

Mensile del:



# notiziario TORREFATTORI

Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% NE/TS - ANNO XXVII - N. 9

Settembre 2016

## Grazie!



scintille.net



### KOLD

- TRASMISSIONE A CINGHIA
- MACINE CONICHE

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

**GRUDEN s.p.a.**  
Padova

imballaggi flessibili

**GRUDEN PADOVA s.p.a.**

Via Mattei, 12  
35020 Maserà di Padova (PD)  
Tel.++39 049 8860996  
Fax++39 049 8862671  
[www.gruden.it](http://www.gruden.it)  
e.mail: [gruden@gruden.it](mailto:gruden@gruden.it)

Il segreto del caffè di successo



*Pulitori certificati  
per macchine caffè  
macinini e montalatte*



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

## M100 HD

Inspired by the Future

Temperatura dell'acqua e pressione di estrazione:  
queste sono le variabili chiave di un espresso perfetto.

Con LaCimbali M100 HD è possibile impostare in maniera  
immediata e precisa la temperatura di erogazione di ogni  
singolo gruppo.

Il sistema HD permette di modulare la pressione durante  
tutto il processo, per esaltare al meglio le caratteristiche  
organolettiche di qualsiasi miscela di caffè.



PERFETTA  
EROGAZIONE

T° PRECISIONE





**Dal 1954 una Grande Organizzazione  
al servizio di tutti i Torrefattori Italiani**



*... non solo triveneto  
... ora italiana*



- **Consulenza**
- **Informazione**
- **Difesa della categoria**
- **Notiziario torrefattori**
- **Certificazione Espresso Italiano di Qualità**
- **Corsi sull'espresso**
- **Acquisti a prezzi agevolati  
con le ditte con noi convenzionate**



34141 Trieste - Via Ananian, 2  
Tel. 040 390044 - Fax 040 9384589 - E-mail: info@gttc.it

**www.gttc.it**





**Editoriale**

3 Grazie!

**Quesiti legislativi**

...il GTTC risponde

4 Pellicole - rifiuto particolare

5 Esportare in Belgio e Paesi Bassi

**Pillole d'export**

6 Esportare in Thailandia

**Trend talks**

7 Parola d'ordine: consapevolezza

**Attualità**

8 Bella, brava e... sostenibile

10 Bar e ristoranti i punti di ritrovo dell'estate degli italiani

11 Saggio di interesse

**Paesi Produttori**

12 IV Conferenza Mondiale sul Caffè

**Fiere ed Eventi**

14 Dai leader del caffè negli eventi più esclusivi alla formazione per chi vende al dettaglio

**Tra Innovazione e Tradizione**

16 Essere torrefattori oggi tra difficoltà e pregiudizi

**Costume e cultura**

18 Gli intellettuali nei caffè triestini

**Le Aziende informano**

21 India robusta Special Preparation for Best Coffee srl

**Rassegna stampa**

22 **Caffè e Salute:** Sì al caffè d'estate: l'idratazione non ne soffre

**L'Angolo del Consulente**

23 Termini di adesione e sospensione feriale

**24 ELENCO AZIENDE FORNITRICI CONVENZIONATE**

**Scadenario Fiscale**

26 Mese di settembre 2016

26 Spazi pubblicitari 2017

26 Quota associativa 2017

**Editoriale**

**Grazie!**



Pieno di dinamismo e di novità questo settembre. Abbiamo dato il via a una nuova rubrica grazie a cui, di mese in mese, potremmo focalizzarci su una tendenza in atto nell'universo caffè. Si chiama "Trend talks" ed è a cura di Theresa Sandalj. Il padre Vinko ha per moltissimi anni contribuito al nostro Notiziario con i suoi puntuali interventi sul mercato internazionale. Ora sarà la figlia Theresa a farlo, con un taglio fresco che ne coglierà gli aspetti innovativi, ed è davvero con grande piacere che le diamo il benvenuto.

Nella sezione dedicata ai vostri quesiti ci soffermiamo sui vincoli che riguardano lo smaltimento delle pellicole di caffè: vincoli che cozzano con il buon senso, ragione per la quale il Gruppo proverà a verificare se ci sono margini per promuovere una modifica alla normativa. La questione è molto semplice: perché non poter più cederle agli agricoltori? Questi le usavano come ottimo concime, semplificando le procedure di smaltimento per il torrefattore. Chissà se un ritorno al passato sarà possibile...

Con settembre cominciamo a riportare gli atti della IV Conferenza Mondiale sul Caffè di questa primavera in Etiopia: temi sempre validi e d'interesse che occuperanno lo spazio dedicato ai Paesi produttori

di qui ai prossimi tre numeri. E poi c'è uno spaccato sull'Italia dei bar di quest'estate che analizza i dati rilasciati dalla Fipe, e uno sguardo ai bar di una volta, punto d'incontro degli intellettuali.

Validi spunti di riflessione giungono dalla conversazione con Sara Morocchi, che racconta in che modo si stiano azionando i primi ingranaggi che renderanno la filiera del caffè più trasparente, così come è avvenuto in altri settori che sembravano inamovibili.

E poi i consigli, raccolti indirettamente, dall'esperienza dell'uomo più ricco della Cina, Jack Ma.

Eppure ciò che più ci preme ricordare questo mese è che ora diviene effettivo il cambio al vertice del Gruppo Italiano Torrefattori Caffè, sancito nell'ambito dell'Assemblea dello scorso 19 febbraio.

Marino Petronio, espressione delle piccole e medie torrefazioni vocate alla cura artigianale nella ricerca della qualità, prende a tutti gli effetti la guida del Gruppo, raccogliendo il proficuo lavoro di ben 12 anni del conte Giorgio Caballini di Sassoferrato. Sul prossimo numero prenderanno la parola, ma già ora un augurio di buon lavoro al nuovo Presidente e un sentito grazie al neo-Presidente onorario!

**Il Direttore responsabile**

**Editore:**  
GRUPPO ITALIANO TORREFATTORI CAFFÈ  
Aut. Trib. Trieste n. 772 del 24/01/1990

**Amministrazione:**  
CONSORZIO TORREFATTORI TRE VENEZIE  
34141 TRIESTE - Via G. Ananian, 2  
Tel. 040 390 044 - Fax 040 938 4589  
www.gttc.it - info@gttc.it

**Direttore responsabile:**  
Susanna de Mottoni  
e.mail: s.demottoni@me.com

**Grafica e fotocomposizione:**  
Giuliana Naso Baiez  
e.mail: ginabi@libero.it

**Stampa:**  
ARTGROUP GRAPHICS S.r.l.  
Via Malaspina, 1 - Trieste  
Tel. 040 828 382 - 040 828 384

**Hanno collaborato a questo numero:**  
Mattia Assandri, Antonio e Diego Franciosa, Giovanna Gelmi, Bernardino de Hassek, Maria Cristina Latini, Giacomo Mallano, Óscar René García Murga, Lorenzo Polojac, Theresa Sandalj

**Fotografie:** Archivio GITC  
**Pubblicità:** In proprio  
**CHIUSO in tipografia il 22 agosto 2016**

Il Notiziario Torrefattori non è responsabile dei contenuti degli annunci e degli spazi pubblicitari, della loro mancata pubblicazione o di loro inesattezze. Inoltre, la dirigenza, non si assume la responsabilità per gli articoli firmati. È vietata la riproduzione e l'utilizzazione di quanto qui pubblicato, salvo espressa autorizzazione scritta rilasciata dall'Editore.

**Informativa sulla legge che tutela la Privacy**  
In conformità alla legge 675/96 provvederemo ad inserire nell'archivio informatico della Redazione i dati personali forniti, garantendone la massima riservatezza e utilizzandoli unicamente per l'invio del periodico. Ai sensi dell'art. 13 della legge 675/96, i dati potranno essere cancellati dietro semplice richiesta da inviare alla Redazione.

quesiti legislativi



Come districarsi?  
...il GITC risponde:

## Domanda

**Com'è possibile che le pellicole di caffè siano considerate un rifiuto particolare? Fino a qualche anno fa venivano consegnate ai contadini che le adoperavano come un ottimo concime.**

## Risposta

Il Gruppo Italiano Torrefattori Caffè si adopererà per una modifica della Legge. Non sarà facile considerando che le pellicole di caffè fanno parte del Catalogo Europeo dei Rifiuti.

Le pellicole di caffè sono un sottoprodotto della tostatura del caffè e derivano principalmente dai caffè naturali che ne sono quasi completamente ricoperti, mentre i caffè lavati e semilavati ne contengono una quantità minore. Durante la tostatura le pellicole si distaccano dai chicchi e, per evitare che s'incendino in tamburo, vengono raccolte per aspirazione in cicloni. Dal ciclone possono venire estratte tal quali, occupando un notevole volume, o possono venire compresse in pellets che occupano volumi di gran lunga inferiori.

In base alla normativa vigente, sia che **le pellicole di caffè** siano considerate un rifiuto (il detentore si disfi o abbia deciso o abbia l'obbligo di disfarsi), sia che si voglia considerarle un sottoprodotto o una materia prima seconda (per esempio produzione di compost o mangimi) **non**

**possono essere conferite, anche se con atto di liberalità, a terzi per usi non previsti o consentiti** (per es. per utilizzo come tal quali in agricoltura).

Sulla base delle ricerche svolte, le pellicole di caffè difficilmente trovano utilizzo nei centri di compostaggio sia perché entrano in piccola parte nella formulazione del compost, sia perché attualmente diversi centri di compostaggio hanno chiuso. Anche se si fosse in grado di conferire le pellicole ad un centro di compostaggio, oltre alla loro caratterizzazione chimico-fisica, gli adempimenti burocratici a carico del produttore sono piuttosto gravosi, comprendendo anche il controllo del corretto utilizzo del prodotto.

Anche dal punto di vista della termovalorizzazione (per esempio costituzione di pellets per stufe) non trovano applicazione dato il basso potere calorifico.

Si consiglia pertanto il **conferimento delle pellicole di caffè come rifiuto (codice CER 02 03 04: rifiuti della preparazione e del trattamento di frutta, verdura, cereali, oli alimentari, cacao, caffè, tè e tabacco; della produzione di conserve alimentari; della produzione di lievito ed estratto di lievito; della preparazione e fermentazione di melassa)** alle ditte di smaltimento autorizzate.

In letteratura si trovano degli articoli su studi di utilizzo delle pellicole di caffè come ingredienti di novel-food per il loro basso contenuto lipidico, l'elevato contenuto in fibra insolubile ed il forte potere antiossidante. Attenzione, però, al

fatto che potenziali contaminanti del caffè tipo l'ocratossina si concentrano sulla superficie del chicco, e quindi sulla pellicola.

