

Buon ANNO!



★ Buone Feste ★



Agenzia Stampa
Elettronica
Agroalimentare

Cibusonline.net



agenzia stampa elettronica agroalimentare (c.a.s.e.a.)

SOMMARIO

Anno 16 - n° 52 31 dicembre 2017

1.1 EDITORIALE

Scolte le Camere e anche lo Ius Soli.

2.1 SICUREZZA ALIMENTARE

Epidemia di salmonella tra neonati collegata a lotti di latte artificiale contaminati della "Lactalis Group" in Francia.

3.1 PARMIGIANO REGGIANO

Parmigiano Reggiano - il Piano di Bertinelli

4.1 BILANCIA AGROALIMENTARE

La bilancia agroalimentare nazionale nel periodo gennaio-settembre 2017

5.1 PROMOZIONI

"vino" e partners

6.1 PROMOZIONI

"birra" e partners

(per seguire gli argomenti correlati [clicca QUI](#))

Editoriale

Scolte le Camere e anche lo Ius soli.

Coscienze a posto e elettorato intonso. Molto meno "pericoloso" approvare la legge sul testamento biologico che dare soddisfazione allo Ius Soli.

di **Lamberto Colla** Parma 31 dicembre 2017 - La diciassettesima legislatura è finita. Come previsto il presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, ha sciolto le Camere il 28 dicembre. Alle urne, quindi, si tornerà il 4 marzo del 2018, mentre la prima seduta del nuovo Parlamento sarà il 23 marzo per eleggere i nuovi presidenti, come deciso dal consiglio dei ministri.

E con lo scioglimento delle Camere si è dissolto anche lo **Ius Soli** al quale è stato preferito il "Testamento Biologico".

L'opportunità elettorale ha avuto la meglio.

Molto meno "pericoloso" approvare la legge sul testamento biologico, che aprirà la strada al percorso che condurrà all'eutanasia, piuttosto che "scontentare" quella parte consistente di elettorato che ancora non è pronta per "digerire" il riconoscimento della cittadinanza ai figli nati in Italia da coppie immigrate.

E pensare che, solo a ottobre, tre leader del PD (Renzi, Gentiloni e Veltroni), nella ipermediatica occasione della ricorrenza del I decennale del partito (2007 - fusione tra DS Margherita), avevano dichiarato che era "**centrale il Sì allo Ius Soli**".

Alla fine, invece, lo scorso 23 dicembre, nell'ultima seduta pre-natalizia, **anche 29 senatori (su 89) del PD e 3 su 16 del MPD si sono assentati** dalle votazioni facendo così definitivamente franare l'ultima speranza di vedere approvato un provvedimento di cui quasi per un anno si è discusso e spesso ventilata la promessa d'approvazione o meno, pur di agevolare i lavori parlamentari e assegnare le numerosissime occasioni di fiducia al Governo.

Le coscienze, sempre che ancora ne esistano, sono state accontentate con un provvedimento etico dell'ultim'ora, seppure il meno influente in termini di voti.

Priorità quindi alla "campagna elettorale" vera e propria.



Già perché da oltre due anni abbiamo dovuto subire, una intensa quanto demagogica, inutile e banale, conflittualità dialettica tra i rappresentanti dei maggiori partiti e le frattaglie del Pd, prevalentemente incentrate a autocelebrarsi o a insultare gli avversari, piuttosto che a risolvere

questioni riguardanti gli interessi dei cittadini.

Finito il "renzismo", almeno quello di governo palese, è stata la volta di **Paolo Gentiloni** che, molto meno incline del suo predecessore a fare annunci e promesse, ha saputo magistralmente **tessere una tela di consensi raccogliendo così i favori** sia all'interno del suo partito, il PD, sia di quella parte di sinistra che non si rispecchia nel nuovo percorso imposto da Matteo Renzi e forse anche da altra quota di moderati, qua e là sparpagliati nei vari schieramenti.



