i consumatori. Pertanto si raccomanda massima allerta e di rispettare le basilari norme igieniche. Al fine di prevenire la trasmissione dell'infezione sono qui di seguito elencati alcuni accorgimenti utili da seguire durante la preparazione degli alimenti:

•**PULIZIA:** lavare le mani con sapone e acqua calda prima di manipolare gli alimenti; lavare tutte le superfici di lavoro e i materiali che entrano in contatto con gli alimenti, soprattutto se vengono utilizzati prima per alimenti da consumarsi cotti e poi per alimenti da consumarsi crudi;

•**MATERIE PRIME:** lavare bene frutta e verdura soprattutto se consumati crudi.

•**SEPARARE ALIMENTI CRUDI E COTTI:** in particolare la carne, il pollame e il pesce crudo dagli altri alimenti. Non riutilizzare per altri alimenti, se non dopo lavaggio accurato, coltelli e taglieri utilizzati per alimenti crudi, se non dopo lavaggio accurato. Conservare gli alimenti in recipienti chiusi per evitare ogni contatto tra alimenti crudi e alimenti pronti al consumo.

•**CUOCERE BENE:** in particolare per le categorie di soggetti "a rischio" quali bambini, anziani e persone immunodepresse si consiglia di cuocere bene la carne, il pollame, il pesce e le uova.

Tratto da ANSA 11.08.2014

# Perchè Associazione Pizzaioli marchigiani

La nostra associazione nasce nel 2000 per volere dell'attuale Presidente Andrenelli Renato. Il suo scopo è sempre stato quello di occuparsi dei problemi legati al settore della pizza, a cominciare dalla formazione professionale che oggi è il vero cavallo di battaglia. Sul nostro sito [www.pizzamarche.com](http://www.pizzamarche.com) può testimoniare la quantità di corsi annuali che si realizzano in nome e per conto dell'APM. Un'attività questa svolta per amore della professione, senza lucro, solo a totale copertura delle spese sostenute.

**La nostra Regione Marche ha circa 1.600.000 abitanti, meno della metà di una città come Milano, eppure l'APM vi svolge un'intensa attività formativa annua. Segno evidente che la qualità del servizio offerto è tra i migliori in ITALIA.**

Siamo l'organizzazione che più di ogni altra offre ai propri soci suggerimenti, informazioni, assistenza, pronta postalizzazione di richieste o offerte di lavoro.

Quello che non facciamo è organizzare campionati sulla pizza, perchè li riteniamo ormai infrazionati e non rispettosi del titolo consegnato ai vincitori. Molto spesso ci troviamo a dover correggere errori che i pseudo campioni del mondo (o chi per loro) commettono quando si trovano a dover aiutare nuovi pizzaioli ad intraprendere una nuova attività di pizzeria.

Svolgiamo attività di consulenza nelle pizzerie, solo se chi ne richiede la presenza di un nostro tecnico, è disponibile a mettere in atto un vero progetto di lavoro capace di portare beneficio all'attività in termini economici.

Siamo amici e rispettosi delle aziende con cui collaboriamo senza che nessuna di queste abbia mai sovvenzionato economicamente la nostra associazione. A tutte quelle aziende che vogliono con noi collaborare chiediamo unicamente la tessera associativa che fornisce loro la possibilità di far conoscere i propri prodotti ai nostri associati.

**SIAMO FIERI DI NON AVER MAI AVUTO SOVVENZIONI E QUANTOMENO FINANZIAMENTI PUBBLICI PER SVOLGERE LE NOSTRE ATTIVITA'.**

## Perchè far parte dell'Associazione Pizzaioli Marchigiani?

- perchè l'unione fa la forza
- per risolvere problematiche che da soli è impossibile risolvere
- per avere più potere contrattuale
- per far nascere una vera scuola specialistica per pizzaioli
- per dare reali possibilità lavorative ai giovani
- per difendere le eccellenze italiane
- per difendere i prodotti del territorio
- per selezionare e aiutare le aziende meritevoli
- per promuovere le eccellenze del territorio
- per difendere le attività di pizzeria da eccessiva tassazione
- per difendere la cultura e la filosofia italiana della pizza da chi la copia

**Questi secondo noi sono i veri motivi per fare associazione**



[www.pizzamarche.org](http://www.pizzamarche.org)

e



[www.bussola-assicurazioni.com](http://www.bussola-assicurazioni.com)

Hanno stipulato una convenzione per i soci APM  
Una polizza assicurativa che copre rischi:

INFORTUNI		RCT/RCO PIZZERIA	
<b>Garanzie:</b>		<b>Garanzie:</b>	
<b>Morte con massimale</b>	<b>E.40.000</b>	<b>Rct/Rco con massimale</b>	<b>E.1.000.000</b>
		Premio annuo (fino 3 addeffi)	E. 200
<b>Invalidità permanente con massimale</b>	<b>E.40.000</b>	Premio annuo (fino 5 addeffi)	E. 280
		<b>Rct/Rco con massimale</b>	<b>E.1.500.000</b>
<b>PREMIO ANNUO</b>	<b>E. 55</b>	Premio annuo (fino 3 addeffi)	E. 220
		Premio annuo (fino 5 addeffi)	E. 310

## Perchè utilizzare questo strumento in pizzeria

1. per la tua sicurezza sul lavoro
2. per i massimali estremamente competitivi riservati ai soci APM
3. sconto RCA del 15% estensibile alla famiglia del socio APM
4. per la consulenza offerta gratis a casa tua
5. perchè Bussola Assicurazione ha uffici sul territorio dove trovare professionisti capaci di risolvere ogni tua richiesta

## Chiedi un appuntamento

Associazione Pizzaioli Marchigiani

**Renato Andrenelli**

Presidente APM

3356356489

Assicurazioni BUSSOLA

**Roberta Grazioli**

Consulente assicurativo

393 2256083

# QUANDO L'IMMAGINE CONTA

## Presentata la nuova divisa APM



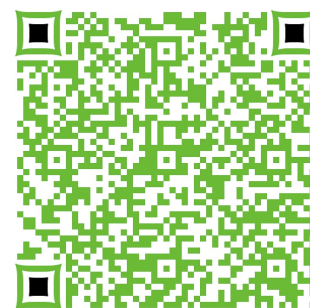
*Due versioni, la prima con manica lunga di rappresentanza, la seconda con manica corta da lavoro.*

### **Costo per i soci:**

*Divisa Manica lunga con tutti i ricami, il grembiule lungo meno il nome Euro 48  
Divisa manica corta con tutti i ricami, il grembiule lungo meno il nome Euro 42*

### **RIVOLGERSI A:**

*Ditta TOBACO di  
IVANO MONTENOVO  
via Grandi, 12 - 60027 Osimo (AN)  
tel 071 7106126 fax 071 7202252  
cell. 337 637481 tobaco@tobacostyle.it*



**LA DITTA TOBACO GARANTISCE A TUTTI I SOCI APM UNO SCONTO DEL 20% SU TUTTO IL CATALOGO GIBLOR'S RIGUARDANTE IL VESTIARIO PROFESSIONALE**



## Piselli, un prodotto di stagione dai pregi sottovalutati. È un contorno prezioso per il contenuto di fibra, proteine e antiossidanti



di Carla Favaro

Sarà merito del sapore dolce e delicato, ma non c'è dubbio che i piselli, reperibili freschi in questa stagione, siano legumi particolarmente graditi anche ai bambini. E poiché siamo portati a pensare che «buono» e «salutare» non vadano sempre d'accordo, può venire da chiedersi se i numerosi benefici attribuiti a fagioli, lenticchie e ceci possano estendersi anche ai piselli. In realtà, in letteratura non si trovano molte conferme, perché solo pochi studi hanno considerato in modo specifico anche questi legumi.

