

# Food & bev

catalogue

buyer



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



[www.wha-halal.org](http://www.wha-halal.org)



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



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



[www.marca.bolognafiere.it](http://www.marca.bolognafiere.it)



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



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



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

EDITRICE ZEUS S.R.L. - Via Cesare Cantù, 16, 20831 - SEREGNO (MI) - Tel. +39 0362 244182-0362 244186 - www.editricezeus.com  
 Tariffa R.O.C.: Poste Italiane spa - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art. 1, comma 1, DCB Milano TAXE PERCUE (tassa riscossa) Uff. Milano CMP/2 Roserio - ISSN 1827-4102

# BEER & FOOD

ATTRACTION

18 – 20  
FEBRUARY  
2024

RIMINI EXPO  
CENTRE

## THE EATING OUT EXPERIENCE SHOW



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

ORGANIZED BY

**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future

WITH THE PATRONAGE OF

**AssoBirra**  
Associazione dei Birrai e dei Malterieri

Federazione Italiana Distributori HoReCa  
**italgrob**  
ASSOCIATA CONFININDUSTRIA

**UB**  
UNION  
BIRRAI  
PICCOLI BIRRAICI INDIPENDENTI

SIMULTANEOUSLY WITH

*International*  
**HoReCa  
meeting**  
Congress - B2B - Parade

**BB  
TECH  
EXPO**

Italian Capital of Culture Candidate City 2026  
**rimini**

# FRATELLI Cecchin PASTAFRESCA

*Piacere quotidiano*





SCAN NOW.  
TASTE OUR  
SELECTION!

#trufflerevolution



# More than Truffle!

WE SELECT THE BEST RAW MATERIALS TO ENSURE SAFETY AND TASTE. OUR FRESH AND PRESERVED TRUFFLES ARE PROCESSED FOLLOWING GENUINE AND INNOVATIVE RECIPES TO OFFER MANY HEALTHY AND FLAVORFUL PRODUCTS READY TO MEET THE NEEDS OF CONSUMERS AND PROFESSIONALS.



**STEFANIA CALUGI**<sup>®</sup>  
*tartufi dal 1908*



We proudly satisfy Italian and international safety food standards

follow us on    [www.tartufi.it](http://www.tartufi.it)





**Bergader**

Morbido, profumato, delicato.



Il gusto della montagna ogni giorno sulla tua tavola.



# IL ROSSO DEL MEDITERRANEO

LAVORATO A MANO IN CALABRIA  
COME DA TRADIZIONE DEGLI ANTICHI MAESTRI TONNIERI



**SARDANELLI**

MAESTRI TONNIERI DAL 1817

# SULCIS

Terra del Carignano



CANTINA  
**SANTADI**

Via Giacomo Tachis, 14 - SANTADI - SARDEGNA  
@cantinadisantadi [www.cantinadisantadi.it](http://www.cantinadisantadi.it)

SCARICA LA NOSTRA APP





italianbakeryschool.com



UN VERO FORNO SOTTO CASA

**LIEVITOMADRE**

PANE AL FORNO • PIZZA AD ARTE

- LIEVITAZIONE NATURALE
- FARINA MACINATA A PIETRA
- INGREDIENTI MADE IN ITALY
- ECCELLENZA ITALIANA

lievitomadretorino.it  
info@lievitomadretorino.it  
+39 3467598143



# 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)



# Piuma D'oro



## Maestri del Carnevale

In occasione dei suoi primi 60 anni, Piuma d'Oro ringrazia tutti i suoi dipendenti, clienti, fornitori ed amici.

Con affetto

### Novità 60° Anniversario



Famiglia  
Pizzoccheri





© 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



**FUMAGALLIDANILO.COM**



**CUSTOMIZED SOLUTIONS  
FOR HO.RE.CA., RETAIL AND  
LARGE-SCALE DISTRIBUTION**

Via Ferrante Brioschi 39 – 20842 – Besana in Brianza ( MB)  
Centralino: 0362918010 – 0362942015  
Fax: 0362 918167 | WhatsApp 3318551262  
E-mail: [commerciale@fumagallidanilo.com](mailto:commerciale@fumagallidanilo.com)



Media specialized in technology and packaging for the food&beverage industry



to find out the best solution for your food processing and packaging



**FIND THE EQUIPMENT YOU NEED.**



**WE CONNECT BUSINESS!**

CLICK ON **foodtechgulf.ae** TO FIND THE PRICE OF YOUR MACHINE.

FOLLOW US TO STAY UP TO DATE ON THE LATEST FOOD TECHNOLOGY TRENDS.

**ZEUS INTERNATIONAL FZCO**  
19th Floor, Conrad Tower  
Sheikh Zayed Road - DUBAI (UAE)  
+971 50 282 7354  
[www.foodtechgulf.ae](http://www.foodtechgulf.ae)

Headquarters:  
Editrice ZEUS srl (Italy)



*some contents*

*preserving*



Calugi Srl:  
Classic, innovative... Stunning!  
pp. 14-15

*oil*



Medsol Srl:  
Olio Luglio, Since 1953.  
pp. 20-21

*bread*



Panem:  
Our history tastes good like our bread.  
pp. 22/24

*dairy*



Bergader Italia Srl: Bergader  
Cremosissimo: the delicious soft cheese  
from the mountains. pp. 54/56

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 1-24 - 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 10 - 2024

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

*confectionery*



Piuma d'Oro Srl: since 1964, quality, innovation and attention to detail. pp. 66/69

*wine*



Consorzio del Vino Nobile di Montepulciano: the history teller. pp. 78/81

*services*



Fratelli Pozza Srl: reliability, courtesy and experience. pp. 86-87



Sonia V. Maffizzoni  
Editorial Manager

In the culinary sector, extravagance, innovation, and unusual combinations are becoming the new buzzwords of the moment. Indeed, while there is a "slice" of consumers demanding a return to origins and traditional flavors, on the other hand, even the most star-studded chefs are aiming for originality. Culinary innovation meets gastronomic eclecticism. In this fusion that looks eagerly towards the future, one certainty remains: the relentless pursuit of quality at all costs. A quality that concerns the raw materials, but also the techniques and equipment: a quality that seeks local sourcing, without neglecting distant influences and flavors.

In cooking, as in art, there is room for every vision. And avant-garde is one of the assets of the moment. From sustainability to gastronomic excellence, the food industry is characterized by strong dynamism, in a gastronomic melting pot capable of stimulating the senses and inspiring the future.

*pasta*



Food laboratory Cecchin Andrea and Carlo. pp. 120/122

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

editorial production  
Sonia Bennati  
bennati@editricezeus.com

account dep. manager  
Elena Costanzo  
amministrazione@editricezeus.com

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

translations  
Zeus agency  
printing  
Zeus agency





seguici su   

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

## CLASSIC, INNOVATIVE... STUNNING!

Since the 80s Stefania Calugi has brought excellent Italian products to the world. Today the company is present in over 40 countries, maintaining the high quality level of its production activity unchanged, developing a catalogue of over 200 references including truffle and mushroom products - the company's core business - and Tuscan specialties.

Stefania and her team follow the entire production cycle internally, from the selection of raw materials to the shipping of the finished product.

Stefania Calugi's experience, passion and determination have led the company to be recognized as a reality that is always in step with the times, capable of combining innovative products with traditional best sellers, such as WHITE TRUFFLE CREAM. All products are ready to use, easy easy to use and ideal as a basis for professional creations. The Stefania Calugi company has gluten free prod-

ucts, HALAL certified products and international certifications such as BRC, IFS. Since 2014 the company has been certified organic and currently has over 30 hectares of owned organic truffle fields.

Stefania Calugi works constantly and personally to amaze the public by showing and making known the truffle and its infinite possible combinations in the kitchen.

By creating truffle products that range from sweet to savory, from oil to cream, offers the possibility of creating original dishes and typical traditional recipes. For over 30 years she has been running her company with passion and dedication, creating products in which tradition, innovation and Italian style come together in a unique and inimitable combination.

### Stefania Calugi







## CLASSICA, INNOVATIVA... SPETTACOLARE!

Fin dagli anni '80 Stefania Calugi ha portato nel mondo prodotti italiani di eccellenza. Oggi l'azienda è presente in oltre 40 paesi, mantenendo inalterato l'altissimo livello qualitativo della propria attività di produzione, maturando un catalogo di oltre 200 referenze tra prodotti al tartufo e funghi – core business dell'azienda – e specialità toscane. Stefania e il suo team seguono internamente l'intero ciclo produttivo, dalla selezione delle materie prime fino alla spedizione del prodotto finito. L'esperienza, la passione e determinazione di Stefania Calugi hanno portato l'azienda ad essere riconosciuta come una realtà sempre al passo con i tempi, in grado di coniugare prodotti innovativi con best seller della tradizione, come la CREMA TARTUFATA BIANCA. Tutti i prodotti sono pronti all'uso, semplici da utilizzare e ideali come base per realizzazioni professionali.

L'azienda Stefania Calugi ha prodotti gluten free, prodotti certificati HALAL e certificazioni internazionali come BRC, IFS. Dal 2014 l'azienda è certificata Bio e attualmente conta oltre 30 ettari di tartufaie biologiche di proprietà.

Stefania Calugi si impegna costantemente e in prima persona, per stupire il pubblico, mostrando e facendo conoscere il tartufo e gli infiniti abbinamenti possibili in cucina. Creando i suoi prodotti al tartufo che abbracciano dal dolce al salato, dall'olio alla crema, regala la possibilità di realizzare piatti originali e ricette tipiche della tradizione. Da oltre 30 anni porta avanti la sua azienda con passione e dedizione, realizzando prodotti in cui tradizione, innovazione e italianità si fondono in un connubio unico ed inimitabile.

**Stefania Calugi**



## “ ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE FOOD INDUSTRY: REVOLUTION! ”

There are already those who speak of a revolution and those who claim that “nothing will ever be the same again”. Shortly after the launch of Artificial Intelligence for smartphones, this invisible ally that raises questions and doubts opens the door to endless possibilities, even in the food sector.

The use of Artificial Intelligence (AI) in the food industry represents a turning point, unimaginable even just a few years ago, with potential probably not yet fully understood. AI can indeed permeate every phase of the production chain: from raw materials (think of crop management) to the consumer's table, where the experience is given by a mix of factors that AI is certainly capable of interpreting.

Those who think of AI talk about a turning point, a Copernican revolution, an unthinkable new future, as well known by those who first heard of the Internet, without really being able to grasp its potential. This embrace of intelligent technology opens new perspectives for operational efficiency, sustainability, food safety, and personalization of the offer. It saves time and resources for humans, who can then invest them elsewhere. But it also raises questions that must be answered. It is the charm of a new world, the excitement of when Columbus glimpsed America.

We must first get to know it, understanding where and how it can be applied in the food sector.

### **Food Production, Safety, and a Sustainable Future**

At the heart of the AI-based food revolution lies production. Intelligent monitoring systems allow for precise control of production processes, ensuring high-quality standards. Consider some examples: sensors and analytic cameras can check the freshness and integrity of ingredients used in production; they can also monitor the entire cold chain, minimizing risks related to food safety. Demand forecasting algorithms help optimize production, reducing waste and adjusting the supply chain to the real market needs.

The optimization of resource utilization, safety, and quality is easily understood. The common thread here



by Elisa Crotti

can be summarized in one word: sustainability, a priority also in the food industry, considering the disastrous conditions of our planet. Artificial intelligence, combined with the mentioned low-cost advanced sensor technology, has the potential to reduce the ecological impact of food production through the analysis of Big Data from the entire supply chain.

The optimization of resource waste has interesting implications. According to a report from the United States Department of Agriculture, the estimate of waste reaches 40% of the entire food supply. A huge amount of resources unnecessarily allocated, coupled with a large amount of avoidable waste generated every year. The application of AI systems can reverse this trend, providing information that modifies traditional methods of both livestock and agriculture.

Here, field management becomes smart thanks to the use of neural networks fed with data from sensors designed to measure various parameters such as temperature, humidity, radiation levels, phosphorus, potassium, nitrogen, and other crucial soil information. These data are analyzed by Artificial Intelligence, which provides detailed information on the best soil management stra-

## latest news

tegy. In particular, AI optimizes irrigation, advises on efficient use of fertilizers, and provides indications on how to maximize yield and quality of the final product, while reducing waste. It sounds like science fiction, but it's already a reality on our plates.

Not only that: the use of Computer Vision, a branch of AI that uses high-resolution cameras, significantly improves the effectiveness of product inspection and treatment received. The precision and speed with which anomalies are identified and products classified contribute to rapidly reducing waste during processing phases.

### Decision Making

The decision-making that guides business strategies has evolved into ever-increasing complexity, especially in large industries. With the expansion of the industry, this complexity tends to grow exponentially, creating no small difficulties. How can Artificial Intelligence help decision-making? Thanks to its nature, because it represents a tool for rapid and extremely accurate analysis. Some cases clarify its scope in the food sector.

Fuzzy logic, a Machine Learning technique, allows machines to mimic and simulate human reasoning. This approach has been effectively used in the coffee industry to ensure uniform roasting of beans, regardless of the context. Before the introduction of AI, the supply chain often required a long and expensive intervention by an expert (human, of course) to manually adjust proces-

ing parameters. With automation, it is now possible to achieve a superior quality result with reduced costs and in compressed times. What becomes of that human is the question we all ask ourselves.

Another example: Coca-Cola, a giant in the food sector, has been using artificial intelligence for years in decisions related to new products to be introduced into the market.

During an advertising campaign, it introduced self-service machines with customizable drinks. The customer could choose the flavor combination they preferred, obtaining a tailored soft drink. The data collected from the personalization of thousands of humans were processed by Deep Learning algorithms, generating strategies for successful new products. The result was the launch of Sprite Cherry, certainly little known in Italy, but the fruit of the analyses conducted by artificial intelligences.

In essence, thanks to AI, it is also possible to understand and track the habits, needs, and interests of consumers, often anticipating their needs.

### Supply chain and logistics management

AI extends to supply chain management. AI-based software analyzes complex data to improve the accuracy of demand forecasts. This translates into greater



images: vanitjan on freepik.com

efficiency in planning and waste reduction. Automated tracking systems, using technologies like blockchain, provide complete visibility into every phase of distribution, ensuring traceability and safety.

This last aspect appears as a key one. International guidelines for hygiene and health safety during food processing are particularly stringent. It is a very delicate industrial production, with very high risks in case of contamination. Consequently, caution in procedures is never too much. In this case, too, an artificial intelligence system trained for this purpose can make a difference.

A concrete example is software developed in collaboration with the Shanghai municipal health agency. This AI is capable of detecting the correct use of protective devices (such as masks, gloves, and headgear), without infringing on employee privacy. In this way, thanks to real-time monitoring, all processes involving human intervention are easier to control and protect.

Also, proper maintenance and cleaning of tools are fundamental elements to ensure the safety of the final product. Several companies have introduced equipment enhanced by Artificial Intelligence that optimizes the times and products used in cleaning operations, ensuring efficient results. These innovations use optical vision systems on various spectra and a wide range of sensors, including ultrasonic and laser ones. The information collected during the process is processed by a Machine Learning system, which assesses with extreme precision the residual amount of food and microbial

debris left inside the machine. If present, the system activates alarms transmitted to all production units, to minimize losses and downtime, and improve food safety. Solutions are also being studied to minimize water consumption.