In **silenzio** e con l'**aplomb** da navigato politico della **prima repubblica**, Gentiloni è riuscito a cavalcare l'onda e a portare a termine i lavoretti di Renzi, lasciando a quest'ultimo lo spazio per raccontare le sue "favole" in qualità di segretario del partito di riferimento governativo, ma riuscendo a tenergli testa nelle questioni più importanti come ad esempio la nomina del Governatore della Banca d'Italia.

Ma quello che maggiormente l'elettorato, da questa legislatura, pretendeva non si è concretizzato.

Alla tanto auspicata e peraltro più volte promessa di annullare o quantomeno ridurre i **vitalizi** dei parlamentari non si è avuto notizia. In compenso il 2018 porterà in dote un incremento di spesa di circa **952€ annui per famiglia**.

Dalle bollette della luce ai pedaggi autostradali, passando per assicurazioni, servizi bancari, prodotti per la casa e spese scolastiche il portafoglio degli italiani, già abbondantemente alleggerito, verrà ancora una volta sfronato.

Buon anno e... che il 4 marzo ce lo mandi buono!

(per restare

informati -
[editoriali](#))

Epidemia di salmonella tra neonati collegata a lotti di latte artificiale contaminati della "Lactalis Group" in Francia.



Lavorando a stretto contatto con il punto di contatto d'emergenza in Francia della Rete Internazionale di Autorità per la Sicurezza Alimentare (INFOSAN), il Segretariato INFOSAN ha informato i punti di contatto d'emergenza INFOSAN (e i punti focali nazionali per il RSI) nei paesi riceventi esterni all'Unione Europea (UE) sui dettagli rilevanti inerenti la distribuzione per facilitare le loro indagini, il richiamo e le misure di gestione. I paesi appartenenti all'UE sono stati informati direttamente attraverso il Sistema di Allerta Rapido Europeo per alimenti e mangimi (RASFF).

Epidemia di salmonella tra neonati collegata a lotti di latte artificiale contaminati della "Lactalis Group" in Francia. Dopo la segnalazione del 3 dicembre scorso dello Sportello dei Diritti anche il **Ministero della Salute** rilancia l'allerta: "Epidemia in Francia di infezioni da salmonella agona collegata a preparazioni infantili distribuite a livello internazionale"

Dopo la [segnalazione](#) del 3 dicembre scorso dello "Sportello dei Diritti", anche il **Ministero della Salute italiano** rilancia l'allerta sull'aumento dei casi d'infezione in Francia da Salmonella Agona nei lattanti di età minore di sei mesi comunicato dalle autorità sanitarie transalpine il 2 dicembre. Com'è noto, infatti, le successive indagini hanno identificato un'epidemia di Salmonella enterica sierotipo Agona associata con preparazioni infantili prodotte dal gruppo Lactalis Nutrition Santé in Francia.

Al 21 dicembre, sono stati identificati ben 35 casi confermati di infezione da Salmonella Agona fra i bambini d'età minore di sei mesi in diverse regioni della Francia. Sedici bambini sono stati ospedalizzati e tutti si sono completamente ripresi e non sono stati segnalati decessi. La nota ufficiale del Ministero della Salute, rileva Giovanni D'Agata, presidente dello "Sportello dei Diritti", è stata esclusivamente trasmessa via mail ed è stata pubblicata sul sito www.salute.gov.it
[http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?lingua=italiano&id=813&area=Malattie](http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_6.jsp?lingua=italiano&id=813&area=Malattie%20infettive&menu=vuoto) infettive&menu=vuoto

L'epidemia era associata al consumo di quattro differenti marche di preparazioni infantili, inclusi prodotti destinati a lattanti con speciali necessità mediche. Il 10 dicembre, la Lactalis Nutrition Santé ha ritirato e richiamato oltre 600 lotti (oltre 7000 tonnellate) dei prodotti implicati che sono stati preparati dal 15 febbraio 2017 sino ad ora. I prodotti per l'infanzia implicati sono stati distribuiti internazionalmente in oltre 50 paesi e territori.

