Quattoerre Group sempre più internazionale. E anche il look si adegua

Quattroerre Group, l’azienda di distribuzione di vini e bevande di Torre de’ Roveri, capitanata dai quattro fratelli Rota, si appresta ad affrontare il futuro con una serie di progetti dedicati non solo allo sviluppo interno ma anche alle molteplici opportunità che il mercato internazionale può generare.

Il nuovo logo

«Molto è stato fatto – spiega il presidente di Quattroerre

Group, Giampietro Rota – e molto si deve ancora fare. Nati come produttori di vino, abbiamo fatto evolvere la nostra azienda integrandola con altri prodotti e servizi che ci permettono, con grande determinazione, di affrontare tutte le sfide che il mercato locale ed internazionale ci offre quotidianamente. Dopo trentacinque anni, abbiamo sentito la necessità di riaggiornare il nostro emblema, rendendolo più confacente all'attuale momento e, cogliendo l'occasione del nuovo aumento di capitale sociale varato dai soci, prettamente opportuno per consolidare un'immagine di stampo internazionale».

«Altro passaggio fondamentale – prosegue Rota – è stato quello di costituire una rete d'impresa (Aidg – Attitude for Italian distribution of gourmet), prima nel suo genere sul territorio, con altre aziende che condividono gli stessi nostri valori. Ogni mercato, da quello bergamasco a quello oltreoceano, ha bisogno prima di essere capito, poi interpretato ed infine anticipato. Per fare ciò, servono uomini, mezzi e una cultura del lavoro assai importante».

I fratelli Rota. Da sinistra, Luca, Giampietro, Maurizio ed Enrico

Il percorso va di pari passo con gli investimenti. «Da meno di un anno – ricorda il presidente – abbiamo terminato anche la riqualificazione delle strutture per la logistica, necessarie per tener testa alle nuove esigenze commerciali. Gli investimenti, partendo da quello fatto assieme alla Cantina Sociale Bergamasca per il vigneto a Scanzorosciate, arrivando a quello legato alle risorse umane, fondamentali per garantire all'azienda una squadra di uomini e donne di prim'ordine, ci danno la giusta serenità per programmare un futuro da protagonisti. La partnership con il Birrificio Otus di Seriate è stata un'intuizione incredibile. Il mercato cambia, evolve. Bisogna però essere in grado, come dicevo, di interpretarlo e di cogliere ogni sfumatura possibile. La grande attenzione dedicata oggi al prodotto birra artigianale non può e non deve essere vista a livello amatoriale. La ricetta e il prodotto devono sì avere questa ispirazione, ma la produzione, il controllo qualità e un sistema a salvaguardia dell'ambiente necessitano di un processo metodico, senza attenuanti. Infine, è il consolidamento del mercato asiatico il nostro prossimo obbiettivo: già presenti a Singapore e in Corea del Sud, stiamo cercando di definire nuove operazioni commerciali partendo dall'Indonesia arrivando, perché no, al mercato cinese».

Quattoerre Group

via Marconi, 1

Torre de' Roveri

tel. 035 580701

info@quattroerre.com

www.quattroerre.com

Fiori in tavola: consigli e idee per i ristoratori

Un bell’allestimento floreale dà una marcia in più all’immagine di un locale, ma è un aspetto spesso sottovalutato. I fioristi del Gruppo Ascom ci hanno dato qualche consiglio per curare anche questa voce

---

Fare la birra in casa, a Osio Sotto il corso con tanto di produzione

All’Accademia del Gusto l’11 marzo un maestro birraio mostrerà in diretta tutte le fasi del processo. Al via anche il corso professionalizzante di caffetteria e quello di cucina naturale con Sauro Ricci

