

Food & bev

catalogue

buyer

M
MARENCHINO
una storia di famiglia

www.marenchino.it

Bergader

La montagna nei formaggi. Dal 1902.

www.bergader.it

Pan di Vico SRL
Produzione Paese Grattugiato

www.pandivico.com



**LA VINICOLA
DEL TITERNO**

www.lavinicoladeltiterno.it

SCRIANI

www.scriani.it

LAURETANA

The lightest water in Europe

www.lauretana.com

FRATELLI
Cecchin
PASTAFRESCA

www.pastacecchin.it



MARCATI

con la tradizione nel cuore

www.gaglianomarcati.it



Il Buono d'Italia

www.olioluglio.it



Since 1948

sideaspezie.com - limperodelsole.it

SLOW WINE FAIR

slowinefair.slowfood.it

*Tentazioni
Pugliesi*

www.tentazioni pugliesi.it



www.italialongevity.it



Passione di famiglia dal 1589

www.mulinosartori.it



www.fiorentinifirenze.it



**COMMERCIALE
PEGASO**

www.commercialepegasosrl.it

**PREFORMATI
ITALIA**

www.preformatiitalia.it

schiavone
FRUITS&VEGETABLES

www.schiavonegroupsrl.com

**TUTTOFOOD
MILANO**

www.tuttofood.it



CIBUS
CONNECTING ITALY

www.cibus.it

Cuoricino

LA BUONA MERENDA DI FRUTTA BIOLOGICA

Pratica e in diversi gusti, la linea Cuoricino di Cuore di Frutta è una **merenda completa**, sana, nutriente e con ingredienti provenienti da agricoltura biologica.

Perchè quando le materie prime sono buone non c'è bisogno di aggiungere altro.



SENZA
ZUCCHERI
AGGIUNTI



SENZA
ADDITIVI
AGGIUNTI

vi aspettiamo

TUTTOFOOD
MILANO

fieramilano 8 - 11 maggio 2023
PAD 3 - STAND P31



@cuoredifruttajuces - www.oyonlyjuices.com - www.fruttafrullata.it

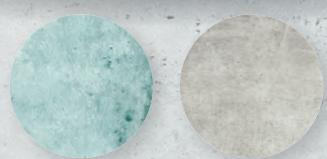


Pinsa

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



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



FRESH FROZEN



www.valsagroup.it



FRESCHEZZA

E GENUINITA' FIRMATE

RIVERFRUT



Studiart.it

Riverfrut® &



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@tentazioniipugliesi.it

www.tentazioniipugliesi.it





GRUPPO  *bio*
organizzazione di produttori
TARULLI OP.

UVA BIOLOGICA - ORGANIC GRAPES
KONTROLLIERT ÖKOLOGISCHE TAFELTRAUBEN

Don't dream it... have it!



BIOUISSE
ORGANIC

demeter



Zona PIP: Viale G. Saponaro Sindaco
70016 NOICÀTTARO (BA) Italy
Tel. +39 080 478 37 61 - Fax +39 080 478 38 14
info@gruppotarulliop.it - www.gruppotarulliop.it





Bergader

La montagna nei formaggi. Dal 1902.

Morbido, profumato, delicato.



Il gusto della montagna ogni giorno sulla tua tavola.

[®] SCRIANI



Twenty experience



CRÈME GOURMET

Il tuo nuovo alleato in cucina.
Your new ally in the kitchen.

**PREPARATO PER CUCINA,
A BASE DI PANNA UHT**

PUNTI DI FORZA:

- Ottima cremosità e consistenza
- Elevata resa e assenza di separazione
- Veloce tempo di rappres
- Stabile in abbinamento ad ingredienti acidi e/o alcoolici
- Resistente allo scongelamento

APPLICAZIONI:

Ideale in cucina per primi piatti come pasta, lasagne, risotti, per zuppe di legumi, di pesce, di crostacei e di verdure.

Particolarmente indicata per la preparazione di salse da condimento in abbinamento sia a primi che secondi piatti come la salsa vinaigrette e la salsa per vitello tonnato. Inoltre, è eccellente in abbinamento a secondi piatti di carne, come brasati, arrostiti, pollame e di pesce, sia freddi, come la tartare di tonno, sia caldi, come il filetto di salmone.

Infine, è ottimale per la pasticceria salata e quindi per tutte le preparazioni dove cucina e pasticceria si uniscono, come tartine, croissant salati, quiche, focacce.

CARATTERISTICHE:

- ORIGINE ANIMALE
- 20% GRASSI
- SINERESI 0/5 ○○○○○
- STABILITÀ ACIDA 5/5 ●●●●●

FORMATO: 1 LT TETRAEDGE

**UHT PREPARATION
FOR COOKING, BASED ON CREAM**

STRENGTHS:

- Excellent creaminess
- No curdling and no separation
- Fast thickening speed
- Stable when used with acid and/or alcoholic ingredients
- Thaw resistant

USE:

Ideal for the preparation of first and main courses like pasta, lasagna, risotto, legume, fish, vegetable and crustacean soups.

Particularly suitable for the preparation of seasoning sauces like vinaigrette and veal with tuna sauce.

It is also excellent when used with meat main courses like braised pork, beef, veal, roasted meat, poultry meat and with fish main courses both hot and cold, like tuna tartare and salmon fillet.

It eventually is optimal for salty pastry, where pastry and cooking meshes (e.g. salty croissants, canapés, quiche and focaccia).

KEY FEATURES:

- DAIRY
- 20% FAT
- SEPARATION 0/5 ○○○○○
- STABILITY 5/5 ●●●●●

AVAILABLE SIZE: 1L TETRA EDGE



Scopri di più: www.hoplatrevalliprofessional.it
Further info at: www.trevalli.cooperlat.it/en





© 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.

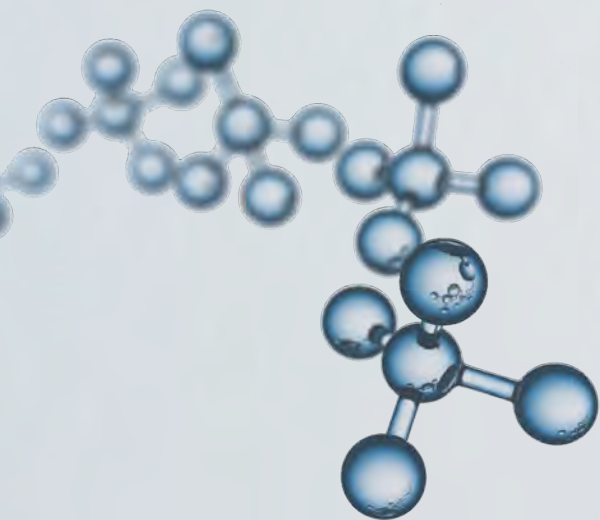
MORE THAN JUST A SLOGAN

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



*le grandi cose nascono
dai piccoli elementi.*



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

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

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


TOSCANA TRADING
Natural Sources Worldwide

info@toscanatrading.it www.toscanatrading.it

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



SCAN NOW.
TASTE OUR
SELECTION!

#trufflerevolution



Aperitartufo

STEFANIA CALUGI SELECTS AND SELLS THE BEST TRUFFLES OF THE TUSCAN TERRITORY. THE "APERITARTUFO" IS A SPECIAL LINE OF PRACTICAL AND EASY TO EAT SNACKS, TO ENRICH COCKTAILS AND APERITIFS AND TO AMAZE WITH HIGH QUALITY PRODUCTS, READY FOR USE.

More than Truffle!



STEFANIA CALUGI[®]
tartufi dal 1908



We proudly satisfy Italian and international safety food standards

seguici su   

www.tartufi.it





LA VINICOLA DEL TITERNO



Massa di Faicchio
(BENEVENTO)

www.lavinicoladeltiterno.it



FRATELLI
Cecchin
PASTAFRESCA



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





PREFORMATI
ITALIA®

Swimming pools, Spas & Design



KLIMAPOL LA TUA PISCINA IN CLASSE A

Perchè la **migliore energia** è quella non consumata!

KlimaPool

Klimapool: il nuovo Concept di Preformati Italia per una **piscina unica e sostenibile**. Un impianto esclusivo dalla **struttura leggera, personalizzabile** e ad **alto risparmio energetico nel massimo rispetto dell'ambiente**.

www.preformatiitalia.it



Design
pininfarina

Lightness is in our nature.



TDS/fixed residue
14 mg/l

sodium
FREE

hardness
0.60 °f

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



LAURETANA®

The lightest water in Europe

*recommended to those
who care about their wellbeing*

Follow the lightness    www.lauretana.com

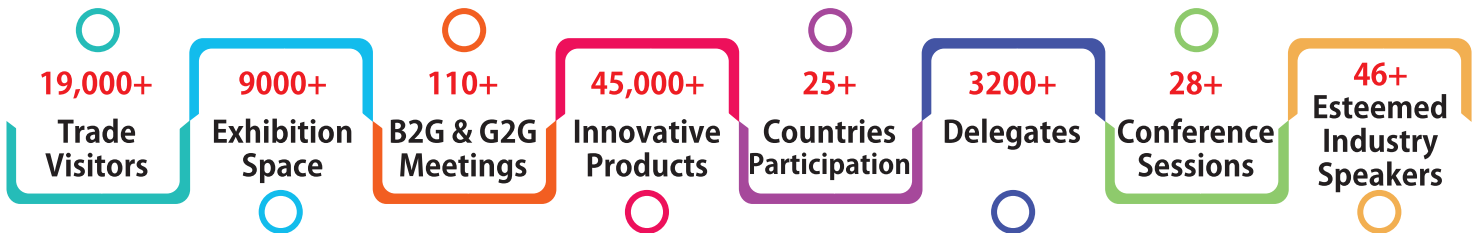
India's International Exhibition on Food & Beverage Trade And Retail Market

7-9 September 2023
BEC, Mumbai, India

Explore our Industry Zones



Key Highlights of 2022 Edition



Supporting Associations



Associate Partner



For More Information:

v.thakker@koelnmesse-india.com

+91 99871 23821

Co - Located with:



www.anufoodindia.com

Organised by:



some contents

oil

baked goods



Fionentini Firenze spa:
 presents the new line of "climate
 friendly" products. pp. 26/31

Schar: attract new guests with
 gluten-free horeca solutions!
 pp. 46/49

wine

preserving



Azienda Agricola Scriani:
 Twenty Experience.
 pp. 68/73

Masiello Food srl:
 a life dedicated to food.
 pp. 114/117

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 2 - TUTTOFFOD

In partnership with:



web site: www.editricezeus.com
 e-mail: redazione@editricezeus.com
 portal: www.allfoodonline.com
 e-mail: marketing@allfoodonline.com
 skype™: editricezeus

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

managing editor
 Enrico Maffizzoni
direzione@editricezeus.com

confectionary



rice



Rinaldini: excellence in pastry and gastronomy sector.
pp. 146/150

S.P. spa: rice champions food and environmental sustainability.
pp. 176/180

frozen foods



Valpizza srl: promoting the true italian food lifestyle all over the world. - pp. 208/210



Sonia V. Maffizzoni
Editorial Manager

International Earth Day was recently celebrated, reminding us of the urgent need to preserve our planet's natural resources, which is more pressing now than ever. In the realm of food, with a constantly increasing global population and the looming climate crisis, there are many questions to be asked. What direction should we take, what regulations should be put in place to protect the environment, and how do we respect the consumer and their needs are just a few of the issues faced by those working in the industry.