Il 21 dicembre 2017, la Lactalis Group ha effettuato un nuovo richiamo includendo tutti i prodotti per lattanti e nutrizionali preparati o confezionati nell'impianto di Craon da febbraio 2017. Sono in corso interventi per rintracciare la distribuzione dei prodotti inclusi in questo richiamo ampliato e saranno comunicati ai paesi colpiti attraverso INFOSAN quando vengono identificati.

Interventi di sanità pubblica

Le autorità francesi hanno ordinato la sospensione della commercializzazione e dell'esportazione e il richiamo di diverse preparazioni infantili prodotte dal gruppo Lactalis Nutrition Santé dal 15 febbraio 2017. Il 9 dicembre, le autorità sanitarie hanno emanato tre allerta ai farmacisti e alle strutture sanitarie in Francia per interrompere la consegna dei prodotti in questione. Le raccomandazioni per una possibile sostituzione appropriata sono pubblicate sul sito web del Ministero della Solidarietà e Salute.

Al 15 dicembre 2017, le preparazioni infantili richiamate erano state esportate nei seguenti 48 paesi (inclusa la Francia) e territori: Afghanistan, Algeria, Andorra, Bahrain, Bangladesh, Burkina Faso, Cambogia, Cameroon, Cina, Congo, Cipro, Costa d'Avorio, Francia, Gabon, Georgia, Grecia, Guinea, Haiti, Hong Kong SAR (Cina), Iraq, Kosovo1, Kuwait, Libano, Madagascar, Mali, Monaco, Marocco, Olanda, Pakistan, Paraguay, Perù, Qatar, Romania, Arabia Saudita, Serbia, Seychelles, Slovenia, Spagna, Sudan, Svizzera, Taiwan (Cina), Togo, Turchia, Ucraina, Emirati Arabi Uniti, Vietnam, Yemen, Repubblica ex-Iugoslava di Macedonia. I prodotti erano anche stati distribuiti nei territori e dipartimenti francesi d'oltremare.

Nella valutazione del rischio effettuata dall'OMS è riferito che: I prodotti in questione sono a rischio di causare una grave infezione nei lattanti (gruppo suscettibile a rischio di malattia grave e complicazioni) che consumino i prodotti. Sono in corso gli accertamenti da parte delle autorità francesi per identificare la fonte dell'epidemia. Epidemie simili si sono verificate in precedenza, nonostante le strette misure preventive adottate. Le passate epidemie concernevano altre manifatture e localizzazioni geografiche multiple.

Le preparazioni infantili in polvere non sono prodotti sterili. La Salmonella è comune negli ingredienti crudi e può sopravvivere in condizioni sfavorevoli e secche per lunghi periodi di tempo. Le preparazioni infantili con acqua tiepida possono permettere la crescita rapida/moltiplicazione delle Salmonelle inizialmente presenti con un basso livello di contaminazione, che possono, a loro volta, causare gravi malattie ed epidemie fra i lattanti.

Raccomandazioni dell'OMS:

L'OMS raccomanda di non applicare alcuna restrizione ai viaggi o al commercio con la Francia in base alle attuali informazioni disponibili su questo evento.

Se bambini che hanno consumato questi prodotti dovessero mostrare sintomi quali diarrea con o senza febbre, si raccomanda ai genitori di contattare un dottore il più presto possibile. I casi individuati di Salmonella Agona dovrebbero essere segnalati alle autorità sanitarie nazionali.

Si raccomanda ai consumatori di seguire le linee guida FAO/OMS per la preparazione, conservazione e manipolazione sicura di preparazioni infantili in polvere, disponibili online, al link seguente:

[?](#) FAO/WHO guidelines on the safe preparation, storage and handling of powdered infant formula

Nel caso in cui la sostituzione di alcuni dei prodotti in questione non fosse disponibile, le autorità francesi hanno raccomandato di scaldare le preparazioni infantili per due minuti a 70°C e lasciar raffreddare a 37°C prima di somministrarla al lattante. Ciò dovrebbe inattivare i batteri Salmonella. Questo provvedimento può essere utilizzato come una soluzione pratica provvisoria finché non si sia identificato un sostituto appropriato.