## Conclusioni

- Le pellicole sono un rifiuto speciale non pericoloso identificato da uno specifico codice CER (Catalogo Europeo dei Rifiuti) 02 03 04.
- Le pellicole, come previsto dalla normativa vigente sui rifiuti, devono essere conferite soltanto ai soggetti autorizzati allo smaltimento dei rifiuti.
- Le pellicole, poiché costituiscono un rifiuto, devono seguire le normative e gli obblighi vigenti sui rifiuti.
- I costi di conferimento dei rifiuti sono detraibili.
- I rifiuti devono essere raccolti ed avviati alle operazioni di recupero o di smaltimento secondo una delle seguenti modalità alternative, a scelta del produttore, con cadenza almeno trimestrale, indipendentemente dalle quantità in deposito; quando il quantitativo di rifiuti in deposito raggiunga complessivamente i 10 metri cubi nel caso di rifiuti pericolosi o i 20 metri cubi nel caso di rifiuti non pericolosi. In ogni caso, allorché il quantitativo di rifiuti pericolosi non superi i 10 metri cubi l'anno e il quantitativo di rifiuti non pericolosi non superi i 20 metri cubi l'anno, il deposito temporaneo non può avere durata superiore ad un anno (D.Lgs 152/06, art. 183, comma 2).

# Pellicole rifiuto particolare



- f) I rifiuti da avviare allo smaltimento finale devono essere il più possibile ridotti sia in massa che in volume (D.Lgs 152/06, art. 182, comma 2). Si consiglia pertanto di dotarsi di un compattatore per pellicole, anche perché in questo modo si riducono i costi di trasporto che generalmente sono a volume.
- g) Si ricorda che il D.Lgs 152/06, art. 179 (Criteri di priorità nella gestione dei rifiuti) al comma 2 prescrive:

*Nel rispetto delle misure prioritarie di cui al comma 1, le misure dirette al recupero dei rifiuti mediante riutilizzo, riciclo o ogni altra azione diretta ad ottenere da essi materia prima secondaria sono adottate con priorità rispetto all'uso dei rifiuti come fonte di energia.*

L'approccio del legislatore, nel rispetto dei principi e dei criteri stabiliti dalle norme comunitarie, è quello di favorire da parte delle singole industrie o delle associazioni di categoria studi e ricerche atti a trovare nuove soluzioni per il riutilizzo dei materiali di scarto.



# Esportare in Belgio e Paesi Bassi

## Domanda

**Abbiamo avuto richiesta di esportare in Belgio e Paesi Bassi del caffè tostato. Quali sono le norme da seguire?**

## Risposta

Segnaliamo il sito dell'Unione Europea che contiene un riassunto della normativa, attualmente in vigore in tutti gli Stati membri dell'UE, in materia di etichettatura e packaging dei prodotti alimentari pre-confezionati:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?qid=1428416947787&uri=URISERV:co0019>

Per quanto riguarda la lingua invece, c'è da considerare che la Commissione Europea ha adottato una comunicazione interpretativa relativa all'uso delle lingue per la

commercializzazione dei prodotti alimentari [COM(93) 532def. - Gazzetta ufficiale C 345 del 23 dicembre 1993], che stabilisce che le etichette devono essere redatte in una lingua facilmente comprensibile dal consumatore finale.

Pertanto, per il Belgio, le etichette devono essere redatte nella(e) lingu(e) della regione in cui vengono commercializzati i prodotti: il neerlandese per le Fiandre (= olandese, quindi anche per i Paesi Bassi), il francese per la Wallonia, francese e neerlandese per Bruxelles, francese e tedesco per la parte germanofona.

Non vengono, infine, richiesti certificati sanitari e la merce può viaggiare accompagnata dai normali documenti di trasporto.

Fonte: ICE Bruxelles



*I contenuti delle risposte pur se tratte da articoli o normative di legge vanno assunte come meramente informative, non utilizzabili in alcun modo quale consulenza/opera professionale; ogni interpretazione ivi contenuta è solamente indicativa e non assume valore di parere professionale. Il Notiziario Torrefattori declina ogni responsabilità per eventuali comportamenti assunti in base a tali risposte.*



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

Mazzer progetta e produce macchine di qualità e durevoli da oltre 65 anni. Per un funzionamento ottimale del macinadosatore/macinacaffè Mazzer, utilizza sempre macchine originali.







## Esportare in THAILANDIA



La Thailandia, ufficialmente Regno di Thailandia, è uno stato del Sud-Est Asiatico.

Confina ad Est con il Laos e la Cambogia, a Sud col Golfo di Thailandia e Malesia, a Ovest con la Birmania, a Nord con il Laos e Birmania.

**Popolazione:** circa 67 milioni  
**Capitale: Bangkok** 15milioni di abitanti. È la città più trafficata al mondo ed è una delle metropoli più grandi del pianeta

**Altre città principali:**  
**Nonthaburi** (270.000), **Nakhon Ratchasima** (174.000), **Chiangmai** (174.000)

**Religione:** Buddismo 95%, seguono i musulmani.

**Lingua ufficiale:** Thai.

**Economia:** Il tasso di disoccupazione è risultato

inferiore all'1%. Quasi il 70% dell'intera popolazione thailandese è costituito da agricoltori, che coltivano una

terra alluvionale così ricca che la Thailandia è al primo posto nel mondo per l'esportazione di tapioca, al secondo per quella di riso e di caucciù, al terzo per quella di ananas in scatola. Inoltre questo paese è tra i principali esportatori di zucchero, granoturco e stagno.

In via di sviluppo sono l'industria dell'abbigliamento e l'elettronica. In via di incremento il turismo internazionale che si concentra, in particolar modo, nella zona costiera. Il turismo contribuisce in modo significativo all'economia thailandese: circa il 6% del PIL.

Banane, caffè, tabacco, ananas, canna da zucchero e iuta sono le colture da piantagione principali, mentre la ricca vegetazione della Thailandia fornisce vari tipi di legname pregiato, come il teak, il sandalo e l'ebano. L'industria sta contribuendo con oltre il 43% del PIL, impiegando il 14% della forza lavoro.

La Thailandia sta diventando un centro per la produzione di automobili per l'ASEAN (Associazione delle Nazioni del Sud-Est asiatico). Toyota e Ford sono attive in Thailandia e l'espansione del settore automobilistico ha aumentato la produzione di acciaio nazionale.

**Valuta:** Bath Thailandese (THB)

1 THB = 0,0257647 EUR      1 EUR = 38,8128 THB

1 THB = 0,0284494 USD      1 USD = 35,1490 THB

## DOCUMENTI

In Thailandia può essere liberamente importata la maggior parte delle merci. I prodotti alimentari sono oggetto di controlli specifici.

### a) Fattura commerciale

Redatta in inglese, in triplice copia. Deve riportare le seguenti informazioni:

1. Paese di acquisto delle merci, Paese di spedizione così come Paese di origine.
2. Data del contratto di vendita.
3. Menzionare:
  - se le merci sono state oggetto di vendita definitiva e se è stato concluso un contratto di vendita;
  - se la vendita è fatta in consegna;
  - o se le merci sono spedite a destinazione di una succursale o filiale ecc..
4. Marca, numero, valore e descrizione dei colli ed il peso lordo totale e di ciascun collo.
5. Dettaglio delle merci: denominazione, specie, qualità, quantità, peso netto totale e di ciascun collo.
6. Prezzo di vendita o valore unitario espressi nella valuta del contratto.
7. Spese diverse:
  - premi assicurativi;
  - trasporto;
  - eventuali commissioni;
  - altre spese.

### b) Certificato di origine

Solo su richiesta dell'importatore. Redatto sul formulario comunitario e vistato dalla Camera di Commercio di competenza.

### c) Certificato di non contaminazione radioattiva

Richiesto per i prodotti agro-alimentari, soprattutto caseari. Si suggerisce farsi confermare l'obbligo dal proprio cliente.

### d) Documenti di trasporto

- polizza di carico;
- polizza assicurativa;
- lista dei colli.

N.B.: è possibile l'esportazione temporanea, secondo procedura del Carnet ATA, per le seguenti merci:

- campioni commerciali;
- merce destinata a fiere, mostre ed altre manifestazioni commerciali;
- materiale professionale (macinini, macchine da caffè ecc.).

## ETICHETTATURA

- La lingua ufficiale per l'etichettatura dei prodotti alimentari è il thailandese.
- I valori nutrizionali per gli alimenti di uso corrente è facoltativa.
- Denominazione del prodotto.
- Produttore.
- Peso netto.
- Data di scadenza.

Fonte: ICE Bangkok



Foto:  
Fulvio Eccardi



# Parola d'ordine: consapevolezza

di THERESA SANDALJ

Per lungo tempo la sostenibilità economica non è stata in cima ai nostri pensieri. L'apparente abbondanza di risorse - tutt'altro che tale - e l'esponenziale crescita economica, sembravano processi sostenibili nel tempo. Al contrario non c'è stata progettualità a lungo termine e ci troviamo ora, con risorse limitate, di fronte ad alcune realtà dal futuro incerto.

La produzione di un prodotto agricolo come il caffè ne è un perfetto esempio. La filiera all'origine affronta l'imprevedibilità dei cambiamenti climatici, una diminuzione della produttività del suolo e le conseguenti volatilità. Dobbiamo oltretutto tenere conto che la maggior parte della produzione di caffè, viene considerata per il suo valore come strumento finanziario. Ciò si riflette su oltre 25 milioni di famiglie, il cui sostentamento dipende dal caffè.

Considerato come commodity, il prodotto avvantaggia pratiche poco sostenibili e il suo valore - così come il ritorno economico dei coltivatori - resta suscettibile a pericolose fluttuazioni finanziarie. Solo uscendo dal concetto di commodity si ottiene la differenziazione qualitativa del caffè a cui finalmente vengono conferite caratteristiche di tracciabilità e gusto. Nel contempo, le esistenti

problematiche legate al clima compromettono la produzione degli Arabica - più delicati dei Robusta - di alta qualità, rendendo sempre più difficoltosa la loro reperibilità a prezzi ragionevoli.

Una strada da percorrere è l'attuazione di modelli di business che definiscano una distribuzione di valore più equa lungo la filiera. Rischia però di essere prematura in un mondo in cui il consumatore non domanda prodotti di qualità tracciabile. A monte vi è scarsa consapevolezza, una mancanza che invece abbiamo visto colmare nel parallelo mondo del vino.

Parlo di conoscenza del prodotto, della sua qualità e della sua tracciabilità. In questa direzione si sta già muovendo la cultura dei caffè specialty che, sull'esperienza del settore vitivinicolo, propone la divulgazione delle informazioni sul caffè. Così come il consumatore meno interessato sa distinguere un vino per il suo terroir, per la varietà e per l'etichetta, allo stesso modo, ci auspichiamo che gli "abitudinari del caffè" possano conoscerne le origini produttive e, di conseguenza, comprendere le variabili che rendono ogni tazzina unica. Affinché ciò sia possibile, chi opera nel settore deve fornire degli strumenti.