### Lo studio

Una delle ricerche più significative è stata condotta negli Stati Uniti e pubblicata da Archives of Internal Medicine. In questo studio si è stimata la frequenza di consumo di legumi, piselli compresi, in più di 9.600 adulti, seguiti in media per ben 19 anni. Si è così visto che coloro che consumavano legumi 4 o più volte alla settimana (porzione media 80-100 grammi, peso cotto) aveva un rischio di malattia coronarica del 22% inferiore rispetto a chi ne consumava meno di una porzione alla settimana e che anche il rischio di malattia cardiovascolare risultava dell' 11% inferiore. Nello studio, però, si parlava solo di legumi (piselli compresi) secchi ed è quindi legittimo domandarsi se si possono avere gli stessi «benefici» anche mangiando quelli freschi. «Non c'è motivo per non pensarlo - risponde Lydia Bazzano, professore di epidemiologia e medicina alla Scuola di sanità pubblica e Medicina tropicale della Tulane University di New Orleans, primo autore dello studio citato -. È anzi assai probabile che i legumi freschi - e questo vale anche per i piselli - possano offrire ulteriori vantaggi rispetto a quelli secchi, dal momento che alcuni importanti nutrienti (ad esempio la vitamina C) potrebbero essere perduti durante i lunghi tempi di conservazione. I piselli freschi sono un'ottima scelta rispetto a quelli in scatola, ai quali viene aggiunto sodio che, se in eccesso, può contribuire ad aumentare la pressione».

### Contro il colesterolo

Perché i legumi gioverebbero alla salute cardiovascolare? «I legumi - risponde Domenico Sommariva, vicepresidente della sezione lombarda della Società italiana per lo studio dell'arteriosclerosi - sono innanzitutto ricchi in fibre alimentari, che interferiscono con l'assorbimento del colesterolo, riducendone la concentrazione nel sangue. Anche le proteine vegetali hanno un effetto simile, inoltre aiuterebbero a controllare la pressione arteriosa. E colesterolemia e pressione elevate sono un fattore di rischio per le malattie cardiovascolari. I legumi, inoltre, sono ricchi in antiossidanti, che attenuano i processi ossidativi coinvolti nello sviluppo dell'aterosclerosi».

Tratto da: [www.corriere.it/salute/nutrizione/](http://www.corriere.it/salute/nutrizione/) 12 agosto 2014

# Corso pizzaioli a Macerata



Si è concluso il 01 agosto 2014 il Corso Base per Pizzaioli organizzato dall'Associazione Pizzaioli Marchigiani a Piediripa di Macerata presso il laboratorio messoci a disposizione dalla ditta Paccaferri Domenico.

Quaranta ore di lavoro pomeridiano suddivise in due parti: otto ore di teoria,

ventotto ore di pratica e l'esame finale. Hanno partecipato i signori: Cimarelli Ciciani Silvia di Tolentino, Lombi Adriano di Mogliano, Santarelli Marina Gisela di Tolentino, Cesari Giuseppina di Matelica, Maccioni Luca di Civitanova Marche, Squaiella Gabriele di San Severini Marche, Marzioni Gianpiero di Corridonia, Cammertoni Paola di Tolentino.

Agli esami finali tutti hanno superato con largo margine di voti, sia la prova teorica che la prova pratica consistente nella realizzazione di una pizza fantasia. Il migliore del corso è risultato Maccioni Luca con la pizza



Girasole, bianca con mozzarella, brie, parmigiano, pere, semi di papavero e pepe bianco.

Tutti i partecipanti hanno dimostrato un buon grado di apprendimento, 45/60 è stata la media raggiunta dagli 8 allievi. Sono soddisfatti del lavoro fatto e si sentono pronti per essere inseriti in ambito lavorativo. Queste motivazioni che presagiscono la possibilità di un successo nel lavoro (speriamo) siano ripagate da grande fortuna. Questo l'augurio che la nostra Associazione si



sente di inviare ai nostri neo pizzaioli.

Ci siamo lasciati con la volontà di proseguire gli incontri con la volontà di non disperdere il lavoro fatto e di essere comunque vicini all'Associazione Pizzaioli Marchigiani per attingere da lei l'esperienza necessaria nel lavoro e per renderla sempre più grande. R.A.



# BULL - ITALFORNI



Il Forno Bull e' assemblato in acciaio altamente resistente e rivestito da vetro colorato, temperato, resistente agli urti e alle alte temperature.

Di grande effetto estetico, Bull e' stato disegnato per esaltare le sue linee forti e rigorose.

In alto aggiunge carattere e vigore a tutto l'insieme. Composto da 1, 2, 3 camere da 120 x 110 cm, BULL ha caratteristiche tecniche non comuni per attivarsi in tutte le necessità che il suo impiego richiede. La nuova cappa aspirante motorizzata con il suo disegno e la prominente forma vuole ricordare la postura frontale del toro arcuato in avanti.