Ulteriori informazioni sono disponibili ai link seguenti:

[?](#) WHO fact sheet on Salmonella

[?](#) List of recalled products: French health authorities recommend parents who still have boxes corresponding to these lots not to use them".

(27 dicembre 2017)

Parmigiano Reggiano - il Piano di Bertinelli

Bertinelli: in due anni dovremo trovare nuovi spazi di mercato. "In due anni dobbiamo trovare uno spazio di mercato pari a uno Stati Uniti e due Canada". I quattro pilastri su cui si svilupperà il programma quadriennale di Nicola Bertinelli.

di Lamberto Colla Noceto, 28 dicembre 2017 - Come ormai è consuetudine si è tenuto a Noceto, organizzato dalla cooperativa di servizi "Agriverde", il tradizionale incontro di fine anno con il Presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano per fare il punto della situazione del Re dei formaggi e valutare le prospettive future, anche alla luce dell'aumento produttivo che si è realizzato in questi ultimi anni.

A **Mauro Scaccaglia** e **Stefano Pattini** il compito di fare gli onori di casa e di presentare il Nuovo Presidente del Consorzio, anche se, a onor del vero, **Nicola Bertinelli** come sottolineato da Scaccaglia, "E' un vicino di casa" e perciò già ben noto agli operatori agricoli intervenuti numerosi alla sala civica del Comune di Noceto.

"Non pensavo che l'incarico al Consorzio fosse così impegnativo - ha esordito Nicola Bertinelli -. Abbiamo preso in eredità pesante, perché per la prima volta il Consorzio ha in gestione 3.650.000 forme. Il Parmigiano Reggiano viene venduto mediamente ogni 22 mesi. Quindi nel 2017 abbiamo venduto il formaggio fatto nel 2015 pari a 3.300.000 forme. Se nulla cambia, 3.300.000 forme rappresentano l'equilibrio di mercato per consentire alla filiera di avere una remunerazione adeguata di tutti i capitali investiti. Ma nel 2016 abbiamo prodotto 3.470.000 forme, ovvero 170.000 forme in più. Nel 2018 dovremo perciò collocare 170.000 forme in più rispetto all'equilibrio di mercato. Nel 2017 stiamo sfondando il muro delle 3.650.000 forme che corrispondono a 180.000 forme in più da vendere nel 2019. 2018 più 2019 avremo quindi da collocare 350.000 forme in più che, se rapportate ai 3,3 milioni, rappresentano un +10%. Per dare una fotografia di quanto valgano, gli Stati Uniti, che sono il nostro mercato estero più importante ne assorbe 250.000 e il Canada 50.000 forme. In due anni dobbiamo trovare uno spazio di mercato pari a uno Stati Uniti e due Canada".

Il primo pensiero, da quando è diventato Presidente lo scorso 11 aprile, dopo avere analizzato i dati, è stato di mettersi a "testa bassa e cominciare a pensare come sviluppare questi spazi di mercato. Girando vivo una strana sensazione, da un lato un grande entusiasmo perché mai come oggi il nostro comparto sta vivendo un momento così positivo, ma dall'altro c'è la sensazione che "prima o poi arriva una tramvata" cioè sembra un po' come essere a Napoli sotto al Vesuvio, c'è il mare, c'è il sole ma prima o poi il vulcano erutta".

I mercati non sono delle calamità naturali.

Utilizzando la similitudine di "Napoli", Nicola Bertinelli ha inteso sottolineare che i mercati **"non sono delle calamità naturali ma sono il risultato delle strategie che**



s i
intraprendono."

Insomma occorre attrezzarsi per sostenere e reggere i momenti più difficili e siccome i dati sono chiari nell'indicare quando il prossimo "uragano" colpirà in zona, Nicola Bertinelli, appena insediato al vertice del Consorzio, ha perciò immediatamente messo in campo tutta una serie di strumenti atti a ammortizzare l'impatto negativo allo scopo di mantenere remunerativo il lavoro di tutti gli operatori di filiera, anche nei momenti di maggior tensione.