Mi piace pensare che la condivisione di conoscenze possa iniziare dai baristi, come punto di contatto tra la filiera e la domanda. Penso, ad esempio, ai coffee shop dei paesi anglosassoni che già da anni espongono fotografie evocative e lavagne con descrizioni dettagliate sui caffè in offerta, sulle singole origini o sulle miscele, magari affiancandole ad aneddoti e storie. Anche senza tanti sforzi, si comincia suscitando curiosità nella clientela e si mette in moto un processo di maggior consapevolezza.

Questa è la via per convincere il consumatore a dare alla tazzina un valore più alto: solo in questo modo sarà disposto a pagare di più, con effetti positivi per l'intera catena di produzione, a partire dalle famiglie che lavorano nei paesi d'origine. Le nostre aziende cosa ne ricavano nel bottom line? Un modello etico d'impresa porta vantaggio a immagine e reputazione aziendali. In secondo luogo, una pianificazione sul lungo periodo, basata su concetti e pratiche sostenibili, consente ad aziende di restare nel mercato, generazione dopo generazione.

Mi piace credere che il primo passo stia nella formazione, sia dei baristi sia dei consumatori.





Intervista a Sara Morrocchi  
di Vuna Origin Consulting

## Bella, brava e... sostenibile

### Analisi del presente e del futuro della filiera del caffè

Ci sono persone che in un solo scambio di battute ti conquistano per la loro intelligenza, professionalità e per la passione che ci mettono in quello che fanno. Sara Morrocchi è una di queste.

Individuata grazie ad un suo recente intervento al World of Coffee di Dublino, questa esperta di scienze sociali si è formata sul campo a partire dai primi anni del 2000, quando collaborava a progetti di sviluppo nelle zone rurali dell'Est Africa, diventando ben presto Supply Chain Manager per una grande organizzazione americana, Sustainable Harvest, importatore di speciality coffee e pioniere di quello che viene chiamato il "relationship trade model", ovvero un nuovo modo più consapevole e più diretto di commerciare, creando più relazione tra il produttore e il consumatore.

Raggiunta telefonicamente nella sua nuova sede di Amsterdam, dove oggi lavora come consulente per progetti di analisi e costruzione di catene del valore sostenibili, inclusive ed economicamente robuste, ci racconta il suo punto di vista sul presente e futuro del caffè: "Per anni ho studiato il ruolo

dell'importatore di speciality coffee: logistica, controlli di qualità, costi operativi, gestione del rischio, finanza. E posso dirvi che ci sono molteplici nuovi strumenti che aiutano a rendere più trasparente il rapporto tra il produttore e il torrefattore, aumentando la qualità del prodotto e la consapevolezza del consumatore".

Molti dei progetti fatti di recente presso cooperative di produttori riguardano la formazione sul price risk management: "Spesso bisogna proprio partire dalle basi, capire quali sono i costi fissi e i costi variabili e come tutelarsi dalla volatilità dei prezzi della Borsa. Rimangono fondamentali tutti gli attori della filiera, dai broker agli intermediari, ma si cercano soluzioni di pre-finanziamento che aiutano il cash-flow e di trade finance (hedges, prodotti derivati, futures) che aiutano a sostenere il rischio o addirittura a girarlo a nostro favore". E questo è stato un percorso fatto di recente presso delle cooperative in Honduras.

Come vede il futuro della filiera? "Vedo un mondo che sta cambiando velocemente. Soprattutto all'estero, vedo maggiore consapevolezza del

consumatore, che si documenta anche sulle singole origini e utilizza nuovi strumenti per conoscere. In Italia siamo un po' lenti su questo fronte, resta molto forte la cultura dell'espresso, a parte singoli casi che cercano di proporre un approccio diverso. Dipende anche da una scarsa preparazione e attenzione del consumatore, che quindi andrebbe formato. Mi aspetto però che da qui ai prossimi 15 anni vi sia un totale cambiamento della proposta di valore dei torrefattori, e questo dipenderà soprattutto dalla cosiddetta shared economy. Pensiamo a quanto han cambiato il mondo piattaforme digitali quali Airbnb (per l'ospitalità) o Uber (al posto dei taxi). Un cambio simile sta avvenendo anche nel settore horeca. Esistono già piattaforme dove è possibile acquistare direttamente all'origine: servirà sempre il ruolo dell'importatore per la gestione delle attività operative, ma saranno accessibili molte più informazioni e lavorando da remoto si abatteranno i costi over-head, i costi fissi".

Quello che ci affascina dei discorsi di questa professionista è la sua





**COFFEEFRIENDS**  
**Green Coffee Trade**

**di Fulvio Zugna**  
Via Milano, 18 - 34132 Trieste  
tel. +39 040 247 2766 cell. +39 335 569 7513

**www.coffeefriends.it**  
trade@cofffeefriends.it  
fulvio.zugna@cofffeefriends.it

visione completa, tipica di chi vive fuori dal nostro contesto nazionale da molti anni e si è formata sul campo attraverso esperienze condivise con ONG, torrefattori, produttori di caffè e di cacao. Ma anche dal suo modo, tutto italiano, di raccogliere nuove sfide con estro e passione: "C'è tanto da fare, con crudisti e torrefattori,

per analizzare e migliorare la value chain, individuando soluzioni già esistenti o inventandone di nuove e creative".

Per maggiori informazioni sui progetti passati e futuri di Sara Morrocchi:  
[www.vunaoriginconsulting.com](http://www.vunaoriginconsulting.com)

fm

**Astoria®**  
Drink espresso

COFFEE IS  
A MATTER  
OF STYLE



*Plus 4 You TS*

Scopri tutte le qualità di Plus 4 You TS su:  
**ASTORIA.COM**



Secondo i dati della FIPE il 70% degli italiani è rimasto in città

# Bar e ristoranti i punti di ritrovo dell'estate degli italiani

**Confermato l'aumento generale dei prezzi per bar e ristoranti**

di MATTIA ASSANDRI



Estate di lavoro per i pubblici esercizi italiani, il 70% dei quali quest'estate ha tenuto aperto.

Una scelta azzeccata dato che, in base allo studio rilasciato dalla Fipe il 28 luglio, circa 7 italiani su 10 hanno deciso di trascorrere le vacanze estive a casa e solo 3 sono invece partiti o avevano in programma di farlo.

Si conferma quindi il trend degli scorsi anni che ha visto crescere sempre di più il numero dei locali "aperti per ferie".

Analizzando i dati in base alle tipologie di locali emerge che a tenere aperto anche nei mesi più caldi sono stati il 67% dei bar (negli anni prima della grande crisi erano il 55,6%) e il 71,2% dei ristoranti (erano il 59,1%), a conferma del rilevante cambiamento avvenuto nelle abitudini degli italiani.

Nei mesi estivi le metropoli non sono più luoghi deserti o frequentati solo da turisti, nei quali le poche persone rimaste devono aggirarsi per ore alla ricerca di un locale aperto, ma spazi urbani popolati da molti residenti che per motivi economici o per scelta non sono andati in vacanza. Una dimensione nella quale bar e ristoranti sono quindi diventati i principali luoghi di riferimento per il tempo libero.

Cambiamenti che influenzano quindi anche l'occupazione, perché tra gli oltre 43 milioni di residenti che non sono andati in ferie ci sono le centinaia di migliaia di lavoratori (tra dipendenti e imprenditori), che operano in

ristoranti, bar, stabilimenti balneari e discoteche, comparto nel quale, secondo i dati della Fipe, in estate si tocca il picco massimo dell'occupazione con un incremento di 94 mila lavoratori sulla media dell'anno, determinato in parte dalla riapertura di imprese a carattere stagionale e in parte dalla più generale intensificazione dell'attività.

I dati del turismo sono però positivi perché dopo il periodo critico compreso tra il 2008 e il 2015, sale seppur in maniera molto contenuta la percentuale di italiani che vanno in vacanza, la quale passa dal 28,3 del 2015 al 28,9. "Dopo sette anni torna il segno più anche per il turismo nazionale - ha dichiarato il presidente di Fipe Lino Enrico Stoppani -. I tempi d'oro restano purtroppo un miraggio se pensiamo che nel 2008, quando la crisi non si era ancora fatta sentire al di qua dell'oceano, la percentuale di chi sceglieva di fare una vacanza, in Italia o all'estero, tra luglio e settembre sfiorava il 50%. Da allora il turismo italiano della stagione estiva ha perso 11 milioni di viaggiatori. Confidiamo di poter proseguire nell'incrementare, seppur gradualmente, questo trend positivo, concentrando gli sforzi sull'efficienza e la qualità dei servizi: secondo i dati Fipe alloggio e ristorazione si confermano servizi fondamentali con una quota di oltre il 50% sul totale della spesa turistica".

A condizionare pesantemente l'andamento del turismo sono stati





## Saggio di interesse per ritardo nei pagamenti commerciali

È stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale 1° agosto 2016, n. 178, il Comunicato del MEF in merito al saggio di interesse da applicare a favore del creditore nei casi di ritardo nei pagamenti nelle transazioni commerciali.

In particolare, il documento precisa che per il periodo 1° luglio - 31 dicembre 2016, il tasso di riferimento è pari allo 0% ai sensi dell'art. 5, D.Lgs. n. 231/2002, come modificato dalla lett. e), comma 1, art. 1, D.Lgs. n. 192/2012.

Per i prodotti alimentari compreso il caffè il **tasso** per il **secondo semestre 2016** sarà del **10,00%** così calcolato:

Tasso BCE = 0,00% + D.Lgs 192/2012 = 8% + 2,00% = **10,00%**

l'avvio di stagione caratterizzato dal maltempo e la difficile situazione politica mondiale.

Se da un lato il terrorismo ha allo stesso tempo scoraggiato molti italiani ad andare all'estero e spinto molti stranieri a scegliere il nostro Paese, dall'altro l'annunciata uscita dell'Inghilterra dall'Unione Europea e la crisi del sistema bancario

hanno agito da contrappeso negativo.

Infine va segnalato il calo dei prezzi del comparto turistico rispetto allo scorso anno dovuto soprattutto all'abbassamento dei costi di trasporto (-2,8%) e alloggio (-2,7%), con l'unica eccezione dei prezzi della ristorazione che salgono del 1,3%.