There is also discussion about lab-grown meat and new raw materials derived from insects. Among the many questions, one certainty remains: food, which until recently was simply a testament to tradition and culture, has become one of the primary factors of sustainability. From cultivation to production, the challenge is to find a way to square the circle: the right balance that will allow us to look confidently toward the future.

alcohol



GEMELLI.:
high quality italian products. pp. 212/215

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
Leomilla Translation

printing
Zeus agency





seguici su   

www.tartufi.it

IT'S TIME FOR

È TEMPO DI

Aperitartufo

Stefania Calugi has been enhancing and knowing "her Tuscany" all over the world for over 30 years. The link between the territory and tradition, the constant research for innovation, make Stefania Calugi products a unique gastronomic experience.

The Aperitartufo line has been conceived for every moment of the day. Practical and tasty ready-to-use snacks, excellent to be enjoyed together with a glass of sparkling wine, during an aperitif or whenever you want. There are many products in the Aperitartufo line: chips, apricots, bananas,

cashews, breadsticks, olives, focaccia and halze-nuts, all combined with the unmistakable taste of truffle. Stefania Calugi counts over 150 references created to surprise and to make truffle known in its whole possible combinations. The attention to tradition and the continuous search for innovative recipes allow Stefania Calugi to offer her public new products, amazing to taste and simple to use. The company is certified BRC, IFS, FDA and recognized as MADE IN ITALY excellence.

www.tartufi.it





Stefania Calugi da oltre 30 anni valorizza e fa conoscere la sua Toscana in tutto il mondo. Il legame con il territorio e la tradizione, la costante ricerca di innovazione, rendono i prodotti Stefania Calugi un'esperienza gastronomica unica.

La linea Aperitartufo è ideata per accompagnare ogni momento della giornata. Comodi e gustosi snack pronti all'uso, ottimi per essere gustati insieme a un calice di bollicine o con un aperitivo, ma anche da soli. Sono molti i prodotti che compongono la linea Aperitartufo: patatine, albicocche, banane, anacardi, grissini,

pomodori, olive, focaccia e nocciole, tutti abbinati al gusto inconfondibile del tartufo. Stefania Calugi conta oltre 150 referenze create per stupire e far conoscere il tartufo a 360 gradi in tutti i suoi possibili abbinamenti. L'attenzione per la tradizione e la ricerca continua di ricette innovative permettono a Stefania Calugi di proporre sempre al suo pubblico nuovi prodotti, ottimi da gustare e semplici da utilizzare. L'azienda è certificata BRC, IFS, FDA e viene riconosciuta come eccellenza MADE IN ITALY.

www.tartufi.it





ANTICA LATTERIA DI CREMA: THE ENJOYMENT OF MAKING TASTY THINGS

Uniquely flavoured cheeses, made in the heart of the Po Valley through the know-how of master cheesemakers, and handed down over almost a century of history, thanks to the goodness of the milk and strictly monitored raw materials.

Hard cheeses, in particular, are our passion: ancient recipes are skilfully combined with new taste trends to create magical flavours. Trends are not the only things we care for. We aim at respecting whatever you need.

Thanks to our products with KOSCHER certification (mozzarella, cream and ricotta cheese) we guarantee the highest quality standards.

We have been active on social networks (facebook and instagram) for over a year. Here our followers keep up to date on our products and discover many curiosities related to the dairy world.

Trends are not the only things we care for. We aim at respecting whatever you need.

and to always offer new cheeses with unique and innovative content. In fact, we have patented new mixtures of milk and spices that





**ANTICA LATTERIA DI CREMA: IL GUSTO DI FARE
LE COSE BUONE**

Nel cuore della Pianura Padana, dall'arte dei mastri casari, tramandata in quasi un secolo di storia, dalla bontà del latte e delle materie prime rigorosamente controllate, nascono formaggi dal sapore unico.

I formaggi a pasta dura, in particolare, sono la nostra passione: le antiche ricette si affiancano ad arte alle nuove tendenze di gusto e creano magie di sapori.

Non solo le tendenze ci stanno a cuore: il nostro desiderio è quello di rispettare ogni tipo di esigenza e di proporre sempre nuovi formaggi dal contenuto unico e innovativo. Abbiamo infatti brevettato delle nuove miscele di latte e spezie che presenteremo nel corso dei prossimi mesi.

Tutto questo e molto altro è sul sito www.anticalatteriadicrema.it, dove da fine anno scorso è presente anche la sezione "shop online" per ordinare e assaporare tutte le nostre eccellenze.

Siamo presenti e attivi sui social, dove i nostri followers si tengono aggiornati sui nostri prodotti, possono scoprire tante curiosità legate al mondo caseario e trovare appetitose ricette facili da realizzare. Vi invitiamo a seguirci su Instagram: [anticalatteria_crema](https://www.instagram.com/anticalatteria_crema) e Facebook: Antica Latteria di Crema.

we will present in the coming months. All this and much more is on the website www.anticalatteriadicrema.it, where since the end of last year there is also the “on-line shop” section to order and savor all our excellence.

We have been active on social networks (facebook and instagram). Here our followers keep up to date on our products and discover many curiosities related to the dairy world. and find appetizing recipes easy to make. We invite you to follow us on Instagram: [anticalatteria_crema](https://www.instagram.com/anticalatteria_crema) and Facebook: Antica Latteria di Crema.

Sovrano with buffalo milk.

Sovrano is our signature cheese, with a unique recipe, taste, and name.

For this reason, **we have patented it and only we at the Antica Latteria di Crema can produce and market it.** A guarantee of quality and protection for everyone: for both the seller and for those who wish to savour it.

Certified minimum maturation period of 18 months.

Sovrano with buffalo milk and vegetarian rennet.

Matured hard cheese made from cow's milk mixed with buffalo milk with a hard white rind, made with vegetarian rennet obtained from microbial fermentation. It has a straw colour, with a full, delicate flavour and aroma.

Certified minimum maturation period of 18 months.

Granamore with premium Italian milk.

Matured hard cheese with a hard rind, made from high-quality Italian milk. It has a finely grained structure with a flaky texture, a white to pale straw colour, and a well-balanced aroma.

Parmigiano Reggiano DOP ORGANIC - from mountain milk.

Matured compact or grained hard cheese, made from organic cow's milk from animals reared in the Emilian mountains without the use of antibiotics. An impec-



granAmore

Con latte italiano di qualità



Sovrano con latte di Bufala

Il nostro fiore all'occhiello: formaggio unico nella ricetta, nel gusto e nel nome. Per questo lo **abbiamo brevettato e solo noi dell'Antica Latteria di Crema possiamo produrlo e commercializzarlo**. Una garanzia di qualità e di tutela per tutti: sia per chi lo vende che per chi desidera gustarlo.

Formaggio a pasta dura stagionato prodotto con latte vaccino miscelato con latte di bufala dalla crosta dura di colore bianco. Stagionatura minima certificata di 18 mesi.

Sovrano con latte di Bufala e Caglio Vegetale

Formaggio a pasta dura stagionato prodotto con latte vaccino miscelato con latte di bufala dalla crosta dura di colore bianco, è realizzato con caglio vegetale ottenuto da fermentazione microbica. Dal colore paglierino e gusto e aroma pieni e delicati. Stagionatura minima certificata di 18 mesi.

Granamore con latte italiano di qualità

Formaggio a pasta dura stagionato dalla crosta dura prodotto con latte italiano di alta qualità. Dalla struttura finemente granulosa con frattura a scaglie, di colore da bianco a paglierino chiaro e dal profumo calibrato ed equilibrato.

Parmigiano Reggiano DOP Biologico Da latte di Montagna

Formaggio a pasta dura compatta o granulosa, prodotto con latte vaccino biologico, proveniente da animali allevati sulle montagne emiliane senza l'utilizzo di antibiotici. Un formaggio impeccabile in ogni sua caratteristica e rispettoso verso la natura, noi stessi e il nostro futuro. Stagionatura minima per un formaggio DOP 12 mesi.

Delizie di formaggio Sott'olio

Cubetti di formaggio Quartirollo Lombardo DOP in olio di semi di girasole aromatizzati alle spezie o come ripieno di piccole verdure. Vasetti da 180g



cable cheese which respects nature, ourselves and our future. Certified minimum maturation period for a 12 month PDO cheese.

Delizie di formaggio in oil.

Cubes of PDO Quattroformaggio Lombardo cheese in sunflower oil, in its natural state. 180g jars.

INDUSTRIAL SECTOR

For the Agro food industries we have developed a range of products that also meet the new certifications required, including, Kosher and Bio Nop.

Our range includes:

- mozzarella
- provolone
- ricotta
- hard cheese (whole, packaged or grated)
- milk (raw, fresh and uht)
- cream (fresh or uht)
- mascarpone
- butter

QUALITY TO SAVOUR

There is no better way to understand how good our cheese is than tasting it! It is only through this taste experience that you can fully appreciate its quality.

www.anticallatteriadicrema.it





SETTORE INDUSTRIA

Per le industrie Agro alimentari abbiamo sviluppato una gamma di prodotti che rispondono anche alle nuove certificazioni richieste, tra le quali, Kasher e Bio Nop.

La nostra gamma comprende:

- mozzarella
- provolone
- ricotta
- formaggi duri (in forme intere, confezionati o grattugiati)
- latte (crudo, fresco e uht)
- panna (fresca o uht)
- mascarpone
- burro

Qualità da assaporare

Per capire davvero quanto è buono il nostro formaggio non c'è niente di meglio che **assaggiarlo!** È solo attraverso questa esperienza di gusto che si può apprezzare fino in fondo la sua qualità.

www.anticalatteriadicrema.it



Antica Latteria di Crema

Since 1938

*The enjoyment of
making tasty things*


sovrano
with Buffalo milk


sovrano
with Buffalo milk
and Vegetarian Rennet


granamore
with premium Italian milk


**parmigiano
reggiano DOP**
ORGANIC
From Mountain milk


**delizie di
formaggio**
in Oil



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 CO₂ per una bottiglia di olio.