"Non tutti gli uragani sono come Kathrina. Costruiremo la nostra strategia su quattro pilastri. Innanzitutto, il mercato nazionale: ci sono 3,5 milioni di famiglie fedelissime al Parmigiano Reggiano, 3,9 milioni al Grana Padano e 14 milioni di famiglie che comprano indistintamente uno o l'altro. Significa che noi non siamo stati molto bravi nel passato a far capire la distintività del Parmigiano Reggiano."

La strategia.

Innanzitutto occorre fermarsi. Bloccare la produzione per dar tempo ai mercati di metabolizzare il surplus produttivo che si è venuto a generare in questi ultimi anni. Individuati perciò i gruppi di potenziali consumatori (dalle neo mamme agli anziani per passare dagli sportivi e così via) **"dobbiamo pertanto mettere in campo azioni di riposizionamento della marca, comunicando ai consumatori e riempiendo di contenuti la marca Parmigiano Reggiano. La nostra brand equity è altissima, ricca di contenuti, anche nuovi, da individuare e meglio trasmettere, ma dobbiamo spiegare che il nostro prodotto è insostituibile"**

Una campagna di comunicazione che andrà a "colpire" i target ben identificati e utilizzando tutti gli strumenti più efficaci, dalla campagna televisiva, ai social media per arrivare anche **concorsi a premi** (in palio ci sarà un importante **premio finale**) e raccolte punti con un **catalogo di prodotti** realizzato da **grandi firme** in esclusiva per Parmigiano Reggiano; il tutto all'insegna dell'eccellenza.



Se è vero che il marchio "Parmigiano Reggiano" è tra i 10 brand più famosi al mondo occorre che siano adeguati i messaggi e i premi in posti in palio.

Dei **20 milioni di euro** destinati alla comunicazione, **12,3 milioni** saranno investiti sul mercato nazionale e quattro di questi alle catene distributive e punti vendita.

Al mercato estero invece saranno destinati **8 milioni di euro**. "Oggi esportiamo il 38% della nostra produzione. Il 70% di quanto vendiamo all'estero si consuma in Francia, Germania, Regno Unito, Canada e Stati Uniti."

Dall'analisi di mercato, la Cina viene esclusa per ragioni di distanza culturale e da una ridottissima vocazione al consumo di formaggio. Solo 40 chilogrammi al giorno è infatti il consumo attuale di Parmigiano Reggiano che viene dalla Grande Muraglia.

"Pensiamo invece - prosegue Bertinelli - ai **Paesi del Golfo**, all'Arabia Saudita, agli Emirati Arabi Uniti, a Dubai, che danno un grande valore agli aspetti salutistici del prodotto. In quelle zone il nostro formaggio è visto come un prodotto buono, sano, genuino, ma anche un piccolo lusso che tutti possono permettersi. Fra l'altro, non dimentichiamo che Dubai ospiterà l'Expo 2020 e il Qatar ospiterà i mondiali di Calcio del 2022."

Terzo Pilastro: Lotta alla contraffazione.

"Abbiamo istituito una sorveglianza giorno e notte delle 34 linee degli impianti di grattugia, in modo da garantire che tutto quello che viene commercializzato come Parmigiano Reggiano, effettivamente lo sia. Prima di questi controlli c'erano circa 60mila forme di sbiancato che attualmente sono fuori dal circuito del grattugiato. Oggi le forme in grattugia sono 420mila. Appena insediato ho assunto 25 persone e poco dopo altre 7 per avere una copertura totale, 7 giorni su sette."

Dal Caseificio agli allevatori.

"Abbiamo parlato di quello che faremo dal Caseificio al consumatore, ma adesso dobbiamo lavorare anche sulla parte che va **dal caseificio alla base**."