Finally, AI-based food tracking systems are a further tool to optimize logistics, thus increasing the shelf life of the product. This approach contributes to preventing food from becoming waste, providing fundamental support for the correct use of the planet's resources.

### **Towards the future, with some ethical challenges**

In the field of food research and development, the use of AI plays a key role, and will extend further and further. Its ability to self-feed information can exponentially accelerate innovation. That AI is a resource and an opportunity is clear. However, some issues remain open, which cannot be left in the background.

These are ethical and safety issues. Transparency in algorithmic decisions, management of personal data, and prevention of algorithmic discrimination are crucial challenges that require attention.

But also the lack of clear regulation raises concerns about the ethical use of AI in various sectors. The responsibility of automated decisions and the possible replacement of human jobs raise further questions. Addressing these issues is essential to ensure that AI development occurs in an ethical and responsible manner, respecting the fundamental values of society.



100% italiano



• GOLD SELECTION •



*Il Buono d'Italia*



www.olioluglio.it





## OLIO LUGLIO, SINCE 1953

Great expanses of olive trees, tablelands furrowed by the man's hand and bright chromatisms are the frames 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 extra virgin olive oil **in 1953**.

Their attachment to tradition and their attention to the changes 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 genuineness, deliciousness and 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 extra virgin 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 reminds to 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)



## OUR HISTORY TASTES GOOD LIKE OUR BREAD

### PANBURGER®

The soft PANBURGER® buns, like all other products from Panitalia Srl (Panem®, Spicchi di Grano®, PanFamiglia®), are made simply and traditionally with a few high-quality ingredients, without added sugars, hydrogenated fats, or preservatives.

100% Italian flours, extra virgin olive oil, and sourdough give each individual product the taste and flavor of good bread to be filled as desired, delicious for any occasion at home or away.

They are perfect to accompany any moment and consumption occasion, easy to prepare and take with you, great for breakfast or a snack, and thanks to their adaptability and versatility (balanced weight of each individual bun and recipe), they can represent an excellent bread for main meals.

### The PANBURGER® line includes:

#### PANBURGER® Soft Wheat

(4 round buns x 50 grams each pack)

Ingredients: Soft WHEAT flour type "0" (100% ITALY), water, extra virgin olive oil (2.7%),

### LA NOSTRA STORIA SA DI BUONO COME IL NOSTRO PANE

I panini morbidi **Panburger®** come tutti gli altri prodotti di Panitalia Srl (Panem®, Spicchi di Grano®, PanFamiglia®) sono fatti in modo semplice e tradizionale con pochi ingredienti di alta qualità, senza zuccheri aggiunti, grassi idrogenati e conservanti.

Le farine 100% italiane, l'olio extra vergine di oliva ed il lievito madre conferiscono ad ogni singolo prodotto il gusto ed il sapore del buon pane da farcire come si vuole, buono e sfizioso per ogni occasione in casa o fuori.

Sono perfetti per accompagnare ogni momento ed occasione di consumo, facili da preparare e da portarsi dietro, ottimi per la colazione o per una merenda, e grazie alla loro adattabilità e duttilità (peso equilibrato di ogni singolo panino e ricetta) possono rappresentare un ottimo pane da tavola per i pasti principali.

### La linea Panburger® comprende:

#### Panburger® Grano tenero

(confezione da 4 panini tondi x 50 grammi cadauno)

Ingredienti: Farina di GRANO tenero tipo "0" (100% ITALIA), acqua, olio extra vergine di oli-





sourdough (soft WHEAT flour type "0", malted WHEAT flour), yeast, salt. Treated with ethyl alcohol from wheat on the surface.

**PANBURGER® Whole Wheat**  
(4 round buns x 50 grams each pack)

Ingredients: Whole WHEAT flour (100% ITALY), water, extra virgin olive oil (2.3%), salt, sourdough (soft WHEAT flour type "0", malted WHEAT flour), yeast. Treated with ethyl alcohol from wheat on the surface.

**PANBURGER® Cereals**  
(4 round buns x 50 grams each pack)

Soft WHEAT flour type "0" (100% ITALY), water, 11% cereal mix (corn flakes, RYE flakes, BARLEY flakes, SPELT flakes, OAT flakes, rice flakes), sunflower seeds (2.2%), extra virgin olive oil (1.9%), flax seeds (0.9%), salt, yeast, sourdough (soft WHEAT flour type "0", malted WHEAT flour). Treated with ethyl alcohol from wheat on the surface.

PANBURGER® is a registered trademark of Panitalia S.R.L.

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

va (2,7%), lievito madre (farina di grano tenero di tipo "0", farina di frumento maltato), lievito, sale. Trattato con alcool etilico da frumento in superficie.

**Panburger® Integrale**  
(confezione da 4 panini tondi x 50 grammi cadauno)

Ingredienti: Farina di GRANO tenero di tipo integrale (100% ITALIA), acqua, olio extra-vergine di oliva (2,3%), sale, lievito madre (farina di GRANO tenero di tipo "0", farina di FRUMENTO maltato), lievito. Trattato con alcool etilico da frumento in superficie.

**Panburger® Cereali**  
(confezione da 4 panini tondi x 50 grammi cadauno)

Farina di GRANO tenero tipo "0" (100% ITALIA), acqua, mix cereali 11% (fiocchi di mais, fiocchi di SEGALE, fiocchi d'ORZO, fiocchi di FARRO, fiocchi di AVENA, fiocchi di riso), semi di girasole (2,2%), olio extra-vergine di oliva, (1,9%), semi di lino, (0,9%), sale, lievito, lievito madre (farina di GRANO tenero di tipo "0", farina di FRUMENTO maltato). Trattato con alcool etilico da frumento in superficie.

PANBURGER® è un marchio registrato di Panitalia S.R.L.

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



# RISCOPRI IL GUSTO IRRESISTIBILE DI FANTA ITALIANA DA SEMPRE





## PASSION, TRADITION, QUALITY

Established more than 30 years ago in a small village at the foot of the Mount Etna, our company boasts of a wide range of products while emphasizing the importance of the most well-known Sicilian sweet, the cannolo.

At home Pennisi, Sicilian pastry is the family tradition and we make sure all of our sweets encompass the beautiful folklore and historic and cultural heritage of our native land.

The production of the cannoli shells is processed following the old family recipe.

We are proud to be artisans and we feel we are the custodians of traditional Sicilian pastry, so we carefully choose the ingredients of our sweet. Over the years, our love for this unique and strictly typical sweet led us to improve its features and make it valuable even without filling, which still joins our product in an indissoluble and idyllic marriage, be it cream or fresh ricotta. Today, the wafer made tasty and fragrant manages to maintain its crispiness long enough to be able to relish the taste of the cannoli filling the next day.





### PASSIONE, TRADIZIONE, QUALITÀ

Istituita più di 30 anni fa in un piccolo paese ai piedi dell'Etna, la nostra azienda vanta un'ampia gamma di prodotti enfatizzando simultaneamente l'importanza del dolce siciliano più conosciuto, il cannolo.

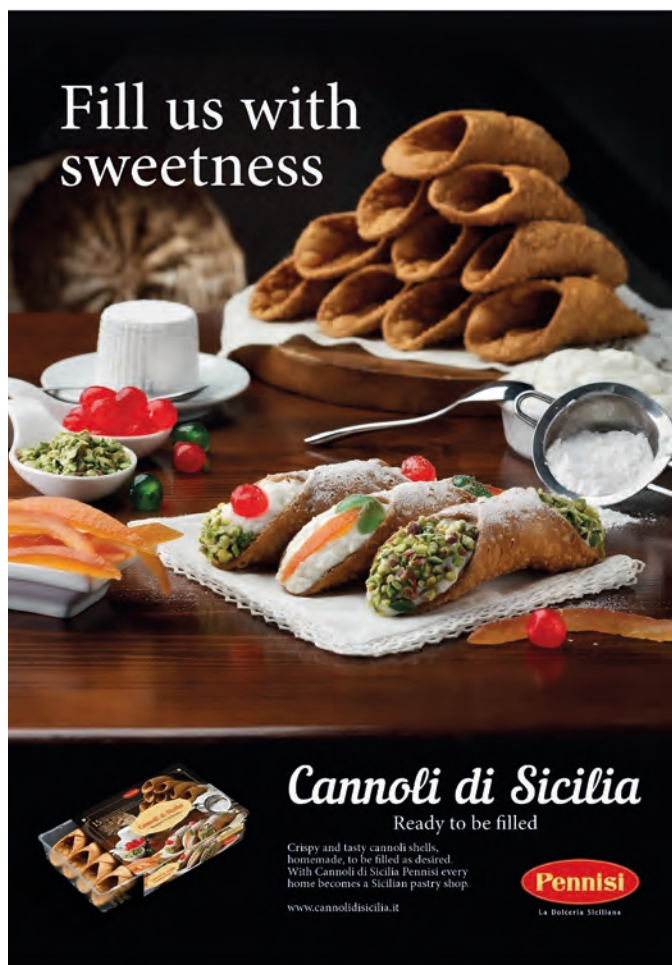
A casa Pennisi, la pasticceria siciliana è la tradizione di famiglia e ci assicuriamo che i nostri dolci racchiudano tutto il meraviglioso folklore e il patrimonio storico e culturale della nostra terra natia.

La produzione dei gusci di cannoli è elaborata seguendo la vecchia ricetta di famiglia.

Siamo orgogliosi di essere artigiani e ci sentiamo i custodi della pasticceria tradizionale siciliana, quindi selezioniamo con cura gli ingredienti del nostro dolce.

Nel corso degli anni, il nostro amore per questo particolare e rigorosamente tipico dolce ci ha portato a migliorare le caratteristiche e renderlo prezioso anche senza ripieno, che si unisce comunque al nostro prodotto in un matrimonio indissolubile e idilliaco, che sia di crema o ricotta fresca.

Oggi, la cialda resa gustosa e fragrante riesce a mantenere la sua croccan-



Our efforts and tenacity to date have rewarded us, making us appreciated and well known more and more in the field, thus reaching increasingly important and prestigious foreign markets, allowing us to bring the naive sweetness of our island all around the globe, which we are very grateful for.

Today we have extended our production to other traditional confectionery products such as: Martorana (or Marzipan) fruit, Almond paste, Pistachio almond paste, Almond croccante, Pistachio croccante, Soft nougat with almond and pistachio, Candied fruit peel, Pistachio pesto, Pistachio cream, Panettone and Colomba. Our secret is a mix of tradition and modernity which makes sure that all products are crafted with style and quality.

“The peculiarity of Sicilian sweets is that you feel all the generosity of those who prepared them...”  
*Orazio Pennisi*

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

tezza abbastanza a lungo da poter assaporare il sapore del ripieno dei cannoli il giorno successivo.

Gli sforzi e la tenacia fino ad oggi ci hanno premiato, facendoci apprezzare e affermare sempre di più sul campo, raggiungendo così mercati esteri sempre più importanti e prestigiosi permettendoci di portare la dolcezza nativa della nostra isola in tutto il mondo, cosa di cui siamo molto grati.

Oggi abbiamo esteso la nostra produzione ad altri prodotti tipici dolciari come: frutta di marzapane, pasta di mandorle, paste di mandorla al pistacchio, croccante alle mandorle, croccante al pistacchio, torrone morbido con mandorle e pistacchi, scorza di frutta candita, pesto di pistacchio, crema di pistacchio, panettone e colomba.

Il nostro segreto è un misto di tradizione e modernità che assicura che tutti i prodotti siano realizzati con stile e qualità.

“La particolarità dei dolci siciliani è che si sente tutta la generosità di chi li ha preparati...” *Orazio Pennisi*

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

# Olive I Love®



*Innamorati del gusto*

In esclusiva solo on-line su:

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

*scopri di più*





## 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.



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 ener-

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<sup>®</sup>

### CLIMATE FRIENDLY PRODUCTS, AN ASSUMPTION OF RESPONSIBILITY

For the first time in Europe an Italian company **quantifies and eliminates CO<sub>2</sub> 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.

### THE NEW “OLIVE I LOVE” BRAND: FIORENTINI FLORENCE’S ONLINE SALES CHANNEL KICKS OFF

From the second half of 2023 Fiorentini Firenze will inaugurate its new online sales channel with the brand dedicated to it: OLIVE I LOVE. With an assortment initially composed exclusively of 3 references it will propose high quality products “seasoned” by a fresh and appealing design and communication, for a young target that prefers online as its main purchasing channel.

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





Olive  
I Love®

WWW.OLIVEILOVE.IT

gie 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 RESPONSABILITÀ

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.

#### IL NUOVO BRAND "OLIVE I LOVE": AL VIA IL CANALE DI VENDITA ONLINE DI FIORENTINI FIRENZE

Dalla seconda metà del 2023 Fiorentini Firenze inaugurerà il nuovo canale di vendita online con il brand ad esso dedicato: OLIVE I LOVE.

Con un assortimento inizialmente composto esclusivamente da 3 referenze proporrà prodotti di alta qualità "conditi" da un design ed una comunicazione fresca ed accattivante, per un target giovane che predilige l'online come principale canale di acquisto.

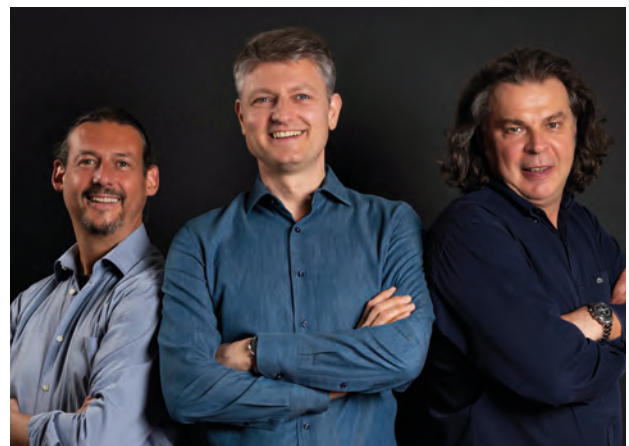
[www.fiorentinifirenze.it](http://www.fiorentinifirenze.it)

“A BEER FOR LUNCH AS WELL? YES, BUT OF QUALITY:”

the new offering from  
32 VIA DEI BIRRAI is the “half liter,” 100% italian

The offering from 32 Via dei Birrai, the Venetian brewery that plays its cards on the winning combination of artisanal product quality and an industrial approach that ensures perfect control of production processes, is growing steadily. The novelty of this late summer is the debut of a new format, entirely unprecedented for 32: the half liter, reserved only for Ambita, a pride for the company in Pederobba (Treviso): a clear single-hop beer, the symbol of Italian craftsmanship in the world because it is made exclusively with national ingredients.

Brewer's Gold hops are indeed grown on the hills adjacent to the brewery, in Monfumo; as for the other types, the purest water comes from the Schievenin spring, in the homonymous valley in the municipality of Quero Vas, about twenty minutes by car, “it passes through the network for initial quality assurance, then we subject it to further checks and modify and calibrate it according to the type of beer, because even water is not always the same...”. The malt is also of Italian barley, grown in the provinces of Venice and Treviso. Not by chance, among the colorful labels that characterize the eight



## latest news



types of beer signed by 32 Via dei Birrai, Ambita boasts the most colorful of all: green, white, and red, of course.