# 100 TOUCH

La San Marco One Hundred



La San Marco  
Made in Italy

## TOUCH THE FUTURE



[www.lasanmarco.com](http://www.lasanmarco.com)  
[info@lasanmarco.com](mailto:info@lasanmarco.com)

6-8 marzo, Addis Abeba, Etiopia

# IV Conferenza Mondiale sul Caffè

## Prima parte

di ÓSCAR RENÉ GARCÍA MURGA

Dal 6 all'8 marzo di quest'anno si è svolta ad Addis Abeba, capitale dell'Etiopia, la IV Conferenza Mondiale del Caffè, che segue quelle di Londra (2001), Brasile (2005), Guatemala (2010). Tema centrale della Conferenza era "Nurturing Coffee Culture and Diversity".

L'evento comprendeva 7 pannelli di discussione, 35 relatori e moderatori e 900 partecipanti che contavano ministri, ambasciatori, dirigenti d'alto livello, rappresentanti del settore privato, produttori e ricercatori scientifici di tutto il mondo. L'Organizzazione Internazionale del Caffè (OIC), con base a Londra, ha pianificato l'incontro insieme al governo e alle autorità etiopiche, e la conferenza ha portato moltissime idee e informazioni sulla situazione del mondo del caffè a livello globale.

Ho preso visione dei filmati disponibili nel sito dell'OIC. Riporto qui i miei appunti sulle più significative dichiarazioni di ogni pannello di discussione.

### Pannello 1

#### Tema: Verso un caffè diverso e sostenibile

**Moderatore:** Mrs. Geraldine J. Fraser-Moleketi, Special Envoy on Gender, ADB (African Development Bank)

Mr. Abdullah Bagersh, Chairman, African Fine Coffees Association, AFCA (Africa Fine Coffees Association)

Mr. Fred Kawuma, Secretary General, IACO (Inter African Coffee Organization)

Mr. Roberto Vélez, General Manager, National Federation of Coffee Growers of Colombia

Ms. Jingya (Lucy) Fu, Secretary General, Chinese Coffee Association

Mr. Carlos Brando, Independent coffee expert, Brazil .

La qualità e la produttività richieste al coltivatore hanno senso se questo partecipa equamente al guadagno.

La produzione è crollata in **Africa** per la poca retribuzione economica al coltivatore. L'Africa ha 25 Paesi produttori, contro i 18 dell'America Latina e gli 11 dell'Asia e Oceania, e bisogna purtroppo ricordare che 8 dei 25 Paesi cafeeicoli africani sono catalogati tra i 10 più poveri del mondo. La produzione africana è scesa dal 27% della produzione

mondiale al 12%. L'Etiopia, con 90 milioni d'abitanti, ha un consistente mercato domestico dove il caffè non si consuma soltanto nelle cerimonie del caffè, ma esiste un mercato con venditori ambulanti in punti d'incontro quali ad esempio le stazioni ferroviarie e degli autobus che si aggiungono alle migliaia di caffetterie. La macchina di caffè italiana è di casa in Etiopia da oltre 30 anni.

Il caffè è preparato secondo modalità e usi nazionali. In Etiopia è consuetudine consumarlo insieme al burro per dare alimento durante le grandi fatiche e qualche volta si beve con il sale e non zuccherato. In Vietnam invece si beve caffè con limone. In Arabia si beve il caffè con zenzero e cardamomo. Dal fiore del caffè si ricava un tè molto apprezzato e costoso. I prezzi del mercato internazionale del caffè sono però troppo bassi per l'Africa e non solo per l'Africa.

Nel continente africano la produttività arriva a 300 kg/ha.

In **Colombia**, dove la produttività è inferiore rispetto al Brasile e al Vietnam, si arriva a 700 e 1000 kg/ha; ma il Vietnam produce soltanto Robusta. I prezzi del mercato sono però troppo bassi anche per i produttori colombiani i quali lamentano che solo la mano d'opera rappresenta il 60% dei costi.

In **Cina** la produzione e il consumo domestico sono in rapida crescita. Il governo promuove iniziative imprenditoriali dei giovani e aprire un caffè in Cina è una tendenza





consolidata dal 2012. Il caffè è la bibita della gioventù che apprende una nuova cultura. Se il caffè diverrà popolare come il te, il consumo sarà enorme. La popolazione attuale cinese è di 1.400.000.000 abitanti

In **Brasile**, sostenibilità e diversità sono termini essenziali. Una gran parte della produzione del Brasile oggi è verificata e certificata. Il 30% è certificata Rainforest Alliance, UTZ (parola Maya che significa buono), però esiste anche una certificazione Minas. Il produttore è un attore fondamentale per la sostenibilità del caffè. Un caffè "marcato" non è forzatamente sostenibile. Oggi sono disponibili 2 milioni di sacchi con certificazione Minas. Sicuramente almeno il 50% della produzione del Brasile è sostenibile, ma dobbiamo dare maggiore importanza al lavoro sul campo che alle "marcature". Dobbiamo poi dimostrare al produttore che produrre caffè sostenibile può anche rappresentare importanti vantaggi economici.

## Pannello 2

### Tema: Tendenze nel consumo del caffè

Moderatore: Dr Demese Chanyalew, Agricultural Economist

Mr. Andrea Illy, CEO (Chief Executive Officer), illycaffè

Mr. Giuseppe Lavazza, Vice Chairman, Lavazza

Mr. Cornel Krummenacher, CEO (Chief Executive Officer), Nestlé Equatorial African Region based in Kenya.

Mr. Philippe Juglar, President, AVPA (Agency for the Valorization of Agricultural Products)

Mr. Barry Yuen, Chairman, Speciality Coffee Association of Hong Kong

L'esperienza dell'Expo 2015 di Milano ci dà notizie positive sui consumi di caffè. Nel Coffee Cluster Expo 2015, gestito dalla Illy, dove erano presenti Etiopia, Burundi, El Salvador, Kenya, Ruanda, Uganda, Yemen, Guatemala, Repubblica Dominicana e Timor Leste, sono passati 13 milioni di visitatori.

Questo cluster ha calamitato molta attenzione sul caffè e attualmente due dei tre più importanti operatori italiani stanno portando avanti insieme alla cooperazione del nostro Paese un'importante progetto rivolto ai piccoli produttori etiopici.

L'OIC ci informa che il consumo globale del caffè è cresciuto del 3%. Se prendiamo in considerazione l'aumento demografico noteremo che questo valore rappresenta il quadruplo della tasso media composta di crescita del consumo di caffè di 20 anni fa, un dato straordinario.

Ma quando si parla del consumo futuro dobbiamo considerare tre tendenze importanti:

- Differenziazione.
- Consolidazione dell'industria iniziata 3 anni fa.
- Cambiamento climatico.

Possiamo comparare la differenziazione del caffè con quella del vino. Non si trovano sul mercato due bottiglie uguali e numerose persone diventano dei *connaisseur*.

Per quanto riguarda la consolidazione dobbiamo far notare che 37% dell'industria mondiale del caffè è in mano a due transnazionali, che tale percentuale potrebbe crescere e di conseguenza queste potrebbero far pressione sui prezzi delle materie prime.

Per quanto riguarda invece il cambiamento climatico, se estrapoliamo come tasso media composta di crescita non il 3% dello scorso anno, bensì il 2%, avremo bisogno di duplicare il caffè che produciamo oggi. Esiste però un problema già indicato da diversi scienziati ed è il fatto che nell'anno 2050 l'area disponibile per il coltivo del caffè, almeno per quanto riguarda la varietà Arabica, sarà dimezzata. Dunque il problema diventa quadruplicare la produttività nei prossimi 35 anni.

Rubrica a cura di:

Ing. ÓSCAR RENÉ GARCÍA MURGA  
Consulente all'esportazione  
Settore Meccanico-Industriale e Agro Alimentare.  
Ricerca e analisi di mercato. Ricerca e analisi di prodotto.  
Organizzazione vendita e acquisto. Controllo idoneità CE.  
Lingue: Inglese, Francese, Tedesco, Spagnolo, Italiano.

Studio: Via Gasser 4 - 34142 Trieste (TS) - Italy  
Tel/Fax: 0039 040 943632 - Mobile: 0039 340 7085 337 - E.mail: oscargarcia@libero.it



Questo rappresenta uno spartiacque tra Arabica e Robusta con notevoli vantaggi per il Robusta, in quanto è un cultivar con miglior adattamento al cambiamento climatico ed è a più buon mercato per la produzione in serie. L'Arabica è in svantaggio perché il primo impatto del cambiamento climatico influirà sulla qualità, il secondo sulla quantità. Esistono diversi progetti per l'adattamento del coltivo dell'Arabica con il cambiamento climatico, ma non siamo in grado di stabilire né l'urgenza né il tempo necessario.

E lecito pertanto pensare a un Piano Globale per il Caffè Arabica, un partenariato pubblico e privato internazionale per dare coordinamento istituzionale al trasferimento di know how.

Continua



25 - 26 settembre  
Canada  
Mississauga

5 - 7 settembre  
Germania  
Amburgo



15 - 16 settembre



30 settembre  
2 ottobre  
Stati Uniti  
Anaheim



16 - 18 settembre  
Stati Uniti  
New York



fiere ed **Eventi**

Gli “eventi al caffè” di settembre fra Europa e Nord-America

## Dai leader del caffè negli eventi più esclusivi alla formazione per chi vende al dettaglio

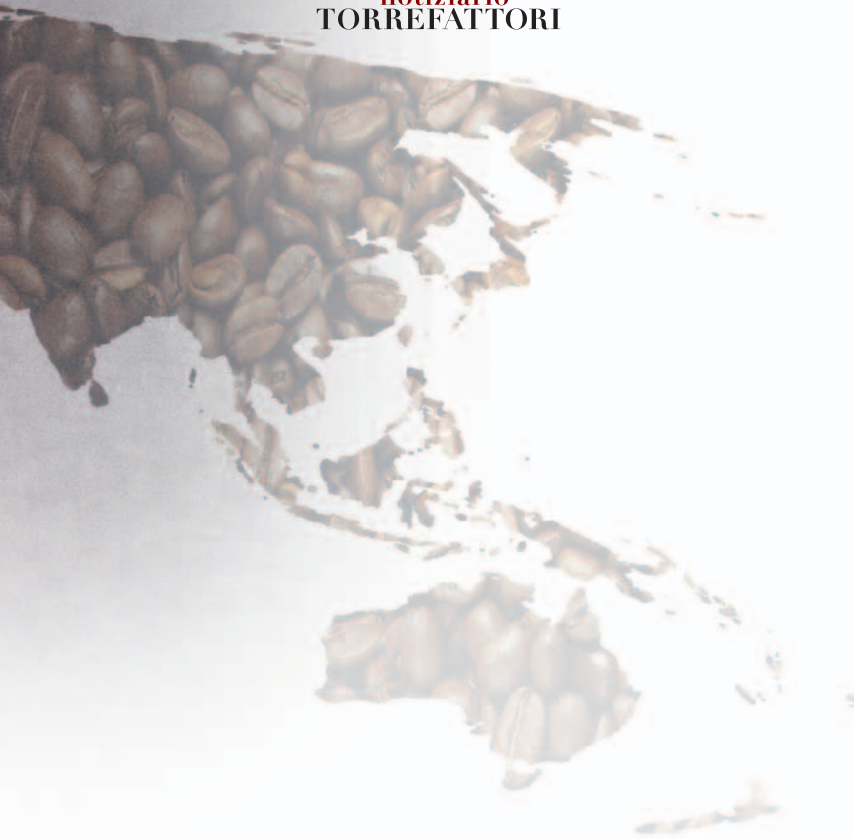
Il mondo degli “eventi al caffè” riparte con grande energia anche in questo settembre che vede l'Europa ospitare il primo fra gli incontri della nostra rassegna; partiamo dunque dalla **Germania**, da **Amburgo** dove **dal 7 al 9 settembre** si tiene **Coteca** (Coffee, Tea, Cocoa), l'unica “business platform” - assicurano gli organizzatori - che riunisce nello stesso luogo i tre settori di caffè, tè e cacao oltre che la principale fiera di settore in Europa dedicata ai leader di mercato provenienti da tutto il mondo. La collocazione geografica della città portuale di Amburgo, che rappresenta per l'Europa un importante “ingresso” per diverse materie prime, favorisce e fa da volano a questo appuntamento che si rinnova in un luogo divenuto centro di incontro per molti importanti operatori del commercio di tè e caffè; infatti Coteca si conclude con un paio di giorni dedicati a “conferenze di alto profilo”,

momento di incontro di esperti e di “decision makers”.