Il nuovo disciplinare impone nuovi parametri, tra sostanza grassa e caseina, e questo obbliga a una nuova e maggiore attenzione da parte dell'allevatore affinché non venga pregiudicata la produzione. Il prodotto verrà infatti sbiancato se verrà superato il rapporto stabilito (1,1 +12% ndr).

Ma grande importanza è stata data alla **alimentazione** delle bovine e alla loro migliore attitudine genetica all'assimilazione dei foraggi e al Benessere animale.

"Noi abbiamo anche la **responsabilità** - sottolinea il Presidente - di essere i produttori del Parmigiano Reggiano. Noi dobbiamo fare le cose giuste anche nei nostri caseifici e nelle nostre stalle. E qui si apre un grande capitolo. **Primo** perché è giusto. **Secondo** perché ci



conviene.

Credo che questi mesi, questa presidenza, che dice di tenere la barra a dritta, ci sta dimostrando che **dalla legalità abbiamo solo da guadagnare**. Noi siamo quelli che hanno la "**Moneta Buona**" (Parmigiano Reggiano ndr)".

Un ultimo inciso Nicola Bertinelli l'ha dedicato al capitolo del **benessere animale** e all'alimentazione delle bovine. "Stiamo concludendo - informa Bertinelli - un accordo con l'**ANAFI** per iniziare uno studio sulla genomica per una vacca destinata alla produzione di Parmigiano Reggiano.

Non una vacca solo da foraggio, ma una **vacca da foraggio**. Una bovina, quindi, predisposta geneticamente a utilizzare nel modo più efficiente i foraggi che, nel nostro territorio, possono essere anche grossolani."

In effetti, come ha concluso il Presidente, attualmente vengono utilizzate le medesime vacche che si utilizzano oltre Po dove la razione è "fatta con 34 kg. di insilato di mais, 1 kg di paglia e 1 kg di fieno. Noi

utilizziamo le stesse bovine. E' come utilizzare una macchina che va a cherosene con il gasolio agricolo".

Molti quindi gli spunti che hanno animato il dibattito che è seguito e ha trovato molti concordare anche sulla questione del benessere animale. In particolare, **Filippo Arduini** di Agriverde, ha richiamato l'esperienza, molto positiva, per i risvolti economici di stalla, che aveva ricevuto il finanziamento (PSR) sette anni fa e non più rifinanziato per ragioni connesse, presumibilmente, alla difficoltà di rendicontazione e di controllo.





La bilancia agroalimentare nazionale nel periodo gennaio-settembre 2017

Roma, 21 dicembre 2017 - Le esportazioni agroalimentari italiane si avviano a chiudere il 2017 con un nuovo livello record. Nei primi nove mesi dell'anno, infatti, il valore dei prodotti agroalimentari diretti all'estero è aumentato del 6,4% su base annua e ha raggiunto i 28 miliardi di euro. Con questo tasso di crescita, a fine anno sarà superata la soglia dei 40 miliardi. Il risultato deriva soprattutto dalla dinamica dell'industria alimentare che rappresenta oltre l'80% delle esportazioni del comparto e che ha aumentato le esportazioni del 7,1%. Anche l'export agricolo è cresciuto del 3,3% arrivando a 5,1 miliardi di euro.

Parallelamente anche le importazioni di prodotti



agroalimentari sono cresciute, ma a un tasso più contenuto rispetto all'export (+5,3% annuo), attestandosi a poco più di 33,3 miliardi di euro.

Di conseguenza, si evidenzia nei primi nove mesi del 2017 una riduzione del deficit della bilancia commerciale agroalimentare di 114 milioni di euro rispetto all'anno precedente. Considerando le due componenti del comparto, il miglioramento del saldo è da ricondurre all'industria alimentare che ha sfiorato 2 miliardi di surplus nel periodo in esame, aumentando di 441 milioni di euro su base annua. Il settore agricolo, invece, ha registrato un disavanzo superiore a 5,5 miliardi di euro, in

peggioramento di 328 milioni di euro rispetto ai primi nove mesi dello scorso anno.