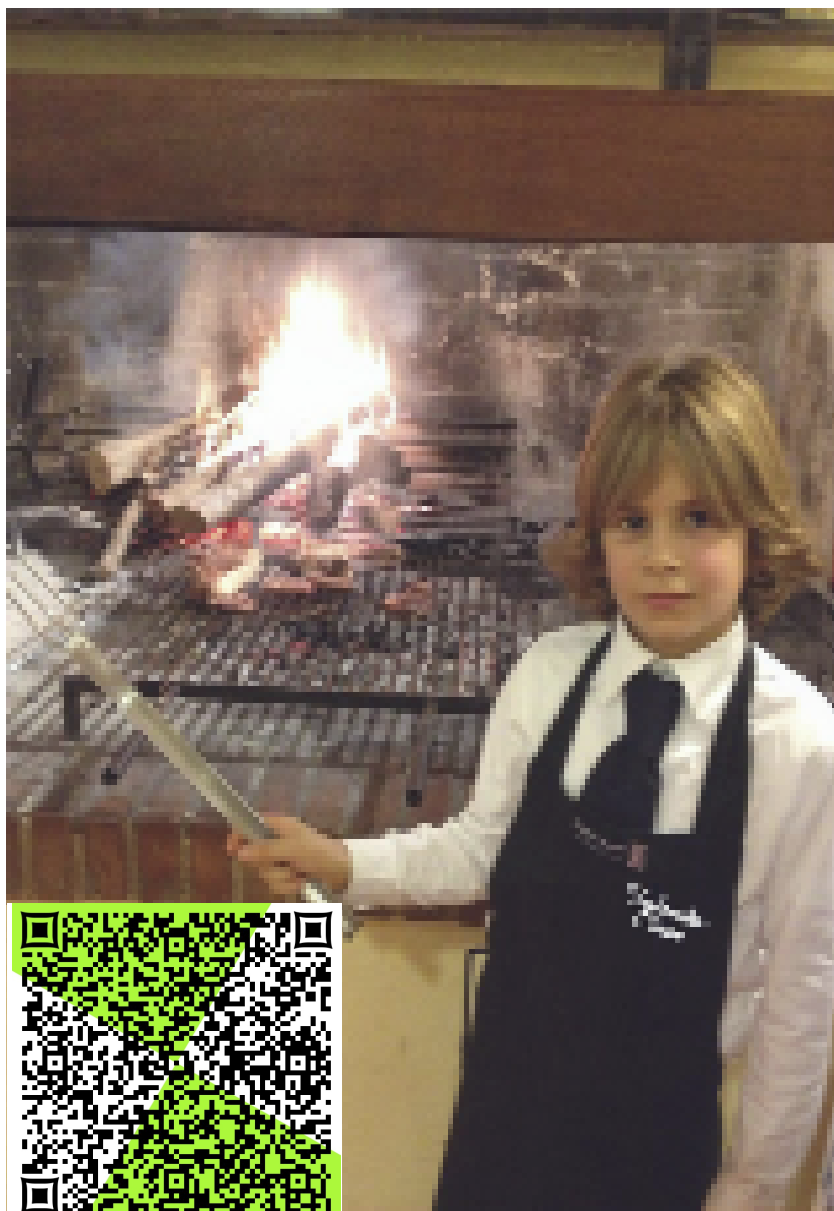
La nuova scheda di controllo è com-

posta da una serie di controllori digitali studiati per la gestione di forno e cella di lievitazione, con icone di funzione e tasti a sfioramento. L'interfaccia utente si presenta come un'unica superficie in vetro temperato composta da un display personalizzato il cui design e la cui facilità di utilizzo ricoprono un ruolo importante. Possibilità di inserire vaporiera su ogni camera. Sulla cappa aspirante motorizzata è possibile abbinare un kit abbattimento vapori completo di filtro ai carboni attivi per fumi ed odori che permette di non utilizzare la canna fumaria.

Utilizzo di nuove resistenze singole inserite all'interno della pietra refrattaria del cielo e della platea, potenziate sulla parte anteriore del forno (sportello).

Risparmio del consumo del 30% grazie al doppio isolamento creato dal rivestimento del vetro e da nuove fibre isolanti ecologiche sia sulla camera che nello sportello provvisto di doppio vetro. Da [www.italforni.it](http://www.italforni.it)





Noi siamo  
piccoli  
ma insieme  
cresceremo



[www.splendorclean.it](http://www.splendorclean.it)

Vivere accanto  
Natura.

Catalogo  
2013



# Alimentazione nell'antica Grecia

## Il cibo degli antichi greci



**Nell'Iliade gli eroi mangiavano carne arrostita, in particolare di capretti, agnelli e manzo e venivano consumate anche pagnotte servite in larghe ceste; inoltre bevevano vino rosso, molto denso, che veniva diluito (1). Di formaggio Iliade ed Odissea parlano poco: era consumato soprattutto quello di capra. Elemento molto importante era l'olio, mentre erano quasi assenti il pesce, consumato solo in situazioni di emergenza, frutta e verdure. Nell'Odissea l'alimentazione appare molto più variata: alla coltivazione del grano e dell'orzo si affianca l'orticoltura e la consumazione di verdure e insalate e, oltre alla brace, compaiono altri modi per cucinare le pietanze.**

**A partire dal V sec. a.C. il pesce diventa il piatto principale dell'alimentazione greca. Nella Grecia classica durante i banchetti si consumavano olive, formaggi, lampascioni, vari tipi di verdure, dolci, frutti squisiti come fichi e mirto, carni di tutti i tipi e selvaggina. Come desserts erano apprezzati gli amidi, una sorta di budini, e placente (torte o focacce dolci), il tutto dolcificato con il miele. I Greci amavano il pane, sottoforma di focacce e morbidi panini, spesso insaporiti con rucola e timo. Erano particolarmente apprezzati i sapori forti e l'agrodolce e si faceva grande uso di spezie, in particolare cartamo, cardo, coriandolo e cumino; tra i condimenti si utilizzava la maggiorana, la menta, la mirra, il pepe, il silfio (2) e il timo. Vera e propria ghiottoneria era il garon, una salsa piccante che si otteneva facendo macerare insieme piccoli pesci di mare interi, tra cui il garo, salati e seccati al sole. Le classi meno abbienti facevano ampio uso di legumi, soprattutto lenticchie, sottoforma di zuppe, per il loro alto contenuto proteico.**

Tratto da: [www.antika.it](http://www.antika.it)

# La scelta giusta

Le prime pale per pizza forate,  
per un facile setacciamento della farina.

Le sole antibatteriche e antimuffa,  
per il massimo dell'igiene.

Le uniche rinforzate con rivetti,  
per una solidità indistruttibile.

Disponibili in più modelli,  
a misura di pizzaiolo.

Attrezzature professionali per la ristorazione

**GIMETAL**

MADE IN ITALY

GIMETAL s.r.l. - Via Popolesco, 58 - 59013 Montemurlo (Prato)  
tel. +39.0574.791641 - [inform@gimetal.it](mailto:inform@gimetal.it) - [www.gimetal.it](http://www.gimetal.it)



GIMETAL utilizza materiali idonei al contatto alimentare, verificati dalle analisi condotte nei laboratori di TUV Italia.

# Pane, degli antichi Greci



## Il pane

Ad accompagnare il cibo quotidiano del greco antico era il pane, che, talvolta, sotto forma di galletta, fungeva anche da piatto. Alimento-icona della dieta mediterranea, esso era preparato in numerose varianti. L'informatissimo Ateneo ne elenca un centinaio di tipi. Quello più diffuso era la "maza", una galletta di farina d'orzo, consumata, soprattutto, dai meno abbienti. Il pane di farina di frumento, più pregiato, era riservato ai giorni di festa. Quello venduto nell'Agorà di Atene, detto "agoraios", era il più rinomato tra i pani dell'Attica. Ma anche quelli della Beozia e della Tessaglia erano ritenuti di buona qualità. Per Ippocrate, il migliore era l'"obelites", cotto allo spiedo. I fantasiosi greci producevano perfino un pane a forma di fungo, detto "boletos". Numerosi erano anche i pani cerimoniali offerti sugli altari alle varie divinità. Su di un sarcofago rinvenuto ad Haghìa Triada (Creta) compare, in bassorilievo, un sacerdote nell'atto di offrire un cesto colmo di pani. La Creta minoica già conosceva, dunque, i segreti della panificazione. Vi erano poi anche dei pani speciali, preparati per varie ricorrenze (matrimoni, funerali, battesimi ecc.). Il "gamelio", impastato con miele e sesamo, era consumato nel banchetto nuziale; mentre, la "koliva" di semi e frutta secca, impastati con miele, era immancabile nei funerali. Un'usanza, questa, giunta fino ai nostri giorni.

Tratto da: [www.taccuinistorici.it/](http://www.taccuinistorici.it/) di Ivana Tanga giornalista e consulente tematiche letterarie

# Ora anche uffici.



## L'ufficio dalla A alla Z.

Italcarta, in collaborazione con un'azienda specializzata nel settore arredo, si propone con un'offerta di servizi più ampia. Da oggi, quindi, puoi rivolgerti a noi per ogni esigenza che riguarda il tuo ufficio: dalla cartoleria all'**arredo chiavi in mano** del tuo luogo di lavoro.

**ITALCARTA**  
Forniture per ufficio - Ingrosso cancelleria  
[www.italcarta.com](http://www.italcarta.com)

Via G. Pirelli, 9 - 9/A  
Zona Industriale A  
62012 Civitanova Marche (MC)  
Tel. 0733 801428 int. 1  
Fax 0733 896851  
[ordini@italcarta.com](mailto:ordini@italcarta.com)

Cancellami dalla lista

Via Paolo Soprani, snc  
Zona Ind.le Squartabue  
62019 Recanati (MC)  
Tel. 0733 801428 int. 2  
Tel. 071 7501506  
Fax 071 7503810  
[italcartasrl@italcartasrl.com](mailto:italcartasrl@italcartasrl.com)



# Prezzo di vendita della Pizza

Stabilire il prezzo di vendita del prodotto pizza ha un'importanza fondamentale per ogni impresa. Questa scelta, infatti, può determinare il successo dell'azienda.