Ci spostiamo ora negli **Stati Uniti**, a **New York**, dove il **15 e 16 settembre** torna, per il secondo anno consecutivo, l'**Allegra World Coffee Portal CEO Forum** che quest'anno - assicurano gli organizzatori - offre una carrellata di relatori senza precedenti; l'Allegra Forum rappresenta - continua l'organizzazione - un appuntamento a livello globale e allo stesso tempo esclusivo, coinvolgendo “senior leaders” e “influencers” che provengono dal settore del caffè oltre che da quello del cibo da asporto che si occupa anche di caffè per l'appunto. I partecipanti all'evento possono seguire la conferenza dal titolo “Ultimi innovatori e minacce ed opportunità per grandi marchi” e partecipare ad uno “study tour” attraverso le caffetterie e le torrefazioni locali, oltre a poter

usufruire di un “vip access” per il concomitante **New York Coffee Festival (16-18 settembre)**, sempre da Allegra organizzato. Giunto alla sua seconda edizione, il **New York Coffee Festival** offre al pubblico la possibilità di partecipare a una serie di seminari e dimostrazioni varie oltre che ad assaggi gratuiti di caffè, un po' nello stile dei già avviati London e Amsterdam Coffee Festival sempre da Allegra Events organizzati. Il festival newyorchese si attende un flusso di più di 12.000 visitatori fra statunitensi e non ed anche in questa occasione, sempre ricalcando l'esperienza dei suoi “omologhi” europei, intende donare il 50% del ricavato dalle vendite dei biglietti d'ingresso al Project Waterfall (progetto che raccoglie fondi destinati a rifornire di acqua pulita alcune aree del mondo dove nasce e cresce il caffè). Rimaniamo nel continente nordamericano ma ci spostiamo





## A caccia di idee e di percorsi di formazione per perfezionare un'attività o avviarne una nuova

di MARIA CRISTINA LATINI

in **Canada**, a **Mississauga** (vicino a Toronto) dove il **25 e 26 settembre** si svolge il **Canadian Coffee & Tea Show** creato su misura - come sottolineano gli organizzatori - per rivenditori, ristoratori e operatori del settore alimentare in genere. L'evento dedicato a tè e caffè - continuano - offre un ampio programma di formazione pensato sia per nuovi imprenditori che per i dipendenti di catene di negozi; viene descritto come il maggiore appuntamento del settore nel Paese, dove sono messi in mostra sia prodotti provenienti dal Nord America che dal resto del mondo, inoltre, durante l'evento si tengono anche i campionati canadesi ai baristi dedicati.

Ritorniamo negli **Stati Uniti** e ci spostiamo pochi chilometri a sud di Los Angeles, ad **Anaheim** dove dal **30**

**settembre al 2 di ottobre** si svolge il **Coffee Fest Anaheim**, incontro della serie denominata "Coffee Fest" appunto e che ripropone, con qualche variante, uno schema omologo anche a Nashville e Chicago, le altre città statunitensi nelle quali in date differenti dell'anno si tiene. Nel leggere il ricco calendario di seminari a pagamento che l'evento californiano propone c'è da sbizzarrirsi: viene insegnato come creare un buon menù di cibi e bevande, come diventare un buon barista e usare al meglio la macchina per fare il caffè espresso; interessante è infine notare come anche in questo evento ricorra il tema della formazione dalla a alla zeta del futuro imprenditore che intende aprire una caffetteria dove, nel perfetto stile "coffee shop", assieme al caffè si vende sia il cibo dolce che quello salato.



Espresso by  
**ROYAL**



**T.C.I. SYSTEM**  
TEMPERATURA  
CONTROLLO  
INDIPENDENTE  
PER OGNI  
SINGOLO  
GRUPPO DI  
EROGAZIONE  
CAFFÈ.

# BLUE DETAILS



## GALILEO

Disponibile nelle versioni 2-3-4 gruppi, 14-21-27 litri, gruppi erogazione termocompensati a circolazione termosifonica "NO LIMITS".

**EROGAZIONE :**  
A dosatura elettronica - Semia/automatica pulsante - A levetta

Scocca completamente in acciaio inox 18/8, luci laterali di cortesia, luci piano lavoro, eventuale personalizzazione cliente.

**CBC ROYAL FIRST srl**, Scomigo di Conegliano (TV)  
Tel. +39 0438 394977 info@royal1.it [www.royal1.it](http://www.royal1.it)

Dalle interviste a Jack Ma spunti per il mondo dei torrefattori

# Essere torrefattori oggi tra difficoltà e pregiudizi

**Tre cose che puoi fare subito per gestire il tuo mercato**

di GIOVANNA GELMI



L'innovazione in ambito tecnologico ha permesso un notevole aumento della velocità di scambio di informazioni e ne ha aumentato il volume al punto che di anno in anno il tempo dedicato a rispondere alle mail e a leggere le comunicazioni aziendali aumenta sempre di più. Le tecniche sono più rapide, il tempo è rimasto quello di sempre. Come fare?

Voglio raccontarvi una storia, fino a pochi anni fa e forse ancora oggi nessuno riconosceva il suo viso e vi assicuro che c'è ancora chi riesce a dire "il solito venditore di paccottiglia cinese" a Jack Ma, l'uomo più ricco della Cina, 248 miliardi di fatturato e 700 milioni di utenti registrati sul sito di sua creazione Alibaba, la più grande società di commercio online al mondo. Un vero record per questo insegnante di inglese. Nato nel 1964, durante la rivoluzione culturale cinese, Jack decise a 12 anni di imparare l'inglese da solo offrendosi gratis come guida turistica. Caso volle che nel 1995,

a 35 anni, venne chiamato come interprete per una delegazione commerciale diretta a Seattle. Proprio in America ebbe la prima possibilità di connettersi a internet: fu una vera folgorazione, al punto che tornato in patria riuscì a convincere alcuni soci a raccogliere la somma necessaria per avviare un sito di commercio online, un campo nel quale lui stesso non aveva nessuna esperienza.

In una intervista è lo stesso Ma a dire: "Quando raccontai la mia idea mi dissero che era la cosa più stupida che avessero mai potuto sentire".

Secondo Jack: "Non importa ciò che si fa, a prescindere dal fallimento o del successo, l'esperienza è una forma di successo in sé. Devi continuare a provare, e se non funziona, si può sempre tornare a quello che stavi facendo prima".

Oggi è uno dei 100 uomini più importanti al mondo, assume per lo più donne perché sono più precise e più predisposte a prendersi cura del cliente, che è, secondo Ma, la sua vera forza.

Voi direte ma lui aveva un vantaggio, quale? Era il primo, era cinese, era determinato, sapeva l'inglese... insomma qual è il vero vantaggio di Ma?

Ci viene in aiuto un vero genio del marketing, Seth Godin: il marketing è insegnare. Jack Ma è un insegnante, che sa fare davvero il suo lavoro, insegnare, cioè

spiegare i propri prodotti. Se volete vendere, dovete saper insegnare e smettetela di mentire! Non è "il più buono, il più aromatico, il più simpatico", uscite dal biliardino mentale del confronto e iniziate a dire che cosa è, come si prepara, come si serve, come si gusta, come si accompagna, come prendersene cura: spiegate, non elogiate, i contenuti del vostro prodotto e fatelo con sincerità e franchezza. Senza spot ridicoli. È sempre Jack Ma a dichiarare "i falsi che vengono prodotti oggi sono meglio degli originali e la lotta alla contraffazione è sempre più difficile. Le aziende del falso usano le stesse fabbriche, gli stessi materiali grezzi dei marchi originali ma non i loro nomi".

Se mentite, sappiate che chi mente meglio di voi ed a prezzi più bassi è dietro l'angolo.

Se oggi volete restare sul mercato, ecco tre cose che potete fare subito:

1) Smettetela di lamentarvi, lamentarsi non è una strategia. In Italia viviamo in una cultura del lamento, un lamento continuo per tutto quello che non va, il risultato è che convogliamo una marea di energia verso quello che non funziona e perdiamo l'occasione di vedere le opportunità che si presentano.

Lamentarsi consuma energia, ci stanca e non ci permette di ricaricare le pile. Invece di lamentarvi, dormite. Dormire le





giuste ore di sonno, dopo una cena molto leggera, permette ai neuroni di scaricare le tensioni e ricostruire il tessuto di connessioni che generano idee creative. La creatività nasce da una mente riposata.

2) Anticipate il futuro. Nel futuro tutto cambierà, è molto più facile capire cosa resterà immutato ed assecondarlo. Anche nel settore caffè ci sono molte cose che in futuro non cambieranno, approfittatene.

3) Siate selettivi e dividete il vostro tempo esattamente a metà, 50% per produrre e 50% per pubblicizzare il vostro prodotto, cioè insegnare, non affidatevi ad un pubblicitario ma ad un bravo insegnante, parola di Jack Ma!