The debut with the “half-liter” of Ambita alone indicates what is at the same time a different intention and the confirmation of a fundamental choice. A different intention because, with the new format, 32 Via dei Birrai is targeting another specific but not negligible market segment, that of consumers who want to “drink Italian” even for lunch: “This way, we will cover the segment of individuals who want a beer that is not too demanding in terms of quantity or organoleptic characteristics to accompany their quick midday meal, especially thinking of the many foreigners who want to sip a tricolored beer when they are in our country,” a market of its kind, especially in tourist areas.

Green light to the new format, therefore, but only in this specific case: for the rest, 32 Via dei Birrai confirms its fundamental choice and adopts a standard of 75 cl, for an important reason: “We take the same beer, taste

it from a 33 cl bottle, a 66 cl bottle, a 75 cl bottle, and on tap: the taste changes completely, the customer doesn’t know why, but we do. It’s the format. Since we want to stand out and are known for consistency, we made a decisive choice,” explain the founders of 32, Lorenzo Michielin, Fabiano Toffoli, and Alessandro Zilli.

A 75 cl bottle, therefore, which presupposes the use of a glass, “we have always preached it: to fully enjoy a beer, you open the bottle, take a glass, let it foam, etc. So no can or 33 cl bottle, even if the distributors ask for them. We provide a method, the 75 cl goes into the glass, so it also adds elegance.” The same can be found in the other format, introduced more recently, the 1.5-liter magnum, to make beer a gift item.

32 VIA DEI BIRRAI is the company created in 2006 in Pederobba (Treviso) by three friends who, at the bar, wanted to change the world of Italian microbreweries, often characterized by inconsistent quality in their productions. The Venetians Fabiano Toffoli (born in 1973, now a master brewer), Lorenzo Michielin (born in 1968, sales director), and Alessandro Zilli (born in 1971, research and development manager) imposed their standard: now 32 is one of the most consolidated, dyna-



## latest news

mic, and innovative realities in the sector in our country. It's a brewery that remains small in terms of numbers - seven employees plus the founders, 350 thousand bottles a year - and therefore can guarantee artisanal attention, a product care that the big ones just can't afford; but at the same time, it stands out for an industrial approach in production criteria, "a good brewery must provide a standard, a consistency of quality. The taste and persistence must always be the same over time, otherwise the consumer is disappointed."

**THE BEERS** - 32 Via dei Birrai produces eight different types of beers, each characterized by a specific color on the iconic label. Audace is a totally organic double malt blonde that has won numerous awards, from second place in the Best Bio Beer 2022 to gold at the World Beer Awards 2018. Nebra is a sweet amber with hints of elderflower, gold medalist at the World Beer Awards 2019. And then there are more unique sips for demanding palates, such as Atra, a soft brown, Admiral, a double malt red, Tre+due, a lightly spiced white with hints of coriander and bitter orange peel, and Nectar, a brown beer with chestnut honey from Grappa, produced only for Christmas. And then there's Ambita, a clear single-hop beer, 100% Italian because it's made exclusively with local ingredients.

**CERTIFICATIONS** - 32 Via dei Birrai boasts a long list of certifications. It is, for example, the first in Italy certified by Slow Brewing, a German certifying body that independently selects breweries united by a passion for high quality, "they chose us because we are consistent," for the use of precious raw materials and very strict microbiological parameters. It has the ISO 9001 label from DNV, which ensures the high quality of the company's processes in every sector, guaranteeing the relevance of the method to trace every operation. Furthermore, the NO GMO certification guarantees the total absence of GMO contamination in raw materials, starting with the highest quality hops, thanks to which 32 Via dei Birrai in 2013 became the first non-Belgian brewery to be awarded the prestigious Houblon Belge recognition. Dolomiti Energia also guarantees that the company is 100% clean energy, the entire production chain is based on eco-friendly principles, only certified energy from renewable sources is used, and packaging is always recyclable. The Itpi label (Istituto Tutela Produttori Italiani) clarifies that the production is completely made in Italy, guaranteeing superior and controlled quality."

**[www.32viadeibirrai.it](http://www.32viadeibirrai.it)**







The 4<sup>th</sup> Indonesia International Food & Beverage Processing, Packaging, Ingredients and Supply Chain Exhibition 2024



The Comprehensive Platform for  
**SMART F&B PRODUCTIONS  
FROM INGREDIENTS,  
AUTOMATION TO  
LOGISTICS SOLUTIONS**

**30 JULY -  
1 AUGUST 2024**  
JIExpo Kemayoran,  
Jakarta - Indonesia



More Info



Info:  +62 21 - 54358118

 [info@gem-indonesia.net](mailto:info@gem-indonesia.net)

 GEM INDONESIA



## NICOFRUIT'S FRAGOLA MATERA®: AN ITALIAN EXCELLENCE AT ZERO COMPROMISE

OP Frutthera Growers, the company from Scanzano Jonico (Matera) owner of the Nicofruit brand and the famous Fragola Matera® brand, does not compromise when it comes to respecting and satisfying consumers.

In Fragola Matera®, the three requirements that the consumer values most - taste, salubrity and sustainability - are enhanced to the nth degree.

While strawberries from Basilicata are a Made in Italy excellence in the world, Fragola Matera® wants to be an excellence within excellence. Francesco Nicodemo, president of the OP and owner of the brand says: "Good things take time, and Fragola Matera® is the result of





**LA FRAGOLA MATERA® DI NICOFRUIT: ECCELLENZA ITALIANA A ZERO COMPROMESSI**

OP Frutthera Growers, l'azienda di Scanzano Jonico (Matera) titolare del brand Nicofruit e del celebre marchio Fragola Matera®, non scende a compromessi quando si tratta di rispettare e soddisfare i consumatori. In Fragola Matera®, infatti, i tre requisiti a cui il consumatore dà più valore - gusto, salubrità e sostenibilità - sono esaltati all'ennesima potenza.

Se le fragole della Basilicata sono un'eccellenza del Made in Italy nel mondo, Fragola Matera® vuole essere un'eccellenza nell'eccellenza. "Le cose buone richiedono tempo, e Fragola Matera® nasce da 30 anni di esperienza e ricerca sul territorio dell'areale Jonico", afferma Francesco Nicodemo, presidente della OP e titolare del brand.

OP Frutthera Growers, che coordina scrupolosamente coltivazione, raccolta, confezionamento e commercializzazione di Fragola Matera®, è stata la prima azienda in Italia ad ottenere la certificazione ISCC PLUS per i prodotti ortofruttili freschi, uno standard internazionale incentrato sul concetto di economia circolare che garantisce

30 years of experience and research in the Ionian area”.

The OP Frutthera Growers, which carefully coordinates the cultivation, harvesting, packaging and marketing of Fragola Matera®, became the first company in Italy to obtain the ISCC PLUS certification for fresh fruit and vegetable products, an international standard focused on the concept of circular economy that guarantees the respect of sustainability along the entire supply chain.

The manager states “We like to say that it is a certification of our pact with nature”.

The company has always been committed to evolving towards techniques that aim at the greatest respect for the product and the ecosystem: use of organic fertilisers and pheromones for sexual confusion; pollination with bees and bumblebees; use of predatory insects to control pathogens; irrigation system with microprobes that detect the humidity in the soil and ensure that the dripline system only delivers water when it is needed; packaging that minimise the impact of the production cycle on atmospheric emissions, such as ‘Ezy Split’, which encloses the Matera® Strawberries in a 100% recycled and easily recyclable R-Pet plastic package, and ‘Nicofriendly’, a fully compostable basket.

Harvesting is done manually and processing takes place in a high-tech plant, which allows the organoleptic properties of the product to remain intact: sweet and intense taste, firm and juicy flesh and bright red colour.

The product is then sold through a capillary network, which allows Fragola Matera® to be distributed throughout Italy, where it is gaining numerous awards and gaining wide consensus among consumers.

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





il rispetto della sostenibilità lungo tutta la filiera.

“Ci piace dire che è una certificazione del nostro patto con la natura”, dichiara il manager.

L'azienda è da sempre impegnata in un processo di evoluzione verso tecniche votate al più ampio rispetto del prodotto e dell'ecosistema: uso di fertilizzanti organici e feromoni per la confusione sessuale; impollinazione con le api e i bombi; utilizzo di insetti predatori per il controllo dei patogeni; sistema di irrigazione con microsonde che rilevano l'umidità nel suolo e fanno sì che l'impianto ad ala gocciolante somministri l'acqua solo quando serve; packaging che limitano al minimo l'impronta del ciclo produttivo sulle emissioni atmo-

sferiche, come 'Ezy Split', che abbraccia le Fragole Matera® in una confezione in plastica R-Pet 100% riciclata e facilmente riciclabile, e 'Nicofriendly', cestino completamente compostabile.

La raccolta avviene manualmente e la lavorazione avviene in un impianto all'avanguardia, che permette di mantenere intatte le proprietà organolettiche del prodotto: gusto dolce e intenso, polpa soda e succosa e colore rosso brillante. Il prodotto viene infine commercializzato attraverso una rete capillare, che consente di portare Fragola Matera® in tutta Italia, dove sta ottenendo numerosi riconoscimenti, riscuotendo ampio consenso tra i consumatori.

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



## VEGAN AND ORGANIC, THE SECRET INGREDIENT IS NATURE

Kinvit<sup>®</sup> is a plant-based, fermented and seasoned food preparation made from wheat and legumes.

It is not soy and it is not seitan, that is, it is not made with the ingredients commonly found in products available on the organic and vegan market.

What this means. Soy and seitan-a popular preparation composed almost entirely of gluten- although rich in protein, impart characteristics to the food they produce that do not aid in the digestion and assimilation of nutritional elements.





**VEGANO. CERTIFICATO BIO.  
L'INGREDIENTE SEGRETO È LA NATURA**

Kinvit® è una preparazione alimentare vegetale, fermentata e stagionata a base di grano e legumi.

Non è soia e non è seitan, ovvero non è fatta con gli ingredienti che comunemente si trovano nei prodotti disponibili sul mercato bio e vegan. Cosa significa? Soia e seitan - un preparato molto diffuso composto quasi completamente di glutine - benché ricchi di proteine conferiscono, agli alimenti prodotti, caratteristiche che non aiutano la digestione e l'assimilazione degli elementi nutrizionali.

Perché Kinvit® è diverso? Per produrlo vengono impiegati lieviti naturali sviluppati dall'azienda e un processo unico. La combinazione tra ingredienti di qualità e processo produttivo consente risultati peculiari da un punto di vista organolettico, nutrizionale e tecnologico.

Sotto il profilo organolettico, Kinvit® ha un sapore caratteristico e una consistenza morbidissima, equilibrato è estremamente appetibile e si scioglie in bocca con soddisfazione del palato.

Lievitazione, fermentazione mirata e stagionatura agiscono sugli ingredienti usati, trasformandoli in elementi nutrizionali più facilmente disponibili per l'organismo. Per questo Kinvit® è ricco di enzimi e amminoacidi ed è un cibo vivo grazie alla fermentazione che contribuisce all'equilibrio metabolico ed alla protezione del microbiota.

# sausage

Why is Kinvit® different? Natural yeasts developed by the company and a unique process. The combination of quality ingredients and production process allows results that are peculiar from an organoleptic, nutritional and technological point of view.

From an organoleptic point of view, Kinvit® has a distinctive flavor and a very soft, balanced texture is extremely palatable and melts in the mouth to the satisfaction of the palate.

Leavening, targeted fermentation and seasoning act on the ingredients used, transforming them into nutritional elements more readily available to the body.

This is why Kinvit® is rich in enzymes and amino acids and is a living food thanks to fermentation, which contributes to metabolic balance and protection of the microbiota.

Kinvit® is easily machined.

Ultra-thin slices and innovative cuts can be created for the vegetable market, such as the







Kinvit® é facilmente lavorabile. Si possono creare fette sottilissime e tagli innovativi per il mercato vegetale, come gli Originali SFILACCI, introducendo così nuove opportunità di consumo in questa categoria di prodotto. Kinvit® é inoltre facile da cucinare.

#### I FORMATI

Kinvit® al momento é disponibile nella versione NATURALE, AFFUMICATO, CARPACCIO e con LUPINI, nei formati AFFETTATO e negli Originali SFILACCI in vaschette da 90g.

Le 4 ricette sono disponibili anche in trancio da 1,6 kg circa o intero da 3,3 kg circa.

A breve seguirà l'introduzione di altre referenze plant-based quali Burger, Salsicce e Scaloppine.

Per maggiori informazioni visitare il sito [www.kinvit.it](http://www.kinvit.it)



Original SFILACCI, thus introducing new consumer opportunities in this product category. Kinvit® is also easy to cook.

#### THE FORMATS

Kinvit® is currently available in NATURAL, SMOKED, CARPACCIO and with LUPINS, in Sliced formats and in Original SFILACCI in 90g trays.

The 4 recipes are also available in slices of about 1,6 kg or whole about 3,3 kg.

The introduction of other plant-based references such as Burger, Sausages and Escalopes will follow soon.

For more information visit [www.kinvit.it](http://www.kinvit.it)



## LIEVITOMADRE: CERTIFIED BY ECCELLENZE ITALIANE

Lievitomadre is a real bakery paradise in Turin, certified by Eccellenze Italiane.

We are a bakery, a pastry shop and a rotisserie among the most important in the city, where every day you can find bread, focaccia, pastries and pizzas, always made with fresh ingredients, flour quality and yeast.

For any event and occasion you can order cakes, cakes and rustic, while every holiday you can buy here the typical sweets of the Piedmontese and national tradition. Every Saturday evening, we also prepare tasty pizza takeaway.

From the more than twenty years of experience of Lievitomadre Italian Bakery School is born, a reality that combines training, natural baking methods, advanced proofing techniques, respect for the environment and business opportunities in the food sector.

Our Academy offers training courses specialized in laboratory and alongside them extraordinary business opportunities for companies that want to grow in the world of food and baking craft.

Italian Bakery School was born to divulgate in the world the Italian excellence of panificazione and pizzeria, teaching techniques and advanced work cycles, providing furniture and laboratories of last generation, designed to be able to compete on the territory satisfying the most diverse market needs.

On request we will supply raw materials of the highest quality, all rigorously tested and approved by our experts, obviously our brand.

It will be possible to buy professional uniforms and clothing of our brand at a discounted price if combined with the Academy subscriptions. The Italian Bakery School courses will be adapted to the needs of the client and his initial preparation..

There are hours subscriptions for the acquisition of techniques and production processes on specific products, with the same subscriptions will cover the needs of problem solving and support.



Giovanni Demasi  
Manager



**LIEVITOMADRE:  
CERTIFICATO DA ECCELLENZE ITALIANE**

Lievitomadre è un vero e proprio paradiso dei prodotti da forno a Torino, certificato da Eccellenze Italiane.

Siamo un panificio, una pasticceria e una rosticceria tra le più importanti della città, dove ogni giorno potrete trovare pane, focacce, pasticcini e pizze, sempre realizzati con ingredienti freschi, farine di qualità e lievito madre.

Per qualsiasi evento e ricorrenza potrete ordinare torte, dolci e rustici, mentre ogni festività potrete acquistare qui i dolcetti tipici della tradizione piemontese e nazionale. Tutti i sabati sera, inoltre, prepariamo gustose pizze da asporto.