Gold Standard[®]

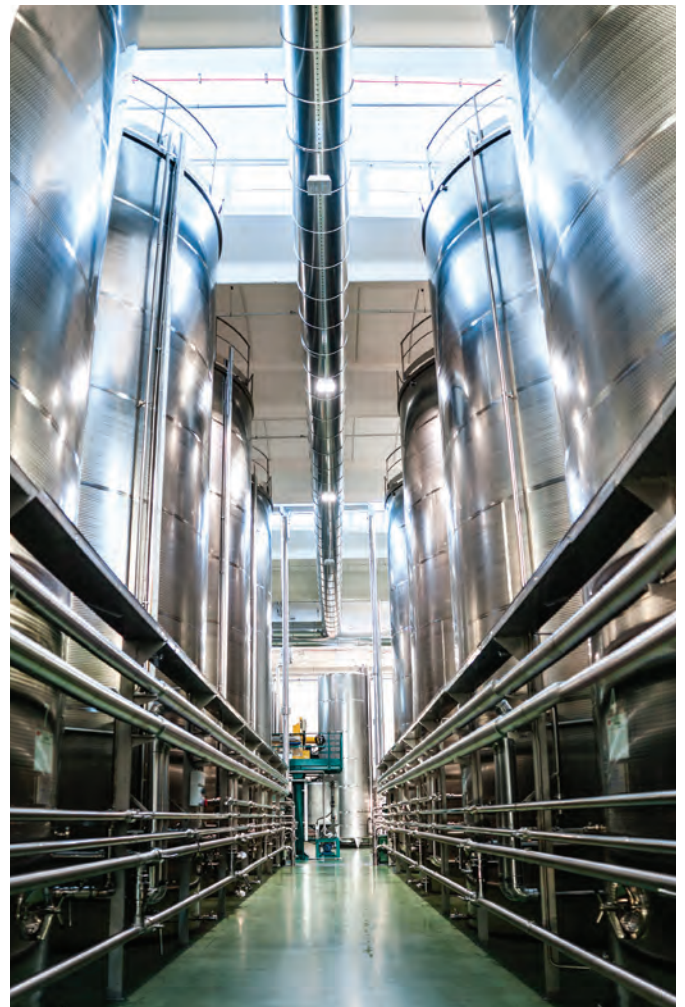
CLIMATE FRIENDLY PRODUCTS, AN ASSUMPTION OF RESPONSIBILITY

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

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





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



La montagna nei formaggi. Dal 1902.

BERGADER CREMOSISSIMO: the delicious soft cheese from the mountains

120 YEARS OF BERGADER: A MOUNTAIN STORY

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

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

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

BRINGING THE “MOUNTAIN VEIN” TO YOUR TABLE

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





CREMOSISSIMO BERGADER:
il morbido ed elegante formaggio
di montagna

CENTOVENTI ANNI DI BERGADER:
UNA STORIA DI MONTAGNA

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

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

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

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

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



THE ELEGANT SIMPLICITY OF MOUNTAIN CHEESES

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

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

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

www.bergader.it

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

Olive
I Love®



Innamorati del gusto

In esclusiva solo on-line su:

WWW.OLIVEILOVE.IT

“ THE PRESENT AND FUTURE
OF THE EUROPEAN CONFECTIONERY INDUSTRY:
CHALLENGES AND INNOVATIONS ”

The European confectionery industry faces challenges such as rising raw material costs, consumer demand for healthier products, and global competition. Companies are innovating with low-sugar, natural, and sustainable products

The confectionery industry is one of the driving sectors of the European economy, thanks to its tradition, innovation, and product quality. In recent years, however, the sector has faced several challenges, including rising costs of raw materials, increasing consumer awareness of health and environmental issues, and global competition.

One of the main problems that has arisen concerns the rising costs of raw materials, such as sugar, cocoa, and



By Walter Konrad





hazelnuts. This has resulted in increased production costs for confectionery companies, which have tried to compensate by raising the prices of their products.

Furthermore, consumers are becoming increasingly demanding in terms of health and the environment, requiring healthier and more natural products. In response, many companies have developed products with low sugar and fat content, using natural and organic ingredients.

Global competition is another major challenge for the sector, with many confectionery producers from emerging countries seeking to enter the European market by offering lower-priced products compared to local companies. This competition is particularly evident in the chocolate sector, where producers from emerging countries are trying to gain market share.

Despite these difficulties, the sector is trying to innovate and adapt to changing consumer demands. Many companies are developing low-sugar and low-fat products using natural and organic ingredients. In addition, many producers are working to reduce the environmental impact of their production by using biodegradable packaging and reducing carbon emissions.





The Dolomites' Mineral Water

CEDEA: THE DOLOMITES' ALKALINE ELIXIR

CedeA represents quality in all aspects, raising the bar in the HORECA industry. The award-winning mineral water boasts an exceptional design and embodies a sustainable company ethos. The Dolomites' unique territory inspired CedeA's business choices, introducing Italian taste to the world of mineral waters. The exquisite **CedeA Enrosadira** dresses the unique product to perfection.

CedeA's continuous commitment to **reduce environmental impact** is reflected in a short supply chain of suppliers who source materials predominantly from Italy. Only a small quantity of naturally springing water is bottled, avoiding over-extraction. The company is fully integrated into the mountain urban environment by repurposing an old unused building.

in 2019 CedeA introduced the returnable bottle line, enabling the reuse of empties, closing the virtuous circuit. The returnable bottle (VAR) line aligns with the company's philosophy of enhancing CedeA mineral water with a stunning bottle. The **CedeA 8.1 VAR** bottle follows the same design principles as the **award-winning CedeA Enrosadira**, with an elegant, delicate, and balanced line. The bottle is super transparent in high-quality glass, emphasizing the label's **distinctive feature, the alkaline pH 8.1**.

CEDEA: EQUILIBRIO ALCALINO DELLE DOLOMITI

Scegliere CedeA significa scegliere la qualità in tutti gli aspetti, elevando la proposta sulle tavole HORECA: acqua minerale pluripremiata, design d'eccezione e azienda sostenibile.

Alla base di tutte le scelte aziendali di CedeA vi è la consapevolezza di appartenenza ad un territorio eccezionale: le Dolomiti. CedeA ha portato il gusto italiano nel mondo delle acque minerali, scolpendo un vestito di massima eleganza per un prodotto unico: **CedeA Enrosadira**.

Nell'ottica dell'azienda c'è un'attenzione continua a **limitare l'impatto sull'ambiente**, di qui la scelta di una filiera corta di fornitori con materiali principalmente italiani e, di non forzare l'estrazione di CedeA, ma di imbottigliare solo la piccola quantità che sgorga naturalmente dalla roccia. L'azienda è perfettamente inserita nell'ambiente urbano di montagna, dove è stato recuperato uno stabile in disuso. Da fine 2019 produce anche la linea VAR, che permette di chiudere il circuito virtuoso con il riutilizzo dei vuoti.

CedeA 8.1 VAR (Vuoto a Rendere) segue sempre la filosofia dell'azienda di valorizzare l'acqua minerale CedeA con una sorprendente bottiglia.

Realizzata dagli stessi designer della pluripremiata **CedeA Enrosadira** (Nick Pitscheider e Sharon Hassan), anche la bottiglia **CedeA 8.1pH** ha una linea elegante, delicata, equilibrata come il suo contenuto, super trasparente in vetro di altissima qualità.





The water's Alkaline pH, combined with its oligomineral balance, 128 mg/l TDS*, makes it perfect for today's lifestyle.

Cedeo's quality and taste have earned recognition from prestigious global institutions. Zenith Global awarded Cedeo Natural and Sparkling Mineral Water as **the world's best** in 2019, 2021, and 2022. Cedeo's soft taste, attributed to its alkaline pH8.1, complements wine and food.

AIS Alto-Adige (Italian Sommelier Association Alto Adige) and ADG (Italian Ambassadors of Taste) selected Cedeo as their official partner.

* Reference value to off. Analysis 2022

www.cedeo.com

Photo: Mattia Rizzi



Si è deciso di enfatizzare in etichetta una delle caratteristiche distintive di acqua Cedeà: il pH **alcalino**, fattore di cui si può vantare solo una piccola minoranza delle acque minerali, che combinato con il suo **equilibrio oligominerale**, **128 mg/l di residuo fisso***, la rende perfetta per l'odierno stile di vita.

La qualità **e il gusto di Cedeà** sono stati riconosciuti da prestigiose Istituzioni di importanza globale: Cedeà Acqua minerale naturale e frizzante sono state premiate da Zenith Global come le migliori al mondo nel 2019 nel 2021 e 2022.

Il pH 8.1 dona un gusto morbido che prepara il palato alla degustazione di vino e pietanze; non a caso AIS Alto-Adige (Associazione Italiana Sommelier Alto Adige) e ADG (Ambasciatori del Gusto italiani) hanno scelto Acqua Cedeà come loro partner ufficiale.

* Valore riferito ad analisi 2022

www.cedeà.com

Photo: Mattia Rizzi



Premiata da:

Zenith Global
Best Water 2019
Best Water 2021
Best Water 2022

International Taste Institute - Brussels
Double Star 2020
Double Star 2021
Double Star 2022

Acque Minerali Academy
Quality Certificate

USA Beverage Tasting Institute
Silver 2019

Fine Water Society
Taste Awards 2019

Partner Ufficiale



AIS AltoAdige

cedeà.com

Acqua Cedeà. L'equilibrio alcalino delle Dolomiti.

Cedeà sgorga fresca e batteriologicamente pura a 1500 metri di altitudine dopo una decennale permanenza nella roccia dolomitica e viene imbottigliata a pochi metri dalla fonte.

Cedeà ha ricevuto i più importanti Award internazionali di Qualità e Gusto. Premiata Migliore Acqua Minerale Naturale al Mondo, piatta e frizzante, 2019, 2021, 2022.

Cedeà pH 8.1 è Vuoto a Rendere: una scelta di qualità e di sostenibilità, una presenza distintiva sulla tavola.
Bevi Acqua Cedeà, senti le Dolomiti.



The Dolomites' Mineral Water



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

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





**the best
for your
guests**

pinza base
gluten free,
flavour has
a new shape.



With high quality, 24-hour risen buckwheat sourdough.
Offer your clients an unforgettable taste experience.





ATTRACT NEW GUESTS WITH GLUTEN-FREE HORECA SOLUTIONS!

Gaining new guests is the goal every HoReCa business is aiming for. An important aspect of reaching them is offering broad satisfying hospitality with delicious meals. However, for a growing number of people, it is difficult to find an adequate selection of meals in the out-of-home channel.

This is a particular dilemma for individuals who suffer from coeliac disease and other gluten-related conditions. As the European market leader with 40 years of experience in gluten-free food, we have dedicated our Schär Foodservice solutions to HoReCa.

From breakfast to supper, from a snack to a multi-course menu: Schär Foodservice offers







gluten-free bread, flour, pasta, and convenience food as well as desserts and confectionery.

A wide range of products is available in convenient single-portion packs to guarantee product safety and freshness. Examples are our Schär White Bread 80g, two soft pre-cut slices of white bread, an ideal addition to any dish or as a sandwich. Some products as the Schär Hamburger Roll 75g are wrapped in innovative microwave-proof foil, that allows a risk-free preparation process without cross-contamination, even when prepared beside food containing gluten. And with our 1kg HoReCa pack of Penne or Fusilli pasta, every chef succeeds in creating delicious Italian-inspired dishes.

Our comprehensive range of gluten-free products makes it quick and easy for businesses to expand their menu offer that meets the dietary requirements and taste preferences of guests suffering from gluten-related disorders. Schär Foodservice's broad range of tasty products, innovative serving solutions, and professional support enables every HoReCa business to react quickly to customer requests and meet today's market requirements, thus securing a competitive advantage and remember, affected people never come alone, but bring their family and friends with them.