E' quasi consuetudine, quando si avvia l'attività di pizzeria, informarsi del prezzo di vendita del vicinato e applicarlo alla propria attività senza tener conto delle reali necessità che la propria impresa deve affrontare quotidianamente. Si tende a valutare questo fatto-



re in base all'emotività del momento cercando di non proporre un prezzo troppo basso per non incorrere in una concorrenza sleale, preferendone uno leggermente più alto per segnalare una nuova professionalità o capacità di investimento.

Questo atteggiamento può determinarsi deleterio per la propria azienda in quanto quasi mai (specialmente le piccole attività di pizzeria al taglio) si fanno bilanci di previsione prima dell'apertura al pubblico.

In realtà non esiste un metodo unico per determinare il prezzo di vendita. Ogni gestore è chiamato a decidere il prezzo al quale vendere il prodotto pizza. Questa decisione prende il nome di politica dei prezzi.

In linea di massima si può affermare che il prezzo deve essere fissato in modo da coprire innanzitutto il costo sostenuto per l'acquisto o l'ottenimento del prodotto. Ma non è sufficiente. Il prezzo non dovrà, infatti, consentire solamente la copertura dei costi di acquisto o di produzione, ma dovrà permettere anche il conseguimento di un certo margine di profitto.

Tuttavia il gestore della pizzeria può agire sul prezzo di vendita con delle appropriate politiche in modo da cercare di espanderle.

Alcune di queste politiche possono essere svolte nello spazio, come la politica dei prezzi richiamo o dei prezzi multipli, altre nel tempo, come la politica dei prezzi stagionali o di penetrazione.

a. La politica dei prezzi-richiamo, consiste nell'applicare dei prezzi bassi per alcune pizze esempio, la focaccia un prodotto dall'alto valore aggiunto che può essere utilizzato come prodotto civetta (offerto a prezzi bassissimi) per attirare la clientela e convincerla della bontà della pizza venduta.

b. La politica dei prezzi multipli, consiste nell'adottare dei prezzi diversi per una stessa pizza che viene differenziato solamente per alcuni aspetti secondari a seconda se si vuole privilegiare: l'asporto, dal consumo ai tavoli, da quello con la consegna a domicilio o viceversa.

segue a pag.18

c. La politica dei prezzi stagionali, consiste nel diversificare i prezzi di vendita di una stessa pizza nel tempo maggiorandone il prezzo. Lo scopo di questa tecnica di marketing è quello di aumentare le vendite nei momenti in cui queste tendono a diminuire ed evitare che le scorte di magazzino restino invendute.

d. La politica dei prezzi di penetrazione, consiste nell'applicare un prezzo promozionale ad una nuova pizza che si vuole aggiungere al menù, per favorirne il suo inserimento e consumo immediato, per poi aumentarlo quando la vendita si stabilizza.

Ogni azienda è chiamata a definire la strategia di marketing. Anche una comune pizzeria non deve esimersi dal gestire quello che tecnicamente si chiama marketing mix.

I principali elementi del marketing mix sono:

Tipo elementi	Descrizione
<b>Prodotto</b>	È senz'altro il più importante elemento di marketing mix. Una buona pubblicità, un prezzo particolarmente conveniente, un servizio professionale possono indurre l'avventore a consumare la pizza, ma se il prodotto non è di buona qualità molto probabilmente non lo comprerà di nuovo. Quando parliamo di prodotto ci riferiamo non solo alla pizza in se, ma anche alla qualità delle materie prime che la compongono, al suo aspetto, alla sua confezione, ma anche ai servizi con cui viene venduta esempio: le modalità di pagamento, la prenotazione, il tempo di consegna, il servizio di consegna a domicilio ecc. Spesso sono proprio questi attributi e i servizi offerti a spingere il consumatore nella preferenza di una pizzeria anziché un'altra.
<b>Prezzo</b>	Una pizzeria che inizi la sua attività deve fare la politica del prezzo il quale è importante per il raggiungimento della propria quota di mercato. Una volta raggiunta, il prezzo può variare in funzione della domanda e dell'offerta. Il gestore può decidere se ulteriormente estendere il proprio raggio di azione o selezionare la clientela per aumentarne la qualità totale dell'offerta.
<b>Distribuzione</b>	Distribuire il prodotto pizza significa far sì che esso giunga al consumatore finale con la stessa qualità con cui è stato prodotto. Per chi ha il servizio ai tavoli la pizza deve giungere al cliente in tempi rapidi, su piatti caldi, e con professionalità espressa dal personale di sala, il quale deve anche spiegare la filosofia della proposta realizzata. Per chi propone la pizza al trancio e d'asporto necessario sarà, l'offerta del prodotto più caldo possibile, l'utilizzo di tecnologie adeguate al raggiungimento dello scopo e la cura igienica e della persona che è incaricata a portare la pizza a domicilio. La divisa e il mezzo meccanico sempre in perfetta efficienza ne garantisce l'affidabilità.
<b>Promozione</b>	Le forme di promozione che l'azienda pizzeria può scegliere sono davvero tante, le possiamo raggruppare in: 1) La vendita mediante personale, dei collaboratori professionalmente preparati garantiscono l'accoglienza del cliente. 2) La pubblicità vera e propria, fatta attraverso tv e radio private, giornali, ecc. 3) Le vendite promozionali, cioè quelle forme di marketing che, al fine di stimolare le vendite si cerca di offrire al cliente anche: buoni acquisto, premi, presenze in eventi del territorio del tipo: ingressi a mostre, cinema, teatri ecc. 4) Le pubbliche relazioni, sempre più oggi si tenta di utilizzare promoter per far conoscere nuovi locali o si utilizzano gruppi di opinioni, organizzazioni, persone che hanno notevoli quantità di amici e conoscenti, i quali possono portare al locale possibili avventori.

segue a pag. 19



Queste tecniche di produzione del prezzo di vendita non sempre sono alla portata di operatori che intendano avviare una piccola attività di pizzeria al taglio artigianale. Un'analisi di previsione di questo tipo risulta essere costosa e quindi spesso si tende a farne a meno per mancanza di mezzi o di tecnici deputati all'uopo.

Vorrei offrire a coloro che non vogliono o non possono produrre un Business plan dove la componente prezzo di vendita è considerata con precisione, la possibilità

di saperlo valutare senza incorrere negli errori esposti all'inizio del mio scritto.

Più precisamente è importante tenere sotto controllo le derrate in arrivo, sia quantitativamente che economicamente, in modo da poter risalire al prezzo per grammo del prodotto da inserire nella ricetta di pizza. Questo metodo, all'inizio laborioso, darà i suoi frutti man mano che le statistiche rilevate dai consumi si protrarranno nel tempo. Computer e soft gestionali rendono estremamente facili queste attività amministrative perché quotidianamente ci permetterà di aggiornare il magazzino, di sapere in tempo reale i consumi di materie prime, di stabilire il minimo di scorta prodotti, di tenere sotto controllo i prezzi di acquisto, di programmare anticipatamente le scorte e quindi gli acquisti e di provvedere all'autofinanziamento dell'attività sfruttando il lasso di tempo che intercorre tra l'arrivo delle merci e il suo pagamento.

