

# Food & bev

catalogue

buyer

**M**  
**MARENCHINO**  
*una storia di famiglia*

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

**Bergader**

La montagna nei formaggi. Dal 1902.

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

*Pan di Vico* SRL  
Produzione Paese Grattugiato

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



**LA VINICOLA  
DEL TITERNO**

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

**SCRIANI**

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

**LAURETANA**

The lightest water in Europe

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

FRATELLI  
**Cecchin**  
PASTAFRESCA

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



**MARCATI**

*con la tradizione nel cuore*

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



*Il Buono d'Italia*

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



Since 1948

[sideaspezie.com](http://sideaspezie.com) - [limperodelsole.it](http://limperodelsole.it)

**SLOW WINE FAIR**

[slowinefair.slowfood.it](http://slowinefair.slowfood.it)

*Tentazioni  
Pugliesi*

[www.tentazioni pugliesi.it](http://www.tentazioni pugliesi.it)



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



*Passione di famiglia dal 1589*

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



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



COMMERCIALE  
PEGASO

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

**PREFORMATI  
ITALIA**

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

**Schiavone**  
FRUITS & VEGETABLES

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

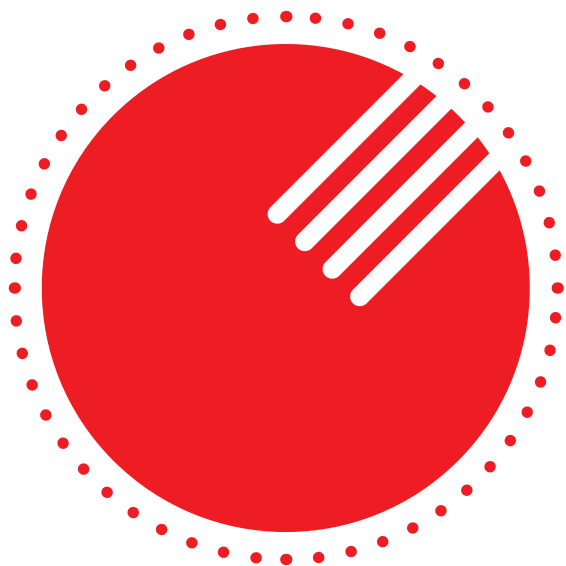
**Gulfood**

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



**CIBUS**  
CONNECTING ITALY

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



# CIBUS

CONNECTING ITALY

PARMA.29 | 30 MARCH.2023

# WELCOME TO FOODLAND

[www.cibus.it](http://www.cibus.it) | [cibus@fiereparma.it](mailto:cibus@fiereparma.it) | Follow CIBUS on    



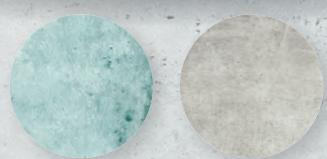


# Pinsa

An exclusive flour mix and high hydration make our pinsa the best occasion to experience the scents of Italy.



TRUFFLE AND HAM, SALAMI, MARGHERITA, HAM AND MUSHROOMS, AMATRICIANA, GOAT CHEESE AND HONEY



FRESH FROZEN

VALSA GROUP

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





CANTINA  
**SANTADI**

SULCIS - SARDINIA - ITALY  
Via G. Tachis, 14 - 09010 SANTADI  
Visit [www.cantinadisantadi.it](http://www.cantinadisantadi.it)



**Bergader**

La montagna nei formaggi. Dal 1902.

Morbido, profumato, delicato.



Il gusto della montagna ogni giorno sulla tua tavola.



DAL 1966  
**FRANCONE**  
 SOLO COSE BUONE

*Il sapore della tradizione italiana*  
 THE TASTE OF ITALIAN TRADITION

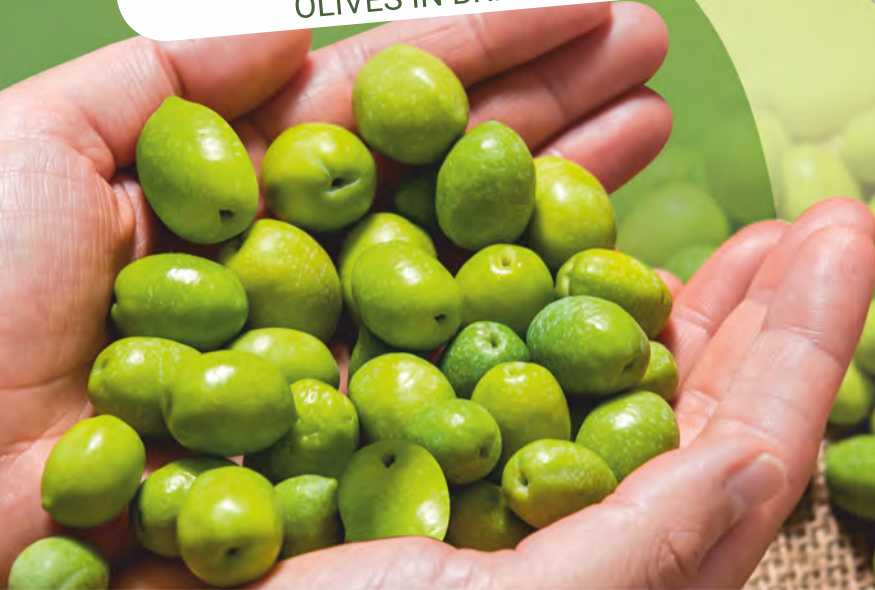


 **Antipasti sott'olio**  
 APPETIZERS IN OIL

 **Funghi**  
 MUSHROOMS

 **Olive condite**  
 MARINATED OLIVES

 **Olive in salamoia**  
 OLIVES IN BRINE



**Rispetto e amore per le materie prime**

Prodotti destinati alla Grande Distribuzione, al Retail e al Catering  
 PRODUCTS FOR RETAILERS, LARGE-SCALE DISTRIBUTION AND CATERING COMPANIES

**Una confezione per ogni esigenza**

AVAILABLE IN DIFFERENT PACKAGES AND WEIGHTS



Via Galileo Ferraris, 14 - Druento (TO) Italy  
[www.franconesrl.it](http://www.franconesrl.it)



 +39 011 994.5504  
 +39 011 984.4771  
[info@franconesrl.it](mailto:info@franconesrl.it)



Scarica il nostro  
**Catalogo**

Design  
*pininfarina*

# Lightness is in our nature.



TDS/fixed residue  
14 mg/l

sodium  
FREE

hardness  
0.60 °f

Lauretana water comes from an unpolluted environment and it is **the lightest water in Europe**, with only 14 mg/liter of fixed residue (TDS). Lauretana brings **to the table of those who have chosen well-being** its unique characteristics and **in high catering** its qualities are enhanced by the **design of the glass bottle signed Pininfarina**.



# LAURETANA®

**The lightest water in Europe**

*recommended to those  
who care about their wellbeing*

Follow the lightness    [www.lauretana.com](http://www.lauretana.com)

# Tentazioni Pugliesi®

IRRESISTIBILI PER NATURA

*Tentazioni Pugliesi Organic Line is the result of our commitment to the care of good, healthy and genuine products. It all started with simple but extremely genuine and natural organic ingredients: soft wheat flour and extra virgin olive oil mixed with wisely based on an ancient Apulian recipe. Over the years our Organic proposal has expanded increasingly, differentiating itself in order to meet various needs of our consumers, moving around the pivotal idea of combining taste and health in a genuine and fragrant sensory experience.*

*La Linea Biologica Tentazioni Pugliesi è il risultato del nostro impegno nella cura di prodotti buoni, sani e genuini. Tutto inizia con semplici ingredienti biologici estremamente genuini e naturali: farina di grano tenero e olio extravergine di oliva miscelati con sapienza secondo un'antica ricetta pugliese. Negli anni la nostra proposta Biologica si è ampliata sempre di più, differenziandosi per soddisfare le diverse esigenze dei nostri consumatori, muovendosi intorno all'idea cardine di coniugare gusto e salute in un'esperienza sensoriale genuina e profumata.*



Tentazioni Pugliesi BIO  
al grano Khorasan – 200 g

Tentazioni Pugliesi BIO  
al grano Multicereali – 200 g

Mr Krunc BIO  
MPK 6pz da 35 g

Tentazioni Pugliesi BIO  
all'olio evo – 200 g

Tentazioni Pugliesi BIO  
ai semi di finocchio – 200 g

## ENJOY THE GOOD OF NATURE

S.P. 130 Trani-Andria km. 2  
76125 Trani (BA) – Italy  
Tel 0039 0883 588 803  
Fax. 0039 0883 506 904 / 0039 0883 195 9507  
info@tentazionipugliesi.it

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





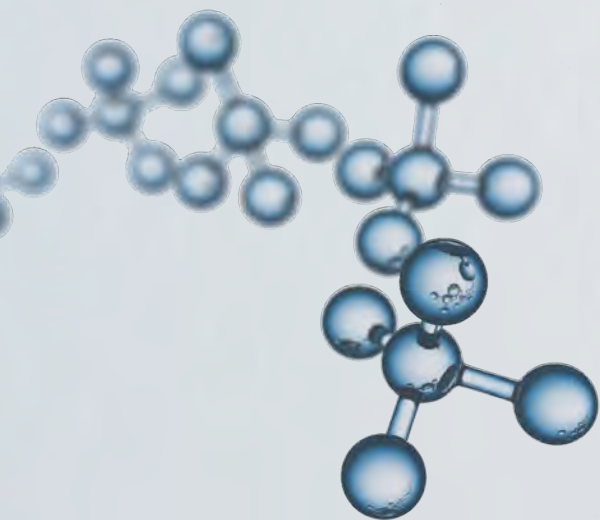


FRATELLI  
**Cecchin**  
PASTAFRESCA



**BUONI E  
FRESCHI  
DA OGGI  
ANCHE IN  
SACCHETTO!**





*le grandi cose nascono  
dai piccoli elementi.*



INGREDIENTI DI ALTA QUALITA'  
PER L'INDUSTRIA **ALIMENTARE, COSMETICA, NUTRIZIONE SPORTIVA.**

Importiamo e distribuiamo da oltre 25 anni materie prime naturali provenienti esclusivamente da fonti rinnovabili. Forniamo additivi e ingredienti per il settore alimentare e per la cosmetica, prodotti

sempre disponibili che vengono consegnati ai Clienti in pochi giorni. Materie di alta qualità che costituiscono gli elementi di base per realizzare prodotti di valore.

  
**TOSCANA TRADING**  
Natural Sources Worldwide

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

NSW Toscana Trading S.r.l. Via San Marco, 33 Montecatini Terme (PT) Italy - Tel. +39.0572.772663

®  
SCRIANI



*Twenty experience*



SCAN NOW.  
TASTE OUR  
SELECTION!

#trufflerevolution



# More than Truffle!

SINCE 1987 STEFANIA CALUGI SELECTS THE BEST TRUFFLES OF THE TUSCAN TERRITORY AND REALISES PRODUCTS BASED ON TRUFFLES CREATING NATURAL AND INNOVATIVE RECIPES SUCH AS THE "MILLE E UN TARTUFO" TRUFFLE POWDER, UNIQUE AND UNEXPECTED COMBINATIONS TO DISCOVER!



**STEFANIA CALUGI**  
*tartufi dal 1908*



We proudly satisfy italian and international safety food standards

seguici su   

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



# treValli®

## SENZA LATTOSIO

treValli®  
SENZA LATTOSIO

LATTE  
ALTA  
DIGERI  
BILITA'

+50% PROTEINE\*  
+30% CALCIO\*

Latte  
100% Italiano

SENZA GRASSI

ViviForte

# C'È VOGLIA DI LEGGEREZZA E GUSTO C'È TREVALLI SENZA LATTOSIO

La linea  
Latte Trevalli  
Senza Lattosio  
comprende  
anche:

- ViviDigeribile
- ViviLeggero
- ViviSano.



### TREVALLI SENZA LATTOSIO VIVIFORTE

è ideale per chi ama il latte, ma non riesce a digerirlo, perché ha **meno dello 0,1% di lattosio**, che viene scisso nei suoi due zuccheri più facili da assimilare: glucosio e galattosio.

- **SENZA LATTOSIO** (meno dello 0,1%)
- **SENZA GRASSI** (Solo 0,1%)
- **50% DI PROTEINE IN PIÙ** rispetto al latte tradizionale
- **30% DI CALCIO IN PIÙ** rispetto al latte tradizionale
- **100% LATTE ITALIANO**



© LUCIANO RUBINO GROUP - MOSTACHIOS

*from field  
to fork*

## PIÙ DI UN SEMPLICE SLOGAN

Da sempre votata alla qualità e al servizio, Fiordelisi si è distinta negli anni non solo come fornitore di semi lavorati premium, ma anche come co-packer per le più importanti PL della distribuzione europea e Usa.

## MORE THAN JUST A SLOGAN

*Always devoted to quality and service, Fiordelisi has distinguished itself over the years not only as a supplier of premium semi-finished products, but also as a co-packer for the most important PLs of European and US distribution.*



from field to fork

[in](#) [f](#) [@](#) FIORDELISISRLS.IT



# GRUPPO

organizzazione di produttori

# TARULLI

OP

UVA BIOLOGICA - ORGANIC GRAPES  
KONTROLLIERT ÖKOLOGISCHE TAFELTRAUBEN

*Don't dream it... have it!*



GLOBALG.A.P.

Zona PIP: Viale G. Saponaro Sindaco  
70016 NOICÀTTARO (BA) Italy

Tel. +39 080 478 37 61 - Fax +39 080 478 38 14  
info@gruppotarulliop.it - [www.gruppotarulliop.it](http://www.gruppotarulliop.it)





# LA VINICOLA DEL TITERNO



Massa di Faicchio  
(BENEVENTO)

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



# Gulfood

20-24 FEB 2023  
DUBAI WORLD TRADE CENTRE

CHANGE



TALENT



THE FUTURE



INSPIRATION

## ONE SOURCE OF THE WORLD

Bringing together F&B communities from across the world in Dubai to chart the way forward for this rapidly evolving sector, the **28th edition** of Gulfood is set to be **30% larger** than the previous years, with over **1,500 exhibitors** new to the show this year.

THE GLOBAL FOCAL POINT FOR  
TRANSFORMATION IN FOOD



INNOVATION

REGISTER NOW



GULFOOD.COM

*some contents*

*baked goods*



Tentazioni Pugliesi srl: typical apulian tonalli respecting tradition.

pp. 18/21

*wine*



Azienda Agricola Scriani:

Twenty Experience.

pp. 36/41

*preserving*



Fiordelisi srl: the sun dried and semi dried tomato specialist.

pp. 52/55

*oil*



Fioentini Firenze spa:

presents the new line of "climate friendly" products. pp. 56/61

editorial management and registered office: Via Cesare Cantù, 16  
20831 Seregno (MB) - ITALY  
Tel. +39 0362 244182

Catalogue of Food & Beverage products for retailers, buyers, and hospitality sector.  
Published: annual  
Registration: Court of Monza  
15/2018 of 13.11.18

stampa 1 - GULFOOD

In partnership with:



web site: [www.editricezeus.com](http://www.editricezeus.com)  
e-mail: [redazione@editricezeus.com](mailto:redazione@editricezeus.com)  
portal: [www.allfoodonline.com](http://www.allfoodonline.com)  
e-mail: [marketing@allfoodonline.com](mailto:marketing@allfoodonline.com)  
skype™: editricezeus

Showcase of food&beverage products, wines and alcoholics year 9 - 2023

managing editor  
Enrico Maffizzoni  
[direzione@editricezeus.com](mailto:direzione@editricezeus.com)

*alcohol*



Pallini spa:

Pallini company. - pp. 72/74

*rice*



S.P. spa: rice champions food and environmental sustainability.

pp. 76/80

*confectionary*



Theocacao srls: where there is a will there is a way to go for pp. 92/95



Sonia V. Maffizzoni  
Editorial Manager

Well-known products, such as dates, interpreted in a new key, which sees them become sweeteners, and ancient berries from the American forests that discover new roles on our tables: a heartfelt return to traditional foods, yet reinterpreted according to the standards of good health. There is but one certainty in 2023: the past will merge with the present to delineate an unexpected future. If, on the one hand, technologies are leading us towards a conception of food with descriptions that will need to be rewritten, on the other, the possibilities of the not too distant future lie in mankind's history and great creativity. Are raw materials becoming scarcer? Others will be discovered, whilst the by-products of food processing will finally find their place in other industries (e.g., cosmetics) and the sea will be seen as a wilderness territory to be explored in search of surprising ingredients. Human ingenuity, which will never cease to amaze us, will invite all of us, for the sake of sustainability, to look to the future with optimism and new eyes.

*Frozen foods*



Valpizza srl: promoting the true Italian food lifestyle all over the world. - pp. 138/140

editorial manager  
S.V. Maffizzoni  
redazione@editricezeus.com

editorial production  
Sonia Bennati  
bennati@editricezeus.com

account dep. manager  
Elena Costanzo  
amministratore@editricezeus.com

project and layout design creative dep.  
ZEUS Agency  
grafica@editricezeus.com

translations  
Leomilla Translation

printing  
Zeus agency



# Tentazioni Pugliesi

## TYPICAL APULIAN TARALLI RESPECTING TRADITION

Tentazioni Pugliesi, a company that produces bakery products, with particular attention to the production of taralli, thanks to the respect for traditions and the quality of his raw material, has allowed it to position itself among the major Italian producers of taralli.

Tentazioni Pugliesi achieves its great success thanks to the right combination of industrialization and maintenance of a production linked to tradition, with simple recipes, ingredients of the highest quality, and the maintenance of the entire classic production process of tarallo, consisting of both boiling and cooking in the oven, thus obtaining the right conservation of all the organoleptic properties of the tarallo, which will always be as if it were freshly baked.





**TARALLI TIPICI PUGLIESI  
NEL RISPETTO DELLA TRADIZIONE**

Tentazioni Pugliesi, azienda di produzione di prodotti da forno, con particolare attenzione sulla produzione di taralli, ha fatto della qualità e del rispetto delle tradizioni il proprio credo che ha permesso di posizionarsi tra i maggiori produttori italiani di taralli.

Tentazioni Pugliesi ottiene il suo grande successo grazie al giusto connubio tra industrializzazione e mantenimento di una produzione legata alla tradizione, con ricette semplici, ingredienti di altissima qualità, ed il mantenimento di tutto il processo di produzione classico del tarallo, composto sia dalla bollitura che dalla cottura in forno, ottenendo così la giusta conservazione di tutte le proprietà organolettiche del tarallo, che sarà sempre come appena sfornato.



Present in the major distribution chains of the Italian GDO with their own brands: "Tentazioni Pugliesi", "Tara", "Dal Forno di Giovanni Matera", "Mr Krunc" and "Inforniamo" and also in commercial partnership for the production of private labels.

Attentive to consumer requests, the range of products created with 100% Certified Italian Ingredients ranges from traditional to multi-grain, organic products, and innovative and healthy products with the addition of microbiologically pure sea water, thus eliminating the salt from the dough.

The products of Tentazioni Pugliesi are in great demand and loved throughout the national, European and

non-European territory. Thanks to the controlled origin of the raw materials, and to a meticulous research and product development work, the company has placed in its near future a new way of being close to everyone's well-being, including new Gluten Free lines in its offer.

The certifications obtained are numerous and of great depth: ICEA, IFS, BRC.

Despite the particularly tense moment on the markets, the company is projecting a production of 30,000 tons, useful for responding to the growing demand for a simple, healthy product suitable for everyone.

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



Presenti nelle maggiori catene distributive della GDO Italiana con i propri brand : Tentazioni Pugliesi, Tara', Dal Forno di Giovanni Matera, Mr Krunc ed Inforniamo ed in partnership commerciale per la produzione della loro marca privata.

Attenti alle richieste dei consumatori, la gamma di prodotti creati con il 100% di Ingredienti Italiani Certificati, spazia dai tradizionali, ai multicereali, ai prodotti biologici, ed a prodotti innovativi e salutari con l'aggiunta di acqua di mare microbiologicamente pura, eliminando quindi il sale dall'impasto.

I prodotti di Tentazioni Pugliesi sono molto richiesti ed amati su tutto il territorio nazionale, europeo ed extraeuropeo. Grazie all'origine controllata delle materie prime, e ad un puntiglioso lavoro di ricerca e sviluppo di prodotti, l'azienda ha posto nel suo prossimo futuro un nuovo modo di essere vicina al benessere di tutti, inserendo nella sua offerta nuove linee Gluten Free.

Numerosi e di grande spessore le certificazioni ottenute: ICEA, IFS, BRC.

Nonostante il momento particolarmente teso dei mercati, l'azienda si proietta su una produzione di 30'000 tonnellate, utili a rispondere alla crescente richiesta di un prodotto semplice, salutare, ed adatto a tutti.

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

## “FOOD DELIVERY TRENDS ACROSS ITALIAN SUPERMARKETS”



image: Freepik.com

**F**ood retailers and leading supermarkets across Italy are always exploring new opportunities that will see them last longer in the business. However, countless variables influence the Italian food B2B delivery niche. Therefore, making correct predictions about foods highly likely to feature on most Italians’ plates remains critical.

Unlike in other countries, where people enjoy their favorite meals in food courts and restaurants, Italy takes a different approach, with an overwhelming number of customers buying their food from supermarkets. This is not to say that the love for quality food has withered out, but Italian supermarkets lead the pursuit of quality.

### **A General Outlook on Food Delivery**

The earliest record of food delivery in Italy was in Naples, Italy, in 1889, where the royal family ordered a Pizza. Fast-forward, the Italian food delivery market is worth over one million Euros as of 2022. Four players dominate the current food space – JustEat, Deliveroo, Glovo, and Uber Eats. Based on market data from these leading Italian



### **Our Editorial Office**

food distributors, Roma and Milano lead in terms of volumes distributed. However, a closer look at Italian food trends reveals swift changes in consumer behavior.

With people struggling with busy lives and strained budgets, the food distribution market has been changing. This has resulted in a somewhat complex scenario that sees traditional and modern food delivery trends coexist; and, at times, pull in different directions.





image: Freepik.com

### TRENDS IN FOOD DELIVERY BUSINESS

#### Small Stores Dominance

Italy is one of the European Union's countries with the highest number of small and medium stores.

As such, consumers are rarely hard-pressed to find places to buy good food. Coop and Conad are the two largest food retailers, with 25% of the market share, while the top five enjoy 52% of the market, which is relatively lower compared to other European nations.

#### The Rise of the Private Label

Private labels are fast becoming a mainstay in the Italian food distribution market. Although their market share is relatively lower than the EU average, almost every food retail chain or supermarket owns a private label. Traditional brands still have a firm grasp of the market, but this has changed following the COVID-19 pandemic and the economic downturn.

#### Final Thoughts

Although consumer trends have changed recently, Italians' attention to quality food remains. So, whether you need to enjoy Spaghetti alla Carbonara, Napolitana Pizza, Risotto, Arancini, or the Fiorentina Steak, there is so much quality that might be missing on TV available at an affordable price. Large retailers, supermarkets, or Italian wholesalers who leveraged their capital base during the recession are fast replacing traditional custodians of quality food.

But it still remains that independent food stores could make a comeback.





La montagna nei formaggi. Dal 1902.

## BERGADER CREMOSISSIMO: the delicious soft cheese from the mountains

### 120 YEARS OF BERGADER: A MOUNTAIN STORY

The Bergader dairy farm has a history that began 120 years ago, in 1902, in the Alpine village of Waging am See, where Basil Weixler worked tirelessly at his little cheese factory, using milk from cows grazing on the surrounding pastureland.

The name Bergader – meaning literally “mountain vein” – encapsulates the origin of this cheese. It is a name that signifies love for nature and for the mountain tradition – two elements with which the dairy farm is inextricably intertwined.

The founding family, now in its fourth generation and still working at the company, is committed to ensuring the authentic goodness of our great-tasting dairy products.

### BRINGING THE “MOUNTAIN VEIN” TO YOUR TABLE

Rolling hillsides, verdant pasture and, in the background, the breathtaking panorama of the mountains: this is the wonderful landscape of the Bavarian Prealps, where Bergader is born. Right here – on the 1,700 farms run by the local mountain farmers – is the source of the fresh milk that Bergader uses to produce its speciality cheeses.





**CREMOSISSIMO BERGADER:**  
il morbido ed elegante formaggio  
di montagna

**CENTOVENTI ANNI DI BERGADER:**  
UNA STORIA DI MONTAGNA

L'azienda casearia Bergader ha una storia che inizia 120 anni fa, nel 1902 nel paesino alpino Waging am See, dove Basil Weixler lavora con passione nel suo piccolo caseificio di paese, fornendosi del latte dei pascoli che lo circondano.

Il nome Bergader – letteralmente vena di montagna – racconta proprio l'origine di questo formaggio. Un nome che significa amore per la natura e per la tradizione montana, due elementi a cui l'azienda casearia è strettamente legata.

La famiglia fondatrice è giunta alla quarta generazione e continua ad essere presente in azienda, testimoniando e raccontando la passione per i sapori buoni e autentici dei prodotti caseari.

**LA FILIERA DELLA "VENA  
DI MONTAGNA"**

Dolci colline, pascoli verdeggianti e, sullo sfondo, il panorama mozzafiato delle montagne: ecco lo splendido paesaggio delle Prealpi Bavaresi in cui nasce Bergader. È proprio qui, nelle 1.700 fattorie degli allevatori montani locali, che ha origine il latte fresco con cui produce le proprie specialità casearie.



### THE ELEGANT SIMPLICITY OF MOUNTAIN CHEESES

Smooth, fragrant and delicate, Cremosissimo – in a practical, resealable, 175g crescent-shaped pack – is a soft cheese that has, as the name implies, an exceptionally “creamy” heart, contained within an edible white rind: a combination of consistencies that brings with it all the flavour of the mountain, giving you a gourmet taste experience that captures all the subtleties of the upland pastures.

Gluten-free, GMO-free and free from preservatives, this cheese meets the needs of consumers who are increasingly focused on the genuine nature of products. Moreover, thanks to the use of microbial rennet, it is suitable for vegetarians.

All the quality, aroma and taste of the cheese is captured in the new crescent-shaped pack, which is stylish, resealable and ideal for maintaining the freshness of the product.

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

### L'ELEGANTE SEMPLICITÀ DEI FORMAGGI DI MONTAGNA

Morbido, profumato e delicato, il Cremosissimo nel pack a mezzaluna pratico e richiudibile da 175 gr, è un formaggio a pasta molle caratterizzato da un cuore – come dice il nome del prodotto stesso – “cremosissimo” racchiuso da una crosta bianca edibile: una combinazione di consistenze che porta con sé tutto il sapore della montagna, un'esperienza avvolgente per palato, una scoperta delle sfumature più raffinate delle alte vette.

Senza glutine, senza conservanti e senza OGM, questo formaggio soddisfa le esigenze di un pubblico sempre più attento alla naturalità dei prodotti e, grazie all'utilizzo del caglio microbico nella sua formulazione, risulta adatto alla dieta vegetariana.

A preservare in modo ottimale le caratteristiche qualitative e organolettiche del formaggio è la nuova confezione a mezzaluna: elegante, richiudibile e ideale per mantenere la freschezza del prodotto.

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

# “QATAR-ITALY TRADE GROWS”



According to the last available data, in the first nine months of this year the total trade between Qatar and Italy reached the value of 4.8 billion Euro, with an increase of + 161% compared to the same period of 2021. It is worth pointing out that the total bilateral trade in the entire year 2021 was approximately 3.3 billion Euro. Italy ranks 4th among the suppliers' countries of Qatar, after India and before Germany, and it is the 9th destination market of Qatari exports.

The total value of Italian food products exported to Qatar during the first nine months of 2022 exceeded 64 million Euro, with an increase of more than 100% compared to the same period in 2021. A wide range of Italian food products is exported to Qatar: pasta, bakery products, cheese, dairy products, vegetable sauces and preserves, chocolate products, olive oil. The variety of Italian food production is so extensive that we believe it is possible to increase the offer of our products on this market.

As part of continuing efforts to increase the knowledge and raise the consumption of Authentic Italian products in Qatar, the Italian Trade Agency signed a cooperation agreement with LULU Group International in the years 2020-2021 (Qatar and Bahrain). The partnership was fruitful, not only for Lulu and the Italian Trade Agency, but also for Qatari consumers who now have a wider choice

of Italian food products. To keep raising the awareness and growing the consumption of authentic Italian products in Qatar, we will organize business missions of Qatari buyers to the main international exhibitions that will be held in Italy during 2023, like Tuttofood, Cibus, Sigep, AbTech etc... We are also planning to sign another partnership agreement with a major food retailer in Qatar to bring in more Italian food suppliers.

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





## MODULAR CM: FLEXIBILITY & COMPACTNESS

### **THE LABELING SOLUTION CREATED BY P.E. AND LOVED BY WINE & SPIRITS SECTOR**

**Modular CM is another P.E. labeling solution that combines flexibility and compactness.**

The new rotary labeling machine is completely ergonomic and flexible, with its layout reconfigurable quickly and easily.

Modular CM is exhibited at Vinitaly | Enolitech 2023: P.E. LABELLERS stand – Hall F | Booth B5. Modular CM is a compact and solid machine available in 4 sizes from small to medium, up to 6 labeling stations, perfect for glass and plastic bottles, cylindrical and shaped formats, and for partial labels – front / back, neck labels, plastic I/L/U shape tax stamps. This solution has all the features to be loved by many sectors that need a small to medium-sized labeling machine, super flexible thanks its complete modularity, with a layout that can be reconfigured easily and quickly. In particular this ergonomic labeling machine meets perfectly the needs of many producers and bottlers in the Wine & Spirits sector.





### MODULAR CM: FLESSIBILITÀ & COMPATTEZZA

LA SOLUZIONE DI P.E. LABELLERS CHE STA CONQUISTANDO IL MONDO WINE & SPIRITS

**Si chiama Modular CM ed è un'altra soluzione di etichettatura P.E. Labellers che unisce flessibilità e compattezza.**

La nuova macchina etichettatrice rotativa completamente ergonomica e modulare, presenta un layout riconfigurabile in maniera facile e veloce.