## CAFFÈ SDOGANATI DA TUTTE LE ORIGINI

AFFIDABILITÀ  
TRACCIABILITÀ  
VELOCITÀ

**ALKAFF**  
the green side of coffee

[www.alkaff.it](http://www.alkaff.it)  
tel. +39 095 7278964





Foto tratte dal sito:  
www.commons.wikimedia.org  
James Joyce - 1915

Gli ambienti in cui si sviluppò la cultura

## Gli intellettuali nei caffè triestini

**Letterati e artisti li hanno sempre frequentati**

di BERNARDINO DE HASSEK

Il caffè ha da sempre rappresentato un luogo dove si poteva rimanere anche da soli con se stessi, leggendo un giornale e sorbendo una bevanda ma, più spesso, ha offerto invece occasione di aggregazione e di scambi culturali.

Fra la metà dell'800 e gli anni a cavallo delle due guerre mondiali, nei caffè di Parigi e di Vienna si sono incontrati gli artisti più famosi e gli intellettuali del tempo.

Trieste, città cosmopolita, importante emporio facente parte del grande impero asburgico, non si sottrasse alla moda dei caffè, anzi in città se ne contarono moltissimi in quel periodo. In questi locali, alcuni dei quali ora non più esistenti, si incontravano i grandi della letteratura, triestini di nascita come Svevo e Saba e di adozione come Joyce. Una serie di cartelli posti sui palazzi ricordano gli ambienti e i personaggi che li frequentavano.

Italo Svevo faceva abitualmente sosta al Caffè Tergesteo situato nell'omonima galleria in cui si trovava l'ufficio dove egli lavorava presso l'Unionbank.

Lo scrittore amava frequentare anche il Caffè Chiozza, ai tempi esistente proprio sotto i Volti di Chiozza e in cui era ospitato anche un Circolo Artistico, dove incontrava il pittore Umberto Veruda del quale era un estimatore.

Ma il locale prediletto era, senza dubbio, il Caffè San Marco ai cui tavolini si dice che Aron Hetcor Schmitz (il vero nome di Svevo) abbia scritto le prime pagine del famoso romanzo *Senilità* e dove, negli anni '60, furono girate alcune scene dell'omonimo film del regista Bolognini. Qui Svevo fu a contatto con i pittori triestini Argio Orell, Guido Grimani, Ugo Flumiani e Vito Timmel.

Umberto Saba dedicò nel "Canzoniere" una poesia al Caffè Tergeste che si trovava in Piazzetta San Giacomo, non più esistente in quanto facente parte delle demolizioni della zona di Porta Riborgo avvenute negli anni '30. Era un locale alquanto squallido tant'è che lo stesso Saba lo descrive nella seconda strofa della poesia in questo modo: "Caffè di ladri, di baldracche covo, io sofferarsi

ai tuoi tavoli il martirio, lo sofferarsi a formarmi un cuore nuovo".

Ben presto peraltro il poeta abbandonò questo ambiente malfamato per frequentare quasi giornalmente il Caffè Garibaldi, ex Caffè Municipio, posto proprio sotto il palazzo comunale, all'angolo con Via Malcanton, non molto lontano dalla sua residenza situata in un palazzo anch'esso demolito.

Al Caffè Garibaldi si riunivano gli intellettuali triestini più in vista. Julius Kugy, James Joyce, Giani Stuparich, Virgilio Giotti, Vito Timmel, Guido Voghera, Silvio Pittoni e Roberto Bazlen furono a contatto frequentissimo con Umberto Saba. Insieme discussero di socialità e letteratura e molti di loro hanno lasciate scritte pagine memorabili.

James Joyce, oltre a essere di casa in molte osterie cittadine - in cui passava la notte bevendo smodatamente, suonando il mandolino e cantando canzoni triestine - e in alcuni postriboli di Cavana, girovagava fra i tanti Caffè triestini. Il piccolo Caffè Pasticceria





Italo Svevo

Umberto Saba  
a passeggio  
per Trieste



Pirone di Largo Barriera Vecchia rimaneva il suo preferito per la disponibilità del proprietario che, ogni mattina intorno alle ore 11, all'uscita dal laboratorio delle paste fresche, aveva l'abitudine di offrire ai clienti presenti un bicchierino di rosolio. Joyce, da bevitore incallito, era più che mai interessato al

liquore e con una poesiola declamata conquistava la simpatia degli astanti e almeno un paio di bicchierini. In questo locale lo scrittore irlandese concepì la struttura del romanzo "Ulisse". Erano anni in cui la frequentazione dei caffè era una delle poche

distrazioni che la borghesia aveva a disposizione. Gli intellettuali utilizzavano i locali come "quartier generale" per le loro discussioni letterarie e artistiche e gli altri frequentatori vi si recavano per leggere i giornali e giocare a carte o a domino.





**TECNOSYSTEM**  
*made in Italy*

**MACCHINE PER CAFFÈ e  
CONFEZIONAMENTO CONTO TERZI**  
di CIALDE e CAPSULE  
anche a marchio personalizzato  
(PRIVATE LABEL)




**CAPSULE tipo FAP**  
1 o 2 capsule per busta

- caffè espresso e biologico
- prodotti solubili e prodotti in foglia

Possibilità di fornitura dei prodotti solubili ed in foglia






**CAPSULE**  
compatibili con le macchine Citiz, Pixie, Essenza, Lattissima, U, Inissia e Maestria ad uso domestico a marchio Nespresso®\*



**CIALDE in carta filtro**  
caffè espresso e biologico  
Formato standard Ø 44 mm.  
A richiesta per quantitativi:  
Ø 40 (monodose) e Ø 55 mm (bidose)

\* Nespresso® è un marchio registrato da SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.  
Il marchio non è di proprietà di Tecnosystem s.r.l. né di aziende ad essa collegate.  
Tecnosystem s.r.l. non è collegata in alcun modo a SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.

**TECNOSYSTEM s.r.l.**  
Via San Vitale 19 - 40054 BUDRIO (BO)  
tel. +39-051-802511 fax +39-051-801517  
[www.tecnosystemcoffee.it](http://www.tecnosystemcoffee.it)  
[info@tecnosystemcoffee.it](mailto:info@tecnosystemcoffee.it)



# Tutto quello che avreste sempre voluto sapere sul caffè ... ve lo possiamo dire noi.

La pluriennale esperienza dei nostri tecnici e ricercatori e il nostro moderno laboratorio di analisi chimico-fisiche offrono al mondo del caffè un punto di riferimento di qualità.

Il know-how di Demus Lab vi darà gli strumenti per ottimizzare le fasi del vostro ciclo produttivo in torrefazione, macinatura, imballaggio e migliorare il vostro prodotto finale con lo studio di nuove fragranti miscele.

Grazie al nostro vasto network di esperti di caffè, abbiamo una completa gamma di servizi didattici con corsi di formazione sulla selezione e assaggio del caffè o corsi dedicati all'espresso, realizzati anche su specifiche richieste del cliente.

**Demus Lab è la miglior  
risposta alle vostre domande  
sul caffè!**

## demuslab

Analisi, R&S, consulenza e formazione sul caffè

**Area Science Park**  
Padriciano, 99 · 34149 Trieste · Italy  
edificio E3, 2° piano  
Tel. +39 040 3755466  
Fax +39 040 3755467

**info@demuslab.it**  
**www@demuslab.it**

**AZIENDA CON SISTEMA  
DI GESTIONE QUALITÀ  
CERTIFICATO DA DNV GL**  
= ISO 9001 =



LAB N° 0887





# India robusta Special Preparation for Best Coffee srl

La costante ricerca della Best Coffee per le più pregiate qualità di caffè crudo, ha portato all'avvio dell'importazione di un caffè robusta di origine indiana, che abbiamo denominato "India robusta Special Preparation for Best Coffee", un caffè unico che i nostri clienti potranno apprezzare.



Vista delle piantagioni "Shade grow"

L'India Robusta Special Preparation è un caffè nato dopo molti tentativi e prove nelle strutture d'origine. Il risultato finale è un caffè con un profilo in tazza ibrido, con caratteristiche sensoriali che sono presenti nei migliori robusta indiani lavati e naturali.

La tipologia "Special Preparation" è ottenuta da caffè robusta coltivati nelle zone di produzione, a Sud Est dell'India, negli stati di Karnataka e Kerala.



Raccolta manuale e selezione

Le piantagioni sono ubicate ad altitudini che variano dagli 800 ai 1000 m s.l.m., caratterizzate da terreni fertili che ricevono piogge durante l'anno per circa 2500-3000 mm.

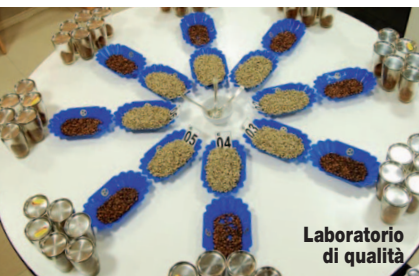
Le piante sono situate all'ombra delle fronde di alberi di spezie (pepe), di colture frutticole (banane e alberi da

frutti) e alberi della giungla, in condizioni di rispetto dell'habitat della fauna locale.

Il caffè è processato secco "wet polished" ed è importato dalla Best Coffee con selezione AA e A.

ESP screen 18- con ritenzione del 90% su crivello 18 (7.1 mm),  
ESP screen 17- con ritenzione del 90% su crivello 17 (6,65 mm)

In tazza si ottiene un buon corpo, dal gusto dolce e persistente, con note di frutta e dal piacevole retrogusto.



Laboratorio di qualità

L'obiettivo è aggiungere valore al tostato offrendo un ricercato profilo in tazza ad un prezzo competitivo, con consistenza e senza compromessi sulla qualità.

Siamo fiduciosi che questi caffè saranno apprezzati anche dai nostri clienti!

# Best Coffee srl

Importazione Caffè Milds di Altura

Caffè Indonesiani:  
Sumatra, Sulawesi, Flores, Java  
Flores Raja Komodo arabica

Caffè Certificati:  
Biologici, Fairtrade, RFA, UTZ, NOP

Caffè Decaffeinati:  
CO2, Water Process

Mexico Robusta



[www.bestcoffee.it](http://www.bestcoffee.it)  
[info@bestcoffee.it](mailto:info@bestcoffee.it)

Via Michele Spadaro, 19  
74121 Taranto  
+39 099779 2559  
+39 347 311 5311 +39 340 390 5932



rassegna stampa

caffè e salute

# Sì al caffè d'estate: l'idratazione non ne soffre

Sì al caffè durante l'estate: l'idratazione non ne soffre. Non è necessario rinunciare all'amata tazzina neppure nei mesi calenti, per il timore (infondato) di compromettere una corretta idratazione.

La ricerca più recente, infatti, sfata il mito che legava il consumo di caffè a un certo effetto disidratante.