La mia idea si rifà al vecchio uso delle leggi nazionali dove in alcuni casi veniva scritto "norma da interpretarsi secondo il buon senso utilizzato da un padre di famiglia". Prevedere in tal senso tre casse dove:

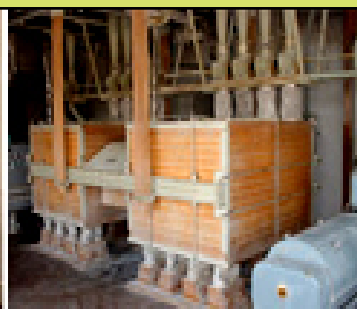
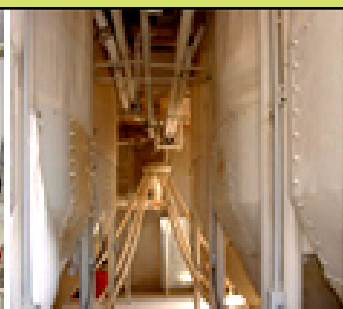
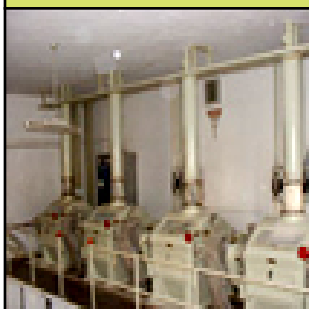
- a nella prima si posizionano il 35% dell'incasso giornaliero per l'acquisto delle materie prime.
- b Nella seconda il 35% dell'incasso per coprire tutte le spese di gestione compresi i propri stipendi suddivisi in necessità giornaliere.
- c Nella terza l'ultima porzione di incassi del 30% che saranno gli utili da ripartire in 15% lasciati per imprevisti e reinvestimenti nell'attività produttiva. Mentre l'altro 15% va investito in altri settori per avere un fondo di garanzia personale e per l'attività di pizzeria stessa.

Questo modo semplice garantisce il pizzaiolo da possibili imprevisti che, se non dispone di scorte economiche sufficienti, lo inserisce in un vortice finanziario da cui è difficilissimo uscire.

Renato Andrenelli



**Corradini Corrado & C. sas**  
**MULINO e OLEIFICIO**  
62010 MOGLIANO (MC) - via Macina, 57/58  
Tel. e fax 0733 556548 - e-mail: [info@corradinisas.it](mailto:info@corradinisas.it)



*Il molino Corradini*



*Il frantoio Corradini*

# News dal web

## Dimagrire non dà felicità, aumenta rischio depressione

Perdere peso fa bene alla salute, ma non sempre ha lo stesso effetto positivo sull'umore. Lo studio su 2.000 persone in sovrappeso o obese



Perdere peso fa bene alla salute, ma non rende più felici. In uno studio, pubblicato sulla rivista Plos One, e condotto su circa duemila persone in sovrappeso e obese in Gran Bretagna, si è visto infatti che chi aveva perso il 5% o più del suo peso corporeo, nei 4 anni successivi, pur mostrando significativi cambiamenti nella salute fisica, era più a rischio di depressione.

### Gli studi precedenti

È dunque importante considerare anche la salute mentale, oltre che quella fisica, nei pazienti che perdono peso. Precedenti studi clinici sulla perdita di peso hanno dimostrato un miglioramento dell'umore nei pazienti, ma ciò potrebbe essere il risultato di un contesto di supporto e aiuto e non dovuto al dimagrimento in sé, visto che gli effetti sono stati osservati all'inizio della terapia e non erano collegati alla quantità dei chili persi.

### Le probabilità di depressione

I risultati di questo nuovo studio non significano però che perdere peso, necessariamente, causi la depressione, ma che queste due patologie possono avere delle cause comuni, e che comunque la perdita di peso, negli studi clinici, non può essere data per scontata per migliorare l'umore. Dei circa duemila partecipanti alla ricerca, il 14% ha perso almeno il 5% del suo peso iniziale, pari a quasi 7 kg a persona, e il 78% di quelli che ha perso peso era più incline ad avere umore depresso. Dopo un successivo controllo, l'aumento della probabilità di depressione è sceso ad un comunque significativo 52%. «Non vogliamo scoraggiare nessuno dal cercare di perdere peso - spiega Sarah Jackson, coordinatrice della ricerca - perché ha enormi benefici fisici, ma la gente non deve pensare che dimagrendo migliorerà tutta la loro vita da subito. Chi cerca di dimagrire non deve avere paura di chiedere aiuto ad amici, famiglia o professionisti sanitari».

(Fonte: Ansa) 8 agosto 2014 | 15:56



**Il Nuovo Salumificio Taccalite srl – Ancona**  
**[www.salumificiotaccalite.it](http://www.salumificiotaccalite.it)**

Nel 1946 i fratelli Taccalite iniziano nelle Marche la macellazione del suino e la produzione dei salumi che sono sinonimo di tradizione, qualità e genuinità tipiche della cultura marchigiana.

Successivamente, da un ramo d'azienda di uno dei fratelli Taccalite, i figli Roberto e Marco Taccalite fondano il "Nuovo Salumificio Taccalite srl". I due fratelli creano nuove sinergie e strategie che mischiano tradizione ed apertura alle nuove tendenze del life-style italiano.

Da sempre, le carni selezionate dal Nuovo Salumificio Taccalite srl secondo principi sani ed in base alle direttive alimentari vigenti, vengono lavorate con passione e secondo le antiche regole della stagionatura, garantendo salumi e ciuscoli che conservano i profumi ed i sapori di una terra incantevole.

Oltre al salame Fabriano, alla coppa di testa ed al ciuscolo, i prodotti principali del Nuovo Salumificio Taccalite sono i ciccioli e i grasselli.

Quest'ultimi derivano dalla lavorazione di parti di suino selezionato, macinato, cotto, tostato ed infine salato e possono essere utilizzati per farcire pizza, cresce, pane, piadine, ecc. rendendoli croccanti, saporiti e gustosi. Si possono servire anche da soli come snacks appetitosi da gustare con un buon bicchiere di vino o di birra.

I ciccioli ed i grasselli che, rappresentano il core business del Nuovo Salumificio Taccalite srl, sono un prodotto caratterizzato da elevate caratteristiche di qualità alimentare e freschezza, che abbinano gustosità e fragranza alla tradizione marchigiana.



La possibilità di distribuzione in numerosi settori e per numerosi campi di impiego: dalla catena del freddo, alla panificazione, dalla ristorazione ed alle catene di bar ed enoteche, ai panini, grissini, piadine, pizza e snacks da aperitivo, ne fanno anche un prodotto estremamente commerciabile e di forte appeal per il consumatore finale.



Certificazioni ed attestati forniti dal Nuovo Salumificio Taccalite garantiscono che tutto il processo produttivo dei ciccioli e dei grasselli sia svolto nel pieno rispetto dell'ambiente e delle normative vigenti in materia.

I nostri clienti sono i punti vendita diretti (forni, salumifici, ecc.) e distributori (supermercati e G.D.O.),

dislocati sul territorio locale e nazionale, a cui offriamo e garantiamo un servizio puntuale ed efficiente.

Il brand del Nuovo Salumificio Taccalite srl è segnalato e registrato sul sito delle "ECCELLENZE ITALIANE" a tutela della qualità ed a garanzia dei consumatori contro le contraffazioni.