**Modular CM è esposta a Vinitaly | Enolitech 2023 presso lo stand P.E. Labellers: Hall F | Stand B5.**

Compatta e solida, disponibile in 4 dimensioni da piccola a media, fino a 6 stazioni di etichettatura, la Modular CM ha tutte le caratteristiche per conquistare molti settori che necessitano di una macchina etichettatrice

In addition to Wine & Spirits, Modular CM also satisfies the production needs of the Oil, Beer, Food & Dairy industries.

It features labeling stations with pressure sensitive technology and cold glue, reciprocally interchangeable; they are replaceable in a few steps according to any production needs.

The Modular CM is a machine that provides the highest standards of safety for the operators: it has up/down protections that, when raised, instantly stop the machine's operation.

Modular CM was in the spotlight of many 2022 international trade shows, and also this year it will be present in significant fairs. The first in roadmap: Enomaq (Zaragoza - ES, 14-17.02.23) and Vinitaly | Enolitech (Verona - IT, 2-5.04.23). a world leader in Packaging.

**PELabellers.com**



dalle dimensioni medio - piccole, super flessibile perché completamente modulare, dal layout riconfigurabile in maniera facile e veloce.

In particolare, questa nuova etichettatrice si presta a soddisfare al meglio le esigenze di aziende vinicole e imbottiglieri che necessitano di soluzioni di etichettatura anche di dimensioni medio-piccole.

Oltre al Wine & Spirits, la Modular CM risponde alle necessità produttive anche dei settori Oil, Beer, Food & Dairy.

Su di essa vengono installate le stazioni di etichettatura con tecnologia adesiva e colla a freddo tra loro intercambiabili, sostituibili in pochi gesti in base alle proprie necessità produttive.

La Modular CM è una macchina che attesta altissimi standard di Sicurezza per gli operatori: presenta protezioni sali/scendi che se alzate fermano istantaneamente l'attività della macchina.

Modular CM è stata esposta e ammirata in molte fiere internazionali nel 2022 e anche quest'anno non mancherà di essere presente ad importanti manifestazioni. Le prime in roadmap: Enomaq (Saragozza - ES, 14-17.02.23) e Vinitaly | Enolitech (Verona - IT, 2-5.04.23).

**PELabellers.com**



**PE LABELLERS™**

**MODULAR CM**

Fully ergonomic and modular rotary labeling machine, with a quick and easy reconfigurable layout.



Compact and robust labeling solution, available in four sizes from small to medium, up to six labeling stations.

The new solution to meet the needs of the Wine, Spirits, Oil, Beer, Food & Dairy sectors.

Solution with pressure sensitive and cold glue labeling stations, reciprocally interchangeable and replaceable in a few steps.

Modular CM is a machine that provides the highest standards of safety for the operators. It has up/down protections that, when raised, instantly stop the machine.

# SLOW WINE FAIR

A stylized purple wine bottle with a green leaf at the top and a white spiral pattern on the body.

## SLOW WINE FAIR

26-28 FEBRUARY, AT BOLOGNAFIERE THE 2ND EDITION OF SLOW WINE FAIR, THE INTERNATIONAL FAIR OF GOOD, CLEAN AND FAIR WINE

**Slow Wine Fair**, the only international wine exhibition dedicated to good, clean and fair wine, returns for its second edition at **BolognaFiere** from **Sunday 26 to Tuesday 28 February 2023**.

It is organised by **BolognaFiere** and **SANA**, International Exhibition of Organic and Natural Products, under the artistic direction of **Slow Food**, and promotes wines that are the result of **sustainable agriculture**, which has as its watchwords biodiversity, the protection of the agricultural landscape, the judicious use of its resources, the cultural and social growth of farming communities, as well as increasing consumer awareness.

**Hundreds of Italian and international wineries and more than 3,000 labels** will be on show at Slow Wine Fair; wines that are not only good, clean and fair, in line with the principles of the Slow Wine Coalition, but also **organic** – thanks to the partner FederBio –



# MASTERCLASS

#SlowWineFair



## SLOW WINE FAIR

DAL 26 AL 28 FEBBRAIO, A BOLOGNAFIERE, LA 2A EDIZIONE DI SLOW WINE FAIR, LA FIERA INTERNAZIONALE DEL VINO BUONO, PULITO E GIUSTO

**Slow Wine Fair**, l'unica fiera internazionale dedicata al vino buono, pulito e giusto, torna per la seconda edizione a **BolognaFiere da domenica 26 a martedì 28 febbraio 2023**.

Organizzata da **BolognaFiere** e **SANA**, Salone Internazionale del Biologico e del Naturale, con la direzione artistica di **Slow Food**, la Slow Wine Fair promuove i vini frutto di un' **agricoltura sostenibile**, che ha come parole d'ordine la biodiversità, la tutela del paesaggio agrario, l'uso oculato delle sue risorse, la crescita culturale e sociale delle comunità agricole, oltre a una maggiore consapevolezza dei consumatori.

A Slow Wine Fair saranno presenti **centinaia di cantine italiane e internazionali e oltre 3.000 etichette**: vini non solo buoni, puliti e giusti, in linea con i principi della Slow Wine Coalition, ma anche **biologici** – grazie al partner FederBio – e di **altissima qualità**, perché selezionati da una **commissione internazionale**.

Accanto a **degustazioni e masterclass** con i produttori, **convegni e forum**, da non perdere la new entry di **bevande spiritose, distillati, liquori**.



and of the **highest quality**, because they have been selected by an **international commission**.


Not to be missed, alongside **tastings and masterclasses** with producers, **conferences and forums**, the new entry of **spirits, distillates, liqueurs and bitters**. BolognaFiere hosts, indeed, the third edition of the **Fiera dell'Amaro d'Italia**, promoted by Amaretta and ANADI. Producers of excellence present their bitters to the public, telling their story, linked to a long tradition and to local ingredients and recipes. New features include an area for **sustainability partners** offering innovative tech-

nological solutions, tools and services for the wine world.

All these factors make the Slow Wine Fair an event that stands out among Italian and international fairs dedicated to wine for its **strong content and selection of wineries**, useful for professionals to make business deals and for enthusiasts to broaden their tasting horizons.

Slow Wine Fair is a **b2b event for Horeca and large-scale retail trade professionals**, but its doors are also open to **wine lovers**.

[www.slowinefair.slowfood.it/en/](http://www.slowinefair.slowfood.it/en/)



**ri e amari.** BolognaFiere ospita, infatti, la terza edizione della **Fiera dell'Amaro d'Italia**, promossa da Amaroteca e ANADI, dove produttori di eccellenza presentano i propri amari, raccontandone la storia e i legami con una lunga tradizione e con ingredienti e ricette locali.

Tra le novità, l'area dei **partner della sostenibilità**, che propongono soluzioni tecnologiche, strumenti e servizi innovativi per l'intera filiera del vino.

Tutti questi fattori fanno di Slow Wine Fair un evento che si distingue tra le fiere italiane e internazionali dedicate al vino per la **forza dei contenuti** e la **selezione delle cantine**, utili agli operatori del settore per concludere accordi commerciali e agli appassionati per ampliare i propri orizzonti degustativi.

Slow Wine Fair è un **evento b2b per i professionisti dell'Horeca e della GDO**, ma le sue porte sono aperte anche al pubblico dei **wine lover**.

[www.slowinefair.slowfood.it/](http://www.slowinefair.slowfood.it/)



# ® SCRIANI

## TWENTY EXPERIENCE

Scriani winery is a little jewel in the heart of Valpolicella, a fertile land of flavors and traditions, designed by the rows of its renowned vineyards and anchored to the undulating background of sweet hills.

It is in fact located in the town of Fumane in the heart of Valpolicella Classica and the main vineyards are located on a beautiful hill called Monte S.Urbano to the east and La Costa to the west. It is a corner of generous nature, where for generations are sowed and harvested fruits of extraordinary quality, from terrace to terrace, from vineyard to vineyard with the care and passion that have always distinguished these people. It is precisely to





#### TWENTY EXPERIENCE

L'azienda agricola Scriani è un piccolo gioiello nel cuore della Valpolicella, una terra fertile di sapori e tradizioni, disegnata dai filari dei suoi rinomati vigneti ed ancorata allo sfondo ondeggiante di dolci colline.

Si trova infatti nel paese di Fumane nel cuore della Valpolicella Classica e i principali vigneti sono situati su una bellissima collina denominata Monte S.Urbano ed est e La Costa ad ovest. Si tratta di un angolo di natura generosa, in cui da generazioni vengono seminati e raccolti frutti di straordinaria qualità, di terrazza in terrazza, di vigna in vigna con la cura e la passione che da sempre contraddistinguono questa gente.

È proprio per celebrare questa eredità, fatta di passione, dedizione, tradizione e amore per le cose fatte bene che nasce **Twenty**, un gioiello di famiglia nato in occasione dei 20 anni dell'azienda Scriani per unire le origini al presente.



celebrate this heritage, made of passion, dedication, tradition, and love for things well done that Twenty was born, a family jewel born on the occasion of the 20th anniversary of the Scriani company to unite the origins with the present.

It is a refined, rich blend, coming from the heart of the most authentic Valpolicella. An exclusive wine, produced in only 1700 bottles, to leave its mark. Its color is ruby and its taste is full-bodied, intriguing, and round.

It is characterized by the scent of plum, notes of vanilla, and a warm and pleasant aftertaste reminiscent of cocoa.

It is aged for ten years in oak casks and it is perfect to be matched with robust dishes such as roasts, game meat, seasoned cheese, or red meat in general. It is also excellent as a meditation wine.







Si tratta di un blend ricercato, ricco, proveniente dal cuore della valpolicella più autentica. Un vino esclusivo, prodotto in sole 1700 bottiglie, per lasciare il segno. Il suo colore è rubino e il suo gusto corposo, intrigante e rotondo. È caratterizzato dal profumo di prugna, da note di vaniglia e da un retrogusto caldo e piacevole che ricorda il cacao. Viene affinato dieci anni in botti di rovere, ed è perfetto da abbinare a piatti robusti come arrostiti, selvaggina, formaggi stagionati o carni rosse in genere. Ottimo anche come vino da meditazione.



But Twenty is not only the fruit of the wise art of winemaking.

Twenty is in fact born from paper, pen, and inkwell, the tools used by our ancestors, the village scribes who gave shape to words by re-leasing on the paper the story of the people they met. Twenty is the fruit of the vine that transforms over time. It is elegance, perfection, beauty enclosed in a flower that carries infinite messages.

It is the beginning, from where everything is born. A symbol of life, the beginning of something unique. It is the guardian of the thoughts, ideas, and secrets of the history of a family, of a company, and the legacy that this company and this family wish to transmit.

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





Ma Twenty non è solo il frutto della sapiente arte della vinificazione.

**Twenty nasce infatti da carta, penna e calamaio**, gli strumenti che usavano i nostri avi, gli scrivani del paese che davano forma alle parole rilasciando sul foglio la storia delle persone che incontravano. Twenty è il frutto della vite che nel tempo si trasforma. È eleganza, perfezione, bellezza racchiuse in un fiore che porta infiniti messaggi. È l'inizio, da dove tutto nasce. Un simbolo di vita, l'inizio di qualcosa di unico. È custode dei pensieri, delle idee dei segreti della storia di una famiglia, di un'azienda, e dell'eredità che questa azienda e questa famiglia vogliono trasmettere.

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

®  
SCRIANI

Twenty

20<sup>th</sup> ANNIVERSARY



## LA VINICOLA DEL TITERNO

### THE SECRET TO MAKING GOOD WINE IS THE PURSUIT FOR QUALITY

The vine and the wine for us, the Di Leone's, represent since ever, the respect for a long tradition and an obligation towards a land – the ancient Sannio – where viticulture is the characterizing element of the environment, and the social – economic life of its inhabitants. Our commitment could be summed up in a practical and intensive daily activity in the vineyard and in the cellar, characterized by sustainability and respect of the tradition, aiming to guarantee a quality wine at the right price.

Our vineyards occupies an area of approximately 12 hectares. Their average altitude is of approx. 250 meters a.s.l. on chalky and clayey soils. The cultivation systems used, are mainly guyot and espalier, and the grape varieties managed are all traditional as Coda di Volpe, Falanghina, Aglianico, Sangiovese and Barbera.





#### IL SEGRETO DEL BUON VINO È LA RICERCA DELLA QUALITÀ

La Vite e il Vino per noi della famiglia Di Leone, rappresentano il rispetto di una lunga tradizione e l'impegno per una terra, quella dell'antico Sannio, dove la viticoltura rappresenta l'elemento che caratterizza l'ambiente e la vita sociale ed economica dei suoi abitanti. Il nostro impegno si può riassumere in una concreta e quotidiana attività in vigna e in cantina, contraddistinta da sostenibilità e rispetto della tradizione produttiva, con l'obiettivo di garantire un vino di qualità al giusto prezzo.

I nostri vigneti hanno un'estensione di dodici ettari, su terreni argilloso calcarei. Utilizziamo forme di allevamento a guyot e a spalliera, e coltiviamo vitigni tradizionali come Coda di Volpe, Falanghina, Aglianico, Sangiovese, Barbera.

The winery occupies a total area of 6000 sq.m. 3600 sq.m of these are indoor and are located on 3 levels. In the underneath level there is the barrique cellar; On the ground floor there are the plants for the vinification and the tanks for the wine storage, the bottling plants, the warehouse and finally a showroom for direct sales; On the upper floor there are meeting room, all the offices and the wine-lab. The vinification chain is technologically advanced with a capacity of 15 tons of grapes worked per hour, at controlled temperature, from grapes take over to fermentation and storage. The barrique cellar has a capacity of 200 hl with barrels of 18 and 32 hectoliters capacity and smaller barriques. The bottling plant is entirely automated with a production of 6000 bottles per hour. Total yearly bottles produced: 2.500.000. The 100% of the energy used is self-produced through a solar panel plant.

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



LA VINICOLA DEL TITERNO

**UN VINO  
CHE PROFUMA  
DI SANNIO.**

**Solopaca**  
Sannio DOP

[lavinicoladeltiterno.it](http://lavinicoladeltiterno.it)



La Cantina si estende su di una superficie di 6000 mq, di cui 3600 mq coperti, distribuiti su tre livelli. La linea di produzione delle uve è di ultima generazione, con una capacità produttiva oraria di 150 q di uva. La Bottaija ha una capacità di circa 2000 hl, con botti da 18 e 32 hl e barrique. La linea di imbottigliamento completamente automatizzata, ha una produzione oraria di 6000 bottiglie. Bottiglie prodotte: 2.500.000. Il 100% di energia da noi utilizzata, è prodotta da un impianto fotovoltaico.

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

**DON'T WAIT, BOOK TODAY!**



# FREE FROM FOOD • DUBAI

19-20 SEPTEMBER 2023

HEALTHY

DIET

VEGAN

ORGANIC

FREE FROM

FUNCTIONAL DRINKS

**Grow your Middle Eastern business and benefit!**

Connecting the right buyers with the best suppliers

◆ Trade Mission

◆ Matchmaking

◆ Trade Expo

◆ Conference

Organizers

EXP BUSINESS COMMUNICATIONS



Partners:



[dubai.freefromfoodexpo.com](http://dubai.freefromfoodexpo.com)

HEALTHY

DIET

VEGAN

ORGANIC

FREE FROM

FUNCTIONAL DRINKS

# CANTINA SANTADI: HISTORY, TERRITORY, CULTURE, TASTE AND TRADITIONS OF OUR RURAL REALITY

Cantina di Santadi is located in the Basso-Sulcis-Iglesiente, the south-western area of Sardinia; as the crow flies, it is only a few kilometers away from the wonderful beaches and white dunes of Porto Pino. Born in 1960, after overcoming the difficulties of the first years, with the arrival of a new management team, animated by the determination that generates enthusiasm and passion, the company adopts new strategies that give it a new look, with more coherent directives for the producing members. The goal is ambitious, to focus on bottled wine “typical red wines in particular” to give visibility and identity to the main cultivar of the territory: Carignano, without however neglecting the traditional white grapes of Sardinia, such as Vermentino, Nuragus, and Nasco. From an enological point of view, the winery is definitely looking up, by asking for the advice of the internationally renowned enologist Giacomo Tachis, whose arrival gives a turning point to Cantina di Santadi. From the grapes of the vineyards planted with sapling (vigna latina) are obtained wines based on Carignano, with an exuberant extractive content, a noble tannic framework, and a perfect balance between organic acid component, alcohol content, and polyphenolic value.

The careful use of French oak barrique harmoniously contributes to favor the evolution cycle of these exciting wines for aging such as Terre Brune, Rocca Rubia, Noras, and Araja. The range of red wines is completed with Grotta Rossa and Antigua, with the rose wine Tre Torri, the sparkling wine Metodo Classico Solais and the refined white wines Villa di Chiesa, Cala Silente, Pedraia, and Villa Solais as well as the dessert wines Latinia and Festa Noria. The assiduous and constant dedication of our producers together with



the innovative spirit and the respect of the territorial tradition, aim at honoring the winery and preserving a real heritage of history, culture, style, and taste, which are the real essence of our farming reality.

**www.cantinadisantadi.it**

**IG: #cantinadisantadi**

**FB: @cantinadisantadi**









## A THOUSAND AND ONE TRUFFLES THE FIVE COLOURS OF TASTE

Stefania Calugi, at the helm of her eponymous company, specialises in the search, selection and sale of fresh truffles and the processing of truffle products. With experience and passion Stefania is constantly developing innovative products whilst respecting their traditions. In 2021, she and her team created the MILLE E UN TARTUFO [THOUSAND AND ONE TRUFFLES] line, which consists of five product variants. Dried, powdered, or freeze-dried, with fruits and vegetables that harmonise with the spices and combine with the truffles, create an easy-to-use condiment that is perfect for any dish. The packaging, made of elegant glass, was inspired by the Tuscan hills and desert dunes. The Thousand and One Truffles line has been developed to introduce the distinct flavour of truffles so it can be combined at 360°. Stefania has created unique and innovative products, whilst invariably keeping her eye on tradition. Because of her vast experience and knowledge of the raw materials, she is ever ready to meet her customers' needs and desires.

- **01 ORIGINE [ORIGIN]** Powdered truffles. Pure truffle.
- **02 DUETTO [DUET]** Powdered truffles and mushrooms. The two, which are flavoured with an intriguing spice, combine perfectly.

- **07 CONOSCENZA [KNOWLEDGE]** Powdered truffles and tomatoes. Seven ingredients come together in a play of original flavours combined with truffles.
- **12 COMPRESIONE [COMPREHENSION]** Powdered truffles with raspberry. The raspberries with their tart, sweet tang combine perfectly with the strong flavour of the truffles.
- **28 ARMONIA [HARMONY]** Powdered truffles and apricots. The sweet apricot fruit combined with yellow squash and just a touch of pepper, enhance the truffles' flavour.

All five powders can be used during the preparation of first and second courses or even when making of baked goods and desserts.

Try them as a garnish on finished dishes too, for an extra note of colour or dash of flavour!

The farm, which monitors the entire process from the creation of the product to its packaging, is BRC, IFC, FDA, HALALAL and Bio certified, currently has more than 150 truffle references, and that is not all. [www.tartufi.it](http://www.tartufi.it)





## MILLE E UN TARTUFO. I 5 COLORI DEL GUSTO.

Stefania Calugi è un'azienda specializzata nella ricerca, selezione e vendita di tartufi freschi e nella lavorazione di prodotti al tartufo. Stefania con esperienza e passione crea costantemente prodotti innovativi sempre nel rispetto della tradizione. Nel 2021 crea e realizza insieme al suo team la Linea MILLE E UN TARTUFO. Si tratta di 5 varianti di prodotto.

Frutta e ortaggi, in polvere, liofilizzati o essiccati, si armonizzano con le spezie e si sposano con il tartufo, creando un condimento semplice da utilizzare e perfetto per qualsiasi pietanza. Il packaging è realizzato con vetri eleganti ispirati alle colline toscane e alle dune del deserto.

Mille e un tartufo è una linea pensata per far conoscere un sapore diverso del tartufo e per poterlo abbinare a 360°. Stefania Calugi realizza prodotti unici e innovativi, ma con un occhio sempre alla tradizione. Grazie all'esperienza e conoscenza della materia prima, soddisfa costantemente le esigenze e i desideri della sua clientela.

• **01 ORIGINE.** Polvere di tartufo. Tartufo in purezza.

• **02 DUETTO.** Polvere di funghi e tartufo. I due legano perfettamente e sono insaporiti da una spezia intrigante.

• **07 CONOSCENZA.** Polvere di pomodoro e tartufo. Sette ingredienti si incontrano in un gioco di sapori originari uniti al tartufo.

• **12 COMPRESIONE.** Polvere di lampone e tartufo. Il lampone dal sapore acidulo e dolce si abbina perfettamente al gusto deciso del tartufo.

• **28 ARMONIA.** Polvere di albicocca e tartufo. L'albicocca, frutto dolce abbinato alla zucca gialla con una punta di pepe, esaltano il tartufo.

Tutte e cinque le polveri possono essere utilizzate durante la preparazione di primi, secondi piatti o anche durante la realizzazione di panificati e di dolci. Provatelo anche sul piatto finito vi regalerà una nota di colore e di gusto in più! L'azienda segue l'intero processo dalla realizzazione del prodotto al confezionamento, è certificata BRC, IFC, FDA, HALAL, Bio, ad oggi conta più di 150 referenze al tartufo e non solo. [www.tartufi.it](http://www.tartufi.it)



## “ ITALIAN ORGANIC FOOD IN 2023 ”

**T**he Covid-19 pandemic certainly had a negative impact on the Italian organic food industry. However, this sector has begun to recover as consumers resume demand for delicious perishables. In the first six months of 2022, profits in Italian food exports rose by 16% compared to the previous years.

Germany, France, and Benelux are the biggest areas for importing Italian food products. However, there is also a thriving B2B industry within Italy itself. In 2023, there are several trends for food production and distribution to be aware of. Here are some of them.

### **Food Traceability**

When a restaurant purchases food products from a supplier, they want traceability for all sections of the supply chain. This is especially true for meat such as poultry, as animal welfare is a major concern. Organic and ethically

sourced meat will likely be a key focus for the industry in 2023. Italy provides a large amount of fish to both local and international businesses.

Companies that are transparent about their practices will seem more attractive.



Our Editorial Office



image: Freepik.com



image: Freepik.com

### **Technological Advancements**

The rise of eCommerce has transformed the Italian organic food industry. It has expanded the different types of products available to order. B2B logistics can become more efficient in the coming year as new forms of technology are embraced. On the other hand, classic staples such as pasta and vegetables will still be ordered wholesale by customers all over the world. Technology could even be used in the production of the food itself. For example, olive oil companies may use new hardware and software to increase their yield on a factory scale without undermining their organic status.

### **Fast Delivery**

Advanced GPS apps and delivery drones allow perishable Italian foodstuffs to reach the customer in a shorter amount of time. This means that in 2023, restaurants can get fresh products and serve them on the same day. Pizza continues to be an extremely popular form of Italian food. Live yeast is required to make the dough. In the past, organic yeast would have died before reaching the customer. As a result, people resorted to canned products instead.

### **Demand for Shelf Life**

Meanwhile, 2022 saw a marked increase in the demand for food with an enhanced shelf life. This poses an issue for suppliers of organic products. Firms will need to find ways to make items last longer without resorting to the use of additives.



image: Freepik.com



## FIORDELISI THE SUN DRIED AND SEMI DRIED TOMATO SPECIALIST

Fiordelisi, with more than 40 years of experience, can be considered the leading company in Europe and Mediterranean area for the production of sun-dried tomatoes and semi dried tomatoes. Since the beginning the passion for a so traditional product like the sun-dried tomatoes has been linked to the wish to make it more and more innovative. This pushed the Fiordelisi family



**FIORDELISI  
LO SPECIALISTA DEL POMODORO  
ESSICCATO AL SOLE E SEMI  
ESSICCATO**

Fiordelisi, con più di 40 anni di esperienza, può essere considerata l'azienda leader in Europa e nel Mediterraneo per la produzione di pomodori secchi e semi essiccati. Fin dall'inizio la passione per un prodotto così tradizionale come i pomodori secchi è stata legata alla volontà di renderlo sempre più innovativo. Questo ha spinto la famiglia Fiordelisi a sviluppare nuove tecnologie e trovare nuove lavorazioni per rispondere alle necessità dei clienti più esigenti.



to develop new technologies and find new processes in order to respond to the need of the most demanding customers. Almost twenty years ago Fiordelisi started producing also the semi dried tomatoes, becoming the main Italian alternative to the Turkish and north African-French production. Also, for this so demanded product Fiordelisi constantly works to improve the process and obtain the best quality “slow roasted” tomato.

Not only the tomatoes, but also artichokes, peppers, courgettes, aubergines and cherry peppers a full selection of air-dried vegetables and vegetables powders and even a set of frozen ingredients represent the wide range of Fiordelisi products, showing the great flexibility of the company always looking for innovative output and processes.

The care, the passion, the attention that Fiordelisi shows in all the production is the key allowing to supply industrial bakeries and pizza manufacturing companies, ready meals producers, as well as sauces and pastes and anyone want to have the best ingredients for their production all over in the world.

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







Quasi vent'anni fa Fiordelisi ha iniziato a produrre anche i pomodori semi secchi, diventando la principale alternativa italiana alla produzione turca e nord africano-francese. Anche per questo prodotto così richiesto Fiordelisi lavora costantemente per migliorare il processo e ottenere la migliore qualità di pomodoro "semi secco".

Non solo i pomodori, ma anche i carciofi, peperoni, melanzane, zucchine e poponcini, una selezione completa di verdure air dried e polveri di verdure e anche un set di ingredienti surgelati rappresentano l'ampia gamma dei prodotti Fiordelisi, a dimostrazione della grande flessibilità dell'azienda sempre alla ricerca di output e processi innovativi.

La cura, la passione, l'attenzione che Fiordelisi mostra in tutta la produzione è la chiave che permette di rifornire panifici industriali e aziende produttrici di pizza, produttori di piatti pronti, oltre a sughi e paste e chiunque nel mondo voglia avere i migliori ingredienti per la propria produzione.

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



## FIORENTINI FIRENZE PRESENTS THE NEW LINE OF “CLIMATE FRIENDLY” PRODUCTS

From 2020 **Fiorentini Firenze S.p.A** is on the market with three new products of the “Climate Friendly” family: Extra Virgin Olive Oil, **100% Italian**, the flagship of the company’s production, not only accompanied by **a specific certificate of traceability** for each bottle, but “capable of respecting the environment” with **a zero climate impact thanks to the offsetting of carbon emissions**.

### THE FIORENTINI FIRENZE COMPANY

Founded in 1996, Fiorentini Firenze has over time specialized in providing a service of **processing, bottling, packaging and storage of extra virgin olive oil** for a wide range of customers that now includes **the most important Italian and European GD and GDO chains**, as well as **the main multinational groups in the food sector**. The new production site in Colle di Val d’Elsa (SI), inaugurated in 2017, consists of **a 250 square meter analysis laboratory** and **an oil storage center of about 15 million liters**. The bottling plant consists of **6 lines** with an average daily production capacity of about **200,000 bottles**; the product storage department is equipped with **2000 pallet places with four covered loading bays**.

### GROWTH, TOWARDS THE FUTURE

In 1998 the company approached the foreign market, **first with the US market**, followed by **the German market** in 2001. Since then, the development performance increases by more than 20% every year, so that **at the end of 2015 the total number of packaged bottles is over 43,500,000 units**, with





**FIORENTINI FIRENZE PRESENTA LA NUOVA LINEA DI PRODOTTI "CLIMATE FRIENDLY"**

Dal 2020 **Fiorentini Firenze S.p.A** è sul mercato con tre nuovi prodotti della famiglia "Climate Friendly": **Olio Extravergine di Oliva, 100% Italiano**, fiore all'occhiello della produzione aziendale, non solamente corredato di un **certificato di tracciabilità specifico** per ogni bottiglia, ma "capace di rispettare l'ambiente" con un **impatto climatico pari a zero grazie alla compensazione delle emissioni di carbonio**.

**L'AZIENDA FIORENTINI FIRENZE**

Fondata nel 1996 **Fiorentini Firenze** si è nel tempo specializzata per fornire un servizio di **lavorazione, imbottigliamento, confezionamento e stoccaggio di olio extra vergine di oliva** per una vasta clientela che annovera oggi le più **importanti catene della GD e GDO italiana ed europea**,



sales **for 70%** on international markets, mainly consisting of **Germany, USA, Brazil**, France, Japan, China, Russia, England, Switzerland and **the remaining 30%** on domestic markets.

As of today, 2020, the annual production **exceeds 50,000,000 bottles between private label and the three company brands** ANTICO FRANTOIO, OLIVETA, FIORENTINI FIRENZE.

The company's objective is **to increase the volume of exports to the foreign market by up to 70%**, through products increasingly aimed not only at underlining its importance in large-scale distribution but also at **acquiring an increasingly strong identity in the eyes of the end consumer**: the values with which Fiorentini Firenze has grown over the years are and will always be a guarantee of quality. Quality not only in the excellence and in the control of the raw material to be used but also **the quality of the production chain itself**, based now more than ever on **new te-**

**chnologies, on eco-sustainability and ethical and social responsibilities.**

#### **THE VALUE OF INNOVATION**

The company Fiorentini Firenze S.p.A invests a lot in technological innovation and sustainable energies: the storage facilities are one of the first facilities in Italy to provide the new technology of Conservation under nitrogen and processing with Cold Cycle, and the entire operational management center uses photovoltaic and geothermal energy systems for at least 40% of its energy needs. With the recent construction of the new plant, the company also pays particular attention to the issue of sustainability, a balance between the development of its economic activity and the protection of the environment, thus becoming an excellence in the oil industry not only for the high standard of production but also because, aware of its commercial importance, it invests to eliminate the climate impact of its work and launches new **Climate Friendly** products on the market.