For more information:
www.schaer-foodservice.com





THIRTY YEARS OF EXPERIENCE AT YOUR SERVICE

We are production technicians and we can easily support customers in finding the most suitable solution for each specific need. Over the years we have actively collaborated with many operators creating customized packaging for different customers, from qualified retail to large national and international brands. Our production facilities located in Italy and Europe allow us to support customers with a wide variety of printing and finishing solutions of good quality, from small quantities to large productions.

SOME OF OUR PRODUCTS: handmade paper shopping bags – automatic paper shopping bags flat handle and twisted handle – with flap – square bottom paper bags for food – square bottom paper bags with BIODEGRADABLE window – flat bottom paper bags – plastic bags with die cut handle – plastic bags with external

handle – BIODEGRADABLE plastic bags – plastic bags with self adhesive closure – plastic bags for shipping – metalized bags for gift packaging – pillow boxes – pillow boxes with handle – promotional bags in cotton – promotional bags in non-woven fabric, heat-sealed or sewn finishes, promotional bags in laminated non-woven fabric – neutral papers for packaging- personalized printed papers for packaging papers – natural tissue papers – printed tissue papers – printed white kraft paper for cheese discs – brown kraft for packaging different weights – neutral and printed, paper+polyetylen for food use – pergamin paper – paper in rolls – cups for sweets and pralines – personalized cone holders – micro-perforated films for food use AND MORE THAT WE CAN MAKE ON SPECIFIC REQUEST.

europac1.it/en/homepage-english/



30 ANNI DI ESPERIENZA AL VOSTRO SERVIZIO

Siamo tecnici della produzione e possiamo facilmente supportare la clientela nella ricerca della soluzione più adatta ad ogni specifica esigenza.

Nel corso degli anni abbiamo collaborato fattivamente con tantissimi operatori, realizzando packaging personalizzato per clienti diversi, dal dettaglio qualificato a grandi brand nazionali ed internazionali.

Le nostre strutture produttive dislocate in Italia ed Europa ci permettono di supportare la clientela con una ampia varietà di soluzioni di stampa e finitura di buon livello qualitativo, da piccole quantità a grandi produzioni.

I nostri prodotti: shopping bags in carta a confezionamento manuale – shopping bags in carta automatici maniglia piatta e maniglia ritorta – con risvolto – sacchetti in carta a fondo quadro per alimenti – sacchetti in carta a fondo quadro con finestra BIODEGRADABILE – sacchetti in carta fondo piatto – sacchetti

in plastica con maniglia a fagiolo – sacchetti in plastica con maniglia esterna – sacchetti in plastica BIODEGRADABILE – sacchetti in plastica con biadesivo di chiusura – sacchetti in plastica per spedizione – buste metallizzate per confezioni regalo – astucci in cartone – astucci in cartone con maniglia – sacchetti promozionali in cotone – sacchetti promozionali in tessuto non tessuto semplice finiture termosaldate o cucite, sacchetti promozionali in tessuto non tessuto plastificato – carte da imballo neutre – carte da imballo stampate – carte regalo – carte veline neutre – carte veline stampate – veline stampate in dischi per formaggi – kraft bianca monolucida per imballo grammature diverse – kraft avana per imballo grammature diverse – carte politenate uso alimentare neutre e stampate – carta pergamin argento – carte in rotoli – pirottini per dolci e praline – portaconi personalizzati – film microforati per uso alimentare E ALTRO CHE POSSIAMO REALIZZARE SU SPECIFICA RICHIESTA

europac1.it/en/homepage-english/





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





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



GAGLIANO MARCATI A CENTENARY COMPANY

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

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

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





**GAGLIANO MARCATI
UNA AZIENDA CENTENARIA**

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

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

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

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

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

www.gaglianomarcati.it



Una lunga tradizione di famiglia.

An age-old family tradition.

GRAPPA del Centenario

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



N°119



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

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

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

www.gaglianomarcati.it



THE TASTE OF ITALIAN TRADITION

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

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

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

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

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

IL SAPORE DELLA TRADIZIONE ITALIANA

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

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

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





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

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

www.franconesrl.it



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

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

www.franconesrl.it



“ PROSECCO: HISTORY, ECONOMY AND GRAPE QUALITY OF THE BELOVED ITALIAN SPARKLING WINE WORLDWIDE ”

Prosecco is an Italian sparkling wine that has captured the palate of consumers worldwide. However, its history is ancient and fascinating, and its quality is the result of a long tradition of processing and meticulous care of the grape.



By Walter Konrad

Prosecco is mainly produced in the Veneto region, in northeastern Italy. The origins of this wine date back to the first half of the 19th century when the production method of Prosecco was perfected thanks to the use of wooden barrels and bottle fermentation.

In the 1960s, Prosecco began to gain popularity worldwide, thanks to its lightness, liveliness, and fruity aroma.

World Market

Today, Prosecco is one of the most exported Italian wines worldwide, with an annual turnover of approximately €2 billion. The major markets for Prosecco are the United Kingdom, the United States, Germany, and France.



DAL 1966

FRANCONE
SOLO COSE BUONE

Il sapore della tradizione italiana
THE TASTE OF ITALIAN TRADITION

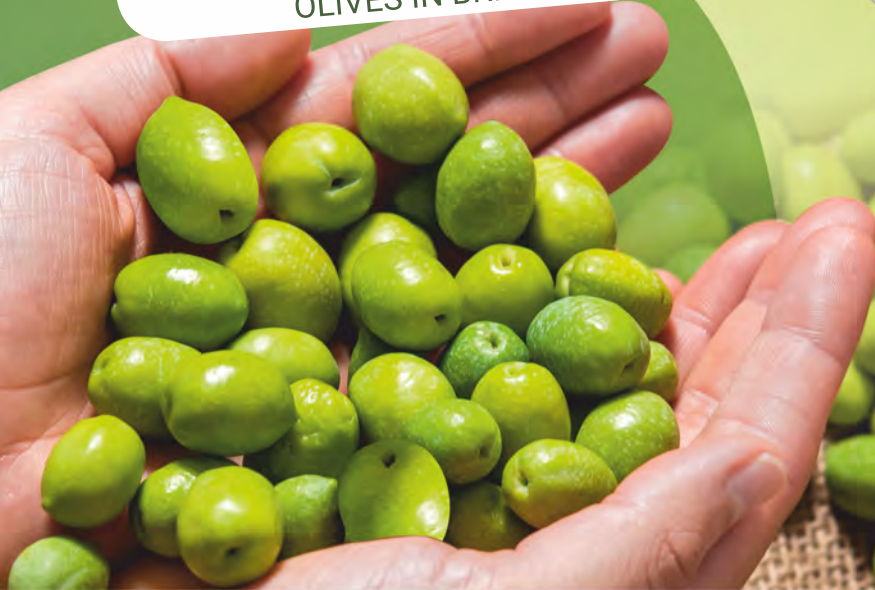


Antipasti sott'olio
APPETIZERS IN OIL

Funghi
MUSHROOMS

Olive condite
MARINATED OLIVES

Olive in salamoia
OLIVES IN BRINE



Rispetto e amore per le materie prime

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

Una confezione per ogni esigenza

AVAILABLE IN DIFFERENT PACKAGES AND WEIGHTS



Via Galileo Ferraris, 14 - Druento (TO) Italy
www.franconesrl.it



+39 011 994.5504
+39 011 984.4771
info@franconesrl.it



Scarica il nostro
Catalogo

IMMAGINI INSERITE SOLO A TITOLI ILLUSTRATIVI. I PRODOTTI POSSONO SUBIRE MODIFICHE. TUTTE LE IMMAGINI SONO INSERIE PER SCOPI ILLUSTRATIVI. TUTTI I PRODOTTI POSSONO SUBIRE MODIFICHE. ALL IMAGES ARE INSERTED FOR ILLUSTRATIVE PURPOSES. THE PRODUCTS ARE SUBJECT TO CHANGES.



Economy of Production Areas

Prosecco is produced in a vast area of Veneto and Friuli Venezia Giulia, which includes the region of Conegliano Valdobbiadene, the hilly area between Conegliano and Valdobbiadene, the plain south of Treviso, and the area of Colli Asolani.

The production of Prosecco is an important source of income for families living in these areas and represents a significant economic activity for the entire region.

Processing Techniques

Prosecco is mainly produced with the Glera grape, which must be cultivated according to specific quality standards.

The grape is handpicked and transported to the cellar, where it is gently pressed to obtain the must.

The must is then fermented in the bottle with the addition of selected yeasts until it reaches the correct pressure. Once the desired pressure is reached, the wine is cooled to stop fermentation.

latest news

Grape Quality

The quality of the grape used to produce Prosecco is essential for the quality of the wine.

Glera grapes must be cultivated in clayey and calcareous soils, with an altitude between 50 and 500 meters above sea level.

The grape must be hand-picked and of high quality, with a thick and resistant skin.

Only in this way can high-quality, fresh, sparkling, and aromatic wines like Prosecco be obtained.

In conclusion, Prosecco is a wine that represents an important enological heritage of Italy.

Its ancient history, meticulous processing techniques, grape quality, and economy of production areas make Prosecco a unique wine in the world, beloved by all.



MARCELLO®

Il Pastificio Artigianale di Milano
1939

Da oltre 80 anni,
Pasta Fresca Artigianale Ripiena fatta a mano
per Negozi, Gastronomie e Ristoranti

www.pastificiomarcello.it

®
SCRIANI

TWENTY EXPERIENCE

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

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





TWENTY EXPERIENCE

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

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

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



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

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

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

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





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



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

Twenty is in fact born from paper, pen, and inkwell, the tools used by our ancestors, the village scribes who gave shape to words by releasing on the paper the story of the people they met. T

wenty is the fruit of the vine that transforms over time. It is elegance, perfection, beauty enclosed in a flower that carries infinite messages.

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

www.scriani.it





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

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

www.scriani.it

®
SCRIANI

Twenty

20th ANNIVERSARY



FRIA FOR HO.RE.CA.: SUSTAINABILITY AT THE CENTER

Diva International Srl, a leading company in Italy for the production and distribution of wet cloths and wipes for personal hygiene and well-being, household cleaning and cleaning of pets, with over 17 million packs sold, for over thirty years places ethical commitment and naturalness as founding values at the center of its work. The goal is to achieve sustainable action on an economic, ecological, productive, social and cultural level.

With FRIA, the most important and appreciated brand at national level, the Umbrian company has been working for years to make its products more and more in line with the demands and sensitivities of consumers.

The same sustainability that we find in the continuous optimization of production processes, in the use of 100% renewable energies and in an ever-present attention to the responsible use of water. For years working on the proposal of products with less impact on the environment, famous mainly for wet wipes, the company is now on the market with new fabrics, formulations and packaging with low environmental impact.

FRIA PER HO.RE.CA.: LA SOSTENIBILITÀ AL CENTRO

Diva International Srl, azienda leader in Italia per produzione e distribuzione nel settore dei panni e salviette umidificate per l'igiene e il benessere della persona, la detersione della casa e la pulizia degli animali domestici, con oltre 17 milioni di confezioni vendute, da oltre trent'anni pone al centro del proprio lavoro l'impegno etico e la naturalità come valori fondanti. L'obiettivo è il raggiungimento di un agire sostenibile a livello economico, ecologico, produttivo, sociale e culturale.