Vi invitiamo ad andare vedere sul sito: <http://www.eccellenzeitaliane.com/aziende/risultati-ricerca.html>.

Ad inizio 2014 abbiamo iniziato con l'AIC I (Associazione Italiana Celiaci) l'iter per la Certificazione dei nostri prodotti per entrare a far parte dell'Albo dei Produttori di salumi ed affini privi di latticini o derivati del latte e di glutine, dato che i nostri prodotti sono già tradizionalmente privi di tali ingredienti. Questo ci permetterà dunque di poterci rivolgere ad un nuovo segmento di mercato che è quello dei consumatori celiaci e degli allergici al glutine.

Parteciperemo con l'APM all'Angolo della Crescia durante l'evento Tipicità 2014 a Fermo il 15/16/17 marzo: i maestri pizzaioli produrranno cresce e pizze con i nostri grasselli ed inviteranno il pubblico presente alla degustazione di un prodotto ottimo e gustoso, legato alla più sana tradizione gastronomica marchigiana, ma in linea con le nuove tendenze dello slow food italiano.

aziende leader nella produzione di attrezzature e forni elettrici per pizzerie, è lieta di proporre la sottodescritta offerta commerciale diretta ai Soci, Sostenitori e Amici dell'Associazione Pizzaioli Marchigiani (APM)



**N. 01 forno elettrico per pizzeria mod. DIAMANTE** con camera di cottura interamente in refrattario - dimensioni interne cm. 105x105x25h. - controllo elettronico delle temperature di cielo e platea - economizzatori - orologio per accensione automatica - apertura porta elettrica - rivestimento frontale con mattoncini ed arco in travertino oppure in pietra del montefeltro ed arco a mattoncini, cavalletto sottostante completo di ruote



**N. 01 impastatrice a spirale mod. 2200/S 25** con testa fissa e vasca non estraibile - vasca inox da kg. 25 di impasto totale - griglia di protezione e piantone centrale in acciaio inox - motore trifase a due velocità - ruote

**N. 01 banco pizza** composto da: base refrigerata a due porte, cassettera per bacinelle, piano di lavoro in granito con alzatine, sovrastruttura refrigerata completa di vetro, bacinelle inox e coperchi

**PREZZO TOTALE DELL'OFFERTA EURO 15.000,00 + IVA 20%**

**Il prezzo include: imballo, trasporto, montaggio e collaudo con personale Aziendale**

A completa disposizione per ogni ulteriore chiarimento in merito, cogliamo l'occasione per porgere i ns. più cordiali saluti.

IGF/FORNITALIA

Oscar MONINA

335.6372820 e-mail: [oscar.monina@tin.it](mailto:oscar.monina@tin.it)





# La semola di grano duro

Il molino Casillo inizia la sua attività molitoria nel 1958 allorquando la famiglia Casillo, già attiva nel settore molitorio, acquista un impianto a Corato (Bari) con capacità giornaliera di circa 50 ton/24h, in una zona che dopo un po' di anni diventerà centro cittadino.

Dal 2000 al 2004 l'azienda punta di più sulla ricerca e dall' intuito di Francesco Casillo in collaborazione con lo staff tecnico si arriva a quella che oggi si può definire un cambiamento epocale della macinazione e cioè l'introduzione nel processo della decorticazione (tecnologia applicata principalmente nel riso).

Poi arrivò la seconda generazione imprenditoriale, con Francesco, Mimmo, Pasquale e Cardenia. Furono potenziati gli impianti, ampliati gli ambiti di attività, acquisite altre realtà imprenditoriali, e introdotte nuove tecnologie e metodologie di produzione.

La continua crescita delle attività si è tradotta nella nascita del Gruppo Casillo.

Oggi il Gruppo Casillo è leader mondiale nell'acquisto, trasformazione e commercializzazione del grano, anche grazie all'attività di trading, svolta attraverso la controllata Casillo Commodities Italia Spa. Il suo rilievo a livello internazionale è tale da fare del Gruppo un market maker.

La controllata Molino Casillo si occupa della produzione della semola e della sua commercializzazione a livello industriale: tra i propri clienti nomi come Barilla, Granoro, Garofalo, Pasta Zara e molti altri.

Selezione Casillo è la società che commercializza sfarinati confezionati in sacco, destinati al mercato dei panificatori, pasticceri, laboratori artigianali e anche alla grande distribuzione.

Tutti i prodotti del Gruppo Casillo sono certificati e la qualità è garantita da moderni impianti di produzione e dagli innumerevoli controlli effettuati nel laboratorio con apparecchiature tecnologicamente all'avanguardia.

Tra le grandi iniziative del Gruppo merita sicuramente di essere menzionata l'acquisizione della società Silos Granari della Sicilia s.r.l. comprensiva dei suoi 4 terminal portuali a Bari, Palermo, Catania e Ancona, società in cui viene fatto confluire anche il terminal portuale a Barletta (BAT): in questo modo le attività del Gruppo si consolidano anche nel settore della logistica.

Ad essa deve aggiungersi la costituzione della nuova società Molino di Lucca S.r.l. in cui si sono fatti confluire il Molino San Pietro a Vico e il Molino Maionchi Silvio & C., due società molitorie lucchesi produttrici di farine di grano tenero e duro di recente rilevate dal Gruppo.

L'attenzione allo sviluppo eco sostenibile del Gruppo si traduce in rilevanti investimenti nelle energie rinnovabili, in particolare nel fotovoltaico.

La storia dei successi del Gruppo Casillo è lunga, e accompagnata fin dal 1958 da un unico filo conduttore: la spinta innovativa e l'amore per la propria terra. Valori guida del Gruppo, sui quali si basa la Fondazione Casillo, istituita con lo scopo di promuovere iniziative culturali e sociali nel territorio e per il territorio.

Verso il futuro con la stessa sana passione di un tempo.

## Linea "Le Semole D'Autore"

Semole di grano duro selezionate per pizza e focaccia, dolci, pane e frittura, realizzate in collaborazione con chef, tecnologi ed esperti del settore.

"Le Semole d'Autore" nascono con l'obiettivo di diffondere la preziosità di una semplice materia prima come la semola di grano duro non solo per la classica preparazione di pasta e pane, ma anche per nuove preparazioni di dolci, pizze e frittura.

Grazie alla struttura proteica più compatta e nobile del grano duro, la semola donerà a tutte le vostre preparazioni croccantezza e friabilità irresistibili, rendendole ancora più buone.

Selezione Casillo porta in tavola tradizione e innovazione in tutte le sue forme e bontà!



# Tutto sempre sotto controllo

“I passi falsi che possono rivelarsi dannosi per l'azienda pizzeria: come evitare sorprese letali?”. Aprire una nuova attività, gestire o subentrare nella gestione di una pizzeria significa diventare imprenditore o lavoratore autonomo che (come solitamente si crede) non vuol dire non avere padroni: e fare quello che si vuole; tutt'altro, vuol dire essere nel mercato, rispondere e operare secondo le sue regole, rispettare scadenze e impegni. E ancora, essere responsabili verso clienti, dipendenti e collaboratori, oltre che verso se stessi. Essere imprenditori quindi richiede alcune doti particolari, perché le sole buone competenze tecniche non possono essere sufficienti per guidare al successo un'impresa. Innanzitutto, una volta appreso questo mestiere, indispensabile sarà fare un'attenta autocritica sulle proprie competenze personali di formazione, studi, esperienze lavorative, interessi coltivati che hanno portato alla scelta del lavoro in proprio. Non meno importante è la motivazione, a partire da una corretta valutazione dell'idea imprenditoriale in cui si è disposti a investire energie, denaro e tempo. L'imprenditore è una persona che rischia, consapevole che le sue scelte possono in futuro non essere più coerenti con i bisogni del mercato. Deve quindi possedere una discreta capacità critica che gli permetta di valutare razionalmente, e non con il cuore, la propria idea; deve saper leggere continuamente i mutamenti del mercato per correggere, se non addirittura cambiare, la rotta alla propria attività, in considerazione delle nuove tendenze.