Arriva il nuovo olio SOSTENIBILE

## Climate Friendly!

Per la prima volta in Europa un'azienda italiana **QUANTIFICA** e **AZZERA** le emissioni di CO<sub>2</sub> per una bottiglia di olio.

Gold Standard



nonché i **principali gruppi multinazionali del settore alimentare**. Il nuovo stabilimento di produzione di Colle di Val d'Elsa (SI), inaugurato nel 2017, è composto da un **laboratorio di analisi di 250 mq** e di un **centro di stoccaggio di olio da 15 milioni di litri** c.ca.

L'imbottigliamento è costituito da **6 linee** con capacità produttiva media giornaliera di circa **200.000 bottiglie**; il reparto di stoccaggio prodotti è provvisto di **2000 posti pallet** con quattro baie di carico coperte.

### LA CRESCITA, VERSO IL FUTURO

Nel 1998 l'azienda si avvicina con il mercato estero, **prima con il mercato Usa**, a cui segue dal 2001 il **mercato tedesco**.

Dal quel momento, la performance di sviluppo incrementa di oltre il 20% ogni anno, tanto che **a fine del 2015 il totale delle bottiglie confezionate va oltre i 43.500.000 di unità**, con vendite per il **70%** su mercati internazionali, costituiti principalmente da **Germania, Stati Uniti, Brasile, Francia, Giappone, Cina, Russia, Inghilterra,**

**Svizzera e il restante 30%** su mercati nazionali. Ad oggi, 2020, la produzione annuale **supera le 50.000.000 bottiglie** tra private label e i **tre marchi aziendali** ANTICO FRANTOIO, OLIVETA, FIORENTINI FIRENZE.

Obiettivo dell'azienda quello di **incrementare i volumi di esportazione del mercato estero fino al 70%**, attraverso prodotti sempre più mirati non solo a sottolineare la propria importanza nella grande distribuzione ma anche all'**acquisizione di un'identità sempre più forte agli occhi del consumatore finale**: i valori con cui Fiorentini Firenze cresce negli anni sono e saranno sempre garanzia di qualità.

Qualità non solo nell'eccellenza e nel controllo della materia prima da usare ma anche **qualità della catena produttiva in sé**, improntata adesso più che mai sulle **nuove tecnologie, sull'ecosostenibilità e sulle responsabilità etiche e sociali**.

### IL VALORE DELL' INNOVAZIONE

L'azienda Fiorentini Firenze S.p.A investe molto sull'innovazione tecnologica e sulle energie



### CLIMATE FRIENDLY PRODUCTS, AN ASSUMPTION OF RESPONSIBILITY

For the first time in Europe an Italian company **quantifies and eliminates CO2 emissions** by offsetting them with the program "PLANTING BIODIVERSE FOREST IN PANAMA" certified **GOLD STANDARD**: developed by **Forest Finance** and expanded by the partners **Sustainable Timber** and **Isla Cebaco**, the project is based on a system that combines **the production of high-quality sustainable timber and cocoa with the protection of biodiversity** and the restoration of the ecosystem. With the Climate Friendly products, Fiorentini does not only aim to sensitize the end-user through the choice of an eco-friendly product, but it takes first the responsibility to improve its environmental performance creating social promotion and economic self-sufficiency for local populations in developing countries.

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





sostenibili: l'impianto di stoccaggio è uno dei primi impianti in Italia a prevedere la nuova tecnologia di Conservazione sotto azoto e lavorazione con Ciclo del Freddo, e l'intero centro direzionale operativo utilizza impianti energetici fotovoltaici e geotermici per almeno il 40% del proprio fabbisogno energetico.

Con la recente costruzione del nuovo stabilimento, l'azienda presta inoltre particolare attenzione al tema della sostenibilità, equilibrio tra lo sviluppo della propria attività economica e la salvaguardia dell'ambiente, divenendo così eccellenza nell'industria olearia non solo per l'alto standard di produzione ma anche perché, conscia della propria importanza commerciale, investe per azzerare l'impatto climatico del suo operato e lancia sul mercato i nuovi prodotti **Climate Friendly**.

**I PRODOTTI CLIMATE FRIENDLY,  
UNA PRESA DI RESPONSABILITA'**

Per la prima volta in Europa un'azienda italiana **quantifica ed azzerare le emissioni di CO2** compensandole con il programma "PLANTING BIODIVERSE FOREST IN PANAMA" certificato **GOLD STANDARD**: sviluppato da **Forest Finance** e ampliato dai partner **Sustainable Timber** e **Isla Cebaco**, il progetto si basa su un sistema che combina la **produzione di legname e cacao sostenibili di alta qualità con la protezione della biodiversità** e il ripristino dell'ecosistema.

Con i prodotti Climate Friendly Fiorentini non mira esclusivamente a sensibilizzare l'utente finale attraverso la scelta di un prodotto ecosostenibile, ma si assume per prima la responsabilità di migliorare le proprie performance ambientali creando promozione sociale ed autosufficienza economica per le popolazioni locali nei paesi in via di sviluppo.

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



MEDI: TODAY'S CONSUMERS PAY ATTENTION TO THE ORIGIN OF RAW FOODSTUFFS AND THE SUSTAINABILITY OF THEIR CHOICES MORE THAN EVER BEFORE.

**We could not be more pleased!**

Confusion has reigned in the fishing industry and market for far too long. Whilst these days, consumers are more aware and mindful of the issues surrounding sustainability and the origins of the catch, we, at Medi however, have long since opted for transparency.

All phases of production performed at the Medi Srl production facility are effectively checked and certified to be in compliance with the procedures defined and established in the HACCP manuals and have been certified by BRCGS, IFS, ASC-FOS, MSC and QCM.

Among the certifications cited above, Medi has decided to also affix its own quality seal, the QCM, conceived to ascertain that its products have unequivocally and transparently met the highest standards of quality control. Although, for quite some time now, in fact, each fully documented step of the company's altogether traceable production supply chain has been clearly discernible, today, product quality is also guaranteed and easily recognisable thanks to the 'Qualità Certificata Medi' [Medi Certified Quality] mark, which is plainly visible on each product. The Medi Quality mark demonstrates that the company has decisively taken responsibility for meeting consumers' expectations for the quality and wholesomeness of the products they buy and eat.

**BRCGS:** [British Retailers Consortium Global Standard] The BRCGS for Food Safety was established in 1998 to ensure that branded products would be produced in accordance with well defined quality standards and in full compliance with all minimum requirements. This standard could be likened to a specification that binds qualified suppliers to the distribution company. The BRCGS is one of the food safety standards recognised by the Global Food Safety Initiative (GFSI), an international measure whose main aim is the promotion and strengthening of food safety throughout the entire supply chain. Therefore, application of the BRC Global Standard has become a prerequisite for being permitted to export one's own products, whilst also being acknowledged as a guarantee of corporate reliability.

**IFS:** the International Food Standard has the purpose of facilitating the effective selection of branded food suppliers for large-scale retailers, based on their ability to provide safe products that comply with contractual specifications and the law. This is a model that has been recognised throughout Europe and around the globe.

**MSC-FOS certifications** - The Marine Stewardship Council and Friend of the Sea accredita-





**MEDI: IL CONSUMATORE OGGI È ATTENTO ALLA PROVENIENZA DELLE MATERIE PRIME E ALLA SOSTENIBILITÀ DELLE SUE SCELTE.**

**E noi ne siamo felici!**

Per troppo tempo sul mercato del settore ittico c'è stata confusione, oggi il consumatore è consapevole e molto attento alla sostenibilità e alla provenienza delle materie prime.

Noi abbiamo scelto da diverso tempo la trasparenza. Tutte le fasi di produzione svolte all'interno dello stabilimento produttivo Medi Srl sono in effetti controllate e certificate secondo le procedure definite e stabilite nei manuali HACCP e certificate BRC, IFS, ASC -FRIEND OF THE SEA, MSC e QCM.

In particolare, tra le certificazioni citate, Medi Srl ha deciso di apporre un proprio sigillo di qualità, il QCM, concepito per identificare la qualità controllata delle sue produzioni in modo univoco e trasparente.

Da tempo infatti la filiera produttiva dell'azienda è chiara, tracciabile e documentata in tutti i suoi passaggi, ma oggi è anche garantita e facilmente riconoscibile grazie al marchio di 'Qualità Certificata Medi', chiaramente visibile su ciascun prodotto.

Il marchio "Qualità Certificata Medi" è, in definitiva, l'assunzione di responsabilità dell'azienda nel voler soddisfare le aspettative dei consumatori in merito alla salubrità e qualità di ciò che acquistano e mangiano.

**BRC:** Il BRC Global Standard for Food Safety è nato nel 1998 per garantire che i prodotti a marchio siano ottenuti secondo standard qualitativi ben definiti e nel rispetto di requisiti minimi. Può essere paragonato ad un capitolato che lega i fornitori qualificati all'azienda di distribuzione.

È uno degli standard relativi alla sicurezza alimentare riconosciuto dal Global Food Safety Initiative (GFSI), un'iniziativa internazionale il cui scopo principale è quello di rafforzare e promuovere la sicurezza alimentare lungo tutta la catena di fornitura.

L'applicazione del BRC è dunque un presupposto necessario per poter esportare i propri prodotti, ed è uno strumento di garanzia riconosciuto circa l'affidabilità aziendale.

**IFS:** Lo Standard IFS (International Food Standard) ha lo scopo di favorire l'efficace selezione dei fornitori food a marchio della GDO, sulla base della loro capacità di fornire prodotti sicuri, conformi alle specifiche contrattuali e ai requisiti di legge. Costituisce un modello riconosciuto sia in Europa che nel resto del mondo.

**MSC-Friend of the sea:** Le Certificazioni Marine Stewardship Council (MSC) e Friend Of the Sea (FOS) garantiscono che i prodotti ittici provenienti da attività di pesca siano gestiti in modo responsabile e sostenibile. Questo aspetto è ormai diventato di rilevante criticità. Il sostentamento di oltre tre miliardi di persone dipende dalla biodiversità marina e costiera. Gli oceani sono la più grande fonte mondiale di proteine e rappresentano la principale risorsa alimentare per oltre 2,5 miliardi di persone. La pesca marittima fornisce posti di lavoro, direttamente o indirettamente, a oltre 200 milioni di individui. Gli oceani costituiscono il 97% dell'acqua della Terra e assorbono circa il 30% dell'anidride carbonica prodotta dall'uomo. L'unico modo per continuare a beneficiare di tali risorse è rispettare gli oceani.

**ASC:** Aquaculture Stewardship Council è un'organizzazione internazionale non-profit globale e indipendente nata nel 2010 con lo scopo di elaborare e gestire uno standard di acquacoltura responsabile per la certificazione di allevamenti ittici.

L'obiettivo è che le generazioni future siano in grado di poter godere di prodotti ittici e avere oceani pieni di vita oggi, domani e per le generazioni future.

Noi di Medi siamo certi che un mercato ittico sostenibile è fondamentale perché questa visione diventi realtà. Il nostro impegno è di fornire al R&S dell'azienda tutti gli strumenti necessari affinché tutti i nostri prodotti di oggi e quelli futuri mantengano questa promessa.

La MEDI, società con sede legale in Anzio (RM), opera da circa un ventennio nel settore ittico surgelato ed è una delle aziende italiane che più rappresenta, nel campo dei prodotti ittici, la forza del know how e del know where, per la sua capacità di assolvere alle richieste più esigenti dei propri clienti, nel rispetto dell'ambiente, della biodiversità ed ecosostenibilità.

Il layout delle linee di produzione è specificamente progettato e sviluppato in funzione di un virtuoso processo produttivo, che permette all'azienda di produrre pesce e misti al naturale, sughi e ready meals (antipasti e secondi), confezionati in busta e/o skin effect e, questi ultimi, sia con etichette che in astuccio.

MEDI gestisce un'unità produttiva, dislocata nella piana del Tronto (tra Marche e Abruzzo) nel Comune di Controguerra (TE), per la lavorazione, il confezionamento e la commercializzazione di Prodotti Ittici elaborati e non, sia Retail che Catering. Gli innumerevoli servizi offerti, molti dei quali indirizzati alle lavorazioni conto terzi, trasmettono al b2b sicurezza e standard qualitativi altissimi.

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



tions ensure that seafood products from fisheries are managed responsibly and sustainably. This certification has now become a critical issue. Currently, the livelihoods of more than three billion people depend on marine and coastal biodiversity. Whilst the oceans are the world's largest source of protein, they represent the main food resource for more than 2.5 billion people. Marine fisheries directly or indirectly employ over 200 million people. Oceans make up 97% of the Earth's water and at the same time absorb about 30% of the carbon dioxide produced by human activity. The only way to continue to benefit from these resources is to respect and protect the oceans.

**ASC:** The Aquaculture Stewardship Council, which is a global, independent, non-profit international organisation, was founded in 2010 with the aim of developing and managing responsible aquaculture standards for fish farm certification. The organisation's objective is to provide for the enjoyment of seafood products by our future heirs and to maintain the oceans stocked with sea life today, tomorrow and for generations to come.

All of us here at Medi are certain that a sustainable fresh fish and seafood market is of primary importance for this vision to become a reality. We are committed to providing the company's R&D division with all the tools it needs so that all our products today and those of tomorrow will be able to keep this promise.

The MEDI company, with registered offices in Anzio (RM), has been operating in the frozen fish and seafood industry for two decades. The business is one of the Italian companies that best represents the strengths of its competence and know-how in the field of seafood products, due to its ability to meet its customers' most demanding requirements whilst protecting the environment, biodiversity and eco-sustainability.

The company's production lines have been specifically designed, developed and laid out according to a virtuous production process. Hence, Medi Srl offers

fresh-frozen fish and mixed seafood, sauces and ready meals (for both starters and main courses), wrapped in pouches and/or second skin effect packages with labels or in boxes.

Medi manages a production unit, for the processing, packaging, and marketing of processed and unprocessed seafood products, for both the retail and catering markets.

The production facility is in the municipality of Controguerra (TE), on the Tronto plain (between the Marche and Abruzzo Regions). Among the many services we offer, many of which are directed to out-sourcer processing, all convey the highest B2B safety and quality standards.

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



# Arriva l'olio **Climate Friendly!**

Here comes the **Climate Friendly** olive oil!

Per la prima volta in Europa un'azienda italiana **QUANTIFICA** e **AZZERA** le emissioni di CO2 per una bottiglia di olio.

*For the first time in Europe an Italian company QUANTIFYING and AVOIDING CO2 emissions for an olive oil bottle.*

I progetti selezionati sono realizzati in paesi in via di sviluppo e devono presentare valenza di **PROMOZIONE SOCIALE** e **AUTOSUFFICIENZA ECONOMICA** per le popolazioni locali.

*The projects chosen by the company are realized in developing countries and must have SOCIAL PROMOTION and ECONOMIC VIABILITY values for the local populations.*

**LA COMPENSAZIONE DELLE EMISSIONI DI CARBONIO** permette di migliorare la **SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE** della Fiorentini Firenze.

*THE COMPENSATION OF CARBON EMISSIONS allows to improve ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY at Fiorentini Firenze.*

La **SOSTENIBILITÀ**, equilibrio tra sviluppo delle attività economiche e la salvaguardia dell'ambiente.

*SUSTAINABILITY: the balance between economic development and environmental protection.*



**Gold Standard**

L'azienda **FIORENTINI FIRENZE SPA** intende con questo nuovo prodotto Carbon Neutral contribuire alla salvaguardia dell'ambiente compensando interamente le emissioni di gas serra con crediti di carbonio generati da progetti certificati **Gold Standard**.

*Fiorentini Firenze SPA chooses a Carbon Neutral product to contribute to environmental protection by completely compensating greenhouse gas emissions with carbon credits coming from Gold Standard certificated projects.*



Il calcolo delle emissioni associate alla bottiglia di olio evo di Antico Frantoio (1l) è stato effettuato mediante la metodologia Life Cycle Assessment applicata ai sensi delle norme UNI EN ISO 14040 (2006) e 14044 (2018), da Ca.Re. For. Engineering.

*The calculation of the emissions for the Antico Frantoio olive oil bottle (1l) has been implemented under the Life Cycle Assessment methodology applied in accordance with the UNI EN ISO 14040 (2006) and 14044 (2018) standards, by Ca.Re. For. Engineering.*

Scopri di più su / Find out more on:

[WWW.FIORENTINIFIRENZE.IT](http://WWW.FIORENTINIFIRENZE.IT)





## DISTRIBUTION OF RAW MATERIALS FOR THE FOOD INDUSTRY

NSW Toscana Trading Srl started in 1996 as importer and distributor of casein, gum rosin and chemical products.

Over the years activity has concentrated in the distribution of products from natural origin and from renewable sources not toxic or harmful, like Carnauba and bees wax, Gum Rosin and rosin esters. The list of raw materials has been enriched with food ingredients like Whey proteins, Pea and Rice proteins and the most common food additives like Citric acid and Ascorbic acid.

In the cosmetic application we distribute the basic raw materials to produce lipstick, make-up, professional care and hair removal.

In the sport nutrition and dietary applications we distribute aminoacids and proteins of animal and vegetable origin.

Our pride is to have customers and suppliers following us for over 15 years and show that our philosophy of fairness and seriousness always pays off.

WE ARE ISO 9001 CERTIFIED SINCE 2004 WE ARE ORGANIC CERTIFIED SINCE 2015

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



## DISTRIBUZIONE MATERIE PRIME PER L'INDUSTRIA ALIMENTARE

La NSW Toscana Trading Srl nasce nel 1996 come importatore e distributore di caseine, colofonie e prodotti chimici di base.

Nel corso degli anni l'attività si è concentrata nella distribuzione di prodotti di origine naturale, da fonti rinnovabili, non tossici né nocivi come la cera carnauba, la cera d'api, le colofonie e gli esteri di colofonia.

La lista materie prime si è arricchita di ingredienti alimentari come i sieri del latte, le proteine di riso e di pisello, gli additivi più comuni come l'acido citrico e ascorbico.

Nel settore cosmetico siamo distributori delle materie prime base per la produzione di rossetti, make-up, professionale e cerette depilatorie.

Nel settore sport e dietetica siamo distributori di aminoacidi e proteine sia di origine animale che vegetale.

Il nostro orgoglio è avere fornitori e clienti che ci seguono da oltre 15 anni e ci dimostrano che la nostra filosofia di correttezza e serietà ripaga sempre.

Siamo certificati ISO 9001 dal 2004  
Siamo anche certificati BIO dal 2016

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





## GRUPPO TARULLI OP: QUALITY AND SUSTAINABILITY ON THE CONSUMER'S TABLE.

**Since 1993 table grapes from organic farming.**

Founded in 2007, primarily located between Bari and Taranto, Gruppo Tarulli OP has been producing and commercializing organic table grapes since 1993.

The company has always strongly invested in sustainability and respect for the ecosystem, seeking to make the best use of natural resources and directing itself towards the development of alternative energies, with the aim of minimizing its impact on the environment. The group is also certified by the CPPB for the organic method and by Bio Suisse, and boasts other important certifications such as Demeter, Global Gap, IFS, BRC.

In 2015, the company obtained the Demeter certification, which requires that fertilization, cultivation and breeding respect and promote the fertility and vitality of the soil, as well as the typical qualities of plant and animal species.

The group also benefits from the collaboration of the best logistics companies in Europe to optimize delivery times and preserve the freshness of the product.

Thanks to this collaboration, it exports freshly picked grapes from July to December on the international markets.

We met Marilena Daugenti Tarulli, owner of the company together with her husband, to get to know this



by **Sonia V. Maffizzoni**  
Editorial Manager



**GRUPPO TARULLI OP: QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ SULLA TAVOLA DEL CONSUMATORE.**

**DAL 1993 UVA DA TAVOLA DA AGRICOLTURA BIOLOGICA.**

Costituitasi nel 2007, situata principalmente tra Bari e Taranto, il Gruppo Tarulli OP produce e commercializza uva da tavola da agricoltura biologica dal 1993.

Da sempre l'azienda ha fortemente investito sui temi di sostenibilità e rispetto dell'ecosistema cercando di impiegare al meglio le risorse naturali e indirizzandosi verso lo sviluppo di energie alternative, con l'intento di abbassare al massimo il proprio impatto sull'ambiente, non a caso il gruppo è anche certificato dall'ente CPPB per il metodo biologico e da Bio Suisse, oltre che vantare altre importanti certificazioni quali: Demeter, Global Gap, IFS, BRC.

Nel 2015 l'azienda consegue la certificazione Demeter che prevede che la concimazione, la coltivazione e l'allevamento rispettino e promuovano la fertilità e la vitalità del terreno e allo stesso tempo le qualità tipiche delle specie vegetali e animali.

Il gruppo inoltre si avvale della collaborazione delle migliori aziende nel settore logistica in Europa per ottimizzare i tempi di consegna e preservare la freschezza del prodotto. E grazie proprio a questa collaborazione esporta puntualmente da luglio a dicembre uva freschissima sui mercati internazionali. Abbiamo incontrato Marilena Daugenti Tarulli, titolare dell'azienda congiuntamente al marito, per conoscere un po' più da vicino questa realtà pugliese, fiore all'occhiello del nostro Made in Italy per quanto riguarda la produzione di uva da tavola.

**Sig.a Tarulli, quindi voi producezete solo uva da tavola, è corretto?**

Esatto, la nostra azienda è specializzata nella coltivazione biologica e biodinamica di uva, e questo ci tengo a sottolinearlo. Siamo nati ben 30 anni fa, partendo da un piccolo appezzamento di pochi ettari della mia famiglia, successivamente convertito, perseguendo con grande spirito di iniziativa e coraggio un sogno oggi realtà.

**Quando avete iniziato a convertirvi all'agricoltura biologica?**

In effetti, abbiamo sempre e solo fatto uva



Puglia-based company a little closer, a flagship of our Made in Italy when it comes to table grape production.

## **Ms. Tarulli, so you only produce table grapes, correct?**

Exactly, our company specializes in the organic and biodynamic cultivation of grapes, and I would like to emphasize this.

We were born 30 years ago, starting from a small plot of a few hectares of my family, subsequently converted, pursuing a dream that is now a reality with great initiative and courage.

## **When did you start converting to organic farming?**

In fact, we have always and only done BIO grapes, so we were a little ahead of a trend that is now strongly felt and pursued.

In fact, we started with this direction, for us BIO has always been a vocation.

## **How much does organic farming impact your product?**

A lot and positively, of course.

For us, quality is a fundamental paradigm, we are recognized as producers of high-quality BIO grapes, both from an organoleptic and a visual point of view, i.e. appearance, definitely attractive and inviting.

## **Can you give us an example of how you pursue the concept of quality?**

Well, in fact, we do many activities that guarantee a product of the highest quality on the consumers' tables, among these one of the most significant for us was converting half of the company to Demeter as well as BIO.

For this reason, we will participate in the BIO-FACH fair as exhibitors in the pavilion...

## **What are your expectations for your participation in an event like BIOFACH?**

As BIOFACH is an international fair, we hope with our participation to not only meet customers and colleagues, but also to position ourselves in a broad international overview in the BIO sector.

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



“**Uva dal profumo e dal gusto dello zucchero filato**”







BIO, siamo quindi stati un po' gli antesignani di un trend che oggi è fortemente sentito e perseguito. In effetti noi siamo partiti già con questo indirizzo, per noi il BIO è sempre stata una vocazione.

**Quanto impatta l'agricoltura biologica sul vostro prodotto?**

Tantissimo e positivamente, è ovvio. Per noi la qualità è un paradigma fondamentale, siamo riconosciuti come produttori di uve BIO di alta qualità, sia dal punto di vista organolettico che da quello visivo, cioè dell'aspetto, decisamente accattivante ed invitante.

**Ci può dare un esempio di come perseguite il concetto di qualità?**

Beh, in effetti di attività ne facciamo tante grazie alle quali garantiamo un prodotto di altissima qualità sulle tavole dei consumatori, tra queste una delle più significative per noi è stata l'aver convertito metà dell'azienda come prodotto Demeter oltre che BIO.

Per questo parteciperemo alla fiera BIOFACH in qualità di espositori proprio nel padiglione della DEMETER.

**Quali aspettative nutrite rispetto alla vostra partecipazione ad una manifestazione come BIOFACH?**

Essendo BIOFACH una fiera internazionale, auspichiamo con la nostra partecipazione non solo di incontrare clienti e colleghi, ma soprattutto di posizionarci in una panoramica di ampio respiro internazionale nel settore BIO.

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





## PALLINI COMPANY

Pallini company, is a family owned company, located in Rome, that produces world known spirits and syrups and it was founded by Mr. Nicola Pallini in a small village in the center of Italy, in 1875. They soon became famous for the quality of his Mistrà Pallini. Mistrà is a dry aniseed liqueur, generally drunk with coffee, on the rocks or with some water. In 1960 a brand new product was created that soon became the number 1 Sambuca in the US and many other markets: Romana Sambuca.

**Following this huge success Pallini decided to change its range of products to move to something which potentially could have been bigger than Romana Sambuca. Pallini Limoncello was created and after 7 years of intense work it has become number 1 limoncello in the USA and Duty Free worldwide. Pallini Limoncello is a unique liqueur produced with lemons, coming from the Amalfi coast and this gives our limoncello its special citrus taste. Pallini Limoncello is our key product and we normally promote it together with our customers in more than 30 countries all over the world.**

### PALLINI

L'azienda Pallini, è un'azienda a conduzione familiare, con sede a Roma, che produce liquori e sciroppi conosciuti in tutto il mondo ed è stata fondata dal Sig. Nicola Pallini in un piccolo villaggio nel centro Italia, nel 1875. Ben presto divennero famosi per la qualità dei il suo Mistrà Pallini. Il Mistrà è un liquore secco all'anice, generalmente bevuto con il caffè, con ghiaccio o con dell'acqua.

Nel 1960 fu creato un nuovo prodotto che presto divenne la Sambuca numero 1 negli Stati Uniti e in molti altri mercati: Romana Sambuca.

**A seguito di questo enorme successo la Pallini decise di pensare a qualcosa che potenzialmente avrebbe potuto essere più grande di Romana Sambuca. Nasce Pallini Limoncello che dopo soli 7 anni di intenso lavoro è diventato il limoncello numero 1 negli USA e Duty Free nel mondo. Il Limoncello Pallini è un liquore unico prodotto con i limoni provenienti dalla Costiera Amalfitana che gli conferiscono il suo speciale sapore di agrumi. Il Limoncello Pallini è il nostro prodotto di punta ed è distribuito in più di 30 paesi in tutto il mondo. 1875:** Nicola Pallini, il fondatore dell'Antica Casa Pallini, è il commerciante più importante d'Abruzzo. Produce vino e liquori aromatizzati molto amati dalla gente del posto.

**1917:** Virgilio, figlio di Nicola, trasferisce la distilleria a Roma, vicino al Pantheon e crea il Mistrà Pallini, il liquore all'anice che diventa presto il più amato dai romani



**1875:** Nicola Pallini, the founder of Antica Casa Pallini, is the most prominent merchant in Abruzzi. He made wine and flavored liqueurs that were much loved by locals.

**1917:** Virgilio, Nicola's son, moves the distillery to Rome, near the Pantheon and establishes Mistrà Pallini as the predominant anise liqueur enjoyed by the Romans.

**1962:** Virgilio's sons, Nicola and Giorgio, move the distillery to via Tiburtina, the production area of Rome, where it is still today.

**1971:** Virgilio Pallini Jr, the current CEO, joins the company and builds Romana Sambuca as the No. 1 Sambuca in the United States.

**2001:** Micaela, Virgilio's daughter, launches Pallini Limoncello in the US.

**2015:** Pallini Limoncello is distributed in more than 30 countries all over the world.

**2016:** Micaela Pallini becomes CEO of the company.

**2021:** Micaela Pallini becomes President of Federvini.

**2022:** Pallini announces the purchase, production and distribution of Amaro Formidabile.

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



**1962:** i figli di Virgilio, Nicola e Giorgio, trasferiscono la distilleria in via Tiburtina, zona di produzione di Roma, dove si trova ancora oggi.

**1971:** Virgilio Pallini Jr, l'attuale amministratore delegato, entra in azienda e lancia la Romana Sambuca come la Sambuca n. 1 negli Stati Uniti.

**2001:** Micaela, figlia di Virgilio, lancia Pallini Limoncello negli Stati Uniti.

**2015:** Pallini Limoncello viene distribuito in più di 30 paesi in tutto il mondo.


**2016:** Micaela Pallini diventa amministratore delegato della società.

**2021:** Micaela Pallini diventa Presidente di Federvini.

**2022:** Pallini annuncia l'acquisto, la produzione e la distribuzione di Amaro Formidabile.

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

# AMARO FORMIDABILE

PRODOTTO   
ARTIGIANALMENTE

IN

ROMA | ITALIA

DIFFIDATE DELLE IMITAZIONI!



produced and distributed by

**PALLINI**

[pallini.com](http://pallini.com)





P R E M I U M  
Q U A L I T Y  
R I C E

## RICE CHAMPIONS FOOD AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

**The case of SP SPA Riseria Italiana in Stroppiana (Vercelli) for the integration of supply chains and diversification of the value proposition.**

### Why rice?

Italian rice is an excellence of our agri-food heritage and represents more than 50% of the entire European production. It has a taste that is suitable for countless preparations in the kitchen, in the production of food products and not only, as the outer parts (husks) are also used for green building. It is a food with very ancient origins and is gluten-free, well digestible and unlikely to cause allergic reactions or intolerances. Rice is the essential food for more than half the world's population, the world's leading cereal not only in terms of consumption but also for its extraordinary nutritional values.