Dall'esperienza più che ventennale di Lievitomadre nasce Italian Bakery School, una realtà che unisce formazione, metodi di panificazione naturali, tecniche di lievitazione avanzate, rispetto per l'ambiente e opportunità di business nel settore food.

La nostra Academy offre corsi di formazione specializzata in laboratorio e affianca ad essi straordinarie opportunità di business per realtà che vogliono crescere nel mondo del food e della panificazione artigianale.

Italian Bakery School nasce per divulgare nel mondo l'Eccellenza Italiana della panificazione e della pizzeria, insegnando tecniche e cicli lavorativi avanzati, fornendo arredi e laboratori di ultima generazione, studiati per poter competere sul territorio soddisfacendo le più diverse esigenze di mercato.

Su richiesta forniremo materie prime di altissima qualità, tutte rigorosamente testate e approvate dai nostri esperti, ovviamente a nostro marchio. Sarà possibile acquistare divise professionali e abbigliamento a nostro marchio ad un pricing scontato se in abbinamento agli abbonamenti dell'Academy.

I corsi Italian Bakery School avranno un'adurata commisurata all'esigenza del cliente ed al suo grado di preparazione iniziale..

Sono previsti abbonamenti ad ore per l'acquisizione di tecniche e processi produttivi su specifici prodotti, con gli stessi abbonamenti si copriranno le esigenze di problem solving e assistenza.



### **Pizza**

Italian Bakery School dedicates research, attention and innovation to rotisserie products, pretzels, puff pastry and pizzas.

Even our pizzas, in fact, are made with a slow natural leavening and fresh ingredients, Italian, traceable and delivered daily: fiordilatte, natural ham, Italian peeled tomato, etc..

We create extraordinary round pizzas to take away and tasty and digestible pan pizzas.

Among the novelties for the international market the product of the year 2022: the Pasta Sfoglia di Riso Venere and the Pizza Riso Venere, born for the needs of the markets of the United Arab Emirates and the countries of Northern Europe.

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

### **Pizza**

Italian Bakery School dedica ricerca, attenzione e innovazione ai prodotti della rosticceria, pretzel, pasta sfoglia e pizze.

Anche le nostre pizze, infatti, sono realizzate con una lenta lievitazione naturale e ingredienti freschi, italiani, rintracciabili e consegnati quotidianamente: fiordilatte, prosciutto naturale, pomodoro pelato italiano, ecc..

Creiamo straordinarie pizze rotonde da asporto e gustose e digeribili.

Tra le novità per il mercato internazionale il prodotto dell'anno 2022: la Pasta Sfoglia di Riso Venere e la Pizza Riso Venere, nata per le esigenze dei mercati degli Emirati Arabi Uniti e dei paesi del Nord Europa.

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



MALAYSIAN  
INTERNATIONAL  
FOOD & BEVERAGE  
TRADE FAIR

17-19 JULY 2024  
KUALA LUMPUR CONVENTION CENTER



# ELEVATING F&B BUSINESS EMPOWERING INNOVATIONS ENABLING TRANSFORMATION

At the Malaysian International Food & Beverage Trade Fair (MIFB), we proudly reign supreme in the realm of culinary commerce within Malaysia, casting an imposing shadow across Southeast Asia. MIFB is an unparalleled platform, where businesses of all sizes could showcase their offerings to a global audience and gain unparalleled insights into the ever-evolving world of the F&B trends and groundbreaking innovations.

**REGISTER NOW!**

Enquiries at [marcomms@mifb.com.my](mailto:marcomms@mifb.com.my)  
[/sales@mifb.com.my](mailto:sales@mifb.com.my) Or download our  
event brochure at [www.mifb.com.my](http://www.mifb.com.my)!

**20,000+** Visitors

**500+** Exhibitors

**80+** Countries &  
Regions Represented

**18,000** sqm



[www.mifb.com.my](http://www.mifb.com.my) #MIFB2024



# 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.

Through the CantinaSantadi NFC App (see the QR code of the ADV page) It is possible to reserve a visit in the cellar and also to get detailed technical information about the wines.

**social pages: @cantinadisantadi**



**DOWNLOAD THE APP:**



**CantinaSantadi NFC**  
Autentico Srl





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

### **MORE THEN 120 YEARS OF BERGADER: A MOUNTAIN STORY**

The Bergader dairy farm has a history that began more than 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

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

L'azienda casearia Bergader ha una storia che inizia più di 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)



www.foodtechpakistan.com

19th International Exhibition of  
Food & Beverage Processing  
Packaging Technologies

**3-5** | **SEPTEMBER 2024**  
EXPO CENTRE KARACHI

*Explore Business Opportunities  
in Rapidly Growing Food &  
Beverage Industry of  
Pakistan!*



## MAJOR SECTOR INFOCUS



BEVERAGES



CONFECTIONERIES  
& SNACKS



DAIRY &  
LIVESTOCK



FLAVORS &  
INGREDIENTS



FRUITS &  
VEGETABLES



FOOD  
PROCESSING



HoReCa



MEAT &  
POLTRY



PACKAGING

# BOOK YOUR SPACE NOW!

ORGANIZED BY



8th Floor, PNSC Building, M.T. Khan Road, Karachi, Pakistan.

Tel: +9221 111 734 266 | Fax: (92-21) 3241 0723

Email: [info@foodtechpakistan.com](mailto:info@foodtechpakistan.com)

Web: [www.pegasusconsultancy.com](http://www.pegasusconsultancy.com)

Follow us: #iftech

SCAN FOR DETAILS





## THREE GENERATIONS OF EXCELLENCE IN FRUIT AND VEGETABLE PRODUCTION AND MARKETING IN LOMBARDY

For three generations, Fumagalli Danilo S.r.l. has been a reference point in the production and trade of fruit and vegetables in Lombardy. The company offers personalized solutions for the Ho.Re.Ca. sector, beside retail and large-scale distribution.

Thanks to its 6,000 square meter refrigerated platform, the company is able to guarantee a wide and deep assortment of over 1,000 active horticultural codes, including conventional and BIO, ready-to-eat and ready-to-cook products beverages, edible flowers, sprouts and herbs.

Fumagalli Danilo S.r.l. has an internal fresh cut laboratory where fruit and vegetables are dai-

ly prepared according to customized needs, as well as a dedicated packaging department. Thanks to its computerized flow management and dedicated pricing app, the company is able to quickly fulfill orders, distributing them widely and on time through its fleet of temperature-controlled vehicles.

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





### TRE GENERAZIONI AL SERVIZIO DELLA PRODUZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DI FRUTTA E VERDURA IN LOMBARDIA

La Fumagalli Danilo S.r.l. rappresenta da tre generazioni un punto di riferimento nella produzione e commercializzazione di frutta e verdura in Lombardia.

L'azienda offre soluzioni personalizzate per il settore della ristorazione commerciale, collettiva e retail.

Grazie alla piattaforma refrigerata da 6.000mq, è in grado di garantire un assortimento ampio e profondo, con oltre 1.000 codici ortofrutticoli attivi, tra: prodotti convenzionali, BIO, di IV gamma, di V gamma, bevande, fiori edibili, germogli ed erbe aromatiche. La Fumagalli Danilo S.r.l. dispone di un laboratorio interno di IV gamma dove giornalmente lavora frutta e verdura con tagli personalizzati per ogni esigenza e di un reparto dedicato al confezionamento.

Grazie inoltre alla gestione informatizzata dei flussi e all'app ordini con listini dedicati, l'azienda è in grado di evadere gli ordini rapidamente, distribuendoli in modo capillare e puntuale grazie alla flotta di mezzi a temperatura controllata.

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



## MEDITERRANEAN BLUEFIN TUNA, THE TASTE OF THE PRECIOUS

The Mediterranean Bluefin Tuna is the new-camen at Sardanelli, which for the third consecutive year expands its offer with products that can satisfy the palates of the most demanding consumers by launching three new references: tuna fillets, bottarga and belly.

A brand belonging to the company Intertonno Srl, Sardanelli works and markets fish products at its factory in Maierato (VV), in Calabria, following the ancient tradition of master tuna farmers since 1817.

*Thunnus thynnus* chooses the warm waters of the Mediterranean to reproduce; it is a fine, large and sought-after tuna, with intense pink meat, rich in nutrients and a pleasant and decisive flavour.

The processing of tuna is the result of a skilful combination between the artisanal tradition of the ancient tuna masters and modern technologies, which has as its objectives the quality and safety of the product and the full satisfaction of consumers.

The olive oil fillets are obtained from the back and sides, the leanest parts of the tuna; the belly in olive oil is the noblest part of the tuna, that of the abdominal muscles, soft and particularly tasty. Finally, the bottarga is obtained from the drying, salting and long aging of tuna eggs.

The search for the perfect taste is a constant for Sardanelli, which puts all its efforts into the goal of satisfying the palates of the most demanding consumers, a mission whose fruits are also evidenced by the success, obtained in previous years, by the brand extension in the market of ready-made sauces and typical Calabrian products.

The new line of Mediterranean Bluefin Tuna is available on the company's e-commerce [shop.sardanelli.it](http://shop.sardanelli.it)

### TONNO ROSSO DEL MEDITERRANEO, IL GUSTO DEL PREGIATO

Il Tonno Rosso del Mediterraneo è il nuovo protagonista indiscusso in casa Sardanelli, che per il terzo anno consecutivo amplia la sua offerta con prodotti in grado di soddisfare i palati dei consumatori più esigenti lanciando tre nuove referenze: filetti di tonno, bottarga e ventresca.

Brand appartenente all'azienda Intertonno Srl, Sardanelli lavora e commercializza prodotti ittici nella sua sede di Maierato (VV), in Calabria, seguendo l'antica tradizione dei maestri tonnieri dal 1817.

Il *Thunnus thynnus* sceglie le calde acque del Mediterraneo per riprodursi; è un tonno pregiato, grande e ricercato, dalla carne di colore rosa intenso, ricca di sostanze nutritive e dal sapore gradevole e deciso.

La lavorazione del tonno è il risultato di una sapiente combinazione fra la tradizione artigianale degli antichi maestri tonnieri e le moderne tecnologie, che ha come obiettivi la qualità e la sicurezza del prodotto e la piena soddisfazione dei consumatori.

I filetti all'olio di oliva sono ricavati dalla parte dorsale e dai fianchi, le parti più magre del tonno; la ventresca in olio d'oliva è la parte più nobile del tonno, quella dei muscoli addominali, morbida e particolarmente gustosa.

La bottarga infine, è ricavata dall'essiccazione, dalla salatura e dalla lunga stagionatura delle uova del tonno.

La ricerca del gusto perfetto è una costante per Sardanelli, che mette tutto il suo impegno nell'obiettivo di soddisfare i palati dei consumatori più esigenti, missione i cui frutti sono testimoniati anche dal successo, ottenuto negli anni precedenti, dall'estensione di marca nel mercato dei sughi pronti e dei prodotti tipici calabresi.

La nuova linea del Tonno Rosso del Mediterraneo è disponibile sull'e-commerce dell'azienda [shop.sardanelli.it](http://shop.sardanelli.it)







## THE SUCCESSFUL COLLABORATION BETWEEN LOGISTICA UNO AND DE MATTEIS: an example of excellence in the pasta sector

Among the many Italian companies dedicated to the production of high-quality pasta, the manufacturer De Matteis Agroalimentare spa stands out as a real jewel in the food industry. Founded with a passion for tradition and quality, this family business has won the hearts of national and international consumers. The logistics industry is a constantly evolving sector, where efficiency, reliability and adaptability are key to meeting customer needs.

The one between Logistica Uno and De Matteis Agroalimentare is An example of a successful collaboration between a logistics company and a pasta manufacturer. This partnership, which began in 2019 in the warehouses of Maddaloni, within the interport in the Caserta area, has shown how competent management of logistics processes can lead to a significant increase in storage and distribution capacity.

De Matteis is a company that operates in a particularly complex sector, handling a variety of distribution needs, a living testimony to the rich Italian pasta tradition. Its dedication to quality, tradition and passion has made the company a benchmark in the Italian food industry and a trusted choice for consumers around the world.







**LA COLLABORAZIONE DI SUCCESSO  
TRA LOGISTICA UNO E DE MATTEIS:  
un esempio di eccellenza nel settore della  
Pasta**

Tra le numerose aziende italiane che si dedicano alla produzione di pasta di alta qualità, il produttore De Matteis Agroalimentare spa spicca come un vero e proprio gioiello nell'industria alimentare. Fondata con una passione per la tradizione e la qualità, questa azienda familiare ha conquistato il cuore dei consumatori nazionali e internazionali.

L'industria della logistica è un settore in continua evoluzione, dove l'efficienza, l'affidabilità e la capacità di adattamento sono fondamentali per soddisfare le esigenze dei clienti.

Un esempio di collaborazione di successo tra un'azienda logistica e un produttore di pasta è quella tra Logistica Uno e De Matteis Agroalimentare. Questa partnership iniziata nel 2019 nei magazzini di Maddaloni, all'interno dell'interporto nella zona del Casertano, ha dimostrato come una gestione competente dei processi logistici possa portare a un notevole incremento nella capacità di stoccaggio e distribuzione.

La De Matteis è un'azienda che opera in un settore particolarmente complesso, gestendo una varietà di esigenze di distribuzione, una testimonianza vivente della ricca tradizione italiana della pasta. La sua dedizione alla qualità, alla tradizione e alla passione ha reso l'azienda un punto di riferimento nell'industria ali-

For the GDO, Logistica Uno handles full pallet loads with the pasta manufacturer's private labels. In addition, for overseas destinations where the brand exports 80% of the volume produced, hand loads in loose containers are handled. The distribution of full pallet loads and picking for the Pasta Armando brand - De Matteis' premium brand - are other services managed with great care.

Warehouse management in the pasta industry is complex due to the strict regulations and certifications required (Bio , Fda , IFS logistics).

Logistica Uno has been able to handle this challenge successfully, ensuring that all products are handled in accordance with current regulations and industry best practices.

The collaboration between Logistica Uno and De Matteis Agroalimentare is a tangible example of how an effective partnership between a logistics company and a manufacturer can lead to significant growth and success in the pasta.

*"The pasta market is a complex and articulated world, where logistics management plays a crucial role. To guarantee the quality of our customers' products, we have to carefully plan every aspect of the supply and distribution chain, every step is crucial to meet our customers' needs,"*

Alberto D'Agostino Italy Sales Director.

*"The company's commitment to pursue business models that care for the land, the environment and people is a top priority for us. Today we need to broaden our focus*



*from the supply chain of procurement to that of product delivery to our customers, in Italy and around the world.*

*This is why we believe in the partnership with Logistica Uno, a leading company that has shown itself to be fully in line with our visions, as it is projected towards the transformation of logistics processes towards the improvement of environmental impacts."*

Marco De Matteis, Managing Director De Matteis Agroalimentare.

[www.logisticauno.it](http://www.logisticauno.it)  
[www.dematteisfood.it](http://www.dematteisfood.it)



mentare italiana e una scelta di fiducia per i consumatori di tutto il mondo.