Con FRIA, il brand più importante ed apprezzato a livello nazionale, l'azienda umbra è al lavoro da anni per rendere i propri prodotti sempre più in linea con le richieste e le sensibilità dei consumatori.

La stessa sostenibilità che ritroviamo nella continua ottimizzazione dei processi produttivi, nell'utilizzo di energie 100% rinnovabili e in un'attenzione sempre presente





FRIA high quality also becomes sustainable.

Can a consumer product with a unique use, really become sustainable?

FRIA was able to provide an affirmative answer.

The spearhead of this green revolution is the new FRIA line for Ho.Re.Ca. recently launched with the Luxury, Fresh and Classic references. Refreshing cleansing wipes in single-dose format, with natural formulations and compostable fabrics without microplastics, available in boxes of 100 pieces, ideal for restaurants and hotels.

A line designed to best meet the needs of all activities and hospitality contexts, from the refinement of the Luxury to the more classic Fresh and Classic Pocket lemon wipes.

A proposal that combines the comfort of a towel at the end of a meal with a sustainable choice.

www.divaint.it



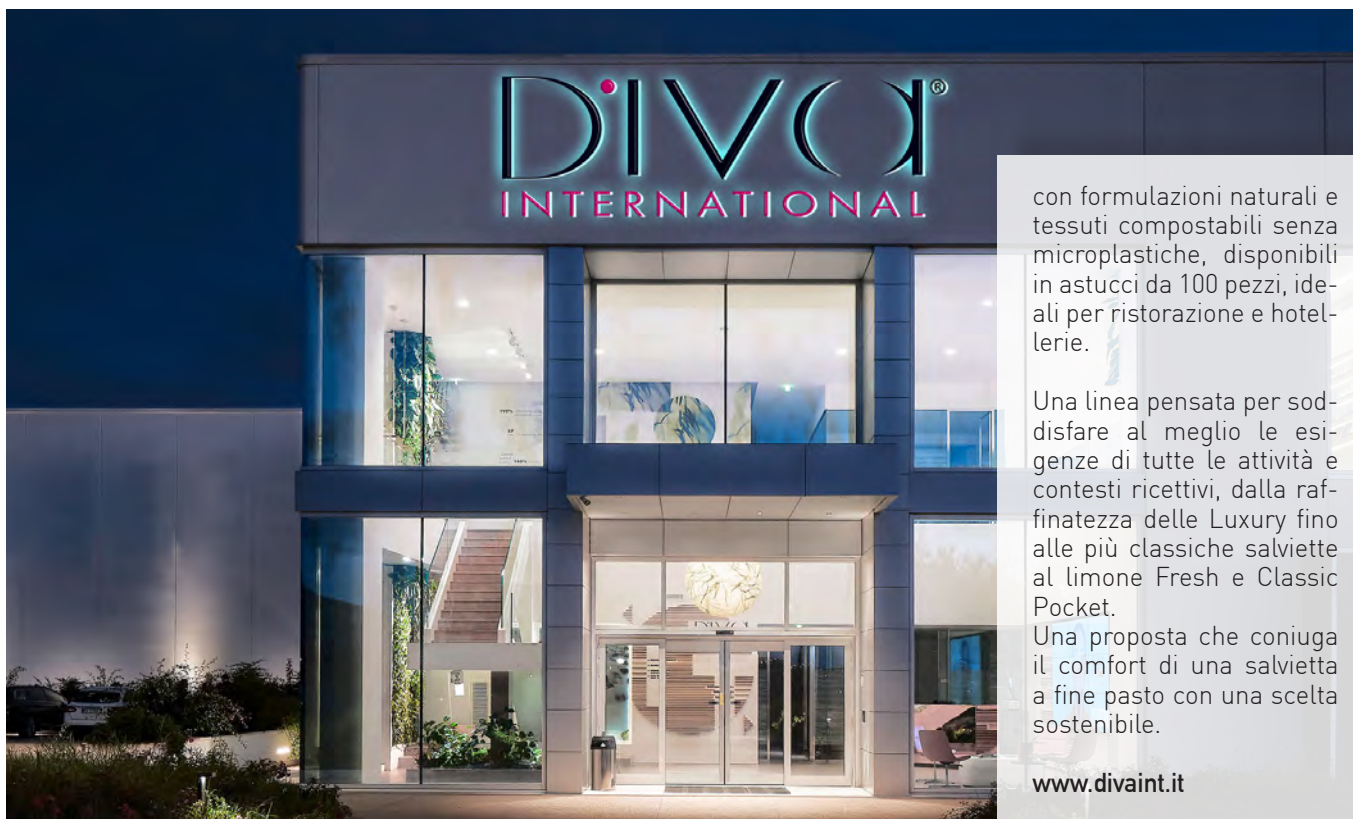
nell'impiego responsabile dell'acqua. Da anni al lavoro sulla proposta di prodotti meno impattanti sull'ambiente, famosa principalmente per le salviette umidificate, l'azienda si presenta oggi sul mercato con nuovi tessuti, formulazioni e packaging a basso impatto ambientale.

L'alta qualità FRIA diventa anche sostenibile.

Un prodotto di consumo e dall'utilizzo unico, può davvero diventare sostenibile?

FRIA ha saputo fornire una risposta affermativa.

Punta di diamante di questa rivoluzione green è la nuova linea FRIA per Ho.Re.Ca. da poco lanciata con le referenze Luxury, Fresh e Classic. Salviette rinfrescanti detergenti in formato monodose,



con formulazioni naturali e tessuti compostabili senza microplastiche, disponibili in astucci da 100 pezzi, ideali per ristorazione e hotel-lerie.

Una linea pensata per soddisfare al meglio le esigenze di tutte le attività e contesti ricettivi, dalla raffinatezza delle Luxury fino alle più classiche salviette al limone Fresh e Classic Pocket.

Una proposta che coniuga il comfort di una salvietta a fine pasto con una scelta sostenibile.

www.divooint.it

FRIA

Quality and Hospitality

SALVIETTE RINFRESCANTI IN TESSUTO COMPOSTABILE E FORMULAZIONE NATURALE
REFRESHING WET WIPES IN COMPOSTABLE FABRIC AND NATURAL FORMULAS





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



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 rapi-

damente, distribuendoli in modo capillare e puntuale grazie alla flotta di mezzi a temperatura controllata.

www.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





MEAT PROCESSING

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

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

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

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

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

Our products:

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

Our markets:

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





CARNI BOVINE

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

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

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

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

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



Our certifications:

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

Our certified production lines:

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

Indal S.r.l. has defined a strategic growth plan that it will put it, in the

next three years, to realize new investments. The aim is to increase its production capacity, energy sustainability and the introduction of new process lines.

www.indalsrl.com



I nostri prodotti:

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

I nostri mercati

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

Le nostre certificazioni:

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

I nostri BRAND

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

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

www.indalsrl.com



ITALIA LONGEVITY ® EXPORT IMPORT BUSINESS CLUB

Italy is one of the countries where people live the longest, thanks to proper diet, healthy and tasteful food and lifestyle, good wine.

We associate only small companies that are direct producers of original, authentic, certified, made in Italy products and Italian lifestyle services.

EXPORT CLUB: COLLABORATIVE PROPOSITION

ItaliaLongevity club invests on international development of our partners in Italy and abroad.

CERTIFIED and AWARDED MADE IN ITALY PRODUCERS

We associate only artisanal companies from all the regions of Italy, encompassing quality, tastiness, safety and healthiness. Our values are ethics, sustainability, innovation, culture.

RETAILERS, ON TRADE, HORECA, B2B2C, COOPERATIVE IMPORTERS, LOCAL HUBS

Worldwide consumers look for health in nourishing, price, green features, traceability: you find **all of them by sourcing from ItaliaLongevity export club.**

The foreign trade partners in the club are much more than buyers: they are the real







ambassadors of Italian Culture and may benefit from our investment in ontrade initiatives.

A single point of access where buyers provide their wish list and directly interact with the producers in the club. Consolidation, logistic support and groupage shipments are granted from Italy; Benefits: Longevity Week contest, Educational tours to Italy, private label , franchised scheme. Our associates continuously provide updated offers of innovate food, wine, lifestyle products, delicious while also healthy and beautiful.

WHY SOURCE WITH ITALIALONGEVITY CLUB:

1. Best quality/price ratio; eco friendly packages; No GMO , no additives, certified Pdo/Pgi/ Organic
2. Deal directly with the manufacturer without intermediation.
3. Upload your wish list, or request for specific "Longevity value" Products/ services you are looking for and receive information, catalogues, quotes, samples
4. Apply as official **ItaliaLongevity Club member** to source, buy , resell the certified assortment of Italia Longevity products, and get the benefits of our investment on foreign markets.
5. Your Listing to the Italia Longevity Export Import Club is FREE after your first sample order.



THE LONGEVITY ECONOMY

Italy is source of thousands of different products and services, be it food, organic, tourism, lifestyle, smart ageing and so on, that are a perfect match for the needs of the people who want a longer, healthier, better life. Heal by eating and live longer better.

We invest on our foreign and Italian partners. Discover our collaborative export schemes.

www.italialongevity.it
gv@italialongevity.it



OUR PAPERSEAL DIVISION



Security and flexibility

- The patent of the exclusive continuous flange guarantees a perfect weld integrity.
- It does not need a mold change if compared to a traditional plastic trays.

Sustainability

- Up to 80% less plastic than traditional trays.
- It can be recycled in paper thanks to the Aticelca B certification (according to the Italian Law).
- Easy separation of the film from the tray

Full customization

- Inside and outside of the tray, with a print up to 5+5 colors



Innovation

- Our paper-based packaging solutions meet functionality and performance of plastic trays.

Applications

- Refrigerated and frozen meals, with re-heating in the microwave or in a traditional oven.

Customization

- Externally customizable with offset printing up to 5+5 colors.



FRESHNESS



ECO-SUSTAINABILITY



MULTIFUNCTIONAL





A CHOICE OF SUSTAINABLE PACKAGING

GB Bernucci is an historic company operating in the food packaging since 1946.

In accordance with the law and in compliance with quality requirements, GB Bernucci, with its business partners, provides a wide range of packaging solutions and is constantly dedicated to the research and development of innovative products made of eco-friendly materials that comply with its Mission: **Food Safety, Respect for the Environment & Search for innovative packaging.**

One of the most extraordinary products that GB Bernucci offers is **Slimfresh**: it is an innovative and environmentally friendly packaging solution, made of a laminated cardboard base with a food liner and coated with a top as a second invisible skin around the product. This coating offers the possibility of extending food shelf-life, ensuring freshness and time lasting.

Recycling and sustainability are the guidelines of this new eco-friendly packaging: with a simple gesture you can remove the paper from the film ensuring an efficient recycling. **Slimfresh** is indeed recyclable with paper. The versatility of the product and its immediate display are the strengths of his new packaging. In addition, thanks to a completely customizable paper based with four color printing, it offers a new advertising solution and it also gives the opportunity to pack irregular shapes for better merchandising.

Paperseal[®] is an innovative, eco-friendly and sustainable tray that offers brands and retailers the opportunity to replace Modified Atmosphere Packaging (MAP) plastic trays and Vacuum Skin Packaging (VSP) trays with a barrier-lined paperboard alternative.