### About SP SPA Italian Rice Company

SP SPA's core business is the processing and sale of bulk and packaged rice for third parties and the marketing of its own product lines. With all the solidity that comes from the combination of careful family management and the support of investors from other sectors, with industrial and commercial knowledge and techniques, it has been possible for SP SPA to continuously modernise its plants and create a highly specialised professional and managerial team.

### IL RISO CAMPIONE DELLA SOSTENIBILITÀ ALIMENTARE E AMBIENTALE

**Il caso SP SPA Riseria Italiana di Stroppiana (Vercelli) per l'integrazione delle filiere e la diversificazione della proposta di valore.**

#### Perché il riso?

Il riso italiano è un'eccezione del nostro patrimonio agroalimentare e rappresenta oltre il 50% circa dell'intera produzione europea. Ha un gusto che si adatta ad infinite preparazioni in cucina, nella produzione di prodotti alimentari e non solo, in quanto le parti esterne (lolla) vengono utilizzate anche per bioedilizia. È un alimento dalle origini antichissime ed è un prodotto senza glutine, ben digeribile e difficilmente provoca reazioni allergiche o intolleranze. Il riso è l'alimento essenziale per più di metà della popolazione mondiale, il primo cereale al mondo non solo per consumi ma anche per i suoi straordinari valori nutrizionali.

#### Chi è SP SPA riseria italiana

Il core business di SP SPA è la lavorazione e vendita di riso sfuso e confezionato per conto terzi e la commercializzazione di proprie linee di prodotto. Con tutta la solidità che deriva dalla combinazione di una attenta conduzione familiare e con il supporto di investitori di altri settori, con conoscenze e tecniche industriali e commerciali, si è reso possibile in SP SPA un continuo ammodernamento degli impianti e la nascita di un team professionale e manageriale altamente specializzato.

SP SPA ha saputo percorrere i tempi e diventare un produttore di riferimento nel proprio settore, cogliendo le nuove sfide e opportunità del mercato e annoverando tra i propri clienti i più importanti nomi dell'industria alimentare italiana e grandi player a livello internazionale.

Con nuove linee di produzione SP SPA riseria italiana ha avviato un percorso di sostenibilità, con partner molto vicini nel territorio e un sostegno, non solo l'ambito agricolo, alla coltura e alla cultura del riso, prodotto localmente ma anche nell'integrazione con player industriali e artigiani, acetieri, birrifici e distillerie, eccellenze nel loro campo.

Negli impianti di lavorazione tecnologicamente all'avanguardia e automatizzati di Stroppiana, SP SPA, riseria italiana si presenta nel panorama nazionale come leader e innovatore dei processi produttivi, nell'integrazione delle filiere e dei conferenti, nella sostenibilità ambientale, e nella diversificazione dell'offerta che oggi è declinata in nuovi prodotti alimentari, anche grazie alla proficua collaborazione con vari player internazionali.



SP SPA has been able to anticipate the times and become a reference manufacturer in its sector, seizing the new challenges and opportunities of the market and counting among its customers the most important names in the Italian food industry and major players at international level. With new production lines, SP SPA Italian rice producer has embarked on a path of sustainability, with partners very close to the territory and support, not only in the agricultural sphere, to the cultivation and culture of rice, produced locally, but also in the integration with industrial players and artisans, vinegar makers, breweries and distilleries, excellences in their field.

In its technologically avant-garde and automated processing plants in Stroppiana, SP SPA, an Italian rice mill, presents itself on the national scene as a leader and innovator in production processes, in the integration of supply chains and suppliers, in environmental sustainability, and in the diversification of its offer, which today is declined in new food products, also thanks to the profitable collaboration with various international players.

From its foundation in 2000 to the completion of several modules at the beginning of the year 2021, SP SPA, an Italian rice mill in Stroppiana, boasts an integrated plant

that can process from paddy rice (rice cut in the field and dried by farmers) to white rice with an annual production of around 120,000 tonnes. One of the first companies in Italy to subject rice to closed-loop natural treatment, SP is a leader dedicated to the continuous reduction of emissions into the atmosphere, in line with the company's values.

In addition to 100 per cent raw material utilisation, SP supports its production energetically with a dedicated photovoltaic plant, soon to be further expanded.

**Patrizia Scalafiotti, CEO of SP:** *"The investment made of almost 40 million in total in industrial assets over the last 7 years places SP as one of the leading players in the sector in terms of installed production capacity and innovative plants. The change in the corporate structure that took place in December 2020 with the entry of industrial and financial shareholders through a "club deal", as well as the inclusion of new managerial figures within the company, place us as a company at the forefront of the sector, which looks to the future with strong growth objectives, especially on international markets. Rice is the number one eating cereal in the world and as such SP has initiated an industrial plan to move from a local to an international context with speed and tenacity.*





Dalla fondazione nel 2000 al completamento di diversi moduli all'inizio dell'anno 2021, SP SPA, riseria italiana di Stroppiana vanta un impianto integrato che può eseguire la lavorazione dal risone (riso tagliato in campo ed essiccato dagli agricoltori), fino al riso bianco con una produzione annua di circa 120.000 tonnellate.

Una delle prime aziende in Italia a sottoporre il riso al trattamento di disinfestazione naturale, SP è un leader dedicato alla continua riduzione delle emissioni nell'atmosfera, in linea con i valori aziendali.

Oltre al 100% di utilizzo della materia prima, SP supporta energeticamente le proprie produzioni con un impianto fotovoltaico dedicato, presto oggetto di un ulteriore ampliamento.

**Patrizia Scalafiotti, Amministratore Delegato di SP**, dichiara: *"L'investimento effettuato di quasi 40 milioni complessivi in asset industriali negli ultimi 7 anni pone SP come uno dei principali player nel settore per capacità produttiva installata ed impianti innovativi. L'avvicendamento nella compagine societaria avvenuta nel dicembre 2020 con l'ingresso di soci industriali e finanziari attraverso un "club deal", nonché l'avvenuto inserimento di nuove figure manageriali all'interno dell'azienda, ci pongono come una società all'avanguardia nel settore, che guarda il futuro con obiettivi di forte crescita soprattutto sui mercati internazionali. Il riso è il primo cereale consumato al mondo e come tale SP ha avviato un piano industriale per passare da un contesto locale a un contesto internazionale con velocità e con tenacia.*

*"Terminata una prima fase aziendale ora l'obiettivo è quello di crescere soprattutto in UE ed Extra UE sfruttando il nostro impianto produttivo, la nostra conoscenza del prodotto e portando innovazione e servizio ad un mercato dinamico e in evoluzione", commenta Matteo Soppera Direttore Commerciale di SP. "Abbiamo avviato un percorso di "Brand identity" con l'obiettivo di una nuova identificazione dell'azienda sul mercato e una presentazione completa di tutti i nostri prodotti in linee dedicate. In considerazione della nostra esperienza decennale in ambito mercato riso sushi, abbiamo lanciato anche una linea dedicata "Sensei", non solo legata al prodotto riso ma che sarà ampliata in ambito condimento e*

*aceto, con la partnership di un grande acetiere, nonché il "riso pre-cotto ready for poke".*

All'interno di un processo di nuova Brand Identity e riqualificazione della proposta di valore, SP SPA ha sviluppato una proposta commerciale e strategica unica, per una nuova consapevolezza di consumo, e per integrare sempre di più il riso con le esigenze dei consumatori:

- **Classic Line:** qualità nella semplicità;
- **Gourmet Line:** prodotti speciali principalmente per l'alta cucina;
- **Bio Line:** linea biologica;
- **Sensei Line:** è soprattutto un concept di prodotti dedicato al mercato "sushi"
- **Etnic Line:** basmati e jasmine;
- **lo Chef Line:** risotti pronti a tutti i gusti con ingredienti di assoluta qualità;

SP SPA è uno dei pochi produttori che ha promosso questi progetti trasversali, lungo varie filiere, per la valorizzazione del riso e per una nuova cultura, non più focalizzata solo sulla proposta commerciale del semplice riso da cucina, ma il riso come elemento unico che, grazie alle sue capacità organolettiche, è la base ideale anche per aceto, birra e distillati senza dimenticare olio di riso ricco di Omega 3.

La Unique Selling Proposition di SP SPA continua su queste linee guida presentandola linea del riso "ready made", in vaschette, per il settore del riso pronto da mangiare, a supporto dei prodotti per vending machine e pokè per piatti da preparare in autonomia a casa o al lavoro. L'intento è sempre valorizzare il riso anche nelle pause di lavoro, garantendone tutte le sue caratteristiche e proprietà nutritive, per accompagnare a un piatto principale, o come piatto unico dove aggiungere solo i condimenti.

Il riso passa dunque da coltura agricola a coltura agricola, o meglio a "terroir", un concetto nato nell'industria agro-alimentare francese, inizialmente per la viticoltura, ma che oggi indica la valorizzazione di un ambiente naturale (suolo, clima), con tecniche umane ereditate dalla tradizione, per ottenere un prodotto originale, non riproducibile, e le cui qualità essenziali sono strettamente collegate al sito di produzione.

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

*“Having completed an initial business phase, now the objective is to grow especially in the EU and non-EU by exploiting our production facility, our knowledge of the product, and by bringing innovation and service to a dynamic and evolving market,”* comments **Matteo Soppera, SP’s Sales Director**. *“We have started a ‘Brand identity’ process with the aim of a new identification of the company on the market and a complete presentation of all our products in dedicated lines. In view of our decades of experience in the sushi rice market, we will also launch a dedicated ‘Sensei’ line, not only linked to the rice product, but which will be expanded in the condiment and vinegar area, with the partnership of a major vinegar maker, as well as ‘pre-cooked rice ready for poke’.*

As part of a process of new brand identity and redevelopment of the value proposition, SP SPA has developed a unique commercial and strategic proposition, for a new awareness of consumption, and to increasingly integrate rice with consumer needs:

- **Classic Line:** quality in simplicity;
- **Gourmet Line:** special products mainly for “Chef”;
- **Bio Line:** organic line;
- **Sensei Line:** it is a concept products line dedicated to the “sushi” market
- **Ethnic Line:** basmati and jasmine;
- **lo Chef Line:** italian risotto with top quality ingredients;

SP SPA is the only manufacturer that has promoted these transversal projects, along various supply chains, for the valorisation of rice and for a new culture, no longer focused only on the commercial proposition of simple cooking rice, but rice as a unique element that, thanks to its organoleptic capacities, is also the ideal base for vinegar, beer and spirits, not forgetting rice oil rich in Omega 3.

SP SPA’s Unique Selling Proposition continues along these lines the ‘ready-made’ rice line, in trays, for the ready-to-eat rice sector, supporting products for vending machines and poké for dishes to be prepared independently at home or at work. The intention is always to enhance rice even during work breaks, guaranteeing all its characteristics and nutritional properties, to accompany a main dish, or as a single dish where only the seasonings need to be added.

Rice thus passes from agricultural crop to agricultural culture, or rather to ‘terroir’, a concept that originated in the French agri-food industry, initially for viticulture, but which today indicates the enhancement of a natural environment (soil, climate), with human techniques inherited from tradition, to obtain an original, non-reproducible product, whose essential qualities are closely linked to the production site.

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





SP

PREMIUM  
QUALITY  
RICE

## WELLNESS BALANCE SINCE 1932

A “natural source of wellbeing” that has flowed in the Tuscan hills around Montopoli in Val d’Arno and San Miniato since 1932. Tesorino water rises in the countryside around Montopoli Val d’Arno (Pisa) in an unspoilt and protected environment, far from urban and industrial developments. By 1932, Sorgente Tesorino spring water had already become known as health-giving water and was esteemed by physicians for its purifying and therapeutic qualities. In 1941, the Sorgente Tesorino company was founded and it began bottling this water for sale in Tuscany. Initially, the bottling process was carried out by hand. The mineral aquifer of the spring was and still is mostly composed of fine sands dating back to the Pliocene epoch, some 15 million years ago, which help give the water a balanced mineral salt content. In the Pliocene, the Montopoli area was submerged by the sea, and when it receded in later eras, it left behind shells and sands with the ability to filter and mineralise water.

In combination with a healthy diet, Tesorino water can help achieve the right balance for the body’s needs.

If you read the label on Sorgente Tesorino water, you will notice the high levels of macro elements that are vital for our health, such as calcium and magnesium, which give the water a high fixed residue value (an indication of its richness in mineral salts). At the same time, however, Sorgente Tesorino boasts a lightness comparable to that of oligomineral water; its degree of mineralisation is, in fact, low and the high fixed residue value mainly derives purely from calcium and magnesium ions.

Sorgente Tesorino is more specifically a bicarbonate-sulphate-alkaline-earth water, and is thus characterised by high concentrations not only of calcium and magnesium but also of bicarbonate and sulphate. This balanced mineral composition makes it suitable for supplementing the diet from infancy through to advanced age, and makes it particularly beneficial during physical activity. It has also shown specific therapeutic indications in supporting the prevention and resolution of calculosis and various digestive, urinary and vascular system disorders. In view of the water’s properties, the company’s objective is to continue to focus on the world of sport, but also to re-launch the brand nationally and internationally. The company is currently undergoing a consolidation phase in its target market of Tuscany and an expansion phase with various projects for growth.

Sorgente Tesorino mineral water may have diuretic effects; it promotes digestion; it is microbiologically pure.

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



FRESCA.  
EFFERVESCENTE  
BUONA.



Equilibrio di Benessere



#### EQUILIBRIO DI BENESSERE DAL 1932

Una "sorgente naturale del benessere" che dal 1932 si trova sulle colline toscane, intorno a Montopoli in Val d'Arno e San Miniato. L'acqua Tesorino sgorga nelle campagne intorno a Montopoli Val d'Arno (Pisa) in un ambiente incontaminato e protetto, lontano da insediamenti urbani ed industriali. Nel 1932 l'acqua della Sorgente Tesorino era già nota come acqua salubre ed apprezzata dai medici per le sue qualità depurative e terapeutiche. Nel 1941 fu costituita la società Sorgente Tesorino ed iniziò l'imbottigliamento per la commercializzazione di quest'acqua in Toscana. Inizialmente le operazioni di imbottigliamento venivano compiute a mano. La falda minerale della sorgente era ed è composta per lo più da sabbie finissime risalenti all'epoca del Pliocene, circa 15 milioni di anni fa, che contribuiscono a rilasciare un equilibrato contenuto di sali minerali. In quell'epoca la zona di Montopoli era sommersa dal mare e quando nelle ere successive si è ritirato, sono rimaste conchiglie e sabbie in grado di filtrare l'acqua, mineralizzandola. L'acqua Tesorino può concorrere, insieme ad una corretta alimentazione, al raggiungimento del giusto equilibrio dei fabbisogni dell'organismo. Leggendo l'etichetta dell'acqua Sorgente Tesorino si notano le alte concentrazioni di macro elementi importantissimi per la nostra salute quali calcio e ma-

gnesio, che le conferiscono un alto valore di residuo fisso (indice della ricchezza in sali minerali dell'acqua). Al contempo però la sorgente Tesorino vanta una leggerezza paragonabile a quella di una oligominerale, il suo grado di mineralizzazione è infatti basso e l'alto valore di residuo fisso è dato prevalentemente dai soli ioni calcio e magnesio. Sorgente Tesorino è più nello specifico un'acqua bicarbonato-solfato-alcantino-terrosa, caratterizzata quindi da alte concentrazioni non solo di calcio e magnesio ma anche di bicarbonato e solfato. Questa equilibrata composizione di minerali la rende adatta ad integrare la dieta dall'età pediatrica fino al soggetto anziano e la rende particolarmente indicata durante l'attività fisica. Ha mostrato inoltre indicazioni terapeutiche specifiche nel coadiuvare la prevenzione e la risoluzione di calcolosi e di vari problemi a carico del sistema digerente, urinario e vascolare. L'obiettivo dell'azienda, viste le proprietà dell'acqua, è continuare a puntare sul mondo dello sport, ma anche rilanciare il marchio a livello nazionale e all'estero, oggi l'azienda è in una fase di consolidamento nel mercato di riferimento toscano e in fase di espansione con diversi progetti per la sua crescita.

L'acqua minerale Sorgente Tesorino può avere affetti diuretici; facilita i processi digestivi; è microbiologicamente pura.

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

ANALISI CHIMICA E CHIMICO FISICA: Università degli Studi di Roma  
"La Sapienza" / Dipartimento di Biologia Ambientale - Roma il 23/12/2021



Parametro	Risultato	Unità di misura
Temperatura alla sorgente	13,2	°C
Concentrazione ioni idrogeno PH	7,5	Unità di pH
Conduttività a 20 °C	945	µS/cm
Durezza totale	49	°f
Residuo fisso a 180 °C	663	g/L
Anidride carbonica libera	32	mg/L
Sodio	30	mg/L
Potassio	1,1	mg/L
Calcio	149	mg/L
Magnesio	27	mg/L
Azoto ammoniacale (NH <sub>4</sub> )	< 0,05	mg/L
Silice	11	mg/L SiO <sub>2</sub>
Fluoruri	0,3	mg/L
Cloruro	36	mg/L
Nitrato	1,3	mg/L
Bicarbonato	401	mg/L
Solfato	177	g/L



CHEMICAL AND PHYSICAL-CHEMICAL ANALYSIS: Sapienza University  
of Rome / Department of Environmental Biology - Rome, 23/12/2021

Parameter	Result	Unit of measurement
Temperature at source	13.2	°C
Hydrogen ion concentration (pH)	7.5	pH unit
Conductivity at 20 °C	945	µS/cm
Total hardness	49	°F
Total dissolved solids at 180 °C	663	g/L
Free carbon dioxide	32	mg/L
Sodium	30	mg/L
Potassium	1.1	mg/L
Calcium	149	mg/L
Magnesium	27	mg/L
Ammoniacal nitrogen (NH <sub>4</sub> )	< 0.05	mg/L
Silica	11	mg/L SiO <sub>2</sub>
Flourish	0.3	mg/L
Chloride	36	mg/L
Nitrate	1.3	mg/L
Bicarbonate	401	mg/L
Sulphate	177	g/L



*Equilibrio di Benessere dal 1932*

La salute è un piacere  
**PURO**



Sorgente Tesorino - MLC s.r.l.  
Via Costa al Bagno, 6  
56020 Montopoli in val d'Arno - Pisa  
[info@tesorino.com](mailto:info@tesorino.com) - tel 0571 466 534

ATTIVITÀ: Canali di vendita  
Iper, Super, Porta A Porta e Export

MARCHE IMBOTTIGLIATE:  
Tesorino - Classificazione Minerale





## UNIQUE SENSORIAL BLENDS

**We have a natural talent: to transform the best qualities of spices and aromatic herbs into unique sensorial blends.**

Spices, herbs and aromatic seeds are very different ingredients and require specific attention in each manufacturing process in order to preserve the precious essential oils that characterize them.

Sidea - L'Impero del Sole is a highly specialized and recognized company in the field of direct import and processing of spices and aromatic herbs. Thanks to the experience gained in 75 years of history, our company combines traditional methods with modern technologies, creating products of the highest level, precious because they keep the organoleptic qualities of the individual spices intact and offer a rich and persistent sensoriality.

Our strength is knowing how to create exclusive blends: cure, blends, seasonings and rubs with a strong character and great harmony, inspired by the cuisines all over the world, but also by the Italian and international tradition. We want to satisfy every kind of customer. We guarantee product safety and traceability following the **FSSC 22000 5.1 Certification** standards and all the regulations in force.







**MISCELE  
DALLA SENSORIALITÀ UNICA**

**Il nostro è un talento naturale: trasformiamo le migliori qualità di spezie ed erbe aromatiche in miscele dalla sensorialità unica.**

Spezie, erbe e semi aromatici sono prodotti molto diversi tra loro e richiedono delle attenzioni specifiche in ogni processo di lavorazione per poter conservare i preziosi oli essenziali che le caratterizzano.

**Sidea - L'Impero del Sole** è una realtà altamente specializzata e riconosciuta nel settore dell'importazione diretta e della trasformazione di spezie ed erbe aromatiche. Grazie all'esperienza maturata in 75 anni, nella nostra azienda si coniugano metodi tradizionali a moderne tecnologie per realizzare dei prodotti di altissimo livello, preziosi perché mantengono intatte le qualità organolettiche delle singole spezie ed offrono una sensorialità ricca e persistente.

Il nostro punto di forza è saper creare dei blends esclusivi: conce, miscele, seasonings e rubs con un forte carattere e una grande armonia, ispirati alle Cucine del Mondo, ma anche alla tradizione italiana ed internazionale. Desideriamo soddisfare ogni tipologia di clientela, anche la più esigente e raffinata. Garantiamo la sicurezza delle materie prime e la tracciabilità seguendo gli standard di **Certificazione FSSC 22000 5.1** e tutte le Normative vigenti.

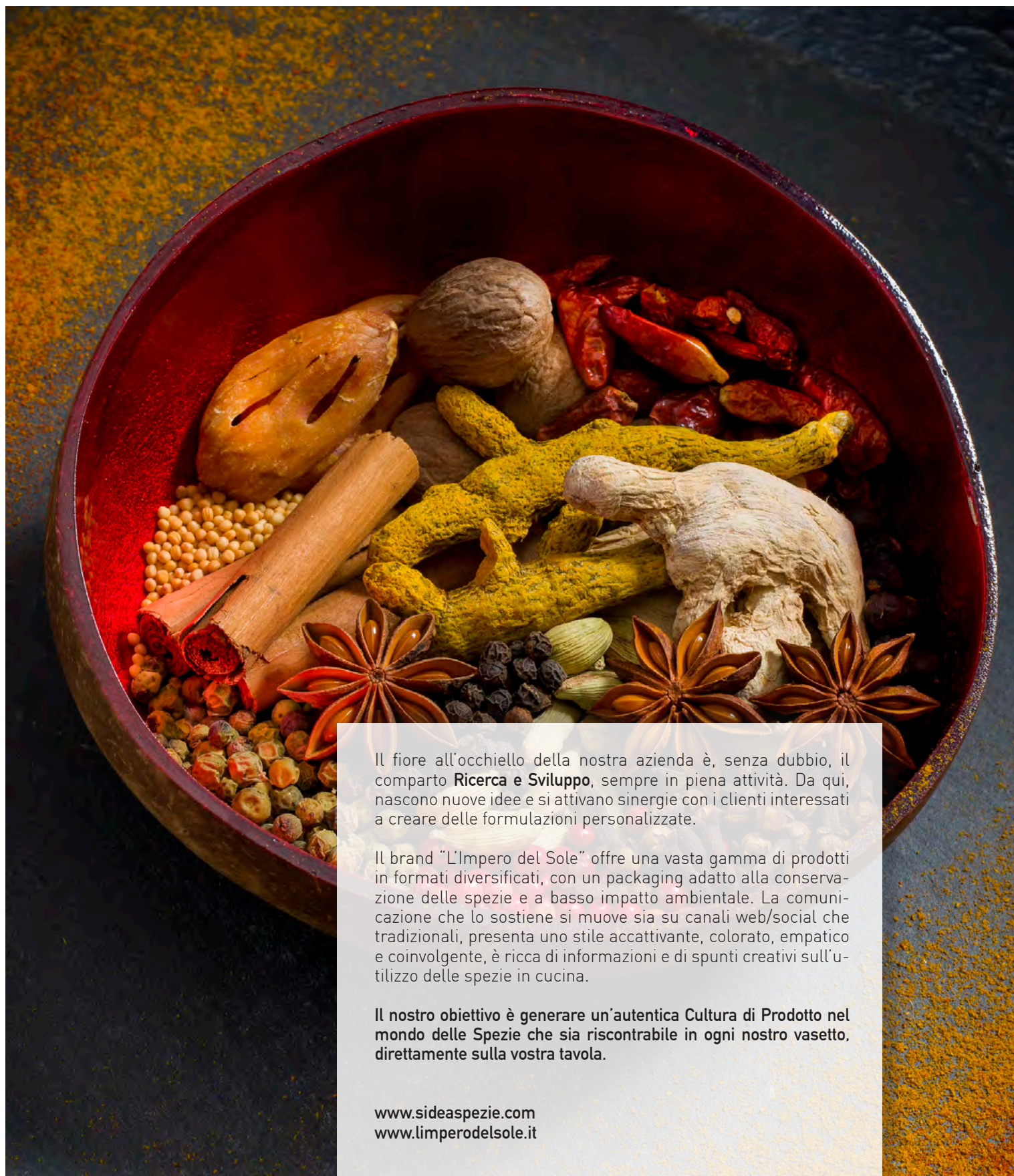


The flagship of our company is, without a doubt, the **Research and Development** department, always in full swing! From here, new ideas are born and synergies are activated with customers interested in creating customized formulations.

The “L’Impero del Sole” brand offers a range of superior quality products and blends, in diversified formats, with packaging suitable for the preservation of spices and with a low environmental impact. The communication that supports it moves both on web/social and traditional channels, has an attractive, colorful, empathetic and engaging style, is full of information and creative ideas on the use of spices in the kitchen.

**Our goal is to generate an authentic Product Culture in the world of Spices that can be found in each of our jars, directly on the table.**

[www.sideaspezie.com](http://www.sideaspezie.com)  
[www.limperodelsole.it](http://www.limperodelsole.it)



Il fiore all'occhiello della nostra azienda è, senza dubbio, il comparto **Ricerca e Sviluppo**, sempre in piena attività. Da qui, nascono nuove idee e si attivano sinergie con i clienti interessati a creare delle formulazioni personalizzate.

Il brand "L'Impero del Sole" offre una vasta gamma di prodotti in formati diversificati, con un packaging adatto alla conservazione delle spezie e a basso impatto ambientale. La comunicazione che lo sostiene si muove sia su canali web/social che tradizionali, presenta uno stile accattivante, colorato, empatico e coinvolgente, è ricca di informazioni e di spunti creativi sull'utilizzo delle spezie in cucina.

Il nostro obiettivo è generare un'autentica Cultura di Prodotto nel mondo delle Spezie che sia riscontrabile in ogni nostro vasetto, direttamente sulla vostra tavola.

[www.sideaspezie.com](http://www.sideaspezie.com)  
[www.limperodelsole.it](http://www.limperodelsole.it)

## “ ITALIAN FOOD TRENDS ”

Italian foods are set to become even more popular in 2023. Supermarkets in general are seeing an upturn in sales of foods such as pasta, pizza and Italian sauces. One of the main reasons for this is the rise in inflation that many countries are seeing. Food distribution and food retail services can offer relatively low prices on Italian food products as they are quite cheap to produce.

Being able to create a cheap, filling meal is going to be an essential skill for many families. Some supermarkets are actively promoting basic recipes that will help people to move away from the more expensive pre-made microwave meals that don't have the same nutritional value. Supermarket promotions and special prices are also helping to boost the sales of Italian foods.

Italian food is easy to prepare, is delicious and it is very easy to experiment with the recipes. The food wholesale industry has responded to increased demand for pasta

and other Italian products and now there is a variety of different pasta types available in supermarkets, along with different sauces that can have extra ingredients added such as meat and vegetables to create interesting and tasty meals that the whole family can enjoy.



by Sonia V. Maffizzoni  
Editorial Manager



image: Freepik.com

L' eccellenza è un talento naturale.

Excellence is a natural talent.



Importazione dalle origini.  
Trasformazione e miscelazione.  
Confezioni per:  
Food Service, Retail,  
Industria Alimentare.

Direct import from the origins.  
Processing and mixing.  
Products for:  
Food Service, Retail,  
Food Industry.

**SHOP ON LINE**



**L'IMPERO  
del SOLE**

**SIDEA**

Quality Certification  
FSSC 22000 - 5.1



Since 1948

Via dei Fiori, 1/A - 35018  
San Martino di Lupari (PD) - Italy  
Tel. +39 (0)49.5952158 - (0)49.9460737  
info@sideaspezie.com

[www.sideaspezie.com](http://www.sideaspezie.com)  
[www.limperodelsole.it](http://www.limperodelsole.it)





## WHERE THERE IS A WILL THERE IS A WAY TO GO FAR

After having visited a cocoa plantation on the Guadeloupe islands, I was fascinated by the beauty of the cacao tree. Then, my husband and I, driven by our passion for chocolate, and once we had done extensive research, decided to open our workshop.

By constantly seeking top quality raw materials, we do our best to prepare organoleptically valid products that can also meet the needs of consumers with health issues.

Therefore, our quest has led us to develop products, which, in addition to strict adherence to preparation times, are suitable for people who are hyperglycaemic or who are faced with the decline of their health due to ageing, whilst also being suited to those who engage in athletic activities, or to young people who have to devote themselves to intensive study. Hence, we were led to develop highly specialised product lines, such as sugar-free chocolate or genuine superfoods based on Spirulina or Ginkgo Biloba. All of this was done in collaboration with the Nutraceutical sector.

One of our flagship products, which is dedicated to everyone, is a spreadable cream by the name of "EST@si". However, it has been especially crafted to meet the needs of those afflicted by diabetes, dietary intolerances, or allergies, and of athletes or of those





**QUANDO C'È VOLONTÀ  
SI PUÒ ARRIVARE LONTANO**

Dopo aver visitato una piantagione di cacao sull'isola di #Guadalupa, rimasi affascinata dalla bellezza di questa pianta, e dopo aver fatto delle ricerche approfondite, e mossa dalla passione per il cioccolato, io e mio marito decidemmo di aprire il laboratorio. La ricerca costante di materie prime di alta qualità, la ricerca continua di approntare prodotti validi dal punto di vista organolettico, ma anche in grado di venire incontro alle necessità di chi ha problemi di salute. Questo ci ha portato a sviluppare prodotti che oltre al rigoroso rispetto dei tempi di preparazione possono essere adatti a chi è iperglicemico o chi svolge attività sportive, come pure a chi si trova ad affrontare il decadimento dell'età ma anche al giovane che si deve dedicare intensamente allo studio. Sono nate quindi linee di sviluppo molto particolari, quali il cioccolato senza zucchero oppure veri e propri superfood a base di Spirulina o a base di Ginkgo Biloba. Questo in collaborazione del settore Nutraceutico

Uno dei nostri prodotti di punta è una crema spalmabile di nome "EST@si" dedicata a tutte le persone, ma in particolare a chi soffre



people who, under the care of a physician, need to follow a strict weight control diet. This product, with its intense cocoa and hazelnut flavour, which comes from its 55% concentration of hazelnuts, harvested in the Langhe district of Piedmont, together with a high percentage of natural low-fat cocoa, is not only pleasing to the palate but is low in acidity and completely free of bitterness.