Per il settore della Grande Distribuzione Organizzata (GDO), Logistica Uno gestisce carichi a pallet completi con marchi private label del pastificio. Inoltre, per le destinazioni oltre confine dove il marchio esporta l'80% del volume prodotto, vengono gestiti carichi a mano in contenitori sfusi. La distribuzione di pedane a carico completo e il picking per il marchio Pasta Armando – marchio premium della De Matteis - sono altri servizi gestiti con grande attenzione.

La gestione dei magazzini nel settore della pasta è complessa a causa delle rigorose norme e certificazioni richieste ( Bio , Fda , IFS logistics). Logistica Uno è stata in grado di gestire questa sfida con successo, garantendo che tutti i prodotti siano trattati nel rispetto delle normative vigenti e delle migliori pratiche del settore.

La collaborazione tra Logistica Uno e De Matteis Agroalimentare è un esempio tangibile di come una partnership efficace tra un'azienda logistica e un produttore possa portare a una crescita significativa e al successo nel settore della pasta

*“Il mercato della pasta è un mondo complesso e articolato, dove la gestione logistica riveste un ruolo cruciale. Per garantire la qualità dei prodotti dei nostri clienti, dobbiamo pianificare con attenzione ogni aspetto della catena di approvvigionamento e distribuzione, ogni passo è cruciale per soddisfare le esigenze dei nostri clienti”*

Alberto D'Agostino Italy Sales Director.

*“L'impegno dell'azienda a perseguire modelli di business attenti al territorio, all'ambiente e alle persone, e' una nostra assoluta priorità. Oggi dobbiamo ampliare la nostra attenzione dalla supply chain di approvvigionamento a quella di consegna dei prodotti ai nostri clienti, in Italia e nel Mondo. Per questo crediamo nella partnership con Logistica Uno, azienda leader che si e' mostrata pienamente in linea con le nostre visioni, in quanto proiettata verso la trasformazione dei processi logistici verso il miglioramento degli impatti ambientali.”*

Marco De Matteis, Amministratore Delegato De Matteis Agroalimentare

[www.logisticauno.it](http://www.logisticauno.it)  
[www.dematteisfood.it](http://www.dematteisfood.it)

*Piuma D'oro*



## SINCE 1964, QUALITY, INNOVATION AND ATTENTION TO DETAIL

For 60 years, Piuma d'Oro has established itself as the undisputed leader in the snack sector, capturing a market share that nearly reaches 85% in Italy

Founded on pillars of quality, innovation, and attention to detail, the company has transformed culinary tradition into a modern industry of delicious and original snacks.

Today, Piuma d'Oro is the main supplier for Organized Large-Scale Distribution (GDO) and the Ho.re.ca sector, thanks to its ability to expertly blend tradition and innovation. The company's success is highlighted by its expansion: in 2015, it acquired Dulcis Mania s.r.l., underlining its ambition to keep pace with the future challenges of the market.

The secret of Piuma d'Oro's success lies in its ability to renew traditional pastry-making. Unique snacks that reinterpret classic specialties in a modern key,



**DAL 1964 QUALITÀ, INNOVAZIONE E AT-  
TENZIONE AI DETTAGLI**

Da 60 anni Piuma d'Oro si è affermata come leader indiscusso nel settore degli snack, conquistando una quota di mercato che sfiora l'85% in Italia

Fondata su pilastri di qualità, innovazione e attenzione ai dettagli, l'azienda ha trasformato la tradizione culinaria in una moderna industria di snack deliziosi e originali.

Oggi, Piuma d'Oro è il principale fornitore per la Grande Distribuzione Organizzata (GDO) e per il settore Ho.re.ca, grazie alla capacità di fondere sapientemente tradizione e innovazione. Il successo dell'azienda è evidenziato dalla sua espansione: nel 2015, ha acquisito Dulcis Mania s.r.l., sottolineando la sua ambizione di rimanere al passo con le sfide future del mercato.

Il segreto del successo di Piuma d'Oro risiede nella capacità di rinnovare la pasticceria tradizionale. Snack unici che rivisitano le specialità classiche in chiave moderna, combinando l'idea di street food con l'eleganza della pasticceria, si sono conquistati un posto nel cuore degli italiani. Questi prodotti sono ideali per essere condivisi in famiglia o con gli amici, trasformando ogni momento in un'esperienza culinaria indimenticabile.

La produzione giornaliera dell'azienda raggiunge i 50.000 kg di prodotti, principalmente snack fritti per Carnevale. Operando su un'area di 35.000 m<sup>2</sup>, con oltre 10.000 m<sup>2</sup> coperti, Piuma d'Oro impiega circa 250 operatori, inclusi 200 addetti stagionali, dimostrando il suo impegno nella crescita economica locale.

La qualità è al centro della filosofia di Piuma d'Oro. Ogni ingrediente viene scelto accuratamente dal Controllo Qualità, con un'attenzione particolare alle materie prime naturali e semplici. La pasta sfoglia, segno distintivo dell'azienda, è il risultato di un mix perfetto di farina, acqua, zucchero e burro, lavorati con cura per ottenere un prodotto fragrante e croccante, inconfondibile nel suo genere.



combining the idea of street food with the elegance of pastries, have earned a place in the hearts of Italians. These products are ideal for sharing with family or friends, turning every moment into an unforgettable culinary experience.

The company's daily production reaches 50,000 kg of products, mainly fried snacks for Carnival. Operating over an area of 35,000 m<sup>2</sup>, with over 10,000 m<sup>2</sup> covered, Piuma d'Oro employs about 250 operators, including 200 seasonal workers, demonstrating its commitment to local economic growth.

Quality is at the heart of Piuma d'Oro's philosophy. Each ingredient is carefully chosen by Quality Control, with particular attention to natural and simple raw materials. The puff pastry, a distinctive sign of the company, is the result of a perfect mix of flour, water, sugar,





I clienti target di Piuma d'Oro includono non solo la Grande Distribuzione Organizzata e catene di discount, ma anche grossisti di dolci, prodotti alimentari, distributori e importatori, a conferma della sua vasta influenza nel mercato. Con la sua visione all'avanguardia, Piuma d'Oro non è solo un leader nel mercato italiano, ma sta anche ottenendo risultati significativi a livello internazionale, grazie alle sue moderne attrezzature.

In conclusione, Piuma d'Oro rappresenta una storia di successo italiana, dove la passione per la tradizione si fonde con lo spirito innovativo, creando prodotti che non solo soddisfano il palato, ma anche ispirano il settore alimentare a livello globale.

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



and butter, carefully worked to obtain a fragrant and crunchy product, unparalleled in its kind.

Piuma d'Oro's target customers include not only Organized Large-Scale Distribution and discount chains, but also wholesalers of sweets, food products, distributors, and importers, confirming its vast influence in the market. With its cutting-edge vision, Piuma d'Oro is not only a leader in the Italian market but is also achieving significant results internationally, thanks to its modern equipment.

In conclusion, Piuma d'Oro represents an Italian success story, where passion for tradition blends with an innovative spirit, creating products that not only satisfy the palate but also inspire the food industry on a global level.

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





FEBRUARY 25-27:  
AT BOLOGNAFIERE  
THE 3<sup>RD</sup> EDITION OF  
SLOW WINE FAIR, THE  
INTERNATIONAL FAIR  
FOR GOOD, CLEAN AND  
FAIR WINE

**Slow Wine Fair**, the only international fair for good, clean and fair wine, returns for its third edition at **BolognaFiere** from **Sunday 25 to Tuesday 27 February**.

The event is organized by **BolognaFiere** and **SANA**, the International Exhibition of Organic and Natural Products, under the artistic direction of **Slow Food**, and promotes wines from **sustainable agriculture**, which is focused on the defence of biodiversity and agricultural landscape, the judicious use of its resources, the socio-cultural growth of rural communities, and an increasing consumer awareness.

Approximately **one thousand exhibitors**, representing the **entire wine supply chain**: from **wineries**, selected by a **commission of experts**, to the world of **Italian bitter liqueurs (amaro)** – with the **Fiera dell’Amaro d’Italia** – and **spirits**, to give space also to after-meals, and **supply chain partners** that offer machinery, equipment and innovative technologies to improve the sustainability of the agricultural system.







**DAL 25 AL 27 FEBBRAIO, A BOLOGNAFIERE, LA 3<sup>A</sup> 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 terza edizione a **BolognaFiere** da **domenica 25 a martedì 27 febbraio**.

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**, incentrata sulla difesa della biodiversità e del paesaggio agrario, l'uso oculato delle sue risorse, la crescita culturale e sociale delle comunità agricole, e una maggiore consapevolezza dei consumatori.

Circa **un migliaio gli espositori**, rappresentativi di **tutta la filiera del vino**: dalle **cantine**, selezionate da una **commissione di esperti**, al mondo degli **amari** – con la **Fiera dell'Amaro d'Italia** – e degli **spirits**, per dare spazio anche al dopo pasto, fino alle **aziende partner della sostenibilità** che, attraverso macchinari, attrezzature e tecnologie innovative, contribuiscono a rinnovare il sistema agricolo.



In many cases, the wineries will offer **certified organic or biodynamic wines** for tasting, thanks also to BolognaFiere's long-standing collaboration with **FederBio**.

In addition to **Italian wines**, there are exhibitors from wine-producing **neighbors** like Austria, France, Germany and Spain, as well as from **further field**, including Argentina, Chile, Georgia, Turkey, Australia and China.

With the support of the Italian Trade Agency (**ITA**), the Chambers of Commerce and BolognaFiere's network of agents, **numerous foreign buyers** have been recruited and the share of operators from **Central-Northern Europe** is significant.

These professionals can use an **online matching service** to set up **one-to-one meetings** with potential business partners.

Among the most eagerly awaited appointments at the Slow Wine Fair are the **Masterclasses**, the **guided tastings** exploring both the Italian and international wine scene and the bitters.

The focus of the **meetings in the Arenas**, on the other hand, is the **fertility of the soil**, the **main theme** of the 2024 edition.

Slow Wine Fair is a **b2b event aimed at the Horeca and large-scale retail trade**, but on **Sunday 25** its doors are also open to all **wine lovers** interested in broadening their tasting horizons.

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

In molti casi, le cantine proporranno in assaggio **vini certificati biologici o biodinamici**, grazie anche alla storica collaborazione di BolognaFiere con **FederBio**.

Oltre all'**Italia**, i **Paesi di provenienza** vanno dai più **'classici'** – Austria, Francia, Germania e Spagna – ai **meno conosciuti**, quali Argentina, Cile, Georgia, Turchia, Australia e Cina.

Con il supporto di **ICE** - Agenzia, delle Camere di Commercio e della rete di agenti di BolognaFiere, sono stati reclutati **numerosi buyer esteri** e significativa è la quota di operatori dal **Centro-Nord Europa**.

Questi professionisti possono usufruire di un **servizio di matching online** per fissare **incontri one-to-one** con potenziali partner commerciali.

Tra gli appuntamenti più attesi della Slow Wine Fair si segnalano le **Masterclass**, le **degustazioni guidate** che esplorano il panorama vinicolo italiano e internazionale, e gli amari.

Il focus degli **incontri nelle Arene** è, invece, la **fertilità del suolo**, **tema portante** dell'edizione 2024.

Slow Wine Fair è un **evento b2b rivolto all'Horeca e alla GDO**, ma **domenica 25** le sue porte sono aperte anche a tutti gli **wine lover** interessati ad ampliare i propri orizzonti degustativi.

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

# SLOW FAIR WINE

BOLOGNAFIERE  
25-27 FEBBRAIO, 2024

La fiera  
internazionale  
dedicata  
al vino buono  
pulito e giusto



organizzato da



da un'idea di



Con il patrocinio di



Con il supporto di

[madeinitaly.gov.it](http://madeinitaly.gov.it)



In collaborazione con



TANNICO

Main partner



#SlowWineFair2024

## TENTAZIONI PUGLIESI: AN EXAMPLE OF RESILIENCE AND INNOVATION IN THE AGRI-FOOD SECTOR

In an economic context characterized by the increase in raw material costs, “Tentazioni Pugliesi”, an Italian company specializing in the production of typical snacks called taralli, emerges as an example of resilience and innovation. Despite the growing pressure on the prices of flour, extra virgin olive oil, electricity, spices, packaging, and transport, this company has adopted a strategy aimed at containing costs without compromising the quality and excellence of its products.

The key to the success of “Apulian Temptations” lies in its ability to optimize production cycles based on the boiling and subsequent baking of the taralli, in order to preserve the organoleptic properties of the product intact. Through careful analysis of internal processes, the company has managed to reduce waste and increase efficiency, thereby absorbing part of the increases in raw material costs. This approach has enabled the stabilization of product prices, a crucial factor in preserving customer loyalty during a period of economic uncertainty.

Furthermore, “Tentazioni Pugliesi” has shown a remarkable capacity for innovation, introducing new product segments that meet the needs of an ever-evolving market. These new products, characterized by an excellent quality-price ratio, have strengthened the company’s market position, attracting new consumers without alienating the traditional clientele. Thanks to this internal spending review, “Tentazioni Pugliesi” has not only managed to successfully navigate the turbulent waters of the current econo-

*Tentazioni  
Pugliesi*

my but has also continued to expand internationally. Its presence is now consolidated not only in Europe but also in key markets such as America, Morocco, and Asia.

This expansion testifies to the company’s ability to adapt and thrive in different contexts, offering products that reflect the best of Italian culinary tradition.

In conclusion, “Tentazioni Pugliesi” represents a model of how companies in the agri-food sector can face and overcome the challenges posed by a rapidly evolving economic environment. With a winning mix of operational efficiency, product innovation, and fidelity to its roots, this company continues to delight palates around the world, bringing a piece of Apulia into the homes of millions of people.

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



### TENTAZIONI PUGLIESI: UN ESEMPIO DI RESILIENZA E INNOVAZIONE NEL SETTORE AGROALIMENTARE

In un contesto economico caratterizzato dall'incremento dei costi delle materie prime, "Tentazioni Pugliesi", un'azienda italiana specializzata nella produzione di taralli, emerge come un esempio di resilienza e innovazione. Nonostante la crescente pressione sui prezzi di farine, olio extravergine di oliva, energia elettrica, spezie, imballaggi e trasporti, questa azienda ha adottato una strategia mirata a contenere i costi senza compromettere la qualità e l'eccellenza dei propri prodotti.

La chiave del successo di "Tentazioni Pugliesi" risiede nella sua capacità di ottimizzare i cicli di produzione basati sulla bollitura e successiva cottura in forno dei taralli, al fine di conservare intatte le proprietà organolettiche del prodotto. Attraverso un'attenta analisi dei processi interni, l'azienda è riuscita a ridurre gli sprechi e a incrementare l'efficienza, permettendo così di assorbire parte degli aumenti dei costi delle materie prime. Questo approccio ha permesso di mantenere stabili i prezzi dei prodotti, un fattore cruciale per preservare la fedeltà dei clienti in un periodo di incertezza economica.

Inoltre, "Tentazioni Pugliesi" ha mostrato una notevole capacità di innovazione, introducendo nuovi

segmenti di prodotto che rispondono alle esigenze di un mercato in continua evoluzione. Questi nuovi prodotti, caratterizzati da un ottimo rapporto qualità-prezzo, hanno rafforzato la posizione dell'azienda sul mercato, attirando nuovi consumatori senza alienare la clientela tradizionale.