Compared to traditional trays, this new packaging allows a plastic reduction of about 90% as the thin inner layer can be easily removed and disposed separately, ensuring an efficient recycling.

The exclusive sealing process leads to a perfectly sealed surface. The hermetically-sealed tray ensures the product remains fresh, with up to 28 days of shelf life, depending on the application.

It is possible to customize the whole surface of the tray with an offset print up to 5 colors, both internally and externally, ensuring a 360° communication that perfectly meets the requirements of each customer.

Our innovative **PaperSeal Slice**[®] is recommended for sliced meats and cheeses requiring modified atmosphere. Constructed from a single piece of paperboard, the tray requires no folding or gluing and does not require an additional label.

We understand that the transition to fiber-based packaging is a priority for many of our customers, and it's clear that sustainable paperboard packaging solutions must meet the functionality and performance of existing tray designs.

PaperSeal Cook is a brand new tray technology for oven and microwave-ready chilled and frozen food applications. It has been created to match the functionality and performance of existing trays.

PaperSeal Shape[®] is a patented paperboard food tray designed for round, deep and multi-compartment applications, PaperSeal Shape[®] represents the latest step in the company's mission to improve access to high quality fiber-based alternatives to single-use plastic packaging. Upon request, all our paper solutions can be produced from renewable fiber sourced from sustainably managed forests

www.gbbernucci.com



Fileni È NATURALE, è buono! DA OLTRE 20 ANNI **BIO**

BIO

* I NOSTRI CRESCONO A MANGIANO *

ALLEVATI PER ALMENO **81 GIORNI** PER I POLLI
100 GIORNI PER I TACCHINI

ALIMENTI **BIOLOGICI**
 IL SAPORE DELLE **MARCHE**

I nostri polli e tacchini sono allevati rispettando il ciclo naturale di crescita.*

100% CARNI ITALIANE
*Nel rispetto della normativa.

Eco Vassoio
 RIMUOVI IL FILM IN PLASTICA E GETTAMI NELLA CARTA



LA VINICOLA DEL TITERNO

THE SECRET TO MAKING GOOD WINE IS THE PURSUIT FOR QUALITY

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

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





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

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

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

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

www.lavinicoladeltiterno.it



LA VINICOLA DEL TITERNO

**UN VINO
CHE PROFUMA
DI SANNIO.**

Solopaca
Sannio DOP

lavinicoladeltiterno.it



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

www.lavinicoladeltiterno.it

M

MARENCHINO

una storia di famiglia

★ ★ ★  ★ ★ ★

SPECIALISTI DEI FORMAGGI DOP E DELLE SPECIALITÀ CASEARIE PIEMONTESI

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

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

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

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





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

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

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

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





GRUPPO MARENCHINO: SPECIALISTI DEI FORMAGGI DOP E SPECIALITÀ CASEARIE PIEMONTESI

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

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

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



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

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

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

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

www.marenchino.it



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

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

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

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

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

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

www.marenchino.it

Alleluja
PASSIONE E TRADIZIONE

HOME SICILY
ECCELLENZA E TRADIZIONE SICILIANA

WE FREEZE THE WARMTH AND FLAVOURS OF SICILY

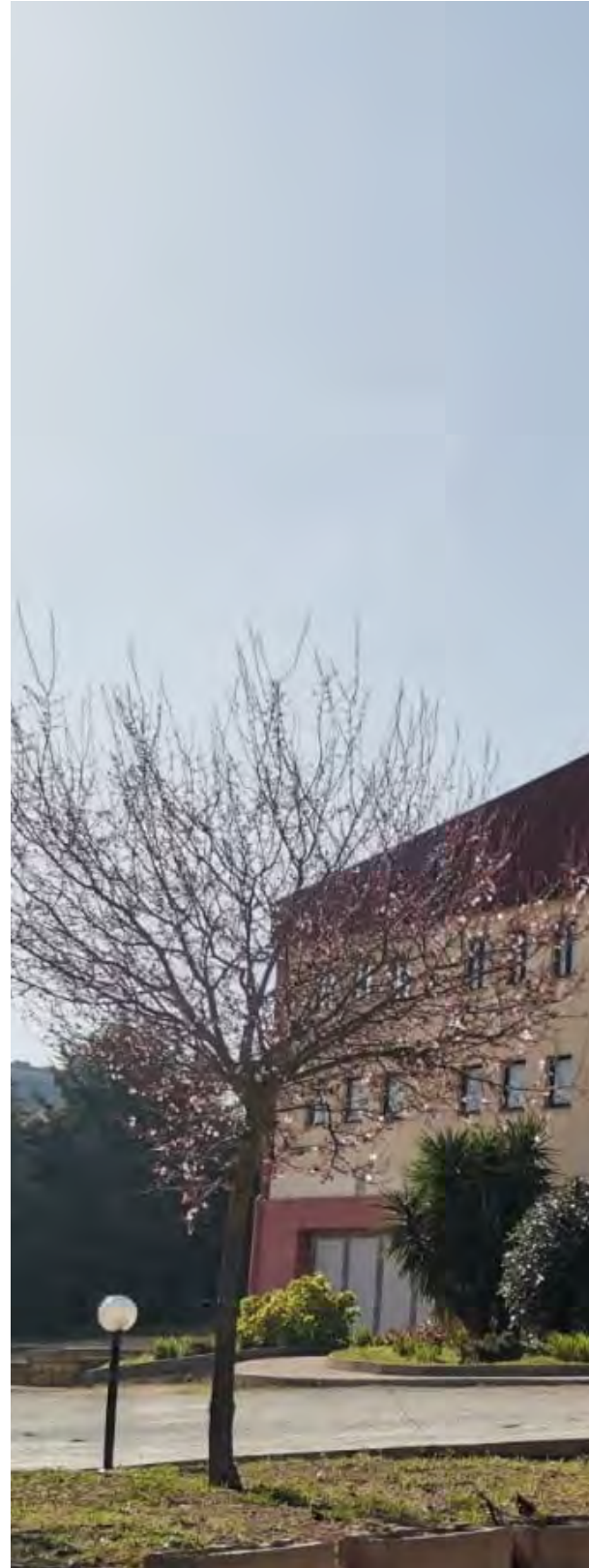
A source of inspiration for numerous artists, writers and poets, it has always been described as an Island of marvelous beauty and a World Heritage Site.

Giovanni Pascoli describes it thus: *"In front of me you were Sicily, or pink cloud rising from the sea! And in the blue a mountain: snowy Etna. Hello Sicily! ... I had reached where the dreamer reaches."*

Sicily where it is impossible not to admire the extraordinary spectacle of Etna erupting, the white beaches and the crystalline sea, the chromaticism of the landscapes with vineyards, olive trees, those heady smells of ripe figs capers, the scent of citrus they are found nowhere. Land contaminated in history by cultures and customs of peoples, which have followed one another over the centuries, giving life to ancient traditions including gastronomic ones that have been handed down and evolved over the generations, leaving their mark.

In the wake of this thought, about 20 years ago, our mood was born, in the heart of this splendid land, which has as its cornerstone the idea of creating a company that was able to produce and create the flavors of the ancient recipes preserved over the decades.

Thus Mari S.r.l. was born, an entrepreneurial project supported by a strong passion for typical Sicilian gastronomic specialities, which after



SURGELIAMO IL CALORE E I SAPORI DELLA SICILIA

Fonte di ispirazione per numerosi artisti, scrittori e poeti, è stata da sempre descritta come un'Isola di meravigliosa bellezza e Patrimonio del mondo.

Giovanni Pascoli così la descrive: *“Di fronte m’eri Sicilia, o nuvola di rosa sorta dal mare! E nell’azzurro un monte: l’Etna nevosa. Salve o Sicilia! ... lo era giunto dove giunge chi sogna.”*

La Sicilia dove è impossibile non ammirare lo straordinario spettacolo dell’Etna in eruzione, le bianche spiagge e il mare cristallino, il cromatismo dei paesaggi con i vigneti, gli ulivi, quegli odori inebrianti di capperi di fichi maturi, l’odore degli agrumi che non si trovano da nessuna altra parte.

Terra contaminata nel corso della storia da culture e usanze dei popoli, che si sono susseguite nei secoli dando vita ad antiche tradizioni anche gastronomiche, che si sono tramandate ed evolute da generazioni lasciando il segno.

Sulla scia di questo pensiero, nasce circa 20 anni fa, nel cuore di questa splendida terra, il nostro “mood”, che ha come punto cardine l’idea di creare un’azienda che riuscisse a produrre e far conoscere oltre-mare i sapori delle antiche ricette che sono state custodite nel corso dei decenni.

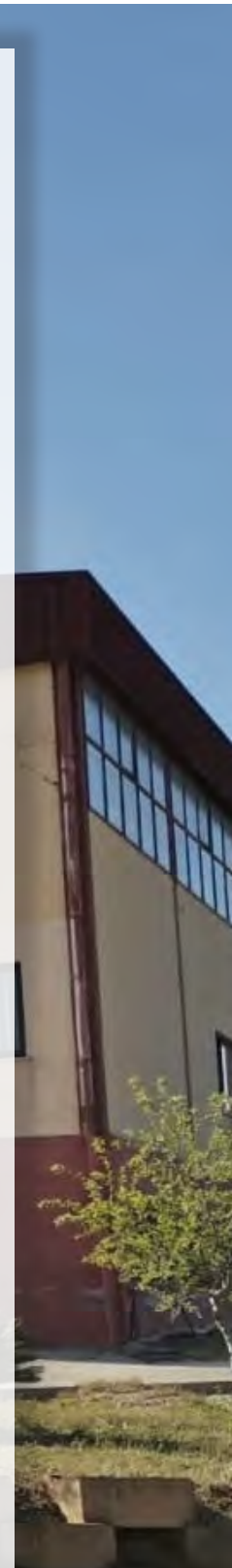
Nasce così la Mari S.r.l., un progetto imprenditoriale sostenuto da una forte passione per le specialità gastronomiche tipiche siciliane, che dopo un approfondito studio delle ricette tradizionali ed una attenta e scrupolosa analisi di mercato, trova lo spirito, il coraggio e la forza di iniziare la produzione artigianale.

Così, non stupisce che quello tra il passato della nostra terra e il futuro che lo include è un matrimonio perfetto, tutto Siciliano: è infatti qui, in Sicilia che nascono i prodotti celebrati e conosciuti in tutto il mondo! Come il delizioso **“Cannolo Siciliano alla Ricotta”** e le inimitabili **“Arancine Siciliane”**, che vengono surgelati con processi velocissimi per preservarne tutto il sapore e la bontà.

Delizioso il Cannolo Siciliano, la cui origine risale alla dominazione Araba; è conosciuto per la sua croccantezza donata dalla cialda che avvolge la gustosa e soffice ricotta al suo interno. Unione che regala un viaggio di sapori e accostamenti tipici di questa terra.

Le sfiziose Arancine Siciliane: risalgono alla dominazione Saracena e sono un prelibato snack a forma di palla (che ricordano un’arancia) o di un cono (per simboleggiare il vulcano Etna) di riso panato e fritto, croccante da gustare a qualsiasi ora del giorno.