#### **WHY CHOOSE US?**

##### **Creativity and Design**

Our workshop, where our products are made, is also where we apply taste and research to the "Food of the Gods".

##### **100% traceable products**

Our cocoa bean blend is sourced from different countries including Venezuela, Peru, the Dominican Republic, Tanzania, and Uganda.

##### **Guaranteed quality**

We are ever careful to offer our customers the highest grade chocolate that is always in line with the most stringent international quality standards.

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







di diabete, agli intolleranti, agli allergici, agli atleti e persone che, su consiglio medico, devono intraprendere un percorso dimagrante per il controllo del peso. Questo prodotto con il suo 55% di nocciole delle Langhe piemontesi e con un'alta percentuale di cacao naturale a basso contenuto di grassi, lo rende non solo piacevole al palato per il suo intenso gusto cacao e nocciola ma anche per la sua bassa acidità e per la totale mancanza di amarezza

**PERCHÈ SCEGLIERE NOI?**

**Creatività e Design:**

Il nostro laboratorio in cui creiamo prodotti, applicando gusto e ricerca al Cibo degli Dei.

**100% Prodotto tracciabile:**

La nostra miscela di fave di cacao proviene da paesi diversi tra i quali Venezuela, Perù e Repubblica Dominicana, Tanzania, Uganda.

**Qualità garantita:**

Da sempre attenti a offrire ai nostri clienti, cioccolato di alta qualità, in linea con i più alti standard qualitativi internazionali.

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



**theCacao**  
CIOCCOLATIFICIO ESTENSE

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



Indirizzo: Via De Antoni 19 - 35042 Este (PD)

Telefono: (+39) 331 6514444

Fax: (012) 800 456 789

Email: [info@theocacao.it](mailto:info@theocacao.it)

*Cristalleria*  
MURANO

SORPRESE DI LUCE

## CLASSIC AND CONTEMPORARY MURANO CRYSTAL CHANDELIERS

Cristalleria Murano® is the leading manufacturer of artistic Murano Glass chandeliers.

With over 40 years of experience, the Tini family carries on the Italian excellence of a centuries-old tradition.

The beauty and quality of its chandeliers have led this company to be recognized in Italy and in the world, making it grow in numerous new markets.

Murano glass chandeliers are appreciated for their classic elegance and uniqueness. Being handblown and handcrafted by Murano glasswork masters, they have contributed with their suggestive shapes to make Venice one of the most fascinating cities in the world.





#### **CLASSICI E CONTEMPORANEI LAMPADARI IN CRISTALLO DI MURANO**

Cristalleria Murano® è il produttore leader di lampadari artistici in vetro di Murano.

Con oltre 40 anni di esperienza, la famiglia Tini porta avanti l'eccellenza italiana di una tradizione secolare.

La bellezza e la qualità dei suoi lampadari hanno portato questa azienda ad essere riconosciuta in Italia e nel mondo, facendola crescere in numerosi nuovi mercati.

I lampadari in vetro di Murano sono apprezzati per la loro eleganza, classicità ed unicità. Soffiati e lavorati a mano dai maestri vetrai muranesi hanno contribuito con le loro forme suggestive a rendere Venezia una tra le città più affascinanti al mondo.

Che si tratti di un palazzo presidenziale, della hall di un albergo, di una villa di lusso o della sala di un ristorante, i lampadari di Cristalleria Murano® sono in grado di catturare lo sguardo, illuminare ed impreziosire ogni ambiente.

Grazie ad un catalogo di oltre 400 lampadari completamente personalizzabili per colori e numero di luci ed alla possibilità di



Whether it is a presidential palace, a hotel lobby, a luxury villa or a restaurant hall, Cristalleria Murano®'s chandeliers are able to enrapture the viewer as well as illuminate and embellish any environment.

Thanks to a catalog with more than 400 chandeliers completely customizable in terms of colors and number of lights and the possibility of designing new customized models upon request, Cristalleria Murano® satisfies every lighting need.

Constituted by a team of experts, the Contract division of Cristalleria Murano® is able to provide all the necessary support for any type of project: hotels, restaurants, public and residential.

Cristalleria Murano® works jointly with Architects, Interior Designers and final clients with the aim of surprising with light.

Through a synergic work with partners, Cristalleria Murano® is able to drastically abate project definition times and to fulfill in a practical and concrete way the customer's needs, in compliance with the pre-established budgets. The ability and talent of Cristalleria Murano's glasswork masters allows to create custom-made chandeliers and customized advanced lighting solutions.

Through hundreds of projects and satisfied customers, Cristalleria Murano® has developed an extraordinary ability to transform client's requests into reality. From this spirit were born many series of design products conceived for contract, with a contemporary style, which combine Murano glass with modern metals and finishes.

Each Cristalleria Murano® chandelier carries with it the charm of a piece of Italian history of luxury manufacturing.

Choosing to illuminate and enhance your rooms with Cristalleria Murano® chandeliers contributes to perpetuating a centuries-old tradition.

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





progettare a richiesta nuovi modelli su disegno, Cristalleria Murano® soddisfa qualsiasi esigenza di illuminazione.

Composta da un team di esperti, la divisione contract di Cristalleria Murano® è in grado di fornire tutto il supporto necessario per ogni tipologia di progetto: alberghi, ristoranti, pubblico e residenziale.

Cristalleria Murano® lavora congiuntamente con studi di Architettura, Interior Design e clienti privati con lo scopo di sorprendere con la luce.

Attraverso un lavoro di sinergia con i partner, Cristalleria Murano® è in grado di abbattere drasticamente i tempi di definizione del progetto e di rispondere in modo pratico e concreto alle esigenze del cliente nel rispetto dei budget prefissati. La capacità ed il talento dei maestri vetrai di Cristalleria Murano®

permette di realizzare lampadari su disegno e di personalizzare soluzioni avanzate di illuminotecnica.

Attraverso centinaia di progetti e clienti soddisfatti, Cristalleria Murano® ha sviluppato una straordinaria capacità di trasformare le richieste del cliente in realtà.

Da questo spirito sono nate molteplici serie di prodotti di design pensati per il contract, dallo stile contemporaneo, affiancando il vetro di Murano a metalli e finiture moderne.

Ogni lampadario di Cristalleria Murano® porta con sé il fascino di un pezzo di storia Italiana della manifattura di lusso. Scegliere di illuminare e valorizzare i propri ambienti con i lampadari di Cristalleria Murano® contribuisce a mantenere viva una tradizione secolare.

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



*Cristalleria*  
MURANO®  
SORPRESE DI LUCE

*The original Italian  
Handmade Crystal Chandeliers*

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



## THE TASTE OF ITALIAN TRADITION

You know families Sunday lunches, the ones that maybe are not in use anymore? At that time, on Italians' tables, especially southern Italians', those lunches could not go without the olives, and all those vegetables in oil -artichokes, dried tomatoes, eggplant... -that each family provided to preserve and store just after the harvest and eat during the year, on special occasions.

And now, in our recipes you can taste those same flavors, those scents and those colors, which are perfect to make not only your family's dinners, but also your cocktails and your parties more cheerful and appetizing.

All our olives are selected from the best Italian, Greek and Mediterranean cultivars.

Making the appropriate selection at the right time, immediately after harvesting, when the fresh olives are immersed in the brine that will lead them to acquire the taste, the color and the scent that make them unique is the first fundamental step to revive the ancient recipes: natural olives that you can taste at the right point of maturation, olives combined with hot pepper, spices and a pinch of garlic, or sweetened and flavored with sweet and sour pepper and onions in vinegar.

These and many others are the proposals that we offer to our loyal customers.

### IL SAPORE DELLA TRADIZIONE ITALIANA

Avete presente i pranzi domenicali, quelli che forse ormai non si usano più? Un tempo, sulle tavole degli italiani, le tavole del sud soprattutto, in quei pranzi non potevano assolutamente mancare le olive, e tutti quegli ortaggi conservati sott'olio -carciofini, pomodori secchi, melanzane... -che ogni famiglia provvedeva a conservare appena dopo la raccolta per poterli gustare tutto l'anno nelle occasioni speciali.

Quegli stessi sapori, quei profumi, quei colori eccoli oggi nelle nostre ricette, pronte a alleggerire e rendere più stuzzicanti anche le nostre feste o i nostri aperitivi, oltre ai pranzi e le cene.

Tutte le nostre olive sono selezionate fra le migliori cultivar italiane, greche e dell'intera area mediterranea. Sceglierle e acquistarle nel momento migliore, subito dopo la raccolta, quando le olive ancora fresche vengono immerse nella salamoia che le porterà ad acquisire il gusto, il colore e il profumo che le distingue è il primo fondamentale passo per poter far rivivere al meglio le antiche ricette: olive al naturale da poter gustare al giusto punto di maturazione, olive unite a peperoncino piccante, spezie e un pizzico di aglio, oppure addolcite e insaporite con peperone in agrodolce e cipolline in aceto. Queste e tante altre sono le proposte che offriamo alla nostra affezionata clientela.





And not just olives, of course. With the same care and passion, we work dried tomatoes, artichokes, aubergines, wild onions, mushrooms... all packaged either in buckets or bags in atm, for gastronomy counters sale, or in smaller packages such as take away small atm bags, trays or buckets.

The raw materials and the processing aspect are not the only things we take great care of. The environmental aspect is also something we take in due account. For this reason, a photovoltaic system has been supplying the 80% of energy to the entire plant. Today, the expansion of the company has required a new photovoltaic system that we have just installed this year.

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





E non solo olive, naturalmente. Con medesima cura e passione, lavoriamo pomodori secchi, carciofini, melanzane, lampascioni, funghi... il tutto confezionato sia in formati quali secchielli o buste in atm, adatti alla vendita dei banchi di gastronomia, sia in formati più piccoli: vaschette, secchielli o buste ideali per la vendita a libero servizio.

Oltre alla cura per le materie prime e per il processo di lavorazione, abbiamo sempre dato grande importanza all'aspetto ambientale. Per questo, ormai da anni, un impianto fotovoltaico fornisce all'intero stabilimento l'80 % dell'energia. Oggi, l'espansione dell'azienda ha reso necessario un nuovo impianto fotovoltaico che abbiamo provveduto ad installare proprio quest'anno.

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



# MEGA EVENT GULFOOD TO PLAY A LEADING ROLE IN TACKLING GLOBAL FOOD CHALLENGES, KICK-STARTING A PIVOTAL YEAR FOR THE UAE IN 2023

**Critical year for F&B Industry with major dialogues around food security, sustainability and investments shaping industry trends in the lead-up to COP 28.**

**28<sup>th</sup> edition of the industry leading event set to be 30% larger than ever before, and bring sustainability to the fore with launch of global sustainability initiative Gulfood Green.**

Dubai World Trade Centre (DWTC) has announced the largest annual global food and beverage sourcing event in the world, Gulfood, will take place from 20-24 February 2023. Bringing together F&B communities from across the world in Dubai to chart the way forward for this rapidly evolving sector, the 28th edition of the show is set to be 30% larger than the previous years, with 1,500 of the 5000+ confirmed exhibitors new to the show. Gulfood 2023's record scale is due in part to the introduction of Gulfood Plus, a brand-new bespoke hall, where first-time exhibitors will showcase product innovations across 10,000 m<sup>2</sup> of added floorspace.

Leading global brands exhibiting include: Unilever, GMG, Americana, Agthia, Fonterra, McCain, Monin, USAPEEC, Hunter Foods, ASMAK, Minerva Foods, U.S. Dairy Export Council, Frinsa Group, Emirates Snacks Foods and Al Rabie to name a few; as well as newcomers including Brazilian food processing company: BRF Global and Agricultural, and Processed Food Products Export Development Authority (APEDA).

Globally, a series of world events are causing inflation and a rise in the cost of consumer goods, food, utilities, and fuel. The food industry has a huge role to play in helping

reverse these trends and moving towards healthier, more resilient food systems. With the UAE preparing to host COP 28 in 2023, Gulfood will serve as a critical opportunity to convene the global F&B industry at the start of the year, and continue the shift towards more sustainable food production and consumption.

"With the ongoing food crisis, combined with climate shocks, and rising costs of food, 2023 will be an important year for turning the corner and getting back on track while elevating healthy and diversified diets that are sustainable for people and the planet. Gulfood and the UAE will be at the heart of many of these conversations and have a unique vantage point from which to lead the way" commented Trixie LohMirmand, Executive Vice President, Dubai World Trade Centre.

## **THE SOURCE OF THE WORLD**

With the UAE acting as the central hub of all these changes, Gulfood will be at the heart of the business community, the source of propelling sector conversations from agenda to action, bringing the industry together to convene in the first key F&B industry event of the year, unveiling new products and innovations, and creating an international platform for business opportunities including 125 country pavilions with first time participants: Armenia, Cambodia and Iraq, and welcoming back returning pavilions from South Africa and Australia.

## **SUSTAINABILITY AT THE FORE**

Launching in 2023 Gulfood presents: Gulfood Green - a new global sustainability initiative, to ignite and continue conversations within



the wider F&B community to create a momentous shift towards more resilient and sustainable food production and consumption. The objective being to raise visibility and influence key strategic food industry champions for sustainable food systems transformation in the lead up to COP28 and set a precedent for the future. As part of the initiative Gulfood has also launched its own Gulfood Global Forest, an international tree-planting campaign and nature-based solution to the events' sustainability commitments, to conserve, restore and grow trees across the globe to help curb climate change. The food industry is known to be a major carbon emitter and the Gulfood Forest will enable stakeholders of the event from exhibitors and visitors, to speakers, chefs and the wider public to get involved and plant trees to help restore global forests. Gulfood Green has already started planting in four countries: UAE, Uganda, Ecuador and Indonesia, with

fruit bearing trees planted in a number of the locations to enable families and local communities to become self-sufficient. The trees already planted will support 2000 families and sequester 1 million kg of CO2 over the trees' lifetime. Gulfood Greens' commitment is to quadruple the number of trees and country expansion by COP28. The theme of sustainability will be carried through multiple verticals of the event, with topics being discussed at the conference including: Working towards zero food waste and making the dairy industry less carbon intensive, to building and securing viable, sustainable food business. Speakers include: Paul Newnham - Executive Director of SDG2 Advocacy Hub; Carlos Frunze Garza, advocate for sustainability and Executive Chef of Teible; Kylie Woodham - General Manager of Magners Farm; and Kamesh Ellajosyula - President and Chief Innovation & Quality Officer of Olam Food Ingredients. Gulfood will also

put the spotlight, for the very first time, on global chefs spearheading biodiversity in the restaurant industry, with masterclasses and workshops by top chefs creating real change, through sustainability and zero waste initiatives including: Rasmus Munk of Alchemist in Copenhagen and Peeter Pihel, sustainable restaurant advocate and Head Chef of Fotografiska.

The Gulfood Green Awards will also take place this year, with submissions open to the industry, in five categories: Green Foodservice Industry Award, Waste Management Award; Green Food Innovation Award; Sustainability Professional of the Year and Sustainability Company of the Year. The Gulfood Green Awards Celebrate excellence in sustainability and encourage green best practice across the Food & Beverage Industry.

### **IMPACTFUL CONVERSATIONS TO SPUR CHANGE**

The Gulfood Inspire Conference will champion core themes of: Sustainability, Quality and Access. Ministers, global F&B value chain leaders, entrepreneurs, civil society and industry experts will lead a series of keynotes, panel discussions and showcases, addressing timely topics including: Sustainable Food Production; Food Security and Sovereignty; Agri-Food and Food Tech Investment; Innovations and Web 3 Opportunities; Nutrition Education and Access; Waste Reduction; Securing International Supply Chains; and Food Services Trends, Challenges and Innovations. Confirmed first time speakers include: Yazen Al Kodmani - Head of Operations of Emirates Bio Farm; Alessio D'Antino - Co-founder & CEO of Forward Fooding; Neha Sood - UAE Market Lead for Zomato; Rajiv Warriar - CEO GCC of Choithrams and Ruben Brunsveld, Deputy Director - EMEA, Roundtable on Sustainable Palm Oil.

Gulfood has partnered with global award-winning market intelligence agency, Mintel, to curate a thought leadership programme for the F&B industry. As the events' Strategic Knowledge Partner, the agency

has undertaken exploratory interviews with leaders across the food & drink industry, covering topics including sustainability and inflation. Experts and leaders from around the globe, have shared challenges and priorities as food & drink professionals with the aim of collectively looking to understand the key challenges the food & drink industry faces and the solutions businesses are adopting to overcome them.

The results from the research will be shared in a whitepaper in the weeks leading up to Gulfood 2023 and to be more widely used across the industry to provide guidance and inspiration to businesses at this critical time.

### **'DUBAI WORLD CUISINE' MOVEMENT**

Gulfood Plus will be the home of Top Table this year, where the world's best curators of award-winning dining experiences will showcase their signature dishes. Gulfood 2023 will launch the 'Dubai World Cuisine' Movement, which aims to provide a platform for homegrown chefs to collaboratively shape the cultural identity of Dubai and establish it on the world's culinary map.

For 2023, Singapore has been selected, for the nations vibrant and diverse culinary scene from Michelin-starred restaurants to UNESCO-recognised street food. The programme will see 6 iconic chefs from Singapore hosted in 6 restaurants in Dubai in February with masterclasses and fringe dinners outside of the event, across the city. 2 months later in May, the Dubai chefs will then be hosted in Singapore for 6 dinners under the umbrella of Dubai World Cuisine by Gulfood.

A star-studded lineup of internationally renowned Michelin star chefs participating in the programme include: Melbourne born Michael Wilson of Marguerite in Singapore, Winner of the Michelin Guide Young Chef of the Year, Louis Han of Nae:um; and hailing from Liguria, Italy, Daniele Sperindio of Art in Singapore. Michelin star homegrown talent includes: Gregoire Berger of Ossiano, Salam Dakkak of Bait Maryam and Saverio Sbaragli of Al Muntaha - all participating

in Gulfood for the very first time. Alongside Top Table, Chef Talks will offer insights and inspiration from global chefs, food editors and influencers in the culinary world.

**THE LEADERS OF TOMORROW**

As the first-of-its-kind launch-pad for empowering promising F&B talent with a career changing experience, the Gulfood YouthX Challenge grand finale winners, competing at Gulfood 2023, will be rewarded for their contribution to the region's influence on the global gastronomic scene with a career changing internship at an international 3-Michelin star restaurant. In another event first, YouthX Academy Acceleration has been created to provide a pathway for culinary students to fast-track their career in the world of professional gastronomy, the YouthX Academy Challenge will see teams of talented young chefs from top international culinary schools compete with each other for the chance to secure a full-time position at one of the most coveted restaurants in the region.

**FOODVERSE**

Also taking place at the new Gulfood Plus - the Food Metaverse on the blockchain will give visitors the chance to discover the incredible opportunities that the food ecosystem is presented with through Web 3.0, and learn about emerging technology

trends that will pave the way for future innovations in the F&B industry.

**GULFOOD INNOVATION AWARDS**

The Gulfood Innovation Awards are bestowed to the industry's revolutionary pioneers, honouring excellence in new product development and championing ground-breaking new products, launched within the past calendar year. Thousands of entries have already been submitted in 10 categories including: best beverage product, best organic product, best frozen product, best packaging design and best plant-based product.

**ENABLING GLOBAL CONNECTIONS**

Gulfood will create a platform for companies in the food industry to present their products, services, and solutions to influential buyers from across the globe, facilitating intercontinental business deals and serving as the ultimate focal point for the world of food and beverage sourcing. Over 10,000 meetings have already been scheduled and confirmed via the show's meetings programme.

\*Tickets for Gulfood are currently on sale at a special rate of AED 295 for a 5-day pass (instead of regular full price of AED 495) for a limited period only. Tickets can be purchased at [www.gulfood.com](http://www.gulfood.com)





## MARENCHINO GROUP - SPECIALISTS IN ITALIAN PIEDMONTESE PDO CHEESES AND DAIRY SPECIALTIES

Marenchino is a story of family and love for cheeses, the story of someone who has been able to identify the jewels of the land in which they live by making dairy products with a unique taste and authenticity.

This story originated in the Fifties in the Province of Cuneo, in a generous land between the pristine pastures of the Alps and the amazing land of the Langhe, a land where animals give genuine and nutritious milk and traditions are handed down together with the passion for good things.

starting from the historic factories in Savigliano, over time the company has established itself throughout the Piedmont area, making important acquisitions that have brought the Marenchino Group to





**GRUPPO MARENCHINO: SPECIALISTI DEI FORMAGGI DOP E SPECIALITÀ CASEARIE PIEMONTESI**

Marenchino è una storia di famiglia e di amore per i formaggi, il racconto di chi ha saputo individuare i doni della terra in cui vive realizzando prodotti caseari dal sapore unico e dalla genuinità indiscussa.

Questa storia ha origine negli anni Cinquanta in Provincia di Cuneo, in una terra generosa tra i pascoli incontaminati ai piedi delle Alpi e le curve rigogliose delle Langhe. Una terra in cui gli animali donano un latte genuino e nutriente e le tradizioni si tramandano assieme alla passione per le cose buone.

A partire dagli storici stabilimenti di Savigliano, nel tempo l'azienda si è affermata su tutto il territorio piemontese, realizzando acquisizioni importanti che hanno portato il Gruppo Marenchino a una visibilità di scala nazionale mantenendo inalterati gli stessi valori di sempre: Tradizione, Localismo e Qualità. Oggi, il Gruppo Marenchino racchiude le realtà Cisalpino e Perla, che si sono contraddistinte per rappresentare le specialità casearie piemontesi in Italia e nel Mondo.



Lavoriamo seguendo la filiera corta per tutte le tipologie di latte: vaccino, ovino e caprino. Da sempre collaboriamo direttamente con gli allevatori della zona che conferiscono quotidianamente il latte: fresco e 100% del Piemonte. Garantiamo così la miglior qualità ai nostri consumatori ed uno sviluppo sostenibile del territorio.

La produzione dei nostri formaggi viene fatta in maniera tradizionale, come una volta, la stagionatura è lenta, fatta ancora a mano, forma dopo forma, rigorosamente su assi di legno.

Il Gruppo, offre diverse tipologie di packaging al fine di garantire un migliore servizio che garantisca freschezza del prodotto e minor impatto ambientale, creando e sviluppando nuove occasioni ed attitudini al consumo. Il Gruppo Marenchino investe continuamente nella ricerca e nello sviluppo di materiali sempre più sostenibili che siano "green" e funzionali al loro utilizzo.

Attualmente il Gruppo vanta nel proprio assortimento, di produzione propria, 5 DOP: Toma Piemontese, Bra Tenero, Bra Duro, Raschera, Murazzano ed una serie di Specialità a pasta molle realizzate con latte caprino, ovino e vaccino: una cremosa combinazione di tre lattini pastorizzati per ottenere formaggi unici, un vero tesoro dal gusto irresistibile e dalla consistenza morbida e scioglievole.

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





visibility on a national scale while maintaining the same values as always: Tradition, Localism and Quality.

Today, Marenchino Group includes the companies Cisalpino and Perla, which have stood out for representing the Piedmontese dairy specialties in Italy and in the world.

We work following the short chain for all types of milk: cow, sheep and goat. We have always collaborated directly with the farmers of the area who deliver the milk every day: fresh and 100% from Piedmont. In this way we guarantee the best quality to our consumers and a sustainable development of the territory.

The production of our cheeses is done in the traditional way, as it once was, the maturing is slow, still done by hand, shape after shape, rigorously on wooden planks.

Marenchino Group offers different types of packaging in order to guarantee a better service that guarantees product freshness and lower environmental impact, creating and developing new occasions and attitudes to consumption. Marenchino Group continuously invests in research and development of increasingly sustainable materials that are "green" and functional in their use.

Currently the Group produces 5 PDO Cheeses in its range, of its own production: Toma Piemontese, Bra Tenero, Bra Duro, Raschera, Murazzano and several soft specialties cheeses made with goat, sheep and cow milk: a creamy combination of three milks to obtain unique cheeses, a real treasure with an irresistible taste and a soft and melting texture.

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

## “THE AGRI-FOOD SECTOR IN SAUDI ARABIA”



**S**audi Arabia is the main market in the Gulf region with the greatest long-term growth prospects, as its population is constantly growing, and a normal family is made up of an average of 6.4 people.

The agri-food and beverage industry in Saudi Arabia is considered one of the most attractive and profitable sectors of the Kingdom's economy, given that the country imports on average 70% of its food needs from other countries.

Italy exported food products to Saudi Arabia for a value that in 2021 was over 295 million euros, with a slight decrease of 0.8% compared to 2020. Based on government initiatives to promote foreign investment, the food industry in Saudi Arabia has the potential to attract significant private investment, particularly in key sectors that contribute to the growth of local food consumption.

This sector is very interesting for Italian companies that export the following types of products: consumer products and machines and machinery.

### **The main consumer products exported:**

- Rusks, biscuits, and preserved pastry products: in 2021 the export value of these products was over 75 million euros compared to 65.6 million in 2020.
- Pome fruit and stone fruit: in 2021 these products recorded a value of over 75 million euros, an increase of 35.9% compared to the previous year (42 million in 2020).
- Cocoa powder, chocolate, sweets and confectionery: the value of these products for 2021 was 54.5 million euros, an increase compared to previous years (49.4 million in 2020).

### **The main machines exported within the agrifood sector:**

- Machines for the food industry: these products (including parts and accessories) recorded a value of 89.3 million euros in 2021, in growth if compared to the 62.2 million in 2020.
- Automatic machines for dosing, packing and packaging: in 2021 the value of these types of machinery was 39.3 million euros.

**www.ice.it**



# M

## MARENCHINO

*una storia di famiglia*

★ ★ ★  ★ ★ ★

### SPECIALISTI DEI FORMAGGI DOP E DELLE SPECIALITÀ CASEARIE PIEMONTESI

Da tre generazioni, la passione per i formaggi viene tramandata dalla famiglia Marenchino. La produzione avviene in Piemonte in provincia di Cuneo, tra i pascoli incontaminati ai piedi delle Alpi e le curve rigogliose delle Langhe. In questa terra dove gli animali donano un latte genuino e nutriente, le tradizioni si tramandano assieme alla passione per le cose buone. I formaggi nascono dagli stessi valori di un tempo: la cura per il gusto, la difesa della produzione artigianale e la valorizzazione del territorio.

Queste preziose risorse vengono raccolte nei caseifici, unendole alla passione per i formaggi e all'attenzione all'innovazione, ottenendo così forme e sapori inconfondibili.

Fra la gamma dei formaggi Marenchino spiccano le eccellenze Dop: Toma Piemontese, Bra Tenero, Bra Duro, Raschera e Murazzano.

Di altrettanto rilievo sono i formaggi stagionati e freschi a latte di capra ed una selezione di formaggi a due o tre lattini dalla pasta molle nascosta da una crosta rugosa. Le certificazioni IFS, BRC attestano la qualità della produzione casearia Marenchino.





## MEAT PROCESSING

Indal S.r.l. is a Brescia-based company, leader in the field of livestock, slaughter and meat processing, and has been working in the industrial sector for three generations.

From its beginning the company takes care of every stage in the **Supply Line**.

Indal S.r.l. has built, over time, **strong business relationships** with its Italian and foreign customers, and with some of these the Company works from over ten years.

**The whole control** of its Supply Lines allows Indal to be able to propose itself as a partner by building **CUSTOMIZED PROJECTS**, guaranteeing quality, professionalism and continuity for 52 weeks a year for each Customer.

A new production area is recently opened in the plant located in Montichiari. This is dedicated to realize *"Portioned meat products"* and *"Ready meat products"*, packed both in Skin pack and in Modified Atmosphere Packaging.



#### CARNI BOVINE

Indal s.r.l. è un'Azienda Bresciana attiva da tre generazioni nel campo dell'allevamento, della macellazione e della lavorazione delle **carni bovine**.

Fin dai suoi esordi è stata caratterizzata dal concetto del controllo totale sul processo di **Filiera**.

Questo approccio ha consentito nel tempo di diventare un **partner strategico** ed estremamente affidabile, sia a livello qualitativo che quantitativo, per numerosi Clienti della GDO con alcuni dei quali sono in essere rapporti di fornitura decennali.

Il controllo dell'intera filiera consente ad Indal di potersi proporre come un partner con il quale costruire **PROGETTI SU MISURA** garantendo qualità, professionalità e continuità per 52 settimane all'anno.

Recentemente nello stabilimento di Montichiari è stata inaugurata una nuova ala produttiva dedicata alla realizzazione di porzionati e preparati confezionati sia in Skin-pack che in atmosfera modificata.

**Our products:**

- We breed **Adult Beef, Bulls and Calves** which one 4IT selection (Born, Bred, Slaughtered, Cut in Italy)
- We produce and sell bone-in meat
- Specialized in deboning and packaging under vacuum of our meat
- We make "*Portioned meat products*" and "*Ready meat products*" in **Skin-pack** and **MAP**

**Our markets:**

- 70% Italian market as GDO (Hypermarket Chain) , Ho.Re.Ca, Wholesales and Importers
- 30% export to CE and EXTRA CE (Japan, Saudi Arabia, Canada, United Arab Emirates)

**Our certifications:**

- UNI EN ISO 22005:2008 STANDARD CERTIFICATION
- VITOP AND VITALO PRODUCT CERTIFICATION
- BRC
- IFS

**Our certified production lines:**

- VITALO Supply Line
- VITOP Supply Line
- I.T.A. Supply Line

Indal S.r.l. has defined a strategic growth plan that it will put it, in the next three years, to realize new investments. The aim is to increase its production capacity, energy sustainability and the introduction of new process lines.