Grazie a questa "spending review" interna, "Tentazioni Pugliesi" non solo è riuscita a navigare con successo le acque turbolente dell'attuale economia, ma ha anche continuato a espandersi a livello internazionale. La sua presenza è ora consolidata non solo in Europa, ma anche in mercati chiave come l'America, il Marocco e l'Asia. Questa espansione testimonia la capacità dell'azienda di adattarsi e prosperare in contesti diversi, offrendo prodotti che rispecchiano il meglio della tradizione culinaria italiana.

In conclusione, "Tentazioni Pugliesi" rappresenta un modello di come le aziende nel settore agroalimentare possono affrontare e superare le sfide poste da un ambiente economico in rapida evoluzione. Con un mix vincente di efficienza operativa, innovazione di prodotto e fedeltà alle proprie radici, questa azienda continua a deliziare i palati in tutto il mondo, portando un pezzo di Puglia nelle case di milioni di persone.

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

## “THE MIDDLE EASTERN DAIRY CHALLENGE: IMPORTATION VS LOCAL PRODUCTION”

Let's examine the economic and logistical options  
for the dairy market in the Middle East



By Walter Konrad

**T**he Middle East, a region characterized by an arid climate and scarce water resources, faces a crossroads in the dairy sector: import dairy products or invest in local production? This decision involves a series of complex considerations ranging from economics to environmental sustainability.

Importing dairy products represents an immediate solution to consumption needs.

Countries like Italy, France, and New Zealand, with a wide range of high-quality dairy products, are the main exporters. Importation offers a variety of choices and price stability, being less influenced by local climatic conditions.

However, dependence on imports carries risks. Fluctuations in global markets can affect prices and availability. Additionally, logistical considerations, such as transportation and storage of fresh products, present significant challenges, especially in a region where temperatures can be extremely high.

On the other hand, local dairy production in the Middle East presents unique advantages. It promotes food self-sufficiency and can stimulate the local economy, creating jobs and supporting the agricultural industry.



## latest news

Nevertheless, local dairy production faces significant obstacles. The arid climate and scarcity of water make growing feed for livestock a challenge.

Moreover, the initial investment in infrastructure, such as processing plants and refrigeration systems, is high. There is also the need for technical expertise and training to ensure the quality and safety of products.

To overcome these challenges, some Middle Eastern countries are exploring innovative agricultural techniques, such as hydroponic farming for fodder and using livestock breeds more resistant to heat. The adoption of sustainable practices and advanced technologies could make local production more feasible.

The choice between importing and local production of dairy products in the Middle East is not simple. While importation offers stability and variety, local production promises self-sufficiency and economic benefits. The

optimal solution might reside in a balanced approach: importing specific products while developing sustainable local production capacities to meet basic needs. This strategy will require investments, innovation, and collaboration among governments, industries, and scientific communities.





CONSORZIO  
Vino Nobile di Montepulciano

## VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO: THE HISTORY TELLER

Wine and Montepulciano share a profound historical link – that is a Tuscan territory that is long associated with extraordinary natural and artistic patrimony. Geographically located amongst beautiful countryside lies an architectural jewel of a city that has remained structurally unchanged since 1580. The landscape appears almost “privileged” because of the valuable wine produced here. With such a glorious and important past, the territory of Montepulciano holds its history and its Vino Nobile close. These elements essentially guarantee a mark of quality and authenticity to everything sourced in such a “noble land” both now and in the future. Vino Nobile di Montepulciano is the first Italian wine to be awarded the Denominazione di origine controllata e garantita (Docg) label.

Approximately one billion euros: this figure quantifies the worth of Vino Nobile di Montepulciano between asset values, turnover and production. The average annual value of wine production comes to around 65 million euros. That is not to







**VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO:  
UN VINO CHE SI RACCONTA**

Montepulciano e il vino rappresentano un connubio che ha profonde radici storiche ed è proprio in questa area geografica della Toscana, già caratterizzata dalla straordinaria ricchezza di un patrimonio artistico e paesaggistico in cui si incontrano e si fondono un bellissimo territorio ed una conformazione architettonica del centro abitato rimasta inalterata dal 1580, che nascono vini di eccezionale pregio che fanno apparire questa terra quasi come "privilegiata".

Il passato glorioso e l'importanza del legame tra il territorio di Montepulciano, la sua storia e il Vino Nobile sono tuttora gli elementi essenziali per garantire, nel presente come nel futuro, qualità e autenticità a tutto ciò che viene da questa "terra nobile". Nel 1980 il Vino Nobile di Montepulciano è stato il primo vino italiano a ricevere la D.o.c.g. Oggi la cifra che quantifica il Vino Nobile di Montepulciano tra valori patrimoniali, fatturato e produzione è di un miliardo di euro.

Circa 65 milioni di euro è il valore medio annuo della produzione vitivinicola, senza contare che circa il 70% dell'economia locale è indotto diretto del vino. Una cifra importante



mention that about 70% of the local economy is directly related to wine.

This figure is significant in a territory where, out of 16,500 hectares of municipal area, about 2,000 hectares are planted vineyards, i.e., about 16% of the municipal landscape. Of these, 1,208 hectares have been registered for growing *Vino Nobile di Montepulciano* DOCG wine, whilst 324 hectares have been registered for *Rosso di Montepulciano* DOC wine. More than 250 winegrowers cultivate these vineyards (there are about 90 bottlers in all, 80 of which are members of the producers' Consortium).

About one thousand permanent employees currently work in the wine sector in Montepulciano, which is not to mention the many seasonal employees that ought to also be considered. In 2022, 7.1 million bottles of *Vino Nobile* (+6% compared to 2021) and 2.8 million bottles of *Rosso di Montepulciano* (+7.7% compared to 2021) went on the market.



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



per un territorio nel quale su 16.500 ettari di superficie comunale, circa 2.000 ettari sono vitati, ovvero il 16% circa del paesaggio comunale è caratterizzato dalla vite.

Di questi 1.208 sono gli ettari iscritti a Vino Nobile di Montepulciano Docg, mentre 324 gli ettari iscritti a Rosso di Montepulciano Doc.

A coltivare questi vigneti oltre 250 viticoltori (sono circa 90 gli imbottiglieri in tutto dei quali 80 associati al Consorzio dei produttori).

Circa mille i dipendenti fissi impiegati dal settore vino a Montepulciano, ai quali se ne aggiungono altrettanti stagionali.

Nel 2022 sono state immesse nel mercato 7,1 milioni di bottiglie di Vino Nobile (+6% rispetto al 2021) e 2,8 milioni di Rosso di Montepulciano (+7,7% rispetto al 2021).

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



# VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO

TOSCANA

*A glass of beauty*





## 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)



## F.LLI POZZA SRL, RELIABILITY, COURTESY AND EXPERIENCE

### THE HISTORY

F.lli Pozza was founded in 1963 as a small beverage distributor, providing wines, sparkling wines, and mineral water for home delivery. Right from the start, the company focused on optimizing its distribution network.

Over the years, other small distributors, finding more and more products, began to purchase from us for redistribution.

A reliable reference point, a wide assortment, and constant attention to price transformed F.lli

Pozza into a wholesale distributor.

In the 1990s, Christian and Andrea, the sons, with their entry, contributed to and expanded the distribution areas, achieving significant distribution growth, which led to a further step forward by relocating the headquarters to a new area of over 12,000 square meters, making the company the largest distribution entity in the province of Varese.

Today, we serve the entire Northern Italy comprehensively.







© Bruno Cassin

### TODAY

We offer our customers a wide range of products at the best market conditions, along with order pick-up and delivery service, which represents our excellence.

We are capable of meeting our customers' diverse requests, distributing products exclusively and others in partnership with the manufacturer. All stages, from merchandise preparation to delivery, are carefully monitored through a sales network present in the territory during all stages of the sales process.

### SOME OF OUR NUMBERS

- Over 13,000,000 liters of mineral water sold annually
- More than 30,000 hectoliters of beer
- Over 80,000 bottles of wine sold
- More than 2,000,000 units handled in a year
- Over 7,000 deliveries

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

### F.LLI POZZA SRL. AFFIDABILITÀ, CORTESIA ED ESPERIENZA

#### LA STORIA

La F.Lli Pozza nasce nel 1963 come piccolo distributore di bevande, fornendo vini, spume e acque minerali a domicilio. Fin da subito l'azienda si è concentrata per ottimizzare la rete distributiva. Nel corso degli anni, altri piccoli distributori trovando sempre più prodotti hanno iniziato ad acquistare da noi per redistribuirli.

Un sicuro punto di riferimento, un ampio assortimento ed una costante attenzione al prezzo, hanno trasformato così la F.Lli Pozza in un rivenditore all'ingrosso.

Negli anni Novanta i figli Christian e Andrea con il loro ingresso hanno contribuito e allargato le zone di distribuzione, conseguendo una forte crescita distributiva, che hanno portato ad un ulteriore passo in avanti trasferendo la sede in una nuova area di oltre 12.000 mq. facendo così diventare l'azienda la più grande realtà distributiva nella provincia di Varese. Ad oggi tutto il Nord Italia viene servito capillarmente.

#### OGGI

Riserviamo ai nostri clienti un'ampia gamma di prodotti alle migliori condizioni di mercato, con un servizio di presa e consegna ordini, che rappresentano la nostra eccellenza.

Siamo in grado di soddisfare le più svariate richieste dei nostri clienti, distribuendo prodotti in esclusiva ed altri in partnership con il produttore.

Tutte le fasi, dalla preparazione della merce alla consegna, vengono seguite con estrema attenzione, attraverso una rete commerciale presente sul territorio durante tutte le fasi della vendita.

#### ALCUNI NOSTRI NUMERI

- Oltre 13.000.000 di litri di acqua minerale venduta all'anno
- Più di 30.000 di HL di birra
- Oltre 80.000 bottiglie di vino vendute
- Più di 2.000.000 di colli movimentati in un anno
- Oltre 7.000 consegne

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

# Gulfood

**19-23 FEB 2024**  
DUBAI WORLD TRADE CENTRE

## GULFOOD 2024: THE LARGEST ANNUAL F&B SOURCING EVENT IN THE WORLD

For 29 years, we've been the epicenter of groundbreaking deals, cutting-edge innovations, and trend launches and this year is no different, join us at Gulfood 2024, where real growth happens through genuine connections, insights, stories, and talent, amplifying the global F&B ecosystem.

A new global chapter is unfolding in the future of food. It's time to innovate for a more sustainable, thoughtful, and brighter future for the entire F&B ecosystem across the world.







It's the ultimate opportunity for the global F&B industry – from retailers, food suppliers, and distributors to wholesalers, chefs, thought leaders, and beyond – to network with the leading brands, discover the latest products, connect with key industry players, and explore the innovations and trends shaping the future.

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



# Gulfood

**19-23 FEB 2024**  
DUBAI WORLD TRADE CENTRE



## THE LARGEST ANNUAL F&B SOURCING EVENT IN THE WORLD

A new global chapter is unfolding in the future of food. It's time to innovate for a more sustainable, thoughtful, and brighter future for the entire F&B ecosystem across the world.

**REGISTER TODAY**  
AT [GULFOOD.COM](https://www.gulfood.com)





## PASTRY CHEF FOR PASSION

Bronte Dolci is a confectionery company specializing in the production of traditional artisan sweets.

It was born in 1997 from the idea and experience of three Bronte pastry chefs: Antonino Caruso and the brothers Pietro and Giuseppe Bellitto.

Over the years, the company has maintained the same artisan quality as its pastry shops and has managed to export its products all over the world: from Germany to Australia, from the USA to the United Arab Emirates. Bronte Dolci's corporate philosophy is based on just one guiding principle: respect. Respect for tradition. Following the tradition of pastry-making and respecting the recipes handed down from the past is a fundamental rule for us. We are the guardians of a thousand-year-old culinary heritage whose roots are lost in the mists of time. We are proud to share it with the world.

Respect for the raw materials, rigorously selected and of the highest quality, the products of our Sicilian land, rich in precious fruits: from our exquisite pistachios to the delicious almonds, from the tasty hazelnuts to the sweet strawberries, from the fresh lemons to the juicy oranges.

Respect for time: preparation, rising, cooking and resting. None of these phases is left to chance, each step in our laboratory deserves the right amount of time to create memorable pistachio products.





## PASTICCERI PER PASSIONE

La Bronte Dolci è un'azienda dolciaria specializzata nella produzione di dolci tradizionali artigianali. Nasce nel 1997 dall'idea ed esperienza di tre pasticceri brontesi: Antonino Caruso e i fratelli Pietro e Giuseppe Bellitto. L'azienda ha mantenuto negli anni la stessa qualità artigianale delle pasticcerie, riuscendo ad esportare i propri prodotti in tutto il mondo: dalla Germania all'Australia, dagli Usa agli Emirati Arabi.

La Bronte Dolci ha alla base della propria filosofia aziendale un solo comandamento: il rispetto. Il rispetto per la tradizione. Seguire la tradizione pasticceria, e osservarne i dettami che ci vengono tramandati dal passato è regola fondamentale per noi.

Siamo custodi di un patrimonio culinario millenario, le cui radici si perdono nella notte dei tempi. Siamo orgogliosi di condividerlo con tutto il mondo. Il rispetto per le materie prime, rigorosamente selezionate e di prima qualità, prodotti della nostra Terra Siciliana, ricca e prospera di frutti preziosi: dal nostro superbo pistacchio alle deliziose mandorle, dalle sfiziose nocciole alle dolcissime fragole, dai freschi limoni alle succose arance. Il rispetto per i tempi: i tempi di preparazione, di lievitazione, di cottura, di riposo. Nessuna di queste fasi è lasciata al caso, ogni passaggio nel nostro laboratorio merita il tempo giusto che si deve alle realizzazioni di prodotti al pistacchio da ricordare. Il rispetto





Respect for our pastry chefs, artisans of taste and wise masters. Free to create, to innovate, to give the best of themselves in the preparation of our desserts, guided by great passion and enormous professionalism.

Respect for our customers, who deserve the best on their tables because they trust us and choose us every day, knowing that we will not disappoint them. Respect for ever more demanding palates, thanks to a production range that includes 60 products in various traditional confectionery items: nougat, panettone, brittle, Easter doves, pesti, spreadable creams, pastries and semi-finished products for the HO.RE.CA. sector.

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



per i nostri pasticceri, artigiani del gusto e sapienti maestri.

Liberi di creare, di innovare, di dare il meglio di sé nella preparazione dei nostri dolci, guidati da grande passione e da enorme professionalità. Il rispetto per i nostri clienti, che meritano il meglio sulle loro tavole, perché si fidano di noi e ci scelgono ogni giorno sapendo che non li deluderemo.

Il rispetto dei palati sempre più esigenti, grazie a una produzione che conta ben 60 referenze declinate in diversi dolci tipici della tradizione: torroni, panettoni, croccanti, colombe pasquali, pesti, creme, paste e semi-lavorati per il settore Ho.re.ca.

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





*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 company's 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.

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 "Terre crude" 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.





## 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. 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.

## SUN-DRIED TOMATOES

### OUR RED GOLD WITH A SUPER DELICIOUS RECIPE

Primarily harvested in the fertile countryside of Puglia in southern Italy, the tomatoes are first washed, cut in half, and then laid out on fine mesh nets, salted, and left to dry in the sun for about 48 hours. Subsequently, the product is selected, cleared of any possible impurities, and processed into jars or cans.

