

## Il gusto di Roma

Agra, Roma 2006, pp. 90 euro 16,00

Un volume dal formato un po' insolito (23x27 cm), curato dalla Camera di Commercio di Roma, per illustrare la miniera del gusto rappresentata da Roma e campagne circostanti.



Le radici della storia alimentare romana sono testimoniate da tanti elementi lungo i secoli ma hanno dei punti fermi, per esempio l'estrazione popolare e la commistione di tradizioni diverse (quella autoctona, quella ebraica e così via), delle varie genti che hanno abitato il territorio nel tempo.

Il volume è teso quindi a valorizzare il sistema agroalimentare dell'area, e propone anche una nutrita serie di ricette arricchite con foto e semplici da realizzare.

**Marco Delle Donne**  
**Micotossine**

**Riconoscimento e prevenzione delle micotossine di interesse medico Edagricole, Bologna 2006, pp. X-142 euro 22,00**

Le micotossine sono le sostanze col maggior potere cancerogeno presenti in natura.

Costituiscono quindi uno degli agenti contaminanti più pericolosi per la salute umana e animale.

Il volume spiega come si formino le micotossine e, soprattutto, come gestire il rischio associato alla loro presenza. Oggi si fanno ricerche sempre più mirate e si tende ad agire sull'intera filiera alimentare.

Uno strumento conoscitivo importante in tema di sicurezza alimentare per professionisti agroalimentari, operatori della salute pubblica e allevatori.

**a cura di Mario Mazzetti di Pietralata**

**Prima colazione: come e perché**  
**Storia, scienza e cultura**

Agra, Roma 2006, pp. 208 euro 20,00

La prima colazione ha una storia, e anche variegata a seconda delle latitudini.

I buffet degli alberghi a cinque stelle sono quasi un'enciclopedia delle prime colazioni nel mondo, del resto.

Ogni cultura ha la sua prima colazione e non è detto neppure che sia obbligatorio farla: la gamma di possibilità pare infinita.

Questo libro mostra che persino il concetto di prima colazione è ben lungi dall'essere ovvio. Nel mondo antico, a ben vedere, non sembra esistere nemmeno un modo specifico per pensarla o un nome per indicarla.



## INSERTO

# Enogastronomia, Natura, Benessere

## Le fiere alimentari italiane aiutano l'export Italian food fairs boost the export

di/by Antonio Brunello

Con un fatturato di 110 miliardi di euro nel 2006 (secondo le stime di Federalimentare), l'alimentare continua a mantenere la sua importanza cruciale per l'economia italiana, secondo solo all'industria metalmeccanica. Lattiero-caseario, dolciario, vinicolo-industriale e trasformazione della carne sono i settori che hanno registrato i fatturati più alti.

Ma il dato più interessante è costituito dai 16,8 miliardi di euro delle esportazioni, con una crescita del 10,8% sul 2005. Canada e Usa sono i mercati verso cui l'export è aumentato maggiormente, mentre in Europa hanno svolto un ruolo primario le esportazioni verso Russia e Turchia. In discesa quelle verso i paesi dell'Unione Europea, e faticano a crescere anche quelle verso la Cina.

Nella promozione delle esportazioni spetta un ruolo centrale alle fiere. Cibus e Vinitaly, vetrine internazionali dell'agroalimentare nostrano, rappresentano in Italia le principali occasioni per favorire i contatti delle aziende italiane con compratori di tutto il mondo. Di recente, si stanno affermando inoltre iniziative volte a presentare le eccellenze dell'agroalimentare italiano direttamente sui mercati esteri: dalle recenti edizioni congiunte proprio di Cibus e Vinitaly all'estero, fino a esposizioni più contenute come *L'Italie à table* di Nizza (v. articolo a p. 22).

In Italia si è poi aggiunta quest'anno la nuova manifestazione organizzata da Fiera Milano: Tuttofood (5-8 maggio), che si è proposta come la prima vetrina dell'alimentare internazionale in Italia. È ancora presto per trarre conclusioni definitive sui risultati dei cospicui investimenti affrontati da Fiera Milano per entrare nella competizione. Certo è che l'emergere di un nuovo concorrente ha indotto i leader storici, come Parma per l'alimentare o Verona per il settore agricolo e vinicolo, a stringere alleanze e sviluppare nuove iniziative. In questo modo, il mercato ha ricevuto una notevole spinta ed è stato possibile un arricchimento dell'offerta.

*With a 110 billion euros turnover in 2006 (according to Federalimentare), the food industry maintains its crucial relevance for the Italian economy, filling the second place after the metal working industry. The dairy, sweet, wine and meat processing sectors registered the highest turnover.*

*But the most significant item is the export, with 16,8 billion euros, that means a 10,8% growth rate compared to 2005. Canada and Usa are the markets towards which the export has grown the most, while in Europe export towards Russia and Turkey has played a major role. Export towards the European Union countries are falling, and also the ones towards China have difficulty in growing.*

*In promoting the export, trade fairs play a leading role. Cibus and Vinitaly, the international showcases of the Italian agro-food business, are the main occasions in our country to boost the contacts of Italian firms and foreign buyers. Moreover, recently we have seen new events, showcasing Italian agro-food products right on the foreign markets, e. g. the joined edition of Cibus and Vinitaly in different countries, up to smaller sized exhibitions such as L'Italie à table in Nice (see article at p. 22).*

*In Italy, Fiera Milano organized this year a new event, Tuttofood (which took place from May 5th to 8th), which has been established as the first showcase in Italy of the international agro-food sector. It is too early now to draw definitive conclusions about the results of the huge investments Fiera Milano undertook to enter the competition. Surely, the rise of a new competitor compelled the traditional leaders, such as Parma for the food sector or Verona for the agricultural and wine sectors, to make new alliances and to develop new events. This way, the market was given a significant boost, and the enrichment of the offer has been also made possible.*