## Responsabilità e capacità

Inoltre è indispensabile essere dotati di una buona capacità di superare ostacoli e assorbire delusioni. Insomma, l'imprenditore deve essere in grado di innovare, cambiare, modificare la sua azienda. La guida di una pizzeria deve contare su capacità di resistenza all'ansia, alle frustrazioni, allo stress da parte del suo creatore. A differenza del lavoratore dipendente inoltre, sull'imprenditore ricadono tutte le decisioni che riguardano le scelte di mercato, di organizzazione, quelle finanziarie e quelle inerenti il prodotto pizza. Deve saper organizzare il lavoro (proprio e altrui), saper programmare la realizzazione della pizza e l'erogazione del servizio rispetto ai tempi di consegna dei fornitori, ai tempi di lavorazione e ai tempi di consegna concordati con i clienti. Sono capacità fondamentali che solo parzialmente si possono acquisire e accrescere con l'esperienza. Per quanto riguarda le metodiche lavorative, le politiche promozionali, il prezzo del prodotto pizza e la gestione economico-finanziaria dell'impresa si possono potenziare efficacemente le proprie conoscenze con appositi percorsi formativi. Infine le capacità di relazione. La gestione dell'impresa comporta continue relazioni con clienti, fornitori, banche, enti pubblici, consulenti ecc. La buona gestione di queste relazioni è essenziale per il successo dell'impresa, anche se richiedono un forte investimento in tempo e il possesso di capacità di relazione connaturate. Gestire un'attività in proprio o scegliere di essere professionisti autonomi comporta l'investimento di tempo e denaro. Infatti, per quanto esistano sul mercato diversi strumenti di sostegno all'imprenditoria (banche, leggi nazionali, regionali, strumenti di credito provinciali), l'andamento dell'attività, soprattutto nella fase iniziale, è contrassegnato da un alternarsi irregolare di momenti in cui si devono affrontare esborsi per le spese di avvio e gestione e di fasi in cui si incasseranno i proventi del proprio lavoro.

segue a pag. 27

## Spirito di sacrificio

Ma al di là delle singole attitudini, esistono elementi oggettivi che caratterizzano l'attività autonoma e richiedono pazienza e un notevole spirito di sacrificio:

1. lavorare per un periodo di tempo iniziale senza remunerazione. I primi mesi di vita di una nuova impresa sono essenziali per il decollo: la pizzeria deve investire denaro in attività promozionale, deve farsi conoscere dai clienti, deve "dimostrare" al proprio mercato di essere in grado di soddisfarne i bisogni. Nella fase iniziale di vita dell'impresa il pizzaiolo deve mettere in conto di non avere una remunerazione e quindi deve essere in grado di sopravvivere con denaro personale;
  2. non contare su uno "stipendio" fisso. Spesso le attività imprenditoriali sono stagionali (in alcuni mesi si lavora di più, in altri di meno); ci sono poi momenti di crisi in cui i clienti diminuiscono. Questi fattori fanno sì che il titolare non possa contare su una remunerazione periodica fissa, come può essere uno stipendio da dipendente;
  3. non avere orari. L'imprenditore è responsabile nei confronti del cliente della consegna del prodotto o dell'erogazione del servizio. Questo fa sì che l'imprenditore debba comunque portare a termine nei tempi prefissati le commesse acquisite, senza tenere conto del numero di ore lavorate. Può perciò succedere che in periodi d'intenso lavoro il pizzaiolo titolare, lavori anche oltre l'orario di apertura del locale.
- Tutto quanto descritto deve essere patrimonio genetico di un lavoratore autonomo o di un pizzaiolo che decida di fare la libera professione.

## Le nuove insidie

Oggi però il mercato cosiddetto libero ha portato nuove insidie al mondo della pizza. Il settore dell'energia ne è un'espressione indicativa. Bisogna essere veramente attenti nell'accedere a nuove forniture o accettare promozioni capaci di ridurre significativamente il costo dell'energia. Prima di siglare un nuovo contratto o accettare un'offerta vantaggiosa, vale comunque la pena consultare il proprio legale, che dovrà occuparsi anche della mancata postalizzazione delle fatture relative alle forniture di energia, gas, acqua, o delle cartelle esattoriali riguardanti le tasse. Essere attento e veloce nella segnalazione al proprio legale della mancata ricezione di queste fatturazioni potrà impedire in un futuro prossimo il dover pagare quanto dovuto all'ente gestore in una sola soluzione.

Altro errore invisibile, che spesso noi pizzaioli sottovalutiamo, è legato all'acquisto di derivate alimentari con sconti o acquistate a stock o senza controllo nella fase di consegna alla pizzeria. Poiché si firma una bolla di consegna delle merci, le nuove disposizioni di legge prevedono che la responsabilità di ciò che è stato consegnato passi dal distributore al gestore della pizzeria. La responsabilità sulla sicurezza alimentare del prodotto viene in questo modo scaricata sul pizzaiolo. Anche il magazzino deve essere tenuto sotto controllo, sia per il turnover delle merci che per la loro quantità depositata. Un magazzino molto fornito a cavallo della fine dell'anno solare può generare, una volta effettuato l'inventario e riportato in contabilità, un utile di esercizio su cui si deve pagare le tasse.

Nella pizzeria con servizio ai tavoli, dove la forza lavoro ha una notevole importanza, una cattiva gestione dei rapporti con il personale può portare perdite di esercizio. Un personale poco motivato o sottopagato o con turni di lavoro massacranti genererà una perdita di esercizio derivante da sprechi, poca attenzione alle attrezzature usate, scarsa attenzione al cliente e svogliatezza nei propri incarichi.

In tempi di crisi come quelli attuali, alzare il livello di attenzione verso questi aspetti della gestione aziendale significa non perdere fatturato e risorse economiche e quindi mantenere vivo e dinamico il contatto con il mercato.

Renato Andrenelli.