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





#### I nostri prodotti:

- Alleviamo **Scottone, Vitelloni e Vitelli** tra i quali una selezione 4IT
- Produciamo e commercializziamo carni in osso
- Siamo specializzati nel disosso e confezionamento sottovuoto delle nostre carni
- Realizziamo carni porzionate e preparati in **Skin-pack** e **ATM**

#### I nostri mercati

- 70 % territorio nazionale coprendo GDO, Ho.Re.Ca, grossisti e distributori
- 30% export CE e EXTRA CE in mercati quali Giappone, Arabia Saudita, Canada, Emirati Arabi Uniti

#### Le nostre certificazioni:

- UNI EN ISO 22005:2008 CERTIFICAZIONE DI FILIERA
- CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO VITOP E VITALO
- BRC
- IFS

#### I nostri BRAND

- FILIERA VITALO
- FILIERA VITOP
- FILIERA I.T.A.

Indal srl ha definito un piano strategico di crescita che la porterà nel prossimo triennio a realizzare nuovi investimenti volti ad incrementarne la capacità produttiva, la sostenibilità energetica e ad introdurre nuove linee di processo.

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



## GAGLIANO MARCATI A CENTENARY COMPANY

This is the undisputed heritage of MARCATI, a family company now in its fourth generation, Marcatti has been part of the history of Italy and Europe throughout the last 100 years, going through two wars, the economic crisis of 1929 and the economic boom of the 1960s.

It all began in Veronella, a small town in the province of Verona, in 1919 thanks to two brothers, Pietro and Luigi Marcatti in their pharmacy. In 1929, Pietro opened his first industrial headquarters in Verona (damaged by a bombing in 1944 during World War II). Its reconstruction, in 1946, allowed Pietro and, a few years later, his son Giuseppe, to resume the marketing of the products in Northern Italy.

From 1978, the third generation, formed by Pietro, Andrea and Maria Paola, completed a series of important acquisitions, and production was progressively renewed by including a vast assortment of Grappas and typical liqueurs. This strengthened the company's presence in the European markets, in particular in Northern Europe, to which it gradually added those of the rest of the world. Today MARCATI, ERCOLE GAGLIANO, MORANDINI branded liqueurs and spirits are exported to more than 40 countries and the company







**GAGLIANO MARCATI  
UNA AZIENDA CENTENARIA**

E questo l'indiscusso patrimonio di MARCATI, family company giunta alla quarta generazione, 100 anni in cui alla storia di Marcati si intreccia con quella dell'Italia e dell'Europa, attraversando due guerre, la crisi economica del '29 e il boom economico degli anni '60.

Tutto inizia a Veronella, piccolo paese in provincia di Verona nel 1919 grazie a due fratelli, Pietro e Luigi Marcati nella farmacia di proprietà; Nel 1929, Pietro apre a Verona la prima sede industriale (danneggiata da un bombardamento nel 1944 durante la II Guerra Mondiale). La sua ricostruzione, nel 1946, permette a Pietro e pochi anni dopo al figlio Giuseppe, di riprendere la commercializzazione dei prodotti nel Nord Italia.

achieves 35% of its turnover abroad, with a production of 5 million bottles (2021).

Having come through the difficult years of the pandemic and the consequent crisis in consumption in the catering world, the company, despite the difficult historical moment that saw extreme increases in the cost of raw materials, is opening up new markets in emerging countries that bode well for the near future.

**BACIO DELLE MUSE RISERVA** Grappa is today the most representative spirit of the wide range produced in the Sona plant, but we certainly cannot forget liqueurs such as Limoncello Della Limonaia or Tiramisù, which are an expression of the high production standards in response to the increasingly demanding and selective international market.

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



*Una lunga tradizione di famiglia.*

*An age-old family tradition.*

## GRAPPA del Centenario

100 Marcati  
Grappa di Amarone  
con astuccio  
70 cl - 40% vol.

N°119





Dal '78 la terza generazione, formata da Pietro, Andrea e Maria Paola, l'azienda completa una serie di importanti acquisizioni, viene progressivamente rinnovata la produzione inserendo un vasto assortimento di Grappe e liquori tipici, rafforzando la presenza nei mercati europei, in particolare in Nord Europa, a cui aggiunge, via via, quelli del resto del mondo. Oggi i liquori e i distillati a marchio MARCATI, ERCOLE GAGLIANO, MORANDINI sono esportati in più di 40 paesi e l'azienda realizza all'estero il 35% del proprio fatturato con una produzione di 5 milioni di bottiglie (2021).

Archiviati i difficili anni della pandemia e della conseguente crisi dei consumi nel mondo della ristorazione l'azienda, nonostante il difficile momento storico che vede iperbolici aumenti delle materie prime, sta aprendo nuovi mercati in paesi emergenti che fanno ben sperare nel prossimo futuro.

La Grappa **BACIO DELLE MUSE RISERVA** è oggi il distillato più rappresentativo della ampia gamma di referenze prodotte nello stabilimento di Sona, ma certamente non si possono dimenticare liquori come il Limoncello Della Limonaia o il Tiramisù che sono espressione degli elevati standard produttivi a risposta della sempre più esigente e selettiva domanda del mercato internazionale.

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


 The logo for Crudolio, featuring the brand name in a white, cursive-style font with a small leaf icon at the end of the 'o', set against a dark green rectangular background.

## 30 VARIETIES OF OILS

Joe&Co. is a family company, who's always been into the "oil world".

It all started with a family oil mill situated in Umbria and established in 1890 by Raniero Matticari.

Then, in 1997, Giuseppe (CEO), his grandson, started specialized the business into vegetable oils, organic and vegan certified, encouraged by his focus and passion.

We now offer a range of 30 varieties of oils, whose have been cold extracted from fruits and seeds, such as: flaxseed (virgin, deodorized, also flavored with lemon and orange), sunflower (virgin, deodorized) safflower, wok, canola, sesame (virgin and roasted), corn, argan, hempseed, avocado, coconut (virgin, deodorized, also flavored with curcuma), sacha inchi, pumpkin (virgin and roasted), rice, grapeseed, camelina and the two blends of omega 3•6 and 3•6•9 along with the classic extra virgin olive oil from various agricultures and also flavored with lemon, chili and truffle. Moreover, to complete our catalogue we offer: white wine, red wine, pomegranate, apple and balsamic from Modena vinegars. Shoyu and Tamari soya sauces and seeds like: flaxseed, chia, pumpkin, sunflower, sesame and mix for salads.

A wide range of retail products with their own brands Crudolio and Yes Organic, are also available for private labels.

In 2019 we upgraded in our production plant and packaging, with an investment in the industry 4.0, we can guarantee that every step in the production is exclu-





### 30 VARIETÀ DI OLI

Joe&Co. è un'azienda familiare, da sempre impegnata nel "mondo dell'olio".

Tutto è iniziato con un frantoio di famiglia situato in Umbria e fondato nel 1890 da Raniero Matticari. Poi, nel 1997, Giuseppe (amministratore delegato), suo nipote, ha specializzato l'attività in oli vegetali, certificati biologici e vegani, incoraggiato dalla sua attenzione e passione.

Oggi offriamo una gamma di 30 varietà di oli, estratti a freddo da frutti e semi, quali: semi di lino (vergine, deodorato, anche aromatizzato al limone e all'arancia), girasole (vergine, deodorato) cartamo, wok, canola, sesamo (vergine e tostato), mais, argan, semi di canapa, avocado, cocco (vergine, deodorato, anche aromatizzato alla curcuma), sacha inchi, zucca (vergine e tostata), riso, semi d'uva, camelina e le due miscele di omega 3-6 e 3-6-9 insieme al classico olio extravergine d'oliva proveniente da varie agricolture e aromatizzato anche con limone, peperoncino e tartufo. Inoltre, per completare il nostro catalogo offriamo: vino bianco, vino rosso, melograno, mela e aceto balsamico di Modena. Salse di soia Shoyu e Tamari e semi come: semi di lino, chia, zucca, girasole, sesamo e mix per insalate.

Un'ampia gamma di prodotti per la vendita al dettaglio con i propri marchi Crudolio e Yes Organic, sono disponibili anche per le private label. Nel 2019 abbiamo aggiornato il nostro impiant-



sively dedicated to organic, with an effective quality control system which take care of the traceability and certification of all production cycle.

Due to this innovation we had the chance to work with new important clients.

Joe & Co., our company, ensures product safety, through strict certifications like CCPB, Vegan OK, IFS, Kosher.

Started from the end of 2018 we refurbished the graphic of our Crudolio labels, to let the customer to get better the informations and utilization of our healthy oils trough the QR code.

From 2020 we decided to invest in the digital sector, renovating at first our websites ([www.crudolio.it](http://www.crudolio.it) / [www.yesorganic.it](http://www.yesorganic.it)).

We will continue to lend our ear to clients, always, as they are part of the company, together with our team.

to produttivo e il packaging, con un investimento nell'industria 4.0, possiamo garantire che ogni fase della produzione sia esclusivamente dedicata al biologico, con un efficace sistema di controllo qualità che si occupa della tracciabilità e della certificazione di tutto il ciclo produttivo.

Grazie a questa innovazione abbiamo avuto la possibilità di lavorare con nuovi importanti clienti.

Joe & Co. la nostra azienda, garantisce la sicurezza dei prodotti, attraverso certificazioni rigorose come CCPB, Vegan OK, IFS, Kosher.

A partire dalla fine del 2018 abbiamo rinnovato la grafica delle nostre etichette Crudolio, per permettere al cliente di ottenere informazioni e utilizzo dei nostri oli salutari attraverso il QR code.

Dal 2020 abbiamo deciso di investire nel settore digitale, rinnovando dapprima i nostri siti web ([www.crudolio.it](http://www.crudolio.it) / [www.yesorganic.it](http://www.yesorganic.it)). Continueremo a prestare ascolto ai clienti, sempre, in quanto parte dell'azienda, insieme al nostro team.

## Oli EVO



## Oli Senza Odore



## Linea Salse



## Oli Vergini



## Oli Tostati



## Linea Semi



## Linea Aceti



## benessere plus



# Crudolio



**GALVANINA®**

## GALVANINA: ORGANIC DRINKS AND SPARKLING WATERS

The combination of high quality, innovation and great taste has always been the hallmark of all Galvanina products. The key to reach a superior quality is the constant search for excellence. This is translated in the careful selection of ingredients and in the continuous improvement of the recipes, in order to meet the consumers' evolving tastes. But it takes also innovativeness, the engine that leads to discover new surprising combinations of flavors and new methods to reach a superior taste. Finally, excellence for Galvanina lays also in the aesthetics, through the iconic design of the embossed bottle, which depicts the coat of arms of the Galvanina water source, where it all started over a century ago, in Rimini.

From fruit-based carbonated drinks, made with organic citrus juice and pulp, to classic soft drinks of the Italian and Anglo-Saxon tradition and cold teas, up to the new organic line dedicated to the mixology. All Galvanina's products, with



L'INTERVISTA  
AL CIBUS:







**GUSTO STRAORDINARIO. ANIMA BIOLOGICA.  
ECCELLENZA ITALIANA**

La capacità di coniugare alta qualità, innovazione e grande gusto è da sempre il tratto distintivo di tutti prodotti Galvanina. Per ottenere una qualità superiore, è necessaria la costante ricerca dell'eccellenza, che si esprime nell'attenta selezione degli ingredienti e nel continuo affinamento delle ricette, per andare incontro all'evolversi dei gusti dei consumatori. Ma anche nell'innovatività, il motore che porta a scovare nuove sorprendenti unioni di sapori e nuovi metodi per raggiungere il massimo del gusto e, infine, nella sensibilità estetica, testimoniata dall'iconica bottiglia in rilievo, che raffigura il blasone della fonte d'acqua Galvanina, dove tutto è nato oltre un secolo fa, a Rimini.



the exception of Cola zero only, are organic, because quality also means sustainability and organic farming makes an important contribution to the preservation of biodiversity and the conscious use of natural resources. For Galvanina, sustainability is a value and a goal. "The planet is our main stakeholder" says CEO Roberto Roccatti, and nothing is more true than that. La Galvanina is committed to protecting the sources of taste and promoting life choices in harmony with the planet, today and for future generations. For this reason, they have been working for years to reduce the energy consumption of production plants, and next year plans to finalize the installation of photovoltaic panels at the production plant they have in Apecchio (PU).

Galvanina drinks stay forever in the taste memory. The superior taste of the best ingredients envelops the palate to project itself into an intense and lasting aftertaste, capable of transporting the consumer's mind into the flavors and atmospheres of Italy.

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



Dalle bibite gassate a base frutta, realizzate con succo e polpe di agrumi di coltivazione biologica, ai soft drink classici della tradizione italiana ed anglosassone e ai the freddi, fino alla nuova linea biologica dedicata al mondo della mixology. Tutte le referenze, ad eccezione solo della Cola zero, sono biologiche, perché qualità significa anche sostenibilità e l'agricoltura biologica dà un importante contributo alla preservazione della biodiversità e all'uso consapevole delle risorse naturali.

Per Galvanina la sostenibilità è un valore ed un obiettivo. "Il pianeta è il nostro principale stakeholder" afferma il CEO Roberto Roccatti, e non c'è niente di più vero. La Galvanina è impegnata a tutelare le fonti del gusto e a promuovere scelte di vita in armonia con il pianeta, oggi e per le generazioni future. Per questo lavora da anni per ridurre i consumi energetici degli impianti produttivi, nel 2023 è pianificata l'installazione di pannelli fotovoltaici presso il sito produttivo di Apecchio (PU).

Le bibite Galvanina rimangono scolpite nella memoria gustativa. Il gusto superiore dei migliori ingredienti avvolge il palato per proiettarsi in un retrogusto intenso e duraturo, capace di trasportare la mente del consumatore nei sapori e nelle atmosfere dell'Italia.

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





## LYON BISCUIT THE ORIGINAL TASTE

### LYON BISCUIT from 1935, unequalled pastrycook know-how

The pastrycook Gomez -La Basquaise settles in the suburbs of Paris in 1925. It is already specialized in items for ice-cream makers and waffle producers. In 1930, the Gomez brothers got the idea to give a cone-shape to the usual flat waffle pastry. Still very innovative, they will rapidly pass from the moulded cone to the waffle cone. Their know-how will be awarded by the winner prize at the colonial exhibition in 1931. They will settle in Lyon area in 1980 getting into partnership with Lyon Biscuit. Both companies are now a must in today's market.

In 1985, the two brands company is finally called LYON BISCUIT and gets into new premises in Clérieux, in the Drôme area. It will acquire a specific production tool that will ensure an unrivalled quality biscuit. In 1987, it develops the new concept of the ready to fill waffle cup.

Since then, very anxious to satisfy its customers, the company will develop a large range of cones, ice-cream pastry that will meet the market expectation and energize the ice-cream makers, restaurant owners and pastrycooks sales.

### LYON BISCUIT, the real taste

A sweet and vanilla flavour, slightly praline-flavoured and crunchy.

LYON BISCUIT is very involved in developing the quality of the flavor and the taste of its cones, waffle cups and biscuits.. In order to develop this gustative aspect, LYON BISCUIT works with homemade recipes and strictly selects raw materials to guarantee the quality:

- No hydrogenated fat
- No allergenic ingredients

### LYON BISCUIT IL GUSTO ORIGINALE

#### LYON BISCUIT dal 1935, un know-how di pasticceria impareggiabile

È nel 1925 che la Biscotteria « Gomez - La Basquaise » si stabilisce in periferia di Parigi. È già specializzata in articoli per gelaterie e ristorazione. Nel 1930, I fratelli Gomez ebbero l'idea di creare l'impasto per fare le « gauffres » di solito piatte per fare coni. In una dinamica di innovazione passeranno rapidamente dal cono stampato a quello arrotolato. Il loro know-how sarà premiato con una medaglia d'oro all'esposizione coloniale del 1931. Si trasferiranno nella regione di Lione nel 1980 associandosi alla ditta « Lyon Biscuit » e faranno di questo marchio e di quello « La Basquaise » due marchi oggi incontrornabili.

Nel 1985, l'azienda che comprende i due marchi adotterà il nome di LYON BISCUIT e integrerà nuovi locali à Clérieux, nella « Drôme des collines ». Si doterà di macchinari di produzione garantendo una qualità di biscotto incomparabile.

Innoverà nel 1987 con la creazione della coppa da guarnire.

Da allora, ascoltando i suoi clienti, svilupperà una vasta gamma di coni, di biscotti per gelato che rispondono alle tendenze del mercato per creare una dinamica nelle vendite dei gelatai, ristoratori e pasticceri.

#### LYON BISCUIT, un gusto autentico

Un dolce profumo, aroma vaniglia, leggermente pralinato, piacevolmente croccante.

LYON BISCUIT si sforza di sviluppare le qualità organolettiche dei suoi coni, coppe e biscotti. Per difendere questo aspetto del gusto, LYON BISCUIT lavora dalle ricette tradizionali, seleziona rigorosamente le materie prime specifiche per garantire la qualità:

- Niente grassi idrogenati
- Niente ingredienti allergenici
- Certificazione IFS e BRC per garantire i propri prodotti come "cibo sano"
- Certificato senza-OGM

LYON BISCUIT, il gusto autentico per accompagnare il sapore del vostro gelato per far sì che la degustazione sia un vero momento di gioia fino alla fine!

#### LYON BISCUIT, per ogni gelato il suo cono!



- IFS and BRC certification, ensuring that the products are «healthy food»
- No GMO guarantee

LYON BISCUIT, the real taste that will accompany your ice-cream flavour

So that you can enjoy your ice-cream up to the end.

### **LYON BISCUIT, each ice-cream gets its own cone!**

Home-made, traditional, Italian ice-cream, served with spoon, spatule or with machine, LYON BISCUIT proposes a cone for each texture. A cone that will allow you to make your best ice-cream right away.

Thanks to its experience and its clients' one too, LYON BISCUIT can advise you on what to choose and help you select the most suitable range of products according to your projects..

- Rolled up or moulded cones, small , large, extra-large, slender
- Sweetened or chocolate coating cups,
- Timbale-shaped waffle cups,
- Side biscuits .....

LYON BISCUIT enhances the quality of your ice-cream in accordance with the customer's need.

### **LYON BISCUIT: dynamic and creative just for you!**

With its own R&D office, LYON BISCUIT develops a special relationship with its customers as the company can meet their expectations but also regularly suggest them new products..

Thus, ESAL has the leadership in the coating technique. LYON BISCUIT has combined high gustative coating recipes and a unique making process control in order to develop waffle cups and cones with smooth, regular and quality coating in a large range of flavours.

### **Available coating flavours:**

Chocolate, toffee, lemon, berries, coffe, orange...

Settled in the south of France, between Lyon and Marseille, among orchards and vineyards, LYON BISCUIT committed itself to respect economic sustainable development by creating a special relationship with its close by suppliers. Cette décision participe à sa dynamique en répondant à des objectifs de qualité et de réactivité.

This decision contributes to its dynamic in meeting the objectives of quality and reactivity.

[www.lyonbiscuit.fr](http://www.lyonbiscuit.fr)





Gelato artigianale, tradizionale, soft, manipolato con spatola, cucchiaio o con una macchina, LYON BISCUIT propone per ogni struttura un cono che metterà in evidenza il gelato trattato.

Forte della sua esperienza e di quella dei suoi clienti, LYON BISCUIT è in grado di offrire consulenza sulle varie scelte, di assisterVi per selezionare la gamma che corrisponde perfettamente ai vostri progetti di vendita, al vostro posizionamento qualità.

- Coni per gelato stampati o arrotolati, stretti, larghi, extra larghi, fini,
- Coppe naturali o ricoperte di cioccolato,
- Timballi,
- Biscotti di accompagnamento

LYON BISCUIT valuta la qualità del vostro gelato in base alla domanda dei vostri clienti.

#### **LYON BISCUIT e l'innovazione, una dinamica ed una creatività al vostro servizio**

Dotata di un ufficio di progettazione R & D, LYON BISCUIT sviluppa un rapporto speciale con i suoi clienti, perché l'azienda ha la capacità di rispondere non solo alle loro richieste ma anche di proporre regolarmente delle innovazioni.

Così, LYON BISCUIT diventa leader della ricopratura. Combinando le formulazioni di ricoprature ad alta qualità gustativa e le competenze del processo esclusivo di produzione, LYON BISCUIT ha messo a punto coppe e coni ricoperti di una vasta gamma di sapori con un aspetto liscio, regolare, e molto qualitativo.

Gusti di ricoprature disponibili:

Cioccolato, caramello, limone, frutti rossi, caffè, arancio .....

Situata nel sud della Francia, tra frutteti e vigneti, LYON BISCUIT si è impegnata in un processo di sviluppo economico sostenibile, creando collegamenti con i fornitori locali. Questa decisione contribuisce alla sua dinamica nel raggiungimento degli obiettivi di qualità, affidabilità e reattività.

[www.lyonbiscuit.fr](http://www.lyonbiscuit.fr)



## THE TRADITION OF QUALITY BREAD

We have been operating in the bakery sector for four generations, handing down the ability to create a product faithful to the tradition of quality bread.

From this experience gained over the years our breadcrumbs were born, a very fresh product that derives from the processing of specially produced bread.

In 2006 all this materialized in a new factory, located in the heart of Tuscany, intended exclusively for the processing of breadcrumbs to be used as a filling in fresh pasta, for simple and/or spiced breading for meat, fish and vegetables.



### LA TRADIZIONE DEL BUON PANE

Da quattro generazioni operiamo nel settore della panificazione, tramandando la capacità di realizzare un prodotto fedele alla tradizione del buon pane.

Da questa esperienza maturata nel corso degli anni nasce il nostro pangrattato, un prodotto freschissimo che deriva dalla lavorazione del pane appositamente prodotto.

Nel 2006 tutto questo si è concretizzato in un nuovo stabilimento, posto nel cuore







In this new reality, we have managed to combine our experience with the most modern processing and packaging technologies in order to guarantee a product with high quality standards and an increasingly effective service.

Today the company boasts three factories, all located on the same site, and four production lines that make products for the final consumer, the processing industry, the HORECA, retail and large-scale distribution sector, as well as a research and development department able to satisfy every need expressed by the customer on granulometry and type of product.

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





della Toscana, destinato esclusivamente alla lavorazione di pane grattugiato da utilizzare come ripieno nella pasta fresca, per panature semplici e/o speziate per carne, pesce e verdure.

In questa nuova realtà, siamo riusciti a sposare la nostra esperienza alle più moderne tecnologie di lavorazione e confezionamento per poter garantire un prodotto con elevati standard qualitativi ed un servizio sempre più efficace.

Oggi l'azienda vanta di tre stabilimenti, situati tutti nello stesso sito, e quattro linee di produzione che realizzano prodotti destinati al consumatore finale, all'industria della trasformazione, al settore HORECA, retail e GDO, oltre ad un reparto di ricerca e sviluppo in grado di soddisfare ogni esigenza espressa dal cliente su granulometria e tipologia di prodotto.

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



## PROMOTING THE TRUE ITALIAN FOOD LIFESTYLE ALL OVER THE WORLD

Valsa Group as leading manufacturer of chilled, frozen and ambient pizzas and snacks, identifies its primary goal in promoting the true Italian food lifestyle all over the world. The headquarters is located in Valsamoggia, in the very heart of Italy. This is where the history of the Group began, nevertheless our roots go from North to South, through our 6 plants: in a purely Italian entrepreneurial path.

Our daily commitment could be easily summed up: CULTURE. EXCELLENCE. INNOVATION.

Thanks to our R&D Department, always attentive to consumers' needs as well as to emerging trends, at very beginning 2023 Valsa Group launches a new product line, both for chilled and frozen ranges: Italian pinsa with extra topping. An exclusive flour mix and high hydration make our pinsa the best





### **VALORIZZARE L'ITALIANITÀ NEL MONDO**

Valsa Group, realtà di riferimento nella produzione di pizze e snack freschi, surgelati e a temperatura ambiente, si pone come obiettivo primario la valorizzazione dell'italianità nel mondo. La sede centrale si trova a Valsamoggia, nel cuore dell'Italia. Lì nasce la storia del Gruppo, ma le nostre radici si trovano da Nord a Sud, in 6 stabilimenti: un percorso territoriale e imprenditoriale prettamente italiano. Il nostro impegno quotidiano si può facilmente riassumere: **CULTURA. ECCELLENZA. INNOVAZIONE.**

Grazie al nostro dipartimento Ricerca & Sviluppo, sempre atten-



occasion to experience the authentic taste of Italy. Light and fragrant, hand stretched one by one, as in the real Italian tradition. Available in many flavors, from Margherita till Truffle, from Amatriciana till Diavola, our pinsa is always able to bring customers to Italy within a bite.

Valsa Group is a reliable and well-known business partner in 50 countries around the world; this has been made possible thanks to the choices and investments in sustainability, production capacity, organizational integration and convenience innovation, with a special commitment to process transparency, waste reduction and green energy use.

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

to ai bisogni del consumatore e ai trend emergenti, all'inizio del 2023 Valsa Group lancia una nuova linea di pinsa farcita, in versione fresca o surgelata. Un esclusivo mix di farine e l'alta idratazione la rendono perfetta per assaporare gli autentici profumi d'Italia. Leggere e fragranti, tirate a mano una ad una, nella migliore tradizione italiana. Disponibile in tanti gusti, dalla Margherita alla Tartufo, dalla Amatriciana alla Diavola, la nostra pinsa è capace di portare i consumatori in Italia al primo morso.

Valsa Group è oggi un partner commerciale consolidato e affermato in 50 Paesi del mondo; ciò è stato possibile grazie alle scelte e agli investimenti in materia di sostenibilità, capacità produttiva, integrazione organizzativa e innovazione in termini di servizio, con uno speciale impegno verso la trasparenza del processo, la riduzione degli sprechi e l'impiego di energia green.

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



## “ ITALIAN FOOD EXPORT IN THE UNITED ARAB EMIRATES ”

Italian cuisine remains hugely popular worldwide, adored for its traditional recipes, fresh ingredients, and delicious taste.

And even more so in the United Arab Emirates, where the demand for Italian produce continues to rise.

Recent trends show an increase in Italian food export, as businesses across the Arabic region seek authentic Italian products to ensure the highest quality for their customers.

### Italian Food Trends in Arabic Countries

A global shift towards healthier eating has boosted the appeal of Italian food. In the UAE, too, people are opting for simple and nutritious meals, and more and more are turning towards plant-based diets. The focus on fresh in-

gredients in Italian cooking, not only vegetables but pasta, too, has helped enhance this trend. The region has also



by Nicola Campbell



image: Freepik.com



## FOOD LABORATORY CECCHIN ANDREA AND CARLO

The delicious taste of fresh pasta. Passion is the secret - along with a formidable determination to protect local culinary traditions by using only the freshest ingredients to create and enhance flavors and aromas that have been lost elsewhere.

The pasta dough emanates from a special recipe devised on the farm: Semolina durum wheat, Soft 0 wheat flour, and fresh eggs. Fresh meats and vegetables are prepared and cooked in our own kitchens. We use Venetian culinary practices to enhance the natural flavors until they are able to make their way to consumers' dinner tables and become part of a delicious and variable daily menu.

By choosing only the best flours for correct compactness and texture of the pasta, freshly laid eggs and genuine ingredients, Pastificio Cecchin has become symbolic of homemade artisan production, using skilful professional knowhow and the highest quality and service standards.

Managed by Andrea, Carlo and Laura Cecchin, the esteemed family-run artisan workshop - utilizes important modern production processes and has released a wide range of its own production and house specialty products.



*Piacere quotidiano*





**LABORATORIO ALIMENTARE CECCHIN ANDREA E CARLO**

Il sapore è quello gustoso della pasta fresca. Il segreto è una passione e un amore che ha conservato tutte le caratteristiche di genuinità del prodotto fatto in casa con ingredienti freschissimi capaci di esaltare sapori e fragranze altrove dimenticate.

Gli impasti sono frutto di esclusive ricette elaborate in azienda: semola di grano duro, farina di grano tenero 0 e uova. La carne e le verdure sono preparate e cotte nelle nostre cucine. La tradizione culinaria veneta contribuisce ad esaltare il prodotto fino a giungere nelle nostre tavole per un saporito e assortito menù quotidiano.

Scegliendo le migliori farine, che consentono alla pasta di mantenere compattezza e ruvidità, uova fresche e i più genuini ingredienti, il Pastificio Cecchin è simbolo di una produzione artigianale casareccia, eseguita con sapiente arte ai massimi livelli di qualità e servizio.





These vary from fresh egg pasta to handmade tortelloni and ravioli stuffed with vegetable fillings. There are handmade cappelletti and fagottini filled with cured prosciutto, and artisan crespelle ready to be put in the oven or in the microwave (for a quick and easy meal) with a choice of exquisite fillings; and then there are potato or pumpkin gnocchi or sweet tortelli stuffed with custard and fruit conserves.

All in the name of authenticity.

The business began circa 25 years ago, when the two brothers Andrea and Carlo Cecchin started a new venture in a sector that had always fascinated them and that they knew very well.

“Our goal is to bring a genuine and honest product to the consumer’s table.”

In the IFS certified factories, there are state-of-the-art systems and machinery which transform raw materials into finished products using the best possible work and safety standards in full compliance with HACCP.

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

Gestito da Andrea, Carlo e Laura Cecchin, lo stimato laboratorio artigiano a conduzione familiare – che tuttavia si avvale di moderni processi produttivi – vanta una svariata gamma completa e selezionata di produzione propria e specialità della casa.

Si va dalla pasta fresca all’uovo, ai tortelloni fatti a mano e ravioli ripieni con le verdure. Dai cappelletti e fagottini al prosciutto crudo, alle crespelle pronte esclusivamente fatte a mano da mettere in forno o in microonde (come piatto pronto) con una scelta di squisiti ripieni; fino agli gnocchi di patate o di zucca ed ai tortelli dolci farciti con creme e marmellate. Il tutto all’insegna della genuinità.