(Ismea 21 dicembre 2017)

Bilancio nazionale totale e agroalimentare gennaio-settembre 2017 (mil. di euro, var. % e var. assoluta)

	2016	gen-set 2016	gen-set 2017	Var % 16/15	Var % 17/gen- set 16
Esport (mil. €)					
Agroalimentare	28.262	28.802	29.803	6,0	6,4
- Agricoltura	4.818	4.961	5.123	3,0	3,3
- Industria alimentare	31.545	33.841	34.680	4,2	7,1
Import (mil. €)					
Agroalimentare	43.994	39.458	33.345	8,0	5,3
- Agricoltura	13.765	10.154	10.644	0,1	4,0
- Industria alimentare	29.129	29.304	22.701	0,0	5,5
Saldo (mil. €)					
Agroalimentare	-4.541	-3.656	-3.542	1,64	114
- Agricoltura	-6.947	-5.193	-5.521	1,90	-328
- Industria alimentare	2.406	1.537	1.979	1,205	441

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati ISTAT

CIBUS

Agenzia Stampa Elettronica Agroalimentare - iscritta al tribunale di Parma al n° 24 il 13 agosto 2002.

cibus@nuovaeditoriale.net

www.cibusonline.net

SOCIETA' EDITRICE NUOVA EDITORIALE Soc. coop. a.r.l.

Via G. Spadolini, 2 43022 - Monticelli Terme (Parma)

www.nuovaeditoriale.net

codice fiscale - partita iva
01887110342

iscritta al registro imprese di
Parma 24929

testata editoriale iscritta al
R.O.C. al numero 4843

direttore responsabile
lamberto colla





[Pasta Andalini](#)



Innovazione nella tradizione

[Mulino Alimentare S.p.A.](#)



[Confcooperative Parma](#)

[Power Energia
Società Cooperativa](#)



[ITE
Italian Tourism Expo](#)

#birra #beverage #promozione
MariLu. La birra artigianale
Made in Parma

Nel 1816 Maria Luigia d'Asburgo Lorena arrivò a Parma e nulla fu più come prima dal punto di vista dell'arte, della cultura, del bel vivere e del gusto.

Questa birra morbida, elegante, profumata, prodotta artigianalmente nel cuore della Food Valley con ingredienti di eccellenza è dedicata Lei nelle due versioni **Amber** e **Blonde**



profumata grazie alla miscela moderna di luppoli aromatici.

Non filtrata, non pastorizzata.

Ingredienti: Acqua, malti d'orzo, fiocchi di segale, luppoli, lievito. Alc. 4% - 18 IBU

per eccellenza: morbida e semplice da bere, profumata, dorata, con schiuma finissima e bianchissima, amaro equilibrato e finale secco.

Non filtrata, non pastorizzata.

Ingredienti: Acqua, malti d'orzo, luppoli, lievito. Alc. 5,5% - 24 IBU

Per contatti e informazioni:

FROG.NET

www.frognet.it -

mail: info@frognet.it

tel: 392.9511643



MariLU Amber

è una birra ambrata chiara ad alta fermentazione in stile Pale Ale. Fresca, leggera e amarognola secondo la tradizione inglese. Molto

MariLU Blonde

è una birra chiara in stile Pils a bassa fermentazione, rigorosa ed equilibrata. La birra

#agroalimentare #vino #promozione
Dedicato a palati esperti e sapienti!



- **Brut Metodo Classico "La Rocchetta"**, un "Blanc de Blanc" che non teme confronti per il sapiente uso di **uve nobili**

q u a l i Chardonnay e Pinot Bianco e la



scrupolosa e lunga lavorazione. L'intensità paglierina del colore, reso brillante dalle ricchezza delle bollicine, una spuma intensa e persistente esprimono la raffinatezza di uno spumante che ha ricevuto importanti riconoscimenti ...

Parole, parole, parole ... **meglio degustare** la selezione di [StePa](#) offerta nello [SHOP](#) on line.

Con le **Card fedeltà** [Bronze](#), [Silver](#) e [Gold](#) avrete la possibilità di godere di ulteriori e fantastici sconti