Le dichiarazioni a difesa del caffè anche nei mesi estivi vengono dalla SISA (la Società Italiana di Scienza dell'Alimentazione), che spiega come l'ipotesi di un effetto disidratante associabile al consumo di caffè derivasse da studi ormai datati degli anni '70 e '80, in cui era stata valutata la somministrazione di caffeina pura e non di bevande contenenti caffeina. Più di recente, invece, le ricerche hanno correttamente considerato l'assunzione di caffeina all'interno delle normali abitudini alimentari, vale a dire con caffè e tè. Da queste indagini sono emersi i primi dati, pubblicati nel 2000, in cui si è messo in luce che il consumo abituale e moderato di caffè con caffeina (pari alle nostre 4 tazzine al giorno) non provocava effetti negativi sullo stato di idratazione.

Altri studi, condotti con dosi superiori assunte per lunghi periodi, hanno dimostrato che il potenziale diuretico della caffeina resta comunque modesto, perché l'organismo mette in atto un sistema di tolleranza. Ecco perché, consumato in modo

regolare e moderato, si può dire sì al caffè d'estate: l'idratazione non ne soffre. Un'ulteriore conferma è venuta da una ricerca pubblicata nel 2014 su "PLOS ONE", in cui è stato utilizzato un sistema di valutazione dell'acqua totale corporea in gruppo di adulti sani, bevitori abituali e moderati di caffè, dimostrando l'assenza di qualunque rischio di disidratazione.

Ultime, ma non per importanza, sono le osservazioni più recenti sugli sportivi, in cui l'attenzione al bilancio idrico-salino in condizioni di sudorazione profusa dev'essere massima: anche in questo caso, il consumo abituale e moderato di caffè con caffeina non ha alcun effetto negativo sullo stato di idratazione. Anzi. Lo sportivo abituato ad assumere caffeina con il caffè (o il tè), che interrompe il consumo di queste bevande, vede calare le sue performance. Buono a sapersi, in tempi di Olimpiadi. Dunque, a scanso di equivoci e per sfatare una volta per tutte il nostro senso comune (duro a morire), sì al caffè d'estate: l'idratazione non ne soffre.

Fonte: L'Espresso Food&Wine, 7 luglio 2016

Rubrica a cura di:

Dottor LORENZO POLOJAC  
Psicologo e Commercial Director



**IMPERATOR**  
we care about origins

IMPERATOR S.r.l.  
Tel.: +39 (0)40 - 3720115 - Fax: +39 (0)40 - 3402046  
TRIESTE - Italy - [www.imperator.cc](http://www.imperator.cc)



La Piccola Perla

**LA PICCOLA**  
**GRANDE ITALY**



100% handmade in Italy

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



Cecilia 2 group VERSIONE FULL INDIC.



# Termini di adesione e sospensione feriale

Una recente sentenza della Corte di Cassazione ha riaperto il dibattito su un altro dei tanti "misteri" italiani, per risolvere i quali basterebbe una normativa chiara, ma che si preferisce evidentemente lasciare all'incertezza ed alla valutazione casistica della giurisprudenza.

È noto che dal 1° al 31 agosto vige la c.d. "sospensione feriale" dei termini, relativa alla quiescenza di tutta una serie di termini processuali.

In questo periodo, anche nel processo tributario rimangono sospesi i termini processuali, e lo stesso dicasi per i termini di versamento di somme intime con accertamenti esecutivi.

Rimane da analizzare la questione che, allo stato attuale, risulta essere la più spinosa del tema, ovvero la possibilità di cumulare la sospensione feriale dei termini processuali con la domanda di accertamento con adesione (che, ai sensi degli artt. 6 e 12 del DLgs. 218/97, non sospende per 90 giorni solo i termini di pagamento delle somme intime, ma altresì il termine per il ricorso).

Sia l'anno scorso che quest'anno la Corte di Cassazione ha espressamente sancito che la sospensione dei termini processuali non si cumula con termini caratterizzanti eventuali fasi amministrative antecedenti il contenzioso, quale è l'accertamento con adesione. In altre parole, non c'è il cumulo delle due sospensioni.

Si tratta di un'interpretazione criticata da più parti, non a caso è stata oggetto dell'interrogazione parlamentare 9 luglio 2015 n. 5-06008, ove il Ministero dell'Economia e delle finanze ha,

senza mezzi termini, optato per il cumulo delle sospensioni.

Del resto, così si è sempre espressa l'Amministrazione finanziaria, si veda la circolare n. 65 del 2001. Va detto che recente giurisprudenza di merito ha confermato la presa di posizione ufficiale, ammettendo il cumulo (si tratta delle sentenze n. 4763/2016 della Provinciale di Milano e n. 1766 della Regionale di Roma).

Il difensore, comunque, non può che adottare un approccio cautelativo, e, di conseguenza, ritenere inoperante il cumulo delle sospensioni.

Bisogna però rilevare che, in determinate circostanze, come anche evidenziato nel testo dell'interrogazione parlamentare menzionata, il cumulo è destinato, per forza di cose, a trovare applicazione (anche se, a ben vedere, nemmeno si tratterebbe di cumulo). È d'obbligo una condotta cautelativa.

Ipotizziamo un accertamento notificato a luglio. Per effetto dell'art. 6 del DLgs. 218/97, la domanda di adesione va presentata entro il termine per il ricorso, quindi entro 60 giorni a cui si aggiungono i 31 del mese di agosto. L'interprete, nella menzionata fattispecie, non sta cumulando sospensioni di natura diversa, ma sta presentando la domanda di adesione entro il termine per il ricorso, rimasto sospeso per il mese di agosto.

Di contro, ove l'accertamento fosse stato notificato a maggio, la domanda di adesione va presentata entro i consueti 60 giorni, e sospende il termine per il ricorso per 90 giorni, a cui non possono cumularsi quelli del mese

di agosto. Si segnala che la pausa estiva deve operare anche per i termini, entro cui occorre versare, a seconda dei casi, imposte, interessi e sanzioni ridotte, relativi all'acquiescenza (art. 15 del DLgs. 218/1997, C.M. 8 agosto 1997 n. 235) e alla definizione agevolata delle sanzioni (artt. 16 e 17 del DLgs. 472/97, C.M. 5 luglio 2000 n. 138), siccome entrambi sono connessi al termine per il ricorso, che, come più volte detto, rimane sospeso nella pausa estiva.



I contenuti del presente articolo vanno assunti come meramente informativi, non utilizzabili in alcun modo quale consulenza/opera professionale; ogni interpretazione ivi contenuta è meramente indicativa e non assume valore di parere professionale.


GIACOMO MALLANO  
mail: [giacomomallano@studiocvm.com](mailto:giacomomallano@studiocvm.com)


Studio Tributario  
Cattelan-Verni-Mallano & Associati  
Sede di Bologna


## Elenco Aziende fornitrici convenzionate


Ricordiamo che esse praticano prezzi di favore a tutte le Ditte associate al **Gruppo Italiano Torrefattori Caffè**.


	<b>ASACHIMICI S.p.A.</b>	Via Nazario Sauro, 24 26039 VESCOVATO (Cremona)
	Detergenti speciali certificati per macchine espresso, cappuccinatori e macinacaffè.	tel. 0372 830494 fax 0372 830029 www.pulycaff.com info@asachimici.com

	<b>GRUDEN PADOVA S.p.A.</b>	Via Mattei, 12 35020 MASERA (Padova)
	Imballaggi flessibili.	tel. 049 8860996 fax 049 8862671 www.gruden.it gruden@gruden.it


	<b>BRAMBATI S.p.A.</b>	Via Strada Nuova, 27 27050 CODEVILLA (Pavia)
	Progetta e produce impianti completi per la lavorazione del caffè.	tel. 0383 373100 fax 0383 373078 www.brambati.it info@brambati.it


	<b>LA SAN MARCO S.p.A.</b>	Via Venuti, 10 34072 GRADISCA (Gorizia)
	Macchine caffè espresso.	tel. 0481 967111 fax 0481 960166 www.lasanmarco.it info@lasanmarco.com


	<b>BRITA Italia S.r.l.</b>	Via Kennedy, 21 24066 PEDRENGO (Bergamo)
	Acqua filtrata. Produce prodotti di filtrazione d'acqua per uso domestico ed applicazioni professionali.	tel. 035 203447 fax 035 203661 www.brita.net ppditalia@brita.net


	<b>MARZOTTO S.r.l.</b>	Via Roma, 192/E 36070 CASTELGOMBERTO (Vicenza)
	Produzione orzo tostato naturale. Fornisce orzo solubile, cura il prodotto sin dalla semina.	tel. 0445 440506 fax 0445 941317 www.marzottosrl.it info@marzottosrl.it


	<b>CARTOTECNICA AMMAZZINI S.n.c.</b> di Ammazini Silvia e Simona	Via I° Maggio, 70 Frazione Rosano 50067 RIGNANO SULL'ARNO (Firenze)
	Produzione tovaglioli bar.	tel. e fax 055 8303035 cartotecnicammazzini@technet.it


	<b>MAZZER LUIGI S.p.A.</b>	Via Moglianese, 113 30037 GARDIGNANO DI SCORZÈ (VE)
	Macinadosatori, macina caffè.	tel. 041 5830200 fax 041 5830060 www.mazzer.com mazzer@mazzer.com


	<b>CMA MACCHINE PER CAFFÈ S.r.l.</b>	Via Condotti Bardini, 1 31058 SUSEGANA (Treviso)
	Macchine per caffè espresso.	tel. 0438 6615 fax 0438 60657 www.astoria.com info@astoria.com


	<b>MEDAC S.r.l.</b>	Via R. Wenner, 52 84131 SALERNO
	Industria cartotecnica per imballaggio in carta politenata per bevande calde, fredde e da gelato.	tel. 089 301466 fax 089 302069 www.medac.it info@medac.it


	<b>DEMUS LAB</b>	Area Science Park - ed. E3 Padriciano, 99 - 34012 TRIESTE
	Azienda per analisi accreditate ISO 17025 (Accredia), consulenza e formazione sul caffè.	tel. +39 040 3755466 fax +39 040 3755467 www.demuslab.it info@demuslab.it


	<b>NEONLAURO 1956</b> di Raimondo Piaia	Via Raffaello, 57 31020 SAN VENDEMIANO (Treviso)
	Realizzazione ed installazione insegne luminose con servizio di richiesta autorizzazioni presso gli uffici competenti.	tel. 0438 400053/401053 fax 0438 400185 www.neonlauro.it info@neonlauro.it


	<b>EMILPACK S.r.l.</b>	Via Dell'Artigiano, 9 40037 SASSO MARCONI (Bologna)
	Caffè, orzo e decaffeinato in cialde, capsule e bustine sottovuoto, a marchio personalizzato.	tel. 051 6750834 fax 051 6750836 www.emilpack.com emi@emilpackisca.it

	<b>NUOVA RICAMBI S.r.l.</b>	Via dei Mille, 20 20061 CARUGATE (Milano)
	Ricambi macchine caffè e macinadosatori dal 1980.	tel. 02 9253205 fax 02 9254286 www.nuovaricambi.it clienti@nuovaricambi.it

	<b>FAEMA / LA CIMBALI</b>	Via Manzoni, 17 20082 BINASCO (Milano)
	Macchine da caffè.	tel. 02 900491 fax 02 9054818 www.faema.it / www.cimbali.it


	<b>PAJOLA</b>	Via Monte Carena, 32 37057 S. GIOVANNI LUPATOTO (VR)
	Orologi da muro, insegne per interno ed esterno, specchi serigrafati.	tel. 045 9250823 fax 045 9250823 www.pajola.it info@pajola.it


	<b>FORALBERG S.r.l.</b>	Via Cile, 2 - Z.I. 35127 PADOVA
	Forniture tazze in vera porcellana. Forniture alberghiere.	tel. 049 760955 fax 049 8700297 www.foralberg.it foralberg@foralberg.it


	<b>PINTINOX S.p.A.</b>	Via Antonini, 87 25068 SAREZZO (Brescia)
	Azienda leader nella produzione di casalinghi in acciaio inossidabile. Certificata ISO 9001	tel. 030 89351 fax 030 8936250 www.pinti.it pintinox@pinti.it




Facciamo presente che il Sodalizio si autofinanzia attraverso i contributi versati da queste Aziende. Pertanto i Soci, oltre a fruire di condizioni particolarmente vantaggiose, rendono anche possibile un ulteriore sviluppo del Gruppo Italiano Torrefattori Caffè ed al collegato Consorzio Torrefattori delle Tre Venezie.