We export them to 55 countries worldwide in the following sizes: 212ml, 314ml, 580ml, 1062ml, 1700ml, and 3100ml in glass jars and 850ml and 2650ml in tinplate cans.

Also available in fillets!

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



### POMODORI SECCHI

#### IL NOSTRO ORO ROSSO CON UNA RICETTA SUPER DELIZIOSA

Raccolti principalmente nelle fertili campagne della Puglia, nel sud Italia, i pomodori vengono prima lavati e tagliati in due e poi, stesi su reti a maglia fine, vengono salati e lasciati essiccare al sole per circa 48 ore. Successivamente il prodotto viene selezionato, privato di ogni possibile impurità e avviato al processo di trasformazione in vasetti o lattine.

Li esportiamo in 55 Nazioni nel mondo nei seguenti formati: 212ml, 314ml, 580ml, 1062ml, 1700ml e 3100ml in vaso vetro e 850ml e 2650ml in banda stagnata. Disponibili anche a filetti!

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

# Masiello

a life for food

## bio



## BIO LINE

Masiello Food, increasingly attentive to consumer needs, presents the Bio Line.

Currently, the bio range consists of 6 products:

- Sun-dried tomatoes in sunflower seed oil
- Bella di Cerignola green olives in brine
- Nocellara olives in brine
- Leccino olives in brine
- Mix of Italian olives in brine
- Capers in vinegar

New Bio delicacies coming soon!

We support Nature, we support BIO.

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

## LINEA BIO

La Masiello Food, sempre più attenta alle esigenze dei consumatori, presenta la Linea Bio.

Attualmente la gamma BIO è composta da 6 prodotti:

- Pomodori secchi in olio di semi di girasole
- Olive verdi Bella di Cerignola in salamoia
- Olive Nocellara in salamoia
- Olive Leccino in salamoia
- Mix di olive italiane in salamoia
- Capperi in aceto

Nuove bontà Bio arriveranno presto!

Sosteniamo la Natura, sosteniamo il BIO.

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

## “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**



Secolo  
**21**



## SECOLO21: THE ART OF AUTHENTIC SICILIAN FLAVORS

Welcome to the world of Secolo21, where authenticity and a passion for Sicilian flavors come to life.

Located in the heart of Val di Noto, our agricultural company represents the perfect blend of tradition and innovation.

### Our History:

Secolo21 was born to preserve and celebrate the natural riches of Sicily. We cultivate citrus fruits, ancient olive trees,

aromatic herbs, and more, following sustainable agricultural practices.

### Our Products:

Our range reflects the diversity and goodness of Sicilian flavors.

From Monocultivar Extra Virgin Olive Oil to Organic Jams, from Traditional Liqueurs to Herbal Teas and Ceramic Tea Sets, each product tells the story of this land.



#### SECOLO21: L'ARTE SICILIANA DEI SAPORI AUTENTICI

Benvenuti nell'universo di Secolo21, dove l'autenticità e la passione per i sapori siciliani prendono vita. Situata nel cuore del Val di Noto, la nostra azienda agricola rappresenta il perfetto connubio tra tradizione e innovazione.

#### **La Nostra Storia:**

Secolo21 è nata per preservare e valorizzare le ricchezze naturali della Sicilia. Coltiviamo agrumi, ulivi secolari, erbe aromatiche e tanto altro, seguendo principi di agricoltura sostenibile.





#### **Authentic Taste:**

Our raw materials, such as oranges and lemons, carry the warmth of the Sicilian sun in every bite. We produce without preservatives or artificial colors, preserving the authentic Sicilian taste.

#### **Innovation and Tradition:**

With Gin Zahara, we blend craftsmanship with creativity, using Mediterranean seawater and the essence of Zagara flower to craft a unique gin.

#### **Our Mission:**

Secolo21 promotes sustainability, preserving the environment, and showcasing the Sicilian territory.

#### **Join Us:**

Discover our world of flavors and traditions at [Secolo21.it](http://Secolo21.it). Welcome to Secolo21, where every bite and every sip is a journey into authentic Sicily.

[www.secolo21.it](http://www.secolo21.it)

#### **I Nostri Prodotti:**

La nostra gamma riflette la diversità e la bontà dei sapori siciliani. Dall'Olio Extravergine di Oliva Monocultivar alle Marmellate Biologiche, dai Liquori Tradizionali alle Tisane e Tisaniere in Ceramica Siciliana, ogni prodotto racconta la storia di questa terra.

#### **Il Gusto Autentico:**

Le nostre materie prime, come arance e limoni, portano il calore del sole siciliano in ogni assaggio. Produciamo senza conservanti o coloranti, per mantenere intatto l'autentico gusto siciliano.

#### **Innovazione e Tradizione:**

Con il Gin Zahara, uniamo l'artigianato alla creatività, usando l'acqua marina del Mediterraneo e l'essenza di fiore di Zagara per creare un gin unico.

#### **La Nostra Missione:**

Secolo21 promuove la sostenibilità, preservando l'ambiente e valorizzando il territorio siciliano.

#### **Unisciti a Noi:**

Scopri il nostro mondo di sapori e tradizioni su [Secolo21.it](http://Secolo21.it). Benvenuti a Secolo21, dove ogni boccone e ogni sorso sono un viaggio nella Sicilia autentica.

[www.secolo21.it](http://www.secolo21.it)

# SNACKEX

## SNACKEX 2024: the capital of savoury snacks and nuts

SNACKEX has a consistent history of 50+ years and is considered the ultimate event to showcase savoury snacks and nuts products, network with industry professionals, and learn from the experts.

Being recognized as the only trade show in Europe that is 100% dedicated to the savoury snacks and nuts sector, SNACKEX 2024 will take place next year on 19 - 20 June in Stockholm, Sweden at Stockholmsmässan. SNACKEX is a biannual B2B trade show gathering everybody in the said industry, from snack makers and retailers to suppliers of raw materials, ingredients, flavours, processing equipment, packaging machinery, and consulting services. The exhibition is organised by the European Snacks Association (ESA), the trade association for the savoury snacks industry in Europe.

SNACKEX is also featuring workshop sessions with free access right there on the show floor where speakers share their insights and expertise on the latest trends, challenges, and opportunities in the savoury snacks market. Attendees learn about consumer preferences, product innovation, sustainability, regulation, nutrition, and more. These sessions help participants improve their skills and knowledge regarding snack production as well as customer choices. The trade-fair covers 10.000 sqm exhibition floor, welcomes 200+ exhibiting companies, some good 3500+ attendees from 98+ countries all across Europe and the world and spans over the course of 2 full days preceded by a very well attended welcome reception where 500+ snack professionals are expected to network in a fantastic setting enjoying live entertainment and delicious food. 'Anyone who is someone in the savoury snacks and nuts indus-





**SNACKEX 2024:**  
la capitale degli snack salati e della frutta secca

SNACKEX vanta una storia costante di oltre 50 anni ed è considerato l'evento principale per mostrare i prodotti degli snack salati e della frutta secca, creare contatti con professionisti del settore e imparare dagli esperti. Riconosciuta come unica fiera in Europa interamente dedicata al settore degli snack salati e della frutta secca, SNACKEX 2024 si terrà l'anno prossimo dal 19 al 20 giugno a Stoccolma, Svezia, presso Stockholmsmässan. SNACKEX è una fiera commerciale biennale B2B che riunisce tutti nel suddetto settore, dai produttori di snack e rivenditori ai fornitori di materie prime, ingredienti, aromi, attrezzature per la lavorazione, macchinari per l'imballaggio e servizi di consulenza. La manifestazione è organizzata dall'European Snacks Association (ESA), l'associazione commerciale per l'industria degli snack salati in Europa. SNACKEX presenta anche sessioni di workshop con accesso gratuito direttamente all'interno della fiera, dove i relatori condividono le loro intuizioni e competenze sulle ultime tendenze, sfide e opportunità nel mercato degli snack salati. I partecipanti apprendono le preferenze dei consumatori, l'innovazione dei prodotti, la sostenibilità, la normativa, la nutrizione e altro ancora. Queste sessioni aiutano i partecipanti a migliorare le loro competenze e conoscenze sulla produzione di snack e sulle scelte dei clienti. La fiera copre una superficie espositiva di 10.000 mq, accoglie oltre 200 aziende espositrici e più di 3500 partecipanti provenienti da oltre 98 paesi in Europa e nel mondo. Si svolge nel corso di due intere giornate, precedute da



try will be there at the event. It is the very niche aspect of this trade-show that has kept its' audience faithful over the course of so many years and thanks to which more than 90% of the exhibitors and visitors are returning ones. At SNACKEX you will find very specific customers which cannot be found anywhere else at general food shows.', says Veronica Yakicioglu, Head of Events and Membership at European Snacks Association.

SNACKEX is an experience that will inspire, inform, and connect attendees within the savoury snacks community. It is an investment that pays off in terms of increased sales, brand awareness, customer loyalty, and competitive advantage.

Everyone wishing to attend the show is invited to keep a close eye on the SNACKEX website ([www.snackex.com](http://www.snackex.com)) as pre-registration will be launched early in 2024, and get ready for the most comprehensive international trade fair dedicated exclusively to the savoury snack sector. See you all in Stockholm!

Trade show main contact: Veronica Yakicioglu, Head of Events and Membership at European Snacks Association:  
[veronica@esasnacks.eu](mailto:veronica@esasnacks.eu)

una ben frequentata accoglienza di benvenuto in cui sono attesi oltre 500 professionisti degli snack per creare reti di contatti in un ambiente fantastico, godendo di intrattenimento dal vivo e cibo delizioso. "Chiunque sia qualcuno nell'industria degli snack salati e della frutta secca sarà presente all'evento.

È proprio l'aspetto di nicchia di questa fiera che ha mantenuto fedele il suo pubblico nel corso di tanti anni e grazie alla quale oltre il 90% degli espositori e dei visitatori ritornano fedelmente", afferma Veronica Yakicioglu, Responsabile degli Eventi e Membership dell'European Snacks Association. SNACKEX è un'esperienza che ispirerà, informerà e metterà in contatto i partecipanti all'interno della comunità degli snack salati. È un investimento che si ripaga in termini di aumento delle vendite, consapevolezza del marchio, fedeltà del cliente e vantaggio competitivo. Tutti coloro che desiderano partecipare alla fiera sono invitati a tenere d'occhio il sito web di SNACKEX ([www.snackex.com](http://www.snackex.com)), in quanto la pre-registrazione verrà lanciata all'inizio del 2024. Preparatevi per la fiera internazionale più completa dedicata esclusivamente al settore degli snack salati.

Ci vediamo tutti a Stoccolma! Contatto principale della fiera: Veronica Yakicioglu, Responsabile degli Eventi e Membership presso l'European Snacks Association:

[veronica@esasnacks.eu](mailto:veronica@esasnacks.eu)

# MOVE YOUR BUSINESS FORWARD

AT THE WORLDWIDE  
FAIR FOR SAVOURY  
SNACKS



**SNACKEX**

XX International Trade Fair for Savoury Snacks & Nuts

STOCKHOLMÄSSEN  
**STOCKHOLM**  
19-20 JUNE 2024

SNACKEX.COM

TRENDS  
TASTES  
TECHNOLOGIES  
SUPPLIERS  
DECISION-MAKERS  
DISTRIBUTORS  
TRADE PARTNERS  
CUSTOMERS



 Stockholmsmässan

## PRINZ: EXCELLENCE IN BEVERAGE&FOOD DISTRIBUTION



In the heart of Tuscany, a cradle of ancient culinary traditions, you'll find PRINZ SRL, a reference point in Italy for the beverage&-food sector.

Led by Francesco Corsi, CEO and the second generation of the company, PRINZ, whose core business is the distribution of beer in kegs, nevertheless presents itself as a shining example of comprehensive services.

PRINZ's mission is clear from the outset: to serve the Italian market with punctuality, continuity, and a high-level technical approach.

Their attention to the quality of products, particularly beer, is one of the fundamental pillars of their activity.

One distinctive feature of PRINZ is the presence of specialists in every department.

From wine sommeliers to masters of beer and enogastronomy, the PRINZ team is ready to provide specialized and personalized consultation to their clients.

Additionally, the company boasts an exclusive distribution of high-quality and unique food products not found in the large retail chains.

PRINZ SRL doesn't limit itself to beverage and food distribution.

They offer a complete service that includes providing wine lists, organizing personalized tastings, and offering consultancy for creating menus that complement beverages. Furthermore, they create and supply customized materials for establishments, such as uniforms, chalkboards, and glassware.

### PRINZ: L'ECCELLENZA NELLA DISTRIBUZIONE DI BEVERAGE&FOOD

Nel cuore della Toscana, culla di tradizioni enogastronomiche millenarie, è situata PRINZ SRL, riferimento in Italia per il settore beverage&food.

Guidata da Francesco Corsi, CEO e seconda generazione dell'azienda, PRINZ, il cui core business è la distribuzione di birra in fusti, si presenta tuttavia come un fulgido esempio di servizi a tutto tondo.

La mission di PRINZ è chiara sin dall'inizio: servire il mercato italiano con puntualità, continuità e un approccio tecnico di alto livello.

L'attenzione alla qualità dei prodotti, in particolare della birra, è uno dei pilastri fondamentali della loro attività.

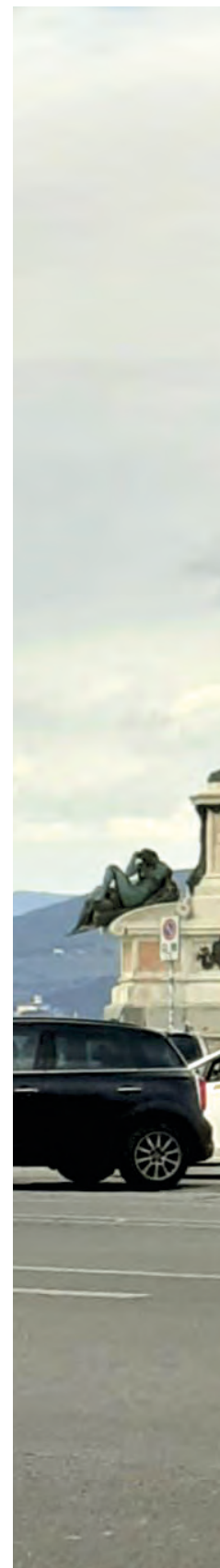
Una caratteristica distintiva di PRINZ è la presenza di specialisti in ogni reparto. Dal sommelier di vino, al maestro della birra e dell'enogastronomia, il team di PRINZ è pronto a fornire una consulenza specialistica e personalizzata ai propri clienti.

Inoltre, l'azienda vanta un'esclusiva distribuzione di prodotti alimentari di altissima qualità ed esclusivi, non reperibili nella GDO.

PRINZ SRL non si limita alla distribuzione di bevande e alimenti.

Offre infatti un servizio completo che include la fornitura di carte dei vini, organizzazione di degustazioni personalizzate e consulenza per la creazione di menù abbinati alle bevande. Inoltre, crea e fornisce materiale personalizzato per i locali, come divise, lavagne e bicchieri.

Anche la formazione è una delle priorità per PRINZ.









Training is also a top priority for PRINZ. Every year, they invest in training both their internal staff and clients. Courses on beer, wine, and masterclasses on breadmaking are just some of the initiatives that demonstrate their significant commitment to continuously updating both their personnel and clients.