---

A Bergamo è boom di allevamenti caprini da latte: +28 % negli ultimi 10 anni

Negli ultimi 10 anni, nella Bergamasca si è verificato un vero e proprio boom di allevamenti caprini da latte, che sono passati dai 75 del 2006 ai 104 del 2016 (+28%). Il fenomeno è messo in evidenzia da un'analisi di Coldiretti Bergamo su dati dell'Anagrafe Nazionale Zootecnica. Secondo la Coldiretti provinciale il ritorno alla terra dei giovani si concretizza spesso proprio nell'allevamento caprino, che non è più confinato solo nelle aree montane ma è abbastanza diffuso anche in collina e in pianura. Molte aziende si sono dotate di caseificio aziendale per la produzione diretta di formaggi, altre invece consegnano il latte direttamente all'industria. Sono aumentate anche le realtà legate all'agriturismo. L'allevamento di capre da latte un tempo era considerato un comparto minore, di nicchia e praticato solo in zone marginali, oggi invece rappresenta un tassello di tutto rispetto dell'agricoltura provinciale. Il trend in crescita della provincia di Bergamo è in controtendenza con quanto sta accadendo a livello regionale. Infatti nel 2006 in Lombardia gli allevamenti di capre da latte erano 1.080, nel 2016 sono invece scesi a 710 (– 35%).

"La riscossa del comparto sul nostro territorio – spiega Lucia Morali allevatrice di capre di San Giovanni Bianco e vice presidente di Assonapa (Associazione Nazionale Pastorizia) – è dovuta oltre che alla necessità di individuare nuovi ambiti produttivi anche alla capacità degli imprenditori di intercettare le nuove tendenze alimentari. Oggi il consumatore riserva un'attenzione particolare al latte e ai formaggi caprini, che sono facilmente digeribili e meglio tollerati dalle persone allergiche alle proteine del latte vaccino. Questo ha permesso agli allevamenti di avere più spazio di mercato e quindi di migliorare la propria redditività. Per la tutela e la valorizzazione delle nostre

produzioni possiamo ora contare anche sul recente decreto che ha introdotto l'obbligo di indicare in etichetta l'origine del latte, mettendoci al riparo dalla concorrenza sleale di che sfrutta impropriamente il valore del made in Italy". Nella Bergamasca la crescita dell'allevamento caprino si è incrociata con la radicata tradizione casearia e da questo incontro è nata una gamma di prodotti ampia e variegata, che comprende sia quelli a coagulazione acida, come i caprini freschi e le croste fiorite, sia quelli a coagulazione presamica, come gli stracchini e le formagelle. I formaggi caprini si prestano anche ad essere arricchiti con spezie ed erbe aromatiche. Negli ultimi tempi stanno incontrando il favore dei consumatori anche lo yogurt e il gelato realizzati con latte di capra.

"Ho avviato la mia azienda nel 2012 – racconta Federica Cornolti di Ponteranica – mentre stavo frequentando l'università. Pur non essendo figlia di agricoltori ho sempre avuto una grande passione per questa attività. Ho però capito che questa era la mia strada durante il tirocinio richiesto dal mio corso di studi e che ho fatto proprio in un allevamento di capre. E nata così la mia avventura imprenditoriale. Con la stalla ho costruito anche il caseificio e oggi ho 40 capi di razza Saanen in lattazione e faccio la vendita diretta dei formaggi che produco. E' un lavoro molto impegnativo e i problemi non mancano, ma mi appassiona e mi dà anche soddisfazioni". Francesca Belloli di Calcio ha invece iniziato la sua scommessa nel 2007 con 20 capre da latte razza Saanen. "Ho adottato la politica dei piccoli passi però mi sono da subito appassionata a questo mondo. Pian piano ho implementato i capi e così sono arrivata ad avere un allevamento ben strutturato. Ho chiuso il 2016 con 180 capi in lattazione, il mio obiettivo per il 2017 è di arrivare a 230 capi. Il latte che mungo non lo trasformo direttamente ma lo conferisco a un caseificio. Sono abbastanza soddisfatta perché c'è una buona richiesta di questo prodotto".

Pranzi senza sprechi, i consigli di Franco Aliberti

Lo chef che ha fatto della cucina sostenibile un’arte sarà domani all’Accademia del Gusto di Osio Sotto. Lo abbiamo intervistato in vista del Natale, quando spese eccessive, tavolate pantagrueliche e avanzi sono all’ordine del giorno

Agroalimentare, in forte crescita l’export bergamasco

Agroalimentare “made in Italy nel mondo? Vale 36,7 miliardi di euro all’anno e cresce del 7,4%. Ma per sapere dove va e da dove

parte l’export, quali sono i maggiori mercati di sbocco e i prodotti più apprezzati arriva la mappa: “L’agroalimentare italiano nel mondo”, realizzata dalla Camera di commercio di Milano e Coldiretti, con Promos, azienda speciale della Camera di commercio per le Attività Internazionali. La mappa, disponibile in italiano e inglese, è scaricabile in internet (http://www.promos-milano.it/Informazione/Note-Settoriali/Export-Agroalimentare-Nel-Mondo.kl).