**Vendesi abbattitore dodici teglie usato come nuovo  
per info: 0733 221821**

**Cercasi Macchina sottovuoto professionale a campana  
per info: 0733 221821**

**Cercasi in gestione ristorantino o pizzeria ristorante in zona Civitanova  
Marche e dintorni.  
per info: 0733221821**

## **Menù, industria specialità alimentari, una società in continua espansione.**

*Dal salumificio fondato da Romolo Barbieri a Cavezzo (Modena) negli anni Trenta all'attuale società, presieduta da Rodolfo Barbieri con oltre 250 dipendenti, 260 agenti per circa 30.000 clienti.*

*Più di 600 prodotti in catalogo, uno stabilimento che supera i 45.000 metri quadrati di superficie e 60 milioni di Euro di fatturato. Stabilimento Menu'*

*1932 - Romolo Barbieri, padre di Rodolfo, fonda il salumificio che porta il suo nome*

*1941 - Inizia la produzione del ragù Tutto, la prima specialità alimentare che aprirà la strada a tutte le altre*

*1950 - Inizia la produzione dei dadi per brodo e contemporaneamente anche di alcune specialità pronte*

*1956 - Rodolfo Barbieri prende le redini dell'azienda in seguito alla morte del padre e trasforma il nome in Robar privilegiando la produzione di specialità alimentari*

*1962 - La Robar inizia a operare nel settore catering grazie all'ingresso in azienda di Clorindo Grandi come direttore commerciale.*

*1972 - Cambia la ragione sociale in Menù e inizia la costruzione dello stabilimento di Medolla (Modena)*

*1974 - Da questo momento tutte le ricette studiate per utilizzare i prodotti Menù vengono supervisionate da Giliana Barbieri e William Cappelli*

*1992 - Nasce la Rivista Menu'*

*1999 - La Menù riceve la certificazione UNI EN ISO 9002 per la qualità del processo produttivo*

*2002 - La Menù celebra i 70 anni di attività e i suoi primi 40 anni di successi nel catering.*

*2003 - La Menù riceve la certificazione UNI EN ISO 9001:2000.*

*2006 - Apertura di 4 show-room in Italia.*

*2007 - 40° anniversario del prodotto principe, la Pomodorina.*

*2009 - La Menù ottiene le certificazioni di sistema di gestione UNI EN ISO 22000:2005 per la Sicurezza Alimentare e la UN EN ISO 9001:2008 per la qualità.*

*La nizza nella Marche - 2013 - n. 28*



OGNI GIORNO  
PENSIAMO  
AL VOSTRO  
BENESSERE



## Grifo Latte

è una **“Cooperativa Produttori Latte”**

*Nata a Perugia nel 1968 e sin dal 1969 inizia a produrre il “Latte Grifo”, diventando nel corso degli anni una delle aziende più rappresentative del panorama lattiero-caseario del Centro Italia.*

*A partire dal 1991 l'azienda ha impostato un orientamento strategico caratterizzato dall'acquisizione di importanti caseifici presenti nel territorio Umbro-laziale; nello specifico sono stati acquistati da Grifo Latte gli stabilimenti di Fossato di Vico (!)&), Norcia (1999), Amatrice (2001), Colfiorito (2002). Nel 2003 c'è stata una fusione da parte dell'azienda con la cooperativa “Colat” di Città di Castello*

*ed infine, nel 2004 il Consorzio Regionale Umbro è entrato a far parte di Grifo Latte. Attualmente è riuscita a raggruppare circa 95% della produzione lattiero casearia umbra, completando così l'intera filiera del settore: dalla produzione alla trasformazione, dal trasporto alla commercializzazione*      *Tratto dal depliant Grifo Latte*



**L' Artepan e' un' azienda che progetta e realizza laboratori ed arredamenti per panifici, pasticcerie, gelaterie, pizzerie e ristorazione avvalendosi della collaborazione con le migliori aziende presenti sul mercato.**

**Il nostro servizio si completa garantendo un' assistenza qualificata e tempestiva.**

**Grazie alla nostra decennale esperienza abbiamo scelto e selezionato le migliori aziende presenti nei settori della panificazione, pasticceria, gelateria e ristorazione. Tecnoforni, Irinox, Rational, Tecnoarredamenti, bertuetti, sono alcune delle nostre referenze.**

*Per le tue specialità affidati all'esperienza ed alla qualità del*



# Prima di tutto... la Farina

*Ricorda che la farina è il primo ingrediente*



*Seguici su*

**[www.orsilimolino.it](http://www.orsilimolino.it)**

*e trova il rivenditore a te più vicino.*

**orsili**  
consorzio

Via Arno, 53 - Sant'Elpidio a Mare (FM) - Tel. 0734 859 190



## Azienda ORSILI

**Tre generazioni nel settore molitorio, lavorando sempre per raggiungere lo stesso obiettivo: la qualità del prodotto e la soddisfazione del cliente.**

**Giovanissimi i tre soci, Imerio, Rossano e Luca, acquisiscono l'attività nel 1998, dando inizio ad una serie di investimenti in tutti i settori dell'azienda:**

**la messa a norma degli impianti per il rispetto delle normative 626 e 155 (HACCP);**

**lo sviluppo del laboratorio di analisi, fondamentale per conoscere e monitorare la qualità del prodotto;**

**l'automazione di tutti i settori, nel 2000, la vera rivoluzione, con conseguente potenziamento del sistema produttivo, ed alleggerimento delle fasi di lavorazione;**

**nel 2004 inizia il rinnovo del parco macchine, con conseguente aumento della capacità di consegna giornaliera.**

## La mission

**La mission dell'azienda è quella di essere più di un fornitore: vuole essere il primo collaboratore del proprio cliente.**

**Un prodotto di qualità, una consulenza specifica ed un servizio puntuale sono i punti di forza di questa azienda, che ogni giorno ha voglia di crescere e migliorarsi. Tutto questo per fornire un servizio migliore. Sempre!**

**Imerio Rossano Luca**

tratto dal sito [www.orsilimolino.it](http://www.orsilimolino.it)

# STORIA DELL'APM

Associazione Pizzaioli Marchigiani



[www.pizzamarche.com](http://www.pizzamarche.com)

Via Isonso,6  
62010 Morrovalle (MC)  
P.Iva e C. Fisc. 01413480433  
Tel. 0733 221821  
Fax. 0733 223965  
E-mail: [info@pizzamarche.com](mailto:info@pizzamarche.com)

## L'APM è associata:

**AIAB Marche**



**ASSOCIAZIONE ITALIANA  
AGRICOLTURA BIOLOGICA**



Seguici:



L'Associazione Pizzaioli Marchigiani (in seguito definita APM) è un libera associazione a carattere volontario, senza alcuna finalità di lucro, motivata dalla decisione dei soci di vivere insieme l'esperienza professionale come momento di educazione, di maturazione e di impegno sociale: su decisione del comitato direttivo può aderire, ad altre federazioni, centri ed organizzazioni similari.

Nello spirito della sua istituzione l'APM potrà promuovere e organizzare incontri, convegni, corsi di formazione professionale, spettacoli, fiere, eventi sportivi, promuovere prodotti tipici, gare gastronomiche, tornei, affiliare produttori ed operatori del settore, promuovere fondazioni, centri studio, iniziative editoriali e promozionali, può intraprendere tutte quelle iniziative che ritiene opportune per il raggiungimento della salvaguardia e tutela del prodotto pizza in tutte le forme possibili con un corretto atteggiamento nei confronti dell'ambiente naturale.

## **Inoltre l'APM intende:**

- Promuovere la formazione dei cittadini attraverso la migliore utilizzazione del tempo libero nelle sue molteplici manifestazioni;
- Sviluppare i servizi sociali nell'ambito dell'attività post-lavorativa con iniziative artistiche, culturali, sportive, turistiche e ricreative;
- Attuare tutte quelle forme di attività dirette ad accrescere principalmente le capacità gastronomiche dei cittadini nei confronti dell'enogastronomia con particolare riguardo al prodotto pizza;
- Sollecitare lo sviluppo della vita associativa e favorire lo scambio di idee, esperienze e conoscenze fra i soci, può collaborare con Enti Pubblici e Privati di ogni ordine e grado per il raggiungimento dello scopo sociale.

Infine l'APM potrà svolgere tutti quelle attività che salvaguardano i diritti e doveri di tutto il personale, dei titolari di pubblici esercizi e di attività artigianali operanti nel settore specifico della ristorazione con particolare riferimento al prodotto pizza.