Another strength of PRINZ is its efficient and well-organized logistics. They make consistent investments in technologies that minimize human errors, ensuring the utmost precision in deliveries.

Additionally, they pay great attention to sustainability, offering eco-friendly products and promoting recycling both within their offices and in the communities they serve.

PRINZ doesn't overlook its corporate social responsibility.

In addition to promoting eco-sustainability, they support charitable projects in the Tuscan region, demonstrating their dedication to contributing to the community.

In summary, PRINZ SRL is much more than a beverage&food distributor. It is a strategic partner for local businesses, a reference point for training, and an example of corporate social responsibility.

Its constant evolution and customer-centric approach make it a leader in the industry.

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

Ogni anno, investe nella formazione sia interna che dei propri clienti.

Corsi sulla birra, vino e masterclass sulla panificazione, sono solo alcune delle iniziative che dimostrano l'enorme impegno nell'aggiornare costantemente il personale e i clienti.

Un altro punto di forza di PRINZ è la logistica efficiente e ben organizzata.

Costanti sono gli investimenti in tecnologie che minimizzano gli errori umani, garantendo la massima precisione nelle consegne.

Grande attenzione inoltre viene data alla sostenibilità, perseguita offrendo prodotti ecocompatibili e promuovendo la raccolta differenziata sia negli uffici che sul territorio.

PRINZ non trascura la sua responsabilità sociale d'impresa.

Oltre a promuovere l'ecosostenibilità, infatti, sostiene progetti di beneficenza nel territorio toscano, dimostrando il proprio impegno a contribuire alla comunità.

In sintesi, PRINZ SRL è molto più di un distributore di beverage&food. È un partner strategico per i locali, un punto di riferimento per la formazione e un esempio di responsabilità sociale d'impresa.

La sua costante evoluzione e attenzione al cliente la rende un'azienda leader nel settore.

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





FROM THE FIELD  
TO THE TABLE, QUALITY,  
FLAVOUR AND GOODNESS

Piacenza, 1980: the Bertuzzi brothers, Angelo and Emilio, founded Riverfrut, the farming company that still produces and distributes vegetables, both fresh (the core business has always been green beans) and semi-processed such as cooked and grilled vegetables, soups, creams and burgers.

Quality, sustainability and the marrying of tradition and innovation have been the hallmarks for the past fifty years of the Piacenza-based brand that is always quick to identify and respond to the demands of modern-day living: the pre-cooked range, which has its origins in the Cottintavola line, lends itself to quick, tasty and at the same time healthy eating.

The goal of our sustainable agriculture is to ensure that our natural products are free from additives, oils and preservatives, and to safeguard the soil and those who work it; the processed products, in turn, benefit from the application of techniques designed to protect their nutritional and organoleptic properties, preserving the freshness of the raw ingredients.

That's why Riverfrut carefully manages the entire production cycle, as evidenced by the prestigious national Eco Pack award, attesting to the use of environmentally sustainable packaging; not to mention the planting of 500 trees - including tall conifers and hedges - around the factory, and the considerable savings in water and energy resulting from the investments made in recent years.

The controlled supply chain and the state-of-the-art plant on an area of 30,000 m<sup>2</sup> located in Niviano di Rivergaro ensure that the company remains very well-positioned in most of the large supermarket chains, both in Italy and abroad. And in addition, the family-run company also has a reputation as a reliable co-packer for several national and foreign supermarket chains, for both fresh and processed products: the numerous certifications achieved over the years (Global Gap, IFS, BRC, Organic and Kosher) are testimony to this. As if all this were not enough, an in-house Research & Development team is constantly striving to come up with novel products that can appeal to the latent needs of consumers, by taking on increasingly complex and stimulating challenges.

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





**DALLA TERRA  
ALLA TAVOLA, QUALITÀ, GUSTO  
E NATURALITÀ**

Piacenza, 1980: i fratelli Angelo ed Emilio Bertuzzi fondano Riverfrut, la società agricola che tutt'ora produce e distribuisce verdure ed ortaggi, sia freschi (core business è da sempre il fagiolino) sia semilavorati quali cotti, grigliati, zuppe, vellutate e burger.

Qualità, sostenibilità e coesistenza di tradizione e innovazione connotano da ormai cinquant'anni il marchio piacentino, attento e puntuale a soddisfare le esigenze della modernità: V gamma, riconducibile alla linea Cottintavola, si presta infatti a un consumo rapido, gustoso e al tempo salutare. Le coltivazioni sostenibili mirano a restituire prodotti naturali, privi di additivi, oli e con-

servanti, nel rispetto della terra e di chi la lavora; i trasformati, a loro volta, prevedono l'impiego di tecniche volte a tutelarne le proprietà nutritive e organolettiche, conservando la freschezza della materia prima.

Pertanto Riverfrut pone particolare attenzione all'intero ciclo produttivo, come testimonia il prestigioso premio nazionale Eco Pack, attestante l'utilizzo di confezioni ecosostenibili; per non dimenticare la messa a dimora di 500 piante – tra conifere ad alto fusto e siepi – attorno allo stabilimento, e il notevole risparmio idrico ed energetico grazie agli investimenti degli ultimi anni.

La filiera controllata e l'impianto d'avanguardia su un'area di 30.000 m2 sito a Niviano di Rivergaro consentono all'impresa agricola di mantenere un ottimo posizionamento in gran parte della GDO italiana ed estera. Non solo, la società a conduzione familiare si distingue anche come affidabile copacker per parecchie insegne della GDO nazionali e non, sia per i freschi sia per i trasformati: a garanzia di ciò, le numerose certificazioni conseguite negli anni (Global Gap, IFS, BRC, Biologico e Kosher).

Come tutto questo non bastasse, un team interno di Ricerca & Sviluppo s'impegna costantemente nel promuovere prodotti inediti che possano sollecitare i bisogni latenti dei consumatori, affrontando sfide sempre più complesse e stimolanti.

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





## “ INNOVATION AND TRADITION: THE DYNAMIC SOFT DRINK MARKET IN THE MIDDLE EAST ”

The Middle East, with its rapidly evolving economies and a young, cosmopolitan population, is becoming a fertile ground for the soft drink market



All images: pexels.com

**T**he increase in disposable income, urbanization, and changing consumer tastes are shaping a continuously evolving sector that skillfully blends tradition with innovation.

One of the most significant aspects is the adaptation of soft drinks to local tastes. Companies are experimenting with traditional ingredients to create flavors that are appreciated by the local palate.

This approach not only attracts consumers in the Middle East but also opens the doors to a global market interested in exotic and authentic flavors.

The production of soft drinks in the region must take into account unique factors. Climatic challenges, such as



by Our Editorial Team

high temperatures and water scarcity, require efficient and sustainable production processes.

Companies are therefore encouraged to invest in advanced technologies for water treatment and eco-friendly refrigeration systems, minimizing environmental impact.

## 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



## 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.





workshop - utilizes important modern production processes and has released a wide range of its own production and house specialty products.

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)



Another growing trend is the demand for healthier options. Consumers are increasingly aware of health and wellness issues, pushing producers to offer low-calorie soft drinks, without added sugars, and enriched with vitamins and minerals. This has led to a diversification of product portfolios, with a greater emphasis on natural and organic ingredients. Furthermore, compliance with cultural and religious norms is crucial. The production of non-alcoholic soft drinks is particularly relevant in a region where alcohol is often prohibited for religious reasons. This has created a unique market for premium soft drinks, offering a satisfying alternative to alcoholic beverages for special occasions.

Marketing and distribution strategies are equally important. Advertising campaigns must reflect the cultural and social values of the region, while distribution must be optimized to reach a wide range of outlets, from large shopping centers to small local shops.

We can therefore say that the soft drink market in the Middle East is a dynamic sector, requiring a balance between respect for traditions and innovation. Companies that can navigate these elements with cultural sensitivity and a commitment to sustainability are well-positioned to exploit the potential of a rapidly growing market.





## TERRITORY, TRADITION, QUALITY AND INNOVATION

Trevalli Cooperlat is a dynamic and modern second-grade agrifood Cooperative company. Since the beginning, sixty years ago, it has been able to build 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 QM, 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 the other factories of the Company (Amandola, Colli al Metauro). The milk supplied by the associates is collected daily and transformed in the 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



### 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 italiani. 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, 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 trasformazione del latte produzioni innovative come le cre-





me 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)

cheeses and on all those products that derive their added value from the link with 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 is present 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)





# we've talked about...

## **BERGADER ITALIA SRL**

**I COV - 3-54/56**

Via Monte Baldo, 14/F  
Loc. Calzoni  
37060 Villafranca di Verona - VR  
Italy

## **BOLOGNA FIERE SPA**

**I COV - 70/73**

P.zza Costituzione, 6  
40128 Bologna - Italy

## **BRONTEDOLCI SRL**

**92/94**

Viale Kennedy, stab. 37  
(zona artigianale)  
95034 Bronte - CT  
Italy

## **CALUGI SRL**

**2-14-15**

Via A. Cerbioni, 38  
50051 Castelfiorentino - FI  
Italy

## **CANTINA SANTADI**

**I COV - 5-52-53**

Via Giacomo Tachis, 14  
09010 Santadi - SU  
Italy

## **COCA-COLA HBC ITALIA**

**25**

Piazza Indro Montanelli, 30  
20099 Sesto San Giovanni - MI  
Italy

## **CONSORZIO DEL VINO NOBILE DI MONTEPULCIANO**

**78/81**

Via San Donato, 21  
53045 Montepulciano - SI  
Italy

## **CONSTELLAR EXHIBITIONS MALAYSIA SDN BHD**

**51**

Lot 1008, Level 10, Tower 2, Faber Towers,  
Jalan Desa Bahagia, Taman Desa  
58100 Kuala Lumpur  
Malaysia

## **COOPERLAT SOC. COOP. AGRICOLA**

**124/126**

Via Piandelmedico, 74  
60035 Jesi - AN  
Italy

## **D.T.S DOLCIARIA SRL**

**I COV - 26/28**

Via A. Ascari, 32  
95032 Belpasso - CT  
Italy

## **DUBAI WORLD TRADE CENTRE - DWTC**

**88/91**

P.O. Box 9292  
Dubai - U.A.E - United Arab Emirates

## **EUROPEAN SNACKS ASSOCIATION ASBL**

**104/107**

Rue des Deux Eglises 26  
1000 Brussels - Belgium

## **FIORDELISI SRL**

**9-82/85**

SP 88 Stornarella / Ascoli Satriano km 0,600  
71048 Stornarella - FG  
Italy

## **FIorentini FIRENZE SPA**

**I COV - 29/35**

Località Belvedere 26/26A  
53034 Colle di Val d'Elsa - SI  
Italy

## **FRATELLI POZZA SRL**

**I COV - 86-87**

Via Morazzone, 1  
21012 Cassano Magnano - VA  
Italy

## **FRUTTHERA GROWERS SOC. COOP. AGR.**

**I COV - 40/43**

Via Provinciale, 15  
75020 Scanzano Jonico - MT  
Italy

## **FUMAGALLI DANILO SRL**

**10-58-59**

Via Ferrante Brioschi, 39  
20842 Besana in Brianza - MB  
Italy

# we've talked about...

## **GEM INDONESIA**

**39**

CityPark Business District (CBD)  
Mutiara Palembang, Blok A No. 05-07JL.  
Kamal Raya Outer Ring Road  
11730 Jakarta Barat  
Indonesia

## **IL FORNO DEL BORGO DI IANNOLILLO NINA**

**IV COV**

Via Immacolata Concezione, 13/15  
83045 Calitri - AV - Italy

## **INTERTONNO SRL - TONNO SARDANELLI**

**4-60-61**

Via Zona Industriale, Lotto 22  
89843 Maierato - VV  
Italy

## **L'ARABA FENICE VEG SRL**

**I COV - 44/47**

Via Torino, 12  
35035 Mestrino - PD - Italy

## **LA FORNERIA DI DEMASI G.& C. SNC.**

**6-48/50**

Corso Traiano 174/A  
10135 Torino - Italy

## **LABORATORIO ALIMENTARE**

### **CECCHIN ANDREA E CARLO SRL**

**I COV-1-120/122**

Via Maglio, 23  
35015 Galliera Veneta - PD - Italy

## **LOGISTICA UNO EUROPE SRL**

**62/65**

Via Padania snc  
37050 Oppeano - VR - Italy

## **MASIELLO FOOD SRL**

**I COV - 95/99**

Via E. De Nicola sn  
71042 Cerignola - FG  
Italy

## **MEDSOL SRL**

**I COV - 19/21**

Viale A.Olivetti, 37  
Zona A.S.I.  
70056 Molfetta - BA - Italy

## **PANEM**

**I COV - 22/24**

Via Pavia, 9  
20835 Muggiò - MB - Italy

## **PEGASUS CONSULTANCY (PVT) LTD**

**57**

8th Floor, PNSC Building,  
M.T. Khan Road, Lalazar  
74700 Karachi - Pakistan

## **PIUMA D'ORO SRL**

**8-66/69**

Via Montesanto, 6  
24047 Treviglio - BG  
Italy

## **PRINZ B. & F. SRL**

**108/111**

Via dei Platani - Località San Donnino  
50013 Campi Bisenzio - FI  
Italy

## **S.P. SPA**

**114/118**

S.S. 31Bis Vercelli-Casale  
13010 Stroppiana - VC - Italy

## **SECOLO21 SRL**

**101/103**

Contrada Casale snc  
96017 Noto - SR  
Italy

## **SOC.AGR. DI BERTUZZI EMILIO & ANGELO**

**112-113**

Strada Comunale per Suzzano, 14  
29029 Rivergaro - PC  
Italy

## **TENTAZIONI PUGLIESI SRL**

**I COV - 7-74-75**

SP Per Andria KM 2,00  
76125 Trani - BT  
Italy

## **WHA ITALIA**

**I COV**

Viale Brianza, 20  
20092 Cinisello Balsamo - MI  
Italy

# Alimentaria

International Food, Drinks & Food Service Exhibition

# &

# HOTELCO

THE HOTEL & RESTAURANT TRADE SHOW

**BARCELONA 18-21 March 2024**  
Gran Via Venue

[www.alimentaria.com](http://www.alimentaria.com)  
[www.hostelco.com](http://www.hostelco.com)

## United for excellence

Leading the Food & Hospitality Business



Alimentaria Exhibitions

  
Fira Barcelona



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones



Generalitat de Catalunya  
**Departament d'Acció Climàtica,  
Alimentació i Agenda Rural**

**AECOC**

 **CEHAT**  
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOTELES  
Y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

 **ITH**  
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE HOTELERÍA

 **HOSTELERÍA  
DE ESPAÑA**

 **FOOD  
SERVICE ESPAÑA**  
Restauración colectiva especializada

*Il Forno  
del  
Borgo*

Progetto grafico:  
  
2005

Since 1969,  
the **PASSION**  
for all things  
**GOOD!**

**Il Forno del Borgo**  
Via Immacolata Concezione, 13/15  
83045 Calitri - AV - Italia  
[www.facebook.com/ilfornodelborgo](http://www.facebook.com/ilfornodelborgo)

**Punto vendita:**  
Via Francesco Tedesco, 32  
83045 Calitri - AV - Italia