Germania, Francia, Stati Uniti, Regno Unito e Svizzera concentrano la metà del nostro export. Tutte le principali destinazioni sono in crescita, in particolare Stati Uniti (+19,7%) e Regno Unito (+8,6%). Ma i prodotti “made in Italy” raggiungono anche Giappone (al 10° posto), Canada (11°), Australia (16°) e Cina (17°). E se la Germania e la Francia sono i primi acquirenti per quasi tutti i prodotti, gli Stati Uniti eccellono per vini, acque minerali e olii, la Spagna per pesce fresco, la Grecia e le Filippine per alimenti per animali. In forte crescita Cina per latte, amidi, tè, caffè e vini, Arabia Saudita per frutti e prodotti da forno, Australia per pasta e piatti pronti, Turchia per cioccolato, Ungheria per carne lavorata e conservata, Polonia per pesce conservato, gelati e condimenti, Belgio per acque minerali. Emerge da elaborazioni della Camera di commercio di Milano su dati Istat, anni 2015 e 2014.

I prodotti “made in Italy” più esportati? I vini raggiungono i 5,4 miliardi di euro, vengono poi pane, pasta e farinacei con 3,6 miliardi ma anche frutta e ortaggi lavorati e conservati con 3,4 miliardi. Gli aumenti più consistenti si registrano per acque minerali (+21,1%), alimenti per animali (+20%), prodotti non lavorati da colture non permanenti tra cui cereali, riso, ortaggi (+15,5%), tè e caffè (+11,2%). I maggiori esportatori italiani: Verona con 2,7 miliardi, Cuneo con 2,5 miliardi e Parma con 1,6 miliardi, Milano è quarta con 1,5 miliardi, il 4,1% del totale. Seguono Bolzano, Salerno e Modena. Tra le prime venti posizioni la maggiore crescita a:

Napoli (+24,6%), Firenze (+23,4%) e Bergamo (+22,7%). La Lombardia con 5,6 miliardi di export rappresenta più di un settimo del totale italiano. Oltre a Milano, 4° in Italia, tra le prime 20 ci sono anche Bergamo 12° e Mantova 17°. La Lombardia per peso sul totale nazionale si distingue in prodotti lattiero-caseari dove rappresenta il 36,4% con Mantova 3°, Pavia 4°, Cremona 6°, Brescia 7°, Bergamo 9°, Milano 10° e Lodi 18° e in pesci, crostacei lavorati e conservati, 31% del totale, con Como leader italiana (27,8%, +13,1%) e Brescia 10°. Pavia è invece al primo posto per granaglie, amidi e prodotti amidacei (17,6% nazionale, +3%).

Cibo, con #ItalyFoodWeek una settimana di conversazioni su Twitter

Un hastag ogni giorno fino al 20 ottobre per parlare di Made in Italy, cucina, sostenibilità e alimentazione. Coinvolti chef, associazioni e blogger

---

L’aperitivo Veg+ fa centro in Città alta

Al Relais San Lorenzo l’evento del progetto Veg+ di Ascom e Lav che riunisce 19 locali certificati

I locali Veg+ ripartono dall’aperitivo

Il 20 settembre al Relais San Lorenzo, in Città alta, un appuntamento tutto vegetale nell’ambito del progetto di cucina certificata di Ascom e Lav che coinvolge 19 locali bergamaschi

Mille modi di servire il caffè. Scatta il concorso on line

Dal primo agosto al 9 ottobre il contest per gli esercenti “Come personalizzi il tuo caffè?”, che premia le immagini del servizio più creativo e “cortese”. Al vincitore un corso di “Sommelier dell’Espresso”. Un’iniziativa firmata Fipe e Ica – Associazione italiana caffè