Sono disponibili in vari gusti: dai tradizionali al ragù o prosciutto e mozzarella, alle più sfiziose speck e gorgonzola, Pistacchio, Spaghetti ecc.



an in-depth study of traditional recipes and a careful and scrupulous market analysis, finds the spirit, courage and strength to start handicraft production.

Thus, it is not surprising that the marriage between the past of our land and the future that includes it is perfect, all Sicilian: it is in fact here, in Sicily, that the products celebrated and known all over the world are born! Like the delicious “**Cannolo Siciliano alla Ricotta**” and the inimitable “**Arancine Siciliane**”, which are frozen with very fast processes to preserve all their flavor and goodness. the delicious Sicilian Cannolo whose origin dates back to the Arab domination, is known for its crunchiness given by the wafer that envelops the tasty and soft ricotta inside.

A combination that offers a journey of flavors and combinations typical of this land.

The Sicilian Arancine date back to the Saracen domination and are a delicious snack in the shape of a ball (reminiscent of an orange) or a cone (to symbolize the Etna volcano) of crispy breaded and fried rice to be enjoyed at any time of day.

They are available in various flavours: from the traditional ragù and ham and mozzarella, to the more delicious speck and gorgonzola, pistachio, spaghetti etc.

Our products are a perfect combination of the delicate flavors of the Sicilian tradition, its unmistakable signature, and the flexibility to choose when to enjoy them, whether for breakfast, lunch, dinner or an aperitif amidst the colors of the sunset, perhaps toasting a special occasion.

There is continuous improvement implemented by our professionals in the sector for the protection and maintenance of traditional flavors, while experimenting with new combinations.

New products have been added to the range of products offered both in the Pastry and in the savory sector: Pizzette, Panzerotti, Cassate, Ricotta Cakes, Pistachio Cakes, etc.

Both sectors immediately gave positive feedback, both nationally and internationally.

This result validates the connection of consumers with their favorite products and for our company it demonstrates the ability to retain and involve its partners.

Of course, there is no doubt that consumers are by far the most important ‘jury’ for our work, for this reason the merit of the recognition goes entirely to our staff who put commitment and passion into their work, with continuous research of the improvement aimed at guaranteeing



HOME SICILY

ECCELLENZA E TRADIZIONE SICILIANA

IT IS A BRAND
Alleluja



DALLE NOSTRE TRADIZIONI... CON LE NOSTRE MANI !

the satisfaction of our partners who are at the heart of our project and at the basis of our mission. Competence, commitment and craftsmanship are all that materialize in the flavors of our products, which are combined with the intense aromas of a land that gives emotions to both our eyes and our palate.

www.italianfrozenfood.com
info@italianfrozenfood.com

I nostri prodotti, sono un connubio perfetto tra i delicati sapori della tradizione Siciliana, sua inconfondibile firma e la flessibilità di scegliere quando gustarli, se per colazione, a pranzo, a cena o per l'aperitivo fra i colori del tramonto, magari brindando per un'occasione speciale.

C'è un perfezionamento continuo messo in atto dai nostri professionisti del settore per la tutela e mantenimento dei sapori della tradizione, pur sperimentando accostamenti inediti.

Alla gamma di prodotti offerti, si sono aggiunte delle novità sia nel settore della Pasticceria che nel salato: Pizzette, Panzerotti, Cassate, Torte alla Ricotta, Torte al Pistacchio ecc.

Entrambi i settori hanno subito dato un feedback positivo, sia a livello Nazionale che Internazionale.

Questo risultato convalida il legame dei consumatori con i loro prodotti del cuore e per la nostra azienda testimonia la capacità di fidelizzare e coinvolgere i propri partner.

Di certo, non c'è dubbio che i consumatori siano in assoluto la 'giuria' più importante per il nostro lavoro, per questo il merito del riconoscimento va tutto al nostro staff che mette impegno e passione nel proprio lavoro, con la continua ricerca del miglioramento volta a garantire la soddisfazione dei nostri partner che sono al centro del nostro progetto e alla base della nostra missione.

Competenza, impegno e artigianalità sono tutto ciò che si materializza nei sapori dei nostri prodotti, che si uniscono ai profumi intensi di una terra che regala emozioni sia ai nostri occhi che al nostro palato.

www.italianfrozenfood.com
info@italianfrozenfood.com



MAKE PERFECT PRODUCTS SINCE 1883

140 years ago, in 1883, the founders of the newly formed Latteria di Soligo wrote, in the dairy's statute, that their mission was to "make perfect products", indicating a value that exceeded any modern definition of marketing. Not content to define their products as "good", "excellent" or "high quality", they wrote "perfect", demonstrating that their products must represent the highest level of cultural and scientific knowledge of their time, respecting the land, its history and traditions; being, in fact, "perfect".

This same commitment has been repeated by generations of managers, workers, breeders and many others who, cooperating with Latteria di Soligo, have made our brand renowned and loved by consumers, who can be assured of our total dedication.





PRODOTTI PERFETTI DAL 1883

“Realizzare prodotti perfetti”: questo scrissero 140 anni fa, nel 1883, i fondatori nello statuto della neonata Lattoria di Soligo, indicandoci così una missione il cui valore supera qualsiasi definizione moderna di marketing. Non si limitarono a definirli prodotti “buoni”, “eccellenti” o “di alta qualità”, scrissero “perfetti”, comunicando con ciò prodotti che devono rappresentare il più alto grado delle conoscenze culturali e scientifiche del proprio tempo, nel rispetto della propria terra, della sua storia e delle sue tradizioni; essere, infatti, perfetti.

Questo è anche l’impegno che si sono assunte generazioni di amministratori, di maestranze, di allevatori e di tanti che in rete con la Lattoria hanno fatto sì che il nostro marchio sia conosciuto e amato dai consu-



Milk, our raw material, has been transformed throughout our long-standing company history into many products, including innovative ones, which are always characterised by genuineness, taste and the protection of a strong and, in some cases, unique identity.

Our special feature is that we are a Cooperative of milk producers and, following in the footsteps of our founding fathers, we continue to believe that agriculture is a cultural and economic asset to be protected, since it can still provide wellbeing and help us to live better in an environment that is good to live in.

*Lorenzo Brugnera
Chairman of the Board of Directors*

www.latteriasoligo.it



matori, ai quali va la nostra totale dedizione.

Il latte, che è la nostra materia prima, ha trovato nella nostra lunga vita aziendale molteplici trasformazioni anche innovative, ma sempre all'insegna della genuinità, del gusto e della tutela di un'identità forte e in alcuni casi unica.

Essere una Cooperativa di Soci produttori di latte è la nostra unicità e, sulle orme dei padri fondatori, continuiamo a credere che l'agricoltura sia un bene culturale ed economico da tutelare poiché è ancora in grado di dare benessere e di farci stare meglio in un ambiente buono da vivere.

Lorenzo Brugnera
Presidente C.d.A.

www.latteriasoligo.it



Bontà di latte



Latte buonissimo!

Dessert golosi!

Formaggi gustosi!



• bontà di latte dal 1883 •

LAURETANA®

The lightest water in Europe

ALPINE EXCELLENCE: LAURETANA WATER REVEALS THE SECRETS OF ITS DISTINCTIVE PURITY AND LIGHTNESS

Lauretana mineral water is one of the most appreciated in Italy and abroad for its purity and lightness. In this interview, the editorial team wanted to delve into the distinctive features of this highly prized water and discover how its alpine origin and bottling processes contribute to its premium quality.

What are the distinctive features of Lauretana water and how do these characteristics influence its quality?

Lauretana water stands out for its incredibly low fixed residue of only 14 milligrams per liter, making it the lightest water in Europe. This unique characteristic, along with other values such as a total hardness of 0.60 °f, pH of 6.0, and low sodium content of only 0.88 mg/l, helps prevent kidney stone formation, aids digestion, and prevents cellular oxidation processes. Additionally, its low sodium content makes Lauretana ideal for low-sodium diets.

Where does Lauretana water come from, and how does its origin con-

tribute to its purity?

This water springs from the hydro-geological area of the Monte Rosa glacier, at over 1,000 meters above sea level, in an uncontaminated area free from industrial and agricultural settlements. Its alpine origin and the fact that it flows underground for kilometers through an ancient granite bed contribute to its purity and protect it from microbiological contamination.

What geological factors play a determining role in the purity of your water?

The most significant geological factor for the purity of Lauretana water is its underground journey through an ancient granite bed that protects all its organoleptic qualities, keeping it microbiologically pure.

What bottling processes are used to maintain its purity?

Lauretana water is bottled near the source through a “natural gravity” process that allows it to maintain all its original properties by not altering or destroying its vital molecules.



ECCELLENZA ALPINA: L'ACQUA LAURETANA SVELA I SEGRETI DELLA SUA PUREZZA E LEGGEREZZA DISTINTIVE

L'acqua minerale Lauretana è una delle più apprezzate in Italia e all'estero per la sua purezza e leggerezza. Con questa intervista, la redazione ha voluto approfondire le caratteristiche distintive di questa tanto apprezzata acqua e scoprire come la sua origine alpina e i processi di imbottigliamento utilizzati contribuiscono alla sua qualità premium.

Quali sono le caratteristiche distintive dell'acqua Lauretana e in che modo queste caratteristiche influenzano la qualità dell'acqua?

L'acqua Lauretana si distingue per il suo residuo fisso incredibilmente basso di soli 14 milligrammi per litro, il che la rende l'acqua più leggera d'Europa.

Questa caratteristica unica, insieme ad altri valori come la durezza totale di 0,60 °f, il pH di 6,0 e il ridotto contenuto di sodio di solo 0,88 mg/l, contribuisce a prevenire la formazione di calcoli renali, favorisce la digestione e previene i processi di ossidazione cellulare. Inoltre, il ridotto contenuto di sodio rende Lauretana ideale per le diete povere di sodio.

Da dove proviene e in che modo la sua origine contribuisce alla sua purezza?

Quest'acqua sorge nell'area idrogeologica del ghiacciaio del Monte Rosa, a oltre 1.000 metri di altezza s.l.m., in una zona incontaminata priva di insediamenti industriali e agricoli.

La sua origine alpina e il fatto che scorra nel sottosuolo per chilometri attraverso un antico letto di granito, contribuiscono alla sua purezza e la proteggono da contaminazioni microbiologiche.

Quali fattori geologici hanno un ruolo determinante nella purezza della vostra acqua?

Il fattore geologico più determinante per la purezza dell'acqua Lauretana è il suo percorso nel sottosuolo, attraversando un antico letto di granito che protegge tutte le sue qualità organolettiche, mantenendola microbiologicamente pura.



Four chats with...

What are the health benefits of this water compared to other mineral waters on the market?

Lauretana water is ideal for hydration because it promotes water exchange, optimal renal function, keeps body tissues hydrated, and gives elasticity and freshness to the skin. Thanks to its slightly acidic pH, it also favors digestive processes, making it ideal for consumption during and after meals.

How does Lauretana differentiate itself from its competitors in the premium beverage world, and how does this differentiation reflect on the brand image?

Differentiation comes from its lightness and purity, which are its strengths.

Additionally, being the lightest water in Europe gives it a status of excellence that makes it particularly appreciated by families who choose wellness and high-end restaurants where it is possible to find its premium edition in transparent glass, designed by the famous Italian designer Pininfarina.