L’attività, ha inizio circa 25 anni fa, quando i due fratelli Andrea e Carlo Cecchin decisero di iniziare una nuova avventura in un settore che li aveva sempre affascinati e che conoscevano molto bene.

Il nostro obiettivo è quello di portare sulle tavole del consumatore un prodotto genuino ed onesto.

Negli stabilimenti di proprietà, vi sono presenti impianti e macchinari di ultima generazione, che permettono una lavorazione artigianale, ma con i migliori standard lavorativi possibili nell’assoluto rispetto delle norme HACCP ed igieniche; gli stabilimenti sono certificati IFS.

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



witnessed a change in how Italian cuisine is presented. At first, many restaurants opted for a fine dining format, which has now been replaced with a more traditional, home-cooked approach, stripping the cuisine back to its roots.

And this reversal has encouraged other traditions, too, as many Arabs, just like Italians, enjoy their food as a shared experience, with the family sitting around the table together, tasting, sharing, and discussing their meal.

### **Italian Food Products Famous Abroad**

The biggest food exports from Italy to the UAE and its surrounding nations comprise a variety of traditional herbs and spices, such as oregano, basil, and garlic, Italian cheeses, including Gorgonzola, Parmigiano-Reggiano and Pecorino, and of course, olive oil, which is famous around the world. Italian wine and coffee also remain popular in the area, and over the past two years, the export of confectionary has increased dramatically.

With the Italian food industry's 'Made in Italy' stamp of quality, its commitment to sustainable agriculture and organic crops, and its focus on 'free-from' food products, ties between Italy and the UAE are expected to stay strong in the years ahead.



image: Freepik.com

# LAURETANA®

**The lightest water in Europe**

## LAURETANA THE LIGHTEST WATER IN EUROPE

Premium brand on the Food&Beverage international panorama, Lauretana is the lightest water in Europe, thanks to its 14 mg/liter of fixed residue.

A real gift from the alpine nature, Lauretana water originates from the hydrogeological area of Monte Rosa glacier and it springs from a source in an unpolluted place at more than 1000 meters high.

Its purity is maintained thanks to the bottling near the source.

The Firm from Biella, based in Graglia, has been producing mineral water for more than half a century, it has always been oriented towards the quality of the product and its customers' satisfaction. Lauretana has established a relation of confidence and loyalty with its customers, thanks to the punctual and transparent communication of the characteristics of the product and the business values.

The excellence and uniqueness of Lauretana make it the ideal water for children, athletes, food lovers and all those who daily choose well-being in their life.

The pleasure of drinking Lauretana is a worldwide privilege, in the elegant bottle signed Pininfarina it is available in the best restaurants throughout the world.

In the 75cl and 33cl packaging it has revolutionized the premium segment of food&beverage inspiring other brands in the sector.

### LAURETANA L'ACQUA PIÙ LEGGERA D'EUROPA

Premium brand del panorama internazionale Food&Beverage, Lauretana è l'acqua più leggera d'Europa, grazie ai suoi 14mg/l di residuo fisso.

Autentico dono della natura alpina, Lauretana ha origine nell'area idrogeologica del ghiacciaio del Monte Rosa e sorge in un territorio incontaminato a oltre 1000 metri d'altezza.

La sua purezza resta inalterata anche grazie all'imbottigliamento che avviene a poca distanza dalla fonte.

L'azienda di Graglia (Biella), che imbottiglia acqua minerale da oltre mezzo secolo, è sempre stata orientata alla qualità del prodotto e alla soddisfazione dei suoi clienti, con i quali ha stabilito un rapporto di fiducia e lealtà, grazie alla comunicazione trasparente e puntuale delle caratteristiche del prodotto e dei valori dell'azienda.

L'eccellenza e la purezza di Lauretana la rendono un'acqua ideale per i bambini, gli atleti, gli amanti della buona tavola e per tutti coloro che hanno scelto il benessere come stile di vita.





Preferred by the best chefs and restaurateurs, Lauretana is the perfect water for gourmet choices or traditional dishes, since it respects the original fullness of the flavors, without influencing their taste. Thanks to its 6.0 pH it favors the digestive process.

Lauretana, the lightest water in Europe, with its very low content of sodium, only 0.88 mg/l and 0.60° f of hardness, stimulates diuresis, increases hydration and prevents the development of kidney stones.

Excellence of Made in Italy, Lauretana places itself as a premium brand in the most important exhibitions, national and international, dedicated to Food&Beverage, Fitness&Wellness, art, medicine, lifestyle. A 360° commitment because Lauretana is much more than a water: it is an experience to live.

To stay informed about Lauretana activities: [lauretana.com](http://lauretana.com) and the social profiles Facebook and Instagram.

Bere Lauretana è un privilegio in tutte le parti del mondo, anche nell'elegante bottiglia firmata da Pininfarina, disponibile nei migliori ristoranti del mondo. Nella versione da 75cl e da 33cl, questo contenitore ha rivoluzionato il segmento premium del Food&Beverage ispirando altri brand del settore.

Scelta dai migliori chef e ristoratori del mondo, Lauretana è l'acqua perfetta sia per i piatti più innovativi sia per quelli tradizionali perché esalta la vera origine dei sapori, senza interferire sul gusto. Inoltre, grazie al ph di 6.0 favorisce il processo digestivo.

Lauretana, l'acqua più leggera d'Europa, con un basso contenuto di sodio, appena 0,88 mg/l e 0,60°f di durezza, stimola la diuresi, aumenta l'idratazione e aiuta a prevenire lo sviluppo dei calcoli renali.

Eccellenza del Made in Italy, Lauretana prende parte come premium brand alle più importanti manifestazioni di settore, nazionali e internazionali, dedicate al Food&Beverage, Fitness&Wellness, arte, medicina e lifestyle... un impegno a 360° perché Lauretana è molto più di un'acqua: è un'esperienza da vivere.

Per restare informati sull'attività di Lauretana: [lauretana.com](http://lauretana.com) e i profili social Facebook e Instagram.





## RIMINI TAKES ON AN IRISH FLAVOUR: RYE RIVER ARRIVES AT BEER&FOOD ATTRACTION

Fans of craft beers can taste some of the IPAs that have made the world's most award-winning brewery famous. The event runs from 19 to 22 February at Beer & Food Attraction 2023, at the Warsteiner stand in hall A5/C5.

Young, passionate, craft, independent and Irish. This is Rye River, which shares Warsteiner's independence and passion for beer. A partnership announced in late 2022 that enriches Warsteiner Italia's product portfolio while offering Rye River the opportunity to increase its business outside Ireland, in a country – Italy – that is a global reference point in the craft beer market.

Rye River, based in Celbridge – a stone's throw from Dublin – is a craft brewery that was founded in 2013 by Tom Cronin. In a matter of years, it has conquered the Irish market and achieved global renown, collecting hundreds of awards, to the point of being the most awarded brewery in the world.

At this point, Rye River's portfolio consists of 34 unique and origi-

nal recipes, each developed with a careful selection of hops and malts to produce astounding aromas and flavours.

The launch of Rye River in Italy starts officially at Beer & Food Attraction in Rimini. This will be followed up by an extensive programme of events and marketing initiatives over the next 3 years.

At Beer & Food Attraction 2023 in Rimini (19-22 February), the familiar Warsteiner Pub concept – this is the name of the Warsteiner stand, with its unmistakable style that gives visitors a unique experience – will be enhanced with a new space: an Irish Beer Garden dedicated to Rye River. Not to be missed is the food experience served up by the BBQ Geeks team, who will be combining special dishes with Rye River IPAs this year.

There will be guests and entertainment: Rye River's Master Brewer, Bill Laukitis; Sales Director, Peter Maguire; Kuaska, the well-known champion of independent beer; Teo the Beer Chef with his IPA risottos,







**RIMINI SI TINGE D'IRLANDA:  
AL BEER&FOOD ATTRACTION  
ARRIVA RYE RIVER!**

Gli appassionati di birre artigianali potranno gustare alcune delle IPA che hanno reso celebre il birrifico più premiato del mondo. L'appuntamento è dal 19 al 22 Febbraio al Beer & Food Attraction 2023 presso lo stand Warsteiner, nella hall A5/C5..

Giovani, appassionati, artigianali, indipendenti e irlandesi. Questa è Rye River, che con Warsteiner condivide l'indipendenza e la passione per la birra. Una partnership annunciata alla fine del 2022, che arricchisce il portafoglio prodotti di Warsteiner Italia e che offre a Rye River la possibilità di incrementare il proprio business fuori dall'Irlanda, in un paese - l'Italia - che è un punto di riferimento globale nel mercato della birra artigianale.

Rye River, con sede a Celbridge - a pochi passi da Dublino - è un birrifico artigianale fondato nel 2013 da Tom Cronin, che in pochi anni ha letteralmente conquistato il mercato irlandese e una grande fama globale, raccogliendo centinaia di premi, fino ad essere il birrifico più premiato al mondo.

and the folk band Drunken Lullabies, who will perform live every day at 4.30 pm.

Not only a trade launch, but also for consumers: On Sunday 19 February the Fermata Est venue in Rimini will host the first official Rye River event, with free admission to the public from 9.30 pm. In addition, anyone who downloads the coupon from the [Warsteinerlovers.it](http://Warsteinerlovers.it) platform will receive a free Rye River IPA.

In the midst of digital and product innovation, Warsteiner, the traditional Westphalian independent house, is increasingly focused on a process of renewing its organisation and brand positioning.

According to Luca Giardiello, CEO of Warsteiner Italia, "Warsteiner Italia's strategy for Rye River will focus on the HoReCa channel, and will concentrate on expanding its offer, first with a range of IPAs, in 2023, and then with more traditional Irish products in the coming years. There will certainly be no shortage of surprises, such as seasonal products or limited editions, to which Rye River fans are accustomed".

Giovanni Mondini, Trade Marketing Manager at Warsteiner Italia adds, "The IPA market seems mature in Italy, but in actual fact it has not yet reached the general public. For this reason we have decided to launch 4 IPAs: a session, a traditional English style, a 7% West Coast IPA – all award-winning beers to please the enthusiasts – and finally an entry level beer like Coastal IPA, which is extremely pleasant to drink and with its low degree of bitterness (IBU 20) is an idea introduction for many new consumers to this style"

"In addition to our customers, opinion leaders and journalists have also been enthusiastic about this new development in Italy", says Silvia Serpelloni, Brand Manager, "we are seeing curiosity and a desire to taste Rye River's beers, and I believe that the path we are taking can satisfy anyone who wants to try new, approachable, tasty and above all craft IPAs!"

Here is a description of the beers that will mark the start of Rye River's journey in Italy:

**LIL' BANGIN' SESSION IPA:** A smooth and highly drinkable session IPA with intense aromas of

ripe, juicy tropical fruit, tangerine and pine, with a silk-smooth body imparted by the wheat. The colour is golden, with a persistent head. Silver Medal 2020 and Bronze 2021 at the World Beer Awards.

**COASTAL IPA:** a modern IPA loaded with citrus notes, especially pink grapefruit. It has a resinous and tropical character, brewed with a mix of oats, wheat and barley.

**RETRO IPA:** a distinctly malty IPA, inspired by more traditional recipes.

Balanced, with a caramel malt, floral hop aroma and a superb sensation on the palate. Cascade and Columbus hops stand out among the malt aromas of this distinctly vintage IPA.

Silver Medal in 2020 and 2022 at the World Beer Awards.

**BIG BANGIN' IPA:** inspired by the West Coast IPA style of the United States, using only the finest Maris Otter barley malt and heavily hopped with aromatic tropical varieties.

Gold Medal 2021 and Silver 2022 at the World Beer Awards.

[warsteiner.it](http://warsteiner.it)



Il portafoglio di Rye River, ad oggi, si compone di 34 ricette uniche e originali, ognuna delle quali sviluppata con una selezione accurata di luppoli e di malti, che conferiscono aromi e sentori sorprendenti.

Il lancio di Rye River in Italia inizia ufficialmente con il Beer & Food Attraction di Rimini per poi articolarsi in un ampio programma di eventi e iniziative di marketing che si svilupperanno nei prossimi 3 anni.

In occasione di Beer & Food Attraction 2023 a Rimini (19-22 Febbraio), l'ormai noto concept Pub Warsteiner - così si chiama lo stand Warsteiner, con il suo stile inconfondibile che permette ai visitatori di vivere un'esperienza unica - si arricchisce di un nuovo spazio: un Irish Beer Garden dedicato a Rye River. Immancabile la food experience guidata dal team di BBQ Geeks, che quest'anno abbinerà piatti speciali alle IPA Rye River.

Non mancheranno ospiti ed intrattenimento: il Mastro Birraio di Rye River Bill Laukitis; Kuaska, il celebre paladino della birra indipendente; Teo Chef della Birra con i suoi risotti alla IPA, e la folk band Drunken Lullabies che ogni giorno alle 16.30 si esibirà live.

Non solo un lancio trade, ma anche consumer: Domenica 19 Febbraio il locale Fermata Est di Rimini ospiterà il primo evento ufficiale di Rye River, con ingresso libero al pubblico dalle ore 21.30 e la possibilità - per chi scaricherà il coupon dalla piattaforma Warsteinerlovers.it - di ricevere gratuitamente una IPA Rye River.

Tra innovazioni digitali e di prodotto, Warsteiner, la tradizionale casa indipendente della Westfalia, è sempre più orientata ad un processo di rinnovamento della propria organizzazione e del posizionamento dei propri brand.

"La strategia di Warsteiner Italia per Rye River avrà come focus il canale horeca" afferma Luca Giardiello, CEO di Warsteiner Italia "e si concentrerà sul completamento della propria offerta, dapprima con una gamma di IPA, nel 2023, e successivamente con prodotti più tradizionali irlandesi nei prossimi anni.

Non mancheranno di certo sorprese come prodotti stagionali o edizioni limitate, alle quali gli appassionati di Rye River sono abituati."

Giovanni Mondini, Trade Marketing Manager di Warsteiner Italia aggiunge: "Il mercato delle IPA sembra maturo in Italia, ma in realtà non ha ancora raggiunto il grande pubblico. Per questa ragione abbiamo deciso di lanciare 4 IPA: una session, una in stile inglese tradizionale, una West Coast IPA a 7 gradi, tutte birre pluripremiate per accontentare gli appassionati e infine una entry level come la Coastal IPA, estremamente bevibile, che con il suo basso grado di amaro (IBU 20) può introdurre a questo stile tanti nuovi consumatori"

"Oltre ai nostri clienti, anche gli opinion leader e giornalisti si sono dimostrati entusiasti di questa novità in Italia" continua Silvia Serpelloni, Brand Manager, "stiamo registrando curiosità e voglia di assaggiare le birre di Rye River e credo che il percorso che abbiamo iniziato possa soddisfare tutti coloro che vogliono provare IPA nuove, comprensibili, buone e soprattutto artigianali!"

#### **Ecco la descrizione delle birre con cui inizierà il percorso di Rye River in Italia:**

**LIL' BANGIN' SESSION IPA:** Una session IPA morbida e di grande bevibilità con intensi aromi di frutta tropicale matura e succosa, mandarino e pino, con un corpo setoso, conferito dal frumento. Il colore è dorato, la schiuma persistente. Medaglia d'Argento 2020 e Bronzo 2021 ai World Beer Awards.

**COASTAL IPA:** una IPA moderna carica di note di agrumi, in particolare il pompelmo rosa. Ha un carattere resinoso e tropicale, brassata con un mix di avena, frumento e orzo.

**RETRO IPA:** una IPA spiccatamente maltata, ispirata dalle ricette più tradizionali. Equilibrata, con un malto caramellato, carattere floreale del luppolo e grande sensazione al palato. I luppoli cascade e columbus spiccano fra gli aromi di malto di questa IPA decisamente vintage. Medaglia d'Argento nel 2020 e 2022 ai World Beer Awards.

**BIG BANGIN' IPA:** ispirata allo stile IPA della costa occidentale degli Stati Uniti, utilizzando solo il migliore malto di orzo Maris Otter e fortemente luppolata con varietà di luppoli aromatici tropicali. Medaglia d'Oro nel 2021 e Argento 2022 ai World Beer Awards.

**warsteiner.it**



## BIOPAP®: PROFESSIONAL COMPOSTABLE FOOD TRAYS

**Interview with Michelangelo Michelangelo Anderlini,  
founding president of BIOPAP®**

**BIOPAP®** solution is the sustainable alternative to traditional single-use food packaging.

**BIOPAP®** food trays are all natural, plastic free, biodegradable, recyclable, dual ovenable and heat-sealable with organic film, BIOPAP® lids and general films.

Twenty years ago, the visionary Italian company BIOPAP® did not wait for the climate emergency to eco-design the alternative solution to traditional single-use food packaging.

Meanwhile BIOPAP® is currently used internationally from Europe to Americas, Australia and most of the islands whose situation is specially challenged by the increased levels of the seas and the lack of systematic waste recovery systems.

The most enlightened farmers, ready-made meals providers, suppliers of schools, hospitals, factories, elderly homes have decided to participate to the game of helping our planet by working together to:

- **Produce more natural food avoiding chemical fertilizers**
- **Prepare healthy meals**
- **Organize the culture of using meals rests and farming waste to recover natural compost.**







As it is, if we transform a large part of our urban waste into compost and green energy, we could replace our agricultural chemical fertilizers and fossil fuels with local and renewable solutions.

Our technical/ecological offer, associated with multiple initiatives and existing peripheral solutions, makes it possible to generate a real local, responsible and sustainable circular economy.

**Happily, enough many of them are playing the game.**

BIOPAP® food trays are entirely natural, cellulose-based, plastic-free, certified biodegradable, recyclable and compostable, eco-designed to ensure high performance as resistance to fat and humidity, through an ecological treatment patented, guaranteeing excellent impermeability of the support, resistance to a wide range of functional temperatures: from deep freezing (-80°C) in the freezer, to cooking and regenerating in traditional oven (up to +220 °C).

Easily and effectively heat-sealable with lids of the same nature, in cardboard or BIO cellulosic film, they serve as secure and hygienic packaging for transport, as a presentation support and for the preservation of a wide range of fresh or dry foods and frozen or fresh prepared meals.

They combine versatility, technicality, functionality, practicality, while guaranteeing the highest level of compliance with current and future health and environmental regulations.

Their quality is acknowledged by the strictest certifications for both use and “end of life”, such as “OK Compost Home”, (home composting) to UNI EN 13432-2002, ATICELCA 501 UNI 11743:2019, Compostability, Quality Management System Certificate, Certified biodegradable in anaerobic environment, suitable for methanization and recently the USDA CERTIFIED BIOBASED PRODUCT label.

According to our initial vision, the notion of “end of life” at BIOPAP® would be much more like a sought-after “new life”,



As it is, the technical and economic solutions do indeed exist to improve the life on our planet for both humans, animals, green, air. It is mainly a question of choice, will and decision of the citizens including politicians, industry to move forward in this direction as many countries and single citizens do.

It is also essential to remark that if our trays are cleaned after domestic use, they can go to selective sorting and follow the recycling process to become recycled paper or cardboard, and if they inadvertently end up in nature, they will quickly be completely biodegradable, without polluting the soils of plains and mountains or the bottom of the seas and oceans. In the contrary, offering excellent food for fish and animals.

BIOPAP® trays do use only renewable resources, do not use pesticides, fertilizers

or forced irrigation. They cooperate to protect the environment for humans, animals, forests and air.

We have opted mainly for local and accessible raw materials to guarantee the independence and control of our supplies.

Twenty years ago, when we created this technology, we thought a lot about the sustainability of our approach. Consumers and new regulations are now encouraging and forcing manufacturers and large retailers to find more sustainable solutions.

Our developments and associated practices, initiated two decades ago, are now followed almost everywhere and largely adopted all over the world, also creating a growing responsibility towards future generations.

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

THE OPTIMIST

REAL  
TECHNOLOGY  
MAKES LIFE EASIER.  
FOR YOU AND FOR THE  
ENVIRONMENT



MADE IN  
ITALY



### BIOPAP® TRAYS: THE CLEVER CHOICE

BIOPAP® food trays are biodegradable, compostable, recyclable, dual-ovenable. They are certified EN 13432:2002: non toxic, natural, suitable for food preparation, cooking, storage, freezing, take-away, consuming. BIOPAP® only uses renewable, non intensive raw materials ensuring the biological cycle of circular economy.  
**BIOPAP® means innovations and experience.**



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



## BEVERAGE DISTRIBUTION

Commerciale Pegaso is an Italian company that specialises in the wholesale and retail sale of the top brands of food and beverages, both alcoholic and non-alcoholic.

We are a young but solid business, born out of the passion and professionalism of two entrepreneurs who are experienced in the sector.

Because we work with the largest brands in the beverage industry, we can offer a very wide range of products.

That way we can pay extra attention to the many labels of liqueurs, spirits, champagne,







and sparkling wines, which represent our strong point.

Furthermore, we will stand by you when you need to organise events, from concerts to tastings, to attract and entertain customers. We can also train staff with bartender courses for men and women, AIS (Associazione Italiana Sommelier

[Italian Sommelier Association] courses, as well as courses on beer and coffee, etc. We are present in the provinces of Parma, Modena and Reggio Emilia, Bologna and Piacenza, where we also make free home deliveries daily.

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



#### DISTRIBUZIONE BEVANDE

Commerciale Pegaso è un'azienda italiana specializzata nella vendita all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari, bevande alcoliche e analcoliche delle migliori marche. Siamo una giovane ma solida realtà che nasce dalla passione e dalla professionalità di due imprenditori esperti del settore.

Lavoriamo con i più grandi marchi dell'industria del beverage ed offriamo una gamma molto ampia di prodotti, riservando un'attenzione privilegiata alle numerose etichette di liquori, distillati, champagne e spumanti che rappresentano il nostro punto di forza.

Siamo al tuo fianco per organizzare eventi che intrattengano ed attirino clientela, dai concerti alle degustazioni, formiamo il personale con corsi da Barman e Barwoman, corsi AIS, corsi sulla Birra, sul Caffè, etc, etc...

Operiamo nelle province di Parma, Modena e Reggio Emilia, Bologna, Piacenza effettuando anche consegne giornaliere gratuite a domicilio.

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

pegaso



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

commerciale

🏠 Sede operativa: Via Gian Pietro Sardi, 24/A, 43124 Parma  
✉ E-mail: [info@commercialepegasosrl.it](mailto:info@commercialepegasosrl.it)



## TERRITORY, TRADITION, QUALITY AND INNOVATION

Trevalli Cooperlat is a dynamic and modern second-grade agrifood Cooperative company. Since the beginning (sixty years ago) Cooperlat has been building an innovative entrepreneurial model to realize a strategic plan, placing itself among best in class firms in the Italian dairy industry.

The Company resulted from the progressive cohesion of 11 cooperatives, located in 7 different Italian regions. The headquarters is in Jesi (AN), where the liquid milk (fresh, including High-Quality, ESL, UHT), the UHT cream (for cooking, spray, for whipping), the fresh and ESL cream, the béchamel, the desserts and the vegetable creams are produced. Fresh and aged cheeses and ricotta come from other factories of the Company (Amandola, Colli al Metauro). The milk supplied by the associates is collected daily and transformed in different factories to maintain very high levels of specialization and quality in each product category.

The above underlines the philosophy and the strategy of Trevalli Cooperlat not only on fresh milk but also on PDO, TSG and typical cheeses and on all those products that derive their added value from the link with



### TERRITORIO. TRADIZIONE. QUALITÀ E INNOVAZIONE

Trevalli Cooperlat è una società cooperativa agroalimentare di secondo grado dinamica e moderna, che in sessant'anni ha costruito un modello imprenditoriale innovativo in grado di realizzare un rilevante disegno strategico, posizionandosi tra i primi gruppi lattiero-caseari.

Le 11 cooperative socie sono dislocate in 7 regioni e la sede principale è a Jesi (AN) dove si producono latte liquido (fresco, tra cui l'Alta Qualità QM, ESL, UHT), panna UHT (cucina, spray, montare), panna fresca ed ESL, besciamella, dessert, creme vegetali. I formaggi freschi e stagionati e la ricotta provengono dagli altri stabilimenti della Società (Amandola, Colli al Metauro).

Il latte conferito dai soci viene raccolto giornalmente e trasformato negli stabilimenti per mantenere altissimi livelli di specializzazione e qualità in ogni singola categoria di prodotto. Quanto sopra rimarca la filosofia e la strategia di Trevalli Cooperlat non solo sul latte fresco, ma anche sui formaggi DOP, STG e tipici e su tutti quei prodotti che traggono dalla localizzazione e dal legame al territorio quel valore aggiunto che li caratterizza. La Trevalli Cooperlat ha agito sin dagli esordi con lungimiranza in area industriale, affiancando alla trasforma-





zione del latte produzioni innovative come le creme vegetali per ogni utilizzo (da montare e per cucina) imponendosi come leader nazionale e raggiungendo i mercati internazionali con il marchio Hoplà. L'azienda è presente in diversi canali: GDO, Discount, Normal Trade, Catering-Ingrosso ed Export (che fa oltre il 20% del fatturato).

Rilevante, per quantità e perizia tecnica, è la vasta ed eterogenea produzione di bombole spray che vanno dalla panna (anche senza lattosio) alle ricette mix sino a quelle 100% vegetali. La Cooperlat ha negli anni acquisito e affinato un vastissimo know how che le permette di proporre al mercato nuovi prodotti che, opportunamente valorizzati da un marketing attento, hanno garantito e garantiscono lo sviluppo e la crescita economica della Società.

[www.trevalli.cooperlat.it](http://www.trevalli.cooperlat.it)

the territory. Trevalli Cooperlat has acted with foresight in the industrial area, combining milk processing with innovative products such as vegetable fat-based creams for every use (for whipping and cooking), establishing itself as a national leader and reaching international markets with the Hoplà brand.

The Company operates in several sales channels: Retail, Catering-Wholesale, B2B. The Exports account for more than 20% of turnover. The vast and heterogeneous production of spray cans, ranging from cream (even lactose-free) to mix recipes up to 100% vegetable ones, is significant in terms of quantity and technical expertise.

Over the years, Cooperlat has acquired know-how that allows it to provide the market with new products which, appropriately enhanced by careful marketing, have guaranteed and still guarantee the Company's development and economic growth.

[www.trevalli.cooperlat.it](http://www.trevalli.cooperlat.it)





# Masiello



*A life  
for food*



Via E. De Nicola, Z.I.  
71042 Cerignola FG  
+39 0885 84 13 15  
info@masiellofood.it

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



## A LIFE DEDICATED TO FOOD

A product of the passion of the current owners' grandfather, developed in the distant post-WWII period, today Masiello Food has definitely grown to be one of the most important companies in Apulia's food industry.

The company is currently expertly run by his three grandsons: Alessandro, Francesco, and Valerio, sons of Romano, who have inherited his passion and commitment, primarily strengthening the company's presence in international markets and succeeding in exporting the brand to 55 nations around the world.

The company is located in the Tavoliere delle Puglie, one of the most agricultural areas in the region. The production facility occupies 13,000 square meters, with three production lines that guarantee a high production capacity. One of the companies undisputed strengths is quality. It is BRC, IFS, BIO, and Kosher certified and continuously invests resources in the innovation and improvement of its production systems.

Within the facility is a quality control laboratory equipped with cutting edge tools that are necessary for guaranteeing food safety and consumer health.







#### UNA VITA PER IL CIBO

Nata dalla passione del nonno degli attuali proprietari nel lontano primo dopoguerra, la Masiello Food oggi è sicuramente una delle realtà più importanti nel comparto agroalimentare pugliese.

Attualmente l'azienda è condotta con professionalità dai tre nipoti, Alessandro, Francesco e Valerio figli di Romano, che ne hanno ereditato passione e impegno rafforzando principalmente la presenza sui mercati internazionali arrivando ad esportare il brand in 55 nazioni nel mondo.

L'azienda ha sede nel cuore del tavoliere delle Puglie, in una delle zone a più alta vocazione agroalimentare. La struttura produttiva si sviluppa su tredicimila mq con tre linee di produzione che garantiscono un'elevata capacità produttiva.





The safety system that has been implemented includes continuous and constant inspections throughout the entire production cycle: analysis of incoming raw materials, inspections during the production process, and inspections of the final product.

All of the machinery used in the various stages of the process are of the latest generation, such as, for example, the X Ray Machine, and are constantly updated in order to guarantee their efficiency and effectiveness.

A research and development team is also present within the company, which, in addition to continuously modifying and improving the more than 200 products that the company already produces, is always looking for new ideas and new products, like the most recently developed "Terrecrude" line (in photo a draft), a range of products made exclusively from Apulian raw ingredients with the addition of extra virgin olive oil and truly appealing packaging, but... that's not all. Soon two more product lines will be introduced.

**\*News:** PIZZA MOOD is born, the new pizzeria line! 6 low acidity products specifically designed for pizza in both retail and foodservice sizes.

Roman-style Artichokes with stems, Artichoke leaves, Artichoke quarters, Sundried Tomatoes, Leccino Olives all in marinated olive oil and capers in apple vinegar.

All updates will be available online at [www.masiellofood.it](http://www.masiellofood.it)

Punto di forza indiscusso è la Qualità. L'azienda è certificata BRC, IFS, BIO e Kosher e investe continuamente risorse per innovare e migliorare i sistemi di produzione.

All'interno della struttura è presente un Laboratorio Controllo Qualità dotato di strumentazione all'avanguardia necessaria per garantire la sicurezza alimentare e la salute del consumatore.

Il sistema di sicurezza messo in atto prevede continui e costanti controlli durante tutto il ciclo produttivo: analisi sulle materie prime in arrivo, controlli durante il processo di produzione, controlli sul prodotto finito.