	<b>PRONTOFOODS S.p.A.</b> Via Grazia Deledda, 43 25018 Montichiari (Brescia)
	Cioccolata in polvere, bevande solubili calde e fredde, tè ed infusi in filtro, dolcificanti e fruttosio. tel. 030 9961381 fax 030 9961002 www.magicaciok.it - www.ristora.it info@ristora.it

	<b>SCARBOLO ZUCCHERI S.r.l.</b> Via della Torre, 48 33047 REMANZACCO (Udine)
	Zucchero import-export confezionamento zucchero in bustine. tel. 0432 667226 fax 0432 667846 www.scarbolozuccheri.com info@scarbolozuccheri.com

	<b>SANREMO coffee machines s.r.l.</b> Via Bortolan, 52 - Z.Ind. Treviso Nord 31050 VASCON DI CARBONERA (TV)
	Macchine per caffè espresso. tel. 0422 448900 fax 0422 448935 www.sanremomachines.com info@sanremomachines.com

	<b>VIROPA IMPORT</b> Via Julius Durst, 72 39042 BRESSANONE (Bolzano)
	Tè, caffè decaffeinato, cioccolato, orzo, bustine, cialde. tel. 0472 836527 fax 0472 837340 www.viropa.it info@viropa.it

Ricordiamo ancora che le suddette aziende, tutte in possesso degli elenchi aggiornati dei Soci del Gruppo Italiano Torrefattori Caffè, sono disponibili a praticare ad essi delle condizioni di favore.



Espresso  
by  
**ROYAL**


**TECHNOLOGY FOR FLAVORS**

**CBC ROYAL FIRST SRL**  
 Via Martiri delle Foibe, 15  
 31015 Scomigo di Conegliano (TV)  
 Tel.: +39 0438 394977  
 info@royal1.it www.royal1.it


**scadenario fiscale**
**settembre 2016**

 a cura di  
 DIEGO FRANCIOSA

**Entro venerdì**  
**16 settembre 2016**
**RITENUTE**

-  Versamento ritenute su redditi da lavoro dipendente e assimilati, lavoro autonomo, provvigioni nonché su corrispettivi per contratti d'appalto nei confronti dei condomini (mese precedente).

**SPAZI PUBBLICITARI**  
**2017**
**Copertina**

- Riquadri di copertina:
- 60x 60 mm
  - 190x 54 mm
  - 54x158 mm
- 2<sup>a</sup>, 3<sup>a</sup> e 4<sup>a</sup> di copertina**
- 210x297 mm (216x303 mm)

**Pagine interne**

- Pagina intera
- 210x297 mm (216x303 mm)
- Mezza pagina orizzontale
- 210x148 mm (216x154 mm)
- Mezza pagina verticale
- 96x297 mm (102x303 mm)
- Box quadrato
- 70x70 mm
- Box rettangolare
- 70x140 mm
- Piedino orizzontale
- 210x70 mm (216x76 mm)

La Segreteria del Gruppo Italiano Torrefattori Caffè è a disposizione per chiarimenti

tel.: **040 390 044** - fax: **040 938 45 89**

**www.gttc.it** - mail: **info@gttc.it**

PEC: **amministrazione@pec.gttc.it**

dalle 8.00 alle 12.30 e dalle 15.00 alle 18.00

cell. **331 658 5552**

**QUOTA ASSOCIATIVA**  
**2017**

La quota sociale del  
**GRUPPO ITALIANO**  
**TORREFATTORI CAFFÈ**  
 per l'anno 2017 è:

- **SOCI ORDINARI** € **280,00**
- **SOCI SOSTENITORI** € **140,00**


che potrà essere versata a favore del:  
**GRUPPO ITALIANO TORREFATTORI CAFFÈ**

tramite bollettino di C/C postale n. **44519700**  
 oppure con bonifico sul medesimo C/C postale:


Cin L - Abi **07601** - Cab **02200**

IBAN: **IT 10 L 07601 02200 000044519700**


**ADDIZIONALI**

-  Versamento addizionali regionali/comunali su redditi da lavoro dipendente del mese precedente.


**IVA LIQUIDAZIONE MENSILE**

-  Liquidazione nonché versamento dell'imposta eventualmente a debito relativa al mese precedente.


**CONTRIBUTI INPS MENSILI**

-  Versamento all'INPS da parte dei datori di lavoro dei contributi previdenziali a favore della generalità dei lavoratori dipendenti, relativi alle retribuzioni maturate nel mese precedente.

**CONTRIBUTI INPGI**

-  Versamento dei contributi previdenziali dei giornalisti professionisti relativi alle retribuzioni maturate nel mese precedente.


**GESTIONE SEPARATA INPS COLLABORATORI**

-  Versamento dei contributi previdenziali per i collaboratori a progetto, occasionali e associati in partecipazione corrisposti nel mese precedente.


**Entro martedì**  
**20 settembre 2016**
**OPERAZIONI CON PAESI "BLACK LIST"**

-  Invio della comunicazione relativa alle operazioni effettuate con paesi "Black List" poste in essere nel 2015.


**Entro lunedì**  
**26 settembre 2016**
**ELENCHI INTRASTAT - MENSILI**

-  Presentazione contribuenti mensili.


**Entro venerdì**  
**30 settembre 2016**
**MOD. 730**

-  Comunicazione al datore di lavoro o ente pensionistico di voler effettuare un minor o nessun acconto IRPEF/cedolare secca.


**DICHIARAZIONE REDDITI/UNIFICATA (REDDITI IVA)**

-  Trasmissione telematica della dichiarazione dei redditi/unificata persone fisiche, società di persone e società di capitali con esercizio coincidente con l'anno solare.


**DICHIARAZIONE IVA**

-  Termine per la presentazione in via telematica della dichiarazione annuale IVA da parte dei contribuenti che non presentano la dichiarazione annuale unificata.


**ADEGUAMENTO IVA DA PARAMETRI**

-  Versamento dell'IVA dovuta sui maggiori ricavi/compensi per i soggetti che si adeguano ai parametri per il 2015.


**ISTANZA RIMBORSO IVA UE**

-  Presentazione telematica dell'istanza di rimborso dell'IVA assolta in altro Stato UE relativa al precedente periodo d'imposta da parte di operatori residenti.


**DICHIARAZIONE IRAP**

-  Termine per la presentazione della dichiarazione annuale IRAP.


**DENUNCIA UNIEMENS**

-  Denuncia telematica delle retribuzione e dei contributi (INPS - ex INPDAP - ex ENPALS) del mese precedente.


**LIBRO UNICO**

-  Scadenza delle registrazioni relative al mese precedente.

**ACQUISTI DA SAN MARINO**

-  Invio telematico della comunicazione degli acquisti presso operatori di San Marino, annotati nel mese precedente.

**ASSEGNAZIONE/CESSIONE AGEVOLATA BENI AI SOCI**

-  Termine entro il quale effettuare l'assegnazione/cessione agevolata ai soci di beni immobili non strumentali/beni mobili iscritti in Pubblici registri nonché la trasformazione agevolata in società semplice (solo per società con oggetto esclusivo o principale la gestione dei predetti beni).

*Le informazioni contenute nello scadenziario sono soggette a clausola di esclusione di responsabilità per quanto riguarda le informazioni in esso contenute e per i danni o i problemi legali derivanti dall'uso delle stesse. Esse vanno assunte come meramente informative e non costituiscono un parere di tipo professionale o legale. Le indicazioni riportate potrebbero risultare non aggiornate e/o incomplete.*



# Un gusto tutto italiano



Nuovo packaging, stesso sapore unico e inconfondibile



Classica e 11 gusti golosi

BIANCA • FONDENTE • NOCCIOLA • AMARETTO • MENTA • ARANCIA  
RUM • COCCO • BANANA • GIANDUJA • PEPERONCINO



Una gamma completa  
di prodotti per il bar:

Orzo • Dolcificante  
Fruttosio • Cioccolato • Tè  
Camomilla • Infusi  
Caffè e Ginseng • Creme al Caffè  
Caffè e Guaranà



Dolcificante in bustine



Orzo in cialde



Caffè &  
ginseng



Crema fredda  
al caffè



Una raffinata selezione di tè in foglia ed infusi alla frutta

*Gardenhouse è disponibile anche nei gusti*

*Tiglio, Rosa Canina, Camomilla ed Erbe, Ceylon Tea, Tè al Limone,  
Tè alla Pesca, Tè al Mandarino e Tè Deteinato*

IL TUO MARCHIO

Una vasta gamma di prodotti  
personalizzabili con il tuo marchio

Qualità e servizio chiavi in mano

# Triestespresso

8th EDITION

# expo

THE MOST IMPORTANT BIENNIAL B2B EVENT  
COVERING ALL SECTORS OF THE ESPRESSO  
COFFEE INDUSTRY

*IL PIÙ IMPORTANTE EVENTO B2B SPECIALIZZATO SULLA  
FILIERA DEL CAFFÈ ESPRESSO*

OCTOBER  
20-22

2016

Trieste, Italy

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

## Coffee Industry on show



Eventi Aries



Aries

AZIENDA SPECIALE  
Camera di Commercio Trieste



fondata nel 1891



INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION



Camera di Commercio  
Trieste