Tutti i macchinari utilizzati nelle varie fasi del processo sono di ultima generazione, come ad esempio la X Ray Machine, e vengono costantemente aggiornati in maniera da garantirne l'efficacia e l'efficienza.

Sempre all'interno dell'azienda è presente un team di Ricerca & Sviluppo che, oltre a modificare e migliorare continuamente le oltre 200 referenze già presenti in assortimento, è costantemente alla ricerca di nuove idee e nuovi prodotti come l'ultima nata: la linea "Terrecrude" (in foto una bozza), una gamma fatta solo da materie prime pugliesi con aggiunta di olio extra vergine d'oliva e con un packaging davvero accattivante ma... non finisce qui. A breve saranno presentate due ulteriori linee.

**\*Novità:** Nasce PIZZA MOOD, la nuova linea pizzeria! 6 prodotti a bassa acidità studiati appositamente per la pizza sia in formati retail sia per il foodservice. Carciofi con gambo alla romana, Petali di carciofo, Spicchi di carciofo, Pomodori secchi, Olive leccino tutti in olio d'oliva marinato e Capperi in aceto di mele.

Tutti gli aggiornamenti saranno disponibili sul sito web [www.masiellofood.it](http://www.masiellofood.it)



## LEGUMI SCHIOPPI: a wide range of products, selected and of high quality, with the taste of an ancient tradition

The company history of Schioppi Legumes dates back at the beginning of the 20th century when Pasquale Schioppi and his son Luigi, among many difficulties, started to market dried legumes and cereals. In over 80 years, thanks to the entrepreneurial spirit of the Schioppi family, the brand has brought about continuous changes and innovations, thus demonstrating a high degree of adaptability and originality vis-à-vis market demand.

A rigid, internal protocol controls all production phases in order to always grant the highest qualitative standards of all products. In 2020 the brand experienced a further upgrade, with a new packaging project, and in 2021 a new e-commerce project has been launched, aimed at approximating its products to the customers.

2021 represents a turning point also for the launch of the denatured flours, made from both legumes and pseudocereals.





#### LEGUMI SCHIOPPI

**è una realtà moderna che fa della sua storia e tradizione i punti cardine per interpretare presente e futuro**

La storia aziendale risale ad inizio '900 quando Pasquale Schioppi ed il figlio Luigi, tra non poche difficoltà, iniziarono la commercializzazione di legumi e cereali secchi. In oltre 90 anni, grazie allo spirito imprenditoriale della Famiglia Schioppi, il brand ha attraversato continui cambiamenti e implementazioni, dimostrando spirito di adattamento ed originalità rispetto alle richieste di mercato. Tante e notevoli sono state le novità e le trasformazioni aziendali tranne una: la passione per un prodotto sempre di qualità eccellente.

Nel 2020 il brand si rinnova con un nuovo progetto di packaging e nel 2021 lancia un nuovo e-commerce, volto ad assecondare un processo di avvicinamento del cliente ai prodotti e di cambiamento nei canali distributivi. Ad oggi la gamma di prodotti è notevolmente ampia per quanto riguarda il core-business del brand: legumi secchi, cereali e zuppe.

Il 2021 è stato un anno di notevole importanza grazie al lancio delle farine denaturate sia di legumi che di pseudoce reali.

Sulla scia del 2016, anno in cui l'azienda ha ampliato la propria gamma inserendo in assortimento pasta artigianale trafilata al bronzo di semola di grano duro 100% italiano, il brand si è arricchito con referenze di pasta artigianale trafilata al bronzo 100% di farina integrale di legumi italiani (lenticchie rosse, lenticchie rosse decorticate, piselli, ceci e quinoa). Con una nuova formula che le permette di avere

Because of the lack of proteins such as gliadin and glutenin, which render doughs more malleable, gluten-free flours are not sufficiently elastic and therefore often resistant to leavening and difficult to work. Schioppi has obviated to such problem by denaturing them, that is by modifying their proteins structure in order to render them not only more digestible, but also more workable in the production of bread, pasta, and other bakery products.

Furthermore, denaturation confers to final products a more delicate taste when compared to traditional flours. During the denaturation process, flours' proteins unfold and create a new combination which is very similar to the gluten mesh typical of wheat flours.

Such heat-based denaturation process is irreversible.

Other denaturation methods do exist, inter alia chilling or freezing, but only the thermic one allows for a stable and non-reversible result. It is worth highlighting that this denaturation process is not accelerated through chemical means, but only heat energy is used, without transforming or refining the flours themselves, which maintain all their nutritional properties.

For the future Schioppi has planned to extend its offer to include bakery products exclusively made with legumes and pseudocereals flours, all rigorously gluten-free.

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



caratteristiche straordinarie e cioè di mantenere la cottura: non scuoce e non si rompe. Ideale da mangiare fredda all'insalata con un gusto estremamente digeribile e delicato. La pasta 100 % di legumi rappresenta un nuovo modo di mangiare i legumi ed usufruire dei loro molteplici benefici, infatti è ricca di fibre ed è fonte di proteine vegetali, ideale per coloro che vogliono mantenere uno stile di vita all'insegna del benessere senza rinunciare al gusto. Ottima per chi segue un'alimentazione vegana.

**NON PERDETE L'OCCASIONE DI MANGIAR BENE, NON E' MAI TROPPO TARDI!**

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

100% italiano



• GOLD SELECTION •



*Il Buono d'Italia*



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





## OLIO LUGLIO, SINCE 1953

Great expanses of olive trees, table-lands furrowed by the man's hand and bright chromatisms are the frame of the characteristic town of TERLIZZI, in the north of Bari. It's here that our family's roots are and where the family started the manufacture of a "nectar" called extravirgin olive oil in 1953.

Their attachment to tradition and the attention to the changings of time make the Luglio's firm a point of reference for the working process of the Baresan oil, the most esteemed in the world by experts. The control of the countryside cultivation, the bottling process and the finished products trade are the pride of the Luglio's.

The extraordinary experience, handed down from father to son, guarantees the genuiness, deliciousness and the high quality of this oil, "the good of Italy".

Medsol s.r.l is one of the biggest bottler companies in PDO Terra di Bari Extra Virgin olive oil PDO "TERRA DI BARI" EXTRA VIRGIN OLIVE OIL. (The Protected Designation of Origin ) is the important recognition for the value and the quality by which the European Community assures customers about the geographical area of origin and the uniqueness of olive oil production methods in "Terra di Bari".

Environmental conditions and the cultivation methods make our "Terra di Bari" PDO extravirgin olive oil a precious oil. Luglio considers very important the traditional ways of cultivating and pruning olives in order to preserve all their original characteristics. In our range you can find also "Gold Selection" extra virgin olive oil obtained only from 100% Italian olives.

This kind of oil has an intense aroma, which remind to the one of the olives harvested from the plant at the right degree of ripeness. The characteristic of 100% italian extra virgin olive oil "Gold Selection" is the balance between bitter and spicy, of medium intensity.

Medsol srl has many certifications such as: ISO 22005, IFS, BRC, KOSHER, HALAL, ORGANIC and P.D.O.

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

### OLIO LUGLIO, DAL 1953

L'attenzione e la disponibilità verso i Clienti e la passione per l'olio extra vergine di oliva (EVO), prodotto principe della Nostra Terra, sono i valori su cui la Famiglia Luglio fonda la sua attività.

Si tratta di una storia d'amore iniziata nel lontano 1953, con la coltivazione e la produzione di olio EVO di alta qualità, ed evolutasi nel corso degli anni con l'ambizione di promuovere e condividere i Nostri prodotti per eccellenza con tutte le persone che vogliono apprezzarne i sapori e la storia, accorciando le distanze.

La necessità di essere al passo coi tempi, senza rinunciare alla salvaguardia dell'ambiente, e la volontà di realizzare le esigenze di ciascun Cliente, sempre più sensibile e attento alla salute e alla natura, hanno portato la Famiglia Luglio, fondatrice della Medsol srl,







a puntare sull'imbottigliamento di vari tipi di olio, tra cui spiccano per autenticità e per le note proprietà benefiche, l'olio EVO D.O.P. (denominazione di origine protetta), l'olio extravergine di oliva "Selezione Oro" viene ottenuto da olive 100% italiane e l'olio extravergine di oliva biologico 100% Italiano. La denominazione di origine protetta (D.O.P.) è l'importante riconoscimento del pregio e della qualità con cui la Comunità Europea garantisce ai consumatori la zona di origine e la tipicità del nostro olio extravergine di oliva prodotto in "Terra di Bari".

Le condizioni ambientali e le metodologie di coltura degli oliveti nella nostra provincia barese conferiscono all'olio DOP quelle caratteristiche peculiari che ne fanno un olio extravergine di oliva pregiatissimo.

I metodi di coltivazione e i sistemi di potatura devono essere quelli tradizionali, atti a mantenere originali le caratteristiche delle olive. All'interno della gamma dei prodotti "LUGLIO" vi è l'olio extravergine di oliva "Selezione Oro" ottenuto da olive 100% italiane. Questo olio è caratterizzato da un profumo intenso, che restituisce quello delle olive raccolte dalla pianta al giusto grado di maturazione. La particolarità dell'olio extravergine 100% italiano "Selezione Oro" è l'equilibrio tra amaro e piccante, di media intensità.

Medsol s.r.l. fornisce ai clienti italiani e internazionali la stessa attenzione alla qualità, garantendo la piena tracciabilità dei prodotti. Medsol s.r.l. dispone di certificazioni quali: ISO 22005, IFS, BRC, KOSHER, HALAL, BIOLOGICO e D.O.P.

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

WWW.PASTA FRESCA  
**MORENA.IT**  
dal 1967

## SPECIAL OR TRADITIONAL RECIPES

**Pasta Fresca Morena is a historic artisan pasta factory in Ventimiglia, born more than 50 years ago.**

In all this time he has been able to keep up with the times by modernizing the machinery in his laboratory and continuing the family tradition by producing fresh pasta and condiments with fresh and genuine ingredients.

Among the specialties that are produced we remember the Ravioli of borage; stuffed Gnocchi; Trofie; Cappelletti; Cannelloni ricotta and spinach, meat and vegetables; Chicche with mushrooms, basil, and greens; Bassottini; Fusilli; Gigli; Lasagne; Orecchiette; Pansotti and Ravioli filled with both fish, vegetables and fruit.

Sauces are also prepared to accompany fresh pasta and also Russian salad and veal with tuna sauce.







Pasta Fresca Morena is in Via Aprosio 21/c and box n.15 of the covered market of Ventimiglia, in the Province of Imperia.

The company's mission is to continue to offer products of the highest quality at a market price accessible to all; private and commercial activities. The pasta factory today counts a milestone of four generations. We boast many regional awards as master craftsmen and we are present in the territory that starts from nearby France to all the Western Liguria.

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



## “ THE SPIRIT REVOLUTION ”

THE SPIRITUAL MACHINE, a startup based in Italy in Turin, plans the new era of beverage

“ **W**e are really the fools who believe that it is possible to transform the world of spirits”. Stay foolish the famous statement of Steve Jobs applied to one of the most traditional economic sectors of our country. These are the words of Matteo Fornaca, Elisa Cravero and Matteo Dispensa, founders of the Turin - based startup The Spiritual Machine, which aims to innovate the beverage galaxy. A startup that is also a community, that of “The Botanists”: not just members, financiers or stakeholders, but the result of a “humanist crowdfunding”, that selects people, ideas and values before capital.

The Spiritual Machine has chosen a less traditional approach to capital raising, through a “controlled” crowdfunding, which brings investors closer, gathering not only economic resources, but experiences and intelligence. “Ours is not only a process of fundraising, but of skills, market players, suppliers, professionals, that can be strategic for us. We aim to develop the business by combining different experiences and creating a common culture, which joins us on a plan of ideas and values,” explains The Spiritual Machine founder Matteo Fornaca.

### THE SPIRITS OF THE ITALIAN STARTUP ARRIVE IN THE MIDDLE EAST

Internationalization is one of the most relevant results produced by the crowdfunding of the “human capital”, which is bringing The Spiritual Machine to the markets of Latin America and Persian Gulf, where spirits will arrive in the UAE, Qatar, Maldives, Seychelles, signing agreements with major international hotel chains. It might seem almost a paradox to sell alcohol where there is a strong perception that you can’t consume, but market analysis confirms instead that these are strategic areas, very receptive, because there are the headquarters of large corporations in Asia and Middle East, cruise companies and many international brand hotel chains. Maldives and Seychelles are also major tourist hubs, which have their own procurement right in Dubai.

An international expansion that also looks across the Atlantic, in particular to the Latin American world, a market



- An innovative “humanist” crowdfunding model that selects people before capital, tailor-made mixology recipes, opening to new markets, algorithms, big data and focus on sustainability.
- Matteo Fornaca, co-founder: “What we are implementing is really a change from a pattern in which there are few producers and billions of consumers, to a scenario in which potentially, in 2030, every bar, every starred restaurant will have its own products”.





## ITALIA LONGEVITY ® EXPORT IMPORT BUSINESS CLUB

Italy is one of the countries where people live the longest, thanks to proper diet, healthy and tasteful food and lifestyle, good wine.

**We associate only small companies that are direct producers** of original, authentic, certified, made in Italy products and Italian lifestyle services.

### EXPORT CLUB: COLLABORATIVE PROPOSITION

ItaliaLongevity club invests on international development of our partners in Italy and abroad.

### CERTIFIED and AWARDED MADE IN ITALY PRODUCERS

We associate only artisanal companies from all the regions of Italy, encompassing quality, tastiness, safety and healthiness. Our values are ethics, sustainability, innovation, culture.

### RETAILERS, ON TRADE, HORECA, B2B2C, COOPERATIVE IMPORTERS, LOCAL HUBS

Worldwide consumers look for health in nourishing, price, green features, traceability: you find **all of them by sourcing from ItaliaLongevity export club.**

The foreign trade partners in the club are much more than buyers: they are the real







ambassadors of Italian Culture and may benefit from our investment in ontrade initiatives.

**A single point of access where buyers provide their wish list** and directly interact with the producers in the club. Consolidation, logistic support and groupage shipments are granted from Italy; Benefits: Longevity Week contest, Educational tours to Italy, private label , franchised scheme. Our associates continuously provide updated offers of innovate food, wine, lifestyle products, delicious while also healthy and beautiful.

**WHY SOURCE WITH ITALIALONGEVITY CLUB:**

1. Best quality/price ratio; eco friendly packages; No GMO , no additives, certified Pdo/Pgi/ Organic
2. Deal directly with the manufacturer without intermediation.
3. Upload your wish list, or request for specific "Longevity value" Products/ services you are looking for and receive information, catalogues, quotes, samples
4. Apply as official **ItaliaLongevity Club member** to source, buy , resell the certified assortment of Italia Longevity products, and get the benefits of our investment on foreign markets.
5. Your Listing to the Italia Longevity Export Import Club is FREE after your first sample order.



**THE LONGEVITY ECONOMY**

Italy is source of thousands of different products and services, be it food, organic, tourism, lifestyle, smart ageing and so on, that are a perfect match for the needs of the people who want a longer, healthier, better life. Heal by eating and live longer better.

We invest on our foreign and Italian partners. Discover our collaborative export schemes.

[www.italialongevity.it](http://www.italialongevity.it)  
[gv@italialongevity.it](mailto:gv@italialongevity.it)







in great acceleration, with growth rates of 5%. A continent with a young population, which sees Millennials and Gen X more attentive to a conscious consumption of alcohol, who prefer to drink less and better: therefore we look at custom-made drinks, where the spirit tailor made can be a product of great impact.

### **MIXOLOGY, GROWING INTEREST IN SPIRITS IN ITALY**

In Italy mixology is becoming a growing trend, with increasing interest both at the consumer and business level. The trend is confirmed by the numbers of the startup The Spiritual Machine, with the company going from 5 thousand bottles produced in 2019 to 80 thousand in 2022, despite the impact of the pandemic that has effectively paralyzed the entire sector. The target is to reach 1 million by 2025 and 5 million in 2027

"The market is taking off, artisanal productions grow by 22.5% year on year (source: Technavio report. Forecasts and Analysis 2022-2026). The premium grows and we see daily a demand for training, information and craftsmanship. It's a very quick change and I think the climax will be reached in the next four years, because what happened with beer will happen also with the spirits: few and small brands will be acquired by the big ones. Today, craft beer makes up 14% of the American market and the phenomenon is repeating itself in the same way on craft spirits". Words of the CEO of The Spiritual Machine Elisa Cravero, who in a sector still very masculine, in agreement with the team, has built a company with an 80% female crew.

To confirm the growth of interest in the world of spirits by consumers - looking for new products to have an increasingly personalized drinking experience - are also the data relating to recipes: during three years of life the startup has created over 150 proprietary recipes, to which are added the more than 200 conceived in 2022 alone. A research and development work that will have its heart in The Spiritual Machine Lab, a laboratory where to create recipes for finished products.

### **WHAT ARE YOU DRINKING? THE ANSWER COMES FROM AI**

"Alembics" and test tubes that marry with technology, thanks to the partnership with the startup Vedrai, a company that develops solutions based on Artificial Intelligence to support SMEs, which last April closed a 40 million euro capital raising. This deal will allow The Spiritual Machine to obtain 36 months in advance the forecasts of the consumption of different alcoholic beverages on the global market. Starting from these trends, the company is working on the creation of a predictive algorithm that, by aggregating sales data, market trends, community feedback, will allow to develop recipes increasingly tailored to a given audience or market segment.

### **ZERO EMISSIONS AND GEOTHERMAL DISTILLERIES**

"All of us founders care about sustainability", says Fornaca. The commitment to sustainability is one of the key points in the development strategy of the startup, which has given itself a roadmap, with a series of goals to be achieved year by year. So in 2022 The Spiritual Machine obtained the compensation of all CO2 emissions and aims in 2023 to have 50% of recycled glass production. In 2024, the agenda plans to work with carbon-negative distilleries, such as those powered by geothermal energy that already exist in other countries and are also being studied in Italy.

"In the world of spirits - concludes Fornaca - today there are huge opportunities for innovation and a growing demand for novelties that, not always can be fully grasped. We are here to fill this gap. What we are implementing is really a change from a model in which there are few producers and billions of consumers, to a scenario in which potentially, in 2030, every bar, every starred restaurant will have its products. It is the great revolution of spirits".

[thespiritualmachine.it](https://thespiritualmachine.it)





EasyMontali®

## THE TASTE OF TYPICAL ITALIAN CUISINE

Italy's Industrie Montali, focused on made in Italy products, continues expanding especially in foreign markets, albeit in a climate of uncertainties that sees rising production costs in every link of the production chain.

This is a trend that originated in 2021 and has been exacerbated by the energy and international crisis related to the war in Ukraine. Despite this, on a commercial level, exports are rewarding, even in times of crisis.

"Among the novelties concerning the ready-to-use product range, there is the development of new high-precision processing lines, which are more per-

### L'ESSENZA DELLA TRADIZIONE GASTRONOMICA ITALIANA

Industrie Montali, impegnata nella produzione di prodotti made in Italy, continua a crescere soprattutto nei mercati esteri, sebbene in un clima di incertezze che vede lievitati i costi di produzione in ogni anello della filiera produttiva. Una tendenza cominciata nel 2021 e inaspritasi con la crisi energetica e internazionale connessa alle dinamiche della guerra in Ucraina. Nonostante ciò, sul piano commerciale l'export premia le produzioni made in Italy anche in tempi di crisi.

"Tra le novità riguardanti la gamma dei prodotti pronti all'uso, c'è la messa a punto di nuove linee di lavorazione di alta precisione, più performanti sia per il packaging in bustina monoporzione sia per i trasformati proposti in tubetto. Il cambiamento dei ritmi quotidiani e del lifestyle sta modificando sensibilmente la nostra relazione con il cibo e, per questo, crescono le richieste di prodotti innovativi, parallelamente ai nuovi stili alimentari emergenti". Così riferisce Stefania Montali, marketing manager e titolare di Industrie Montali, nel fare il punto della situazione commerciale del primo semestre 2022.

I prodotti di punta di Industrie Montali sono molto apprezzati dai mercati internazionali i quali, al momento, sono i sughi pronti, i patè e il doppio concentrato di pomodoro. Proprio con quest'ultimo, tra migliaia di partecipanti, l'azienda ha vinto il premio Great Taste Awards 2022 con la stella del "Semplicemente delizioso, un cibo che offre un sapore fantastico".

Ed è con questa vincita significativa che Industrie Montali si prepara per la fiera SIAL, che si svolgerà in Francia dal 15 al 19 Ottobre, dove presenterà, assieme ai prodotti di punta, le nuove Linea Salse e la nuova Linea Chef, e dove si proporrà sia al settore retail, che all'horeca e al private label.

[www.easylines-montali.it](http://www.easylines-montali.it)





forming both for single-portion sachet packaging and for processed products offered in tubes. The change in daily rhythms and lifestyles is significantly modifying our relationship with food and, therefore, the demand for innovative products is growing, alongside the new emerging food trends,” said Stefania Montali, marketing manageress and owner of Industrie Montali, in taking stock of the commercial situation in the first half of 2022.

Industrie Montali’s flagship products are highly appreciated by international markets and, as of now, include ready-made sauces, pates and double tomato paste. With the latter, among thousands of participants, the company won the Great Taste Awards 2022 with the star of “Simply delicious, a food that delivers fantastic flavour”.

And it is with this significant win that Industrie Montali is preparing for the SIAL exhibition, which will take place in France from 15 to 19 October, where it will present, together with the leading products, the new Salsa Line and the new Chef Line, and where it will propose itself both to the retail sector, to the horeca and private label sectors

[www.easylines-montali.it](http://www.easylines-montali.it)



# we've talked about...

## **AZIENDA AGRICOLA SCRIANI I COV-9-36/41**

Via Ponte Scrivan, 7  
37022 Fumane - VR  
Italy

## **BERGADER ITALIA SRL I COV-3-24/26**

Via Monte Baldo, 14/F  
Loc. Calzoni  
37060 Villafranca di Verona  
VR - Italy

## **BIOPAP SRL 154/157**

Via Edison, 237  
20019 Settimo Milanese - MI  
Italy

## **CALUGI SRL 10-48-49**

Via A. Cerbioni, 38  
50051 Castelfiorentino - FI - Italy

## **CANTINA SANTADI 2-46-47**

Via Giacomo Tachis, 14  
09010 Santadi - SU  
Italy

## **FIERE DI PARMA SPA II COV**

Viale delle Esposizioni, 393A  
43126 Parma - Italy

## **COMMERCIALE PEGASOS SRL**

**I COV-158/161**  
Via Gian Pietro Sardi, 24/A  
43124 Parma  
Italy

## **COOPERLAT SOC. COOP. AGRICOLA**

**11-162/164**  
Via Piandelmedico, 74  
60035 Jesi - AN  
Italy

## **CRISTALLERIA MURANO® BY LUX GLASS TINI SRLS® 96/99**

Via Tavoni, 3/B  
31021 Mogliano Veneto - TV  
Italy

## **FIORDELISI SRL 12-52/55**

SP 88 Stornarella  
Ascoli Satriano km 0,600  
71048 Stornarella - FG - Italy

## **FIorentini FIRENZE SPA I COV-56/61-65**

Località Belvedere, 26/26A  
53034 Colle di Val d'Elsa - SI  
Italy

## **FRANCONE SRL 4-100/103**

Via G. Ferraris, 14  
10040 Druento - TO - Italy

## **EXPO BUSINESS COMMUNICATIONS BV 45**

Minervum 7444-b  
P.O. Box 9448  
NL-4817 ZG Breda  
The Netherlands

## **GAGLIANO MARCATI SRL I COV-118/121**

Via Molina, 25  
37060 Sona - VR - Italy

## **GRUPPO MARENCHINO I COV-108/111-113**

Via Martiri delle Foibe, 11  
12038 Savigliano - CN - Italy

## **DUBAI WORLD TRADE CENTRE DWTC**

**15-104/107**  
P.O. Box 9292  
Dubai  
U.A.E - United Arab Emirates

## **ICE - AGENZIA PER LA PROMOZIONE ALL'ESTERO E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE ITALIANE 27-112**

Via Liszt, 21  
00141 Roma - Italy

## **INDAL SRL 114/117**

Via Felice Cavallotti, 282  
25018 Montichiari - BS - Italy

## **INDUSTRIE MONTALI SRL 184/186**

Strada per Aiola n°5/G  
42027 Montecchio Emilia - RE  
Italy

## **ITALIALONGEVITY DIV. SULCISDRONE4.0 SRL I COV-180/182**

Via Leonardi, 2  
36061 Bassano del Grappa - VI  
Italy

## **JOE&CO. SRL 122/125**

Via della Tecnica, 94  
36043 Camisano Vicentino - VI  
Italy

## **LA GALVANINA SPA 126/129**

Via Della Torretta, 2  
47923 Rimini - Italy

## **LA VINICOLA DEL TITERNO SRL I COV-14-42/44**

Via Iacovelli - zona PIP  
82030 Faicchio - BN  
Italy

## **LAURETANA SPA I COV-5-146/149**

Frazione Campiglie, 56  
13895 Graglia - BI - Italy

# we've talked about...

## **LYON BISCUIT**

**130/133**

195 A Impasse de l'industrie  
26260 Clerieux  
France

## **MASIELLO FOOD SRL**

**165/169**

Via E. De Nicola SN  
71042 Cerignola - FG - Italy

## **MEDI SRL**

**62/64**

Contrada Piane Tronto, 52  
64010 Controguerra - TE  
Italy

## **MEDSOL SRL**

**I COV-173/175**

Viale A.Olivetti, 37  
Zona A.S.I.  
70056 Molfetta - BA - Italy

## **MERIDIONAL LEGUMI SRL**

**170/172**

Area P.I.P.  
Località Sepano - Lotto 17,  
80027 Frattamaggiore - NA - Italy

## **MULINO SARTORI**

**I COV**

Via Villa, 33  
37030 Mezzane di Sotto - VR  
Italy

## **NSW TOSCANA**

**TRADING SRL**

**8-66-67**

Via San Marco, 33  
51016 Montecatini Terme  
PT - Italy

## **O.P. ORTOFRUTTICOLI**

**GRUPPO TARULLI S.C.A.R.L.**

**13-68/71**

V.le Giacomo Saponaro Sindaco, 23  
70016 Noicattaro - BA  
Italy

## **PALLINI SPA**

**72/75**

Via Tiburtina, 1314  
00131 Roma  
Italy

## **PANDIVICO SRL**

**I COV-134/137**

Via Marco Polo, 79H  
56031 Bientina - PI  
Italy

## **LABORATORIO**

**ALIMENTARE CECCHIN ANDREA**

**E CARLO SRL**

**I COV-7-142/144**

Via Maglio, 23  
35015 Galliera Veneta - PD  
Italy

## **PASTA FRESCA MORENA**

**176/178**

Via Aproso, 21/C  
18039 Ventimiglia - IM  
Italy

## **PE LABELLERS SPA**

**28/31**

Via Industria, 56  
46047 Porto Mantovano - MN  
Italy

## **PREFORMATI ITALIA SRL**

**I COV**

Via Trieste, 26B  
36065 Mussolente - VI  
Italy

## **S.P. SPA**

**76/81**

S.S. 31bis Vercelli-Casale  
13010 Stroppiana - VC - Italy

## **SCHIAVONE GROUP SRL**

**I COV**

Via Extramurale, 12  
74019 Palagiano - TA  
Italy

## **SIDEA SNC DI CASTELLAN**

**GIAMPAOLO & C.**

**I COV-86/89-91**

Via dei Fiori, 1/A  
35018 San Martino di Lupari  
PD - Italy

## **BOLOGNA FIERE SPA**

**I COV-32/35**

P.zza Costituzione, 6  
40128 Bologna - Italy

## **SORGENTE TESORINO**

**MLC SRL**

**82/85**

Via Costa al Bano, n. 6  
56020 Montopoli In Val d'Arno - PI  
Italy

## **TENTAZIONI PUGLIESI SRL**

**I COV-6-18/21**

S.p. 130 Km 2,00  
76125 Trani - BT - Italy

## **THE SPIRITUAL**

**MACHINE SRL**

**179-183**

Piazza Teresa Noce 17D  
10155 Torino - Italy

## **THEOCACAO SRLS**

**UNIPERSONALE**

**92/95**

Via De Antoni, 19  
35042 Este - PD - Italy

## **VALPIZZA SRL**

**1-138/140**

Via Sbiffia, 97  
Loc. Castello di Serravalle  
40053 Valsamoggia - BO - Italy

## **WARSTEINER ITALIA SRL**

**SOCIETÀ UNIPERSONALE**

**150/153**

Via della Mendola, 21  
39100 Bolzano  
Italy

# The future of dining



## RESTAURANT ASIA 2023

4<sup>TH</sup> International Restaurant,  
Kitchen & Culinary Equipment &  
Supplies Exhibition

held in conjunction with

## iC Asia 2023

The 10<sup>TH</sup> International Coffee & Tea Industry Expo



**CAFE  
ASIA**  
The 10<sup>TH</sup> International Coffee & Tea  
Equipment, Supplies & Technology Exhibition



**Sweets &  
Bakes Asia 2023**  
The 9<sup>TH</sup> International Sweets, Desserts & Bakery Exhibition

Marina Bay Sands  
Expo & Convention Centre  
Halls B & C, Level 1

**25 & 26 May: 10AM - 6PM**

**27 May: 10AM - 5PM**

[www.restaurantasia.com.sg](http://www.restaurantasia.com.sg) ♦ [www.intlcoffeetea-asia.com](http://www.intlcoffeetea-asia.com)

**Secure your booth today!**

Florence Ng ♦ Project Director  
[florence@cems.com.sg](mailto:florence@cems.com.sg)

Roberta Pozzi ♦ Project Manager  
[roberta@cems.com.sg](mailto:roberta@cems.com.sg)

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



---

[www.allfoodonline.com](http://www.allfoodonline.com) • [www.horeca-online.com](http://www.horeca-online.com)