The image of the Lauretana brand reflects its quality, purity, and lightness, making it a high-end mineral water of great value in the market.



lauretana.com



Quali sono i processi di imbottigliamento utilizzati per mantenerne intatta la purezza?

L'acqua Laurentana viene imbottigliata a poca distanza dalla fonte, attraverso un processo di "gravità naturale" che permette di non alterare o distruggere le sue molecole vitali, mantenendo tutte le sue proprietà originarie.

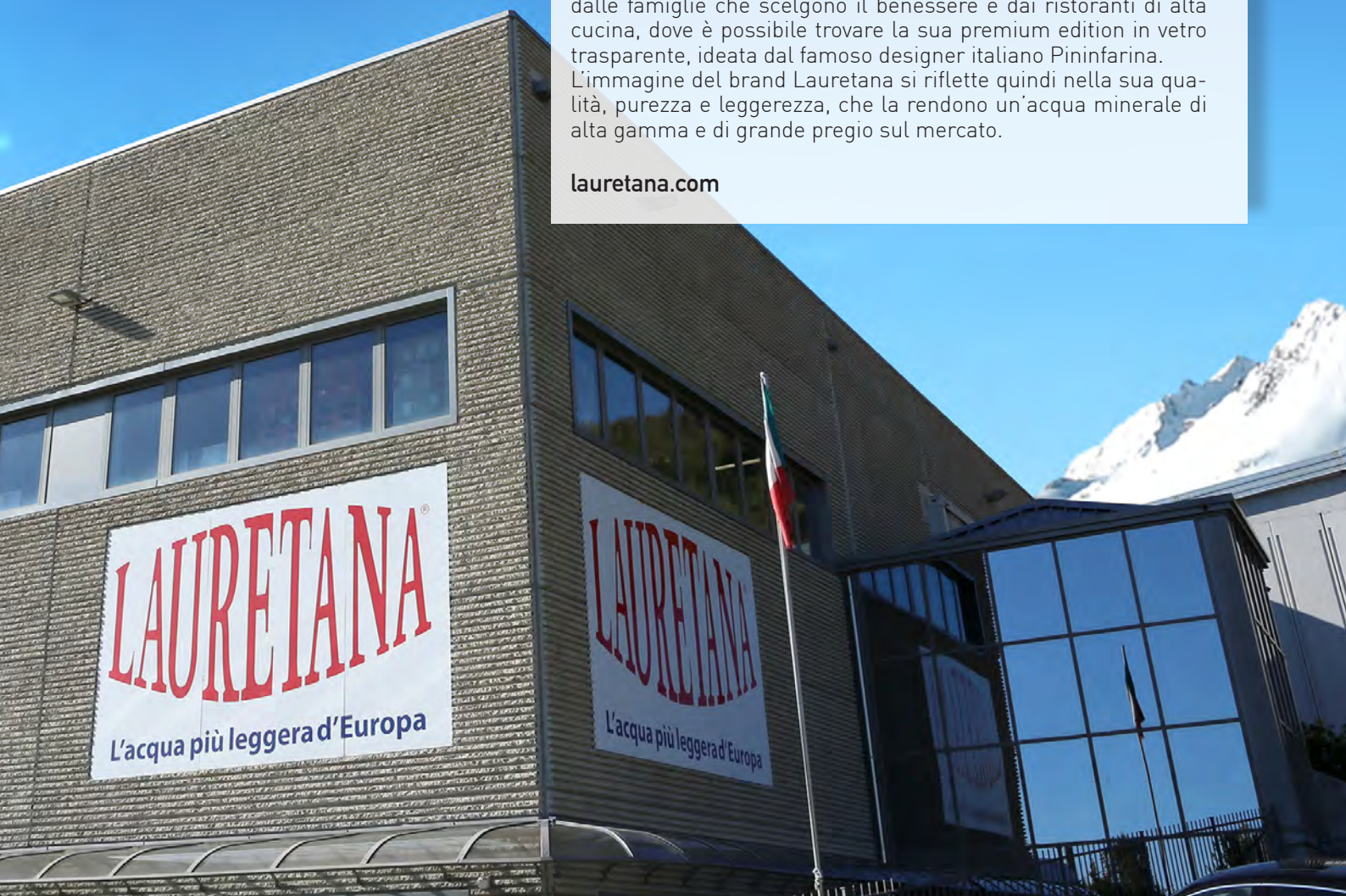
Quali sono i vantaggi per la salute di quest'acqua rispetto ad altre acque minerali sul mercato?

L'acqua Laurentana è ideale per l'idratazione perché favorisce il ricambio idrico, la funzionalità renale ottimale, mantiene idratati i tessuti del corpo e dona elasticità e freschezza alla pelle. Grazie al suo pH leggermente acido, favorisce anche l'armonia dei processi digestivi, dote che la rende ideale anche durante e dopo i pasti.

Come Laurentana si differenzia dai suoi concorrenti nel mondo delle bevande premium e come questa differenziazione si riflette sull'immagine del brand?

La differenziazione è data dalla sua leggerezza e purezza, che sono poi il suo punto di forza. Inoltre, il fatto che sia l'acqua più leggera d'Europa le conferisce uno status di eccellenza che la rende particolarmente apprezzata dalle famiglie che scelgono il benessere e dai ristoranti di alta cucina, dove è possibile trovare la sua premium edition in vetro trasparente, ideata dal famoso designer italiano Pininfarina. L'immagine del brand Laurentana si riflette quindi nella sua qualità, purezza e leggerezza, che la rendono un'acqua minerale di alta gamma e di grande pregio sul mercato.

lauretana.com





NATURE IS OUR BEST PARTNER

What are the main activities of Toscana Trading?

We are an Italian company specialized in the import, distribution and sale of ingredients and additives for the food and cosmetic industries, and sectors such as construction, adhesives, cleaning and much more.

How did the company specialize in the food and cosmetic industry market?

Over the years we have focused on products and **renewable natural resources**, such as vegetable waxes and resins produced in India, Brazil, China and Indonesia, trying to enrich the list of raw materials **available for immediate delivery**, to better respond to requests of customers.

How many years has Toscana Trading been on the market and what are its strengths?

We have been present on the ingredients and additives market for over twenty years, our strengths are the **flexibility of the service**, also understood as customer support and growth orientation, we do not impose any minimum order and we try to avoid payments anticipate. We only deal with **high quality raw materials**, we reply to requests for quotations within 24 hours and we carry out urgent deliveries.

How does the company guarantee the quality control of incoming raw materials and the selection of foreign suppliers?

We have been ISO 9001 certified since 2006 and therefore all the processes of supplier selection, quality control, storage, non-compliance, lot recall and everything related to product management are controlled at every stage of the process. The raw materials treated are carefully selected, starting from the principles of eco-sustainability

LA NATURA È IL NOSTRO PARTNER MIGLIORE

Quali sono le attività principali di Toscana Trading?

Siamo un'azienda italiana specializzata nell'importazione, distribuzione e vendita di ingredienti e additivi per l'industria alimentare, cosmetica, e settori come l'edilizia, gli adesivi, la detergenza e molto altro.

In che modo l'azienda si è specializzata nel mercato dell'industria alimentare e cosmetica?

Nel corso degli anni ci siamo concentrati sui prodotti e sulle **risorse naturali rinnovabili**, come le cere vegetali e le resine prodotte in India, Brasile, Cina ed Indonesia, cercando di arricchire la lista delle materie prime **disponibili in pronta consegna**, per rispondere meglio alle richieste della clientela.

Da quanti anni Toscana Trading è presente sul mercato e quali sono i suoi punti di forza?

Siamo presenti sul mercato degli ingredienti e degli additivi da oltre vent'anni, i nostri punti di forza sono la **flexibilità del servizio**, inteso anche come affiancamento al cliente e orientamento alla crescita, non imponiamo nessun minimo d'ordine e cerchiamo di evitare i pagamenti anticipati. Trattiamo esclusivamente **materie prime di ottima qualità**, rispondiamo alle richieste di offerta entro 24 ore ed effettuiamo consegne urgenti.

Come l'azienda garantisce il controllo qualità delle materie prime in entrata e la selezione dei fornitori esteri?

Siamo certificati ISO 9001 dal 2006 e quindi tutti i processi di selezione fornitori, controllo qualità, stoccaggio, non conformità, richiamo lotti e tutto quello che è inerente alla gestione dei prodotti è controllato



and safety, both for man and for the environment. The catalog of natural products for the various food sectors includes everything needed for the production, conservation and presentation of food and beverages, in full compliance with the provisions in force in Italy and Europe.

How does Toscana Trading try to satisfy customer requests?

The arrangement of **raw materials ready for delivery** requires careful work: our purchasing department calculates the sales on the history of the previous 3 years and carries out the weekly inventory control to schedule new arrivals, then the salesperson tries to predict market trends and of customers to anticipate requests and finally we keep in stock goods engaged by end customers with open orders for scheduled monthly deliveries. Today we have a range of around 60 raw materials at our Livorno warehouse which allows us to move tons of product and make thousands of deliveries every year.

www.toscanatrading.it



in ogni fase di processo. Le materie prime trattate vengono accuratamente selezionate, a partire dai principi di ecosostenibilità e sicurezza, sia per l'uomo che per l'ambiente. Il catalogo di prodotti naturali per i diversi settori alimentari comprende tutto l'occorrente per la produzione, la conservazione e la presentazione di cibi e bevande, nel pieno rispetto delle disposizioni vigenti in Italia ed Europa.

Come Toscana Trading cerca di soddisfare le richieste della clientela?

La disposizione delle **materie prime in pronta consegna** richiede un lavoro accurato: il nostro ufficio acquisti calcola le vendite sullo storico dei 3 anni precedenti e procede al controllo settimanale delle giacenze per programmare i nuovi arrivi, poi il commerciale cerca di prevedere i trend del mercato e dei clienti per anticipare le richieste e infine teniamo a magazzino merce impegnata dai clienti finali con ordini aperti per consegne mensili programmate. Oggi disponiamo di una gamma di circa 60 materie prime presso il nostro magazzino di Livorno che ci consente di movimentare tonnellate di prodotto ed effettuare migliaia di consegne ogni anno.

www.toscanatrading.it



Masiello



*A life
for food*



Via E. De Nicola, Z.I.
71042 Cerignola FG
+39 0885 84 13 15
info@masiellofood.it

www.masiellofood.com



A LIFE DEDICATED TO FOOD

A product of the passion of the current owners' grandfather, developed in the distant post-WWII period, today Masiello Food has definitely grown to be one of the most important companies in Apulia's food industry.

The company is currently expertly run by his three grandsons: Alessandro, Francesco, and Valerio, sons of Romano, who have inherited his passion and commitment, primarily strengthening the company's presence in international markets and succeeding in exporting the brand to 55 nations around the world.

The company is located in the Tavoliere delle Puglie, one of the most agricultural areas in the region. The production facility occupies 13,000 square meters, with three production lines that guarantee a high production capacity. One of the companies undisputed strengths is quality. It is BRC, IFS, BIO, and Kosher certified and continuously invests resources in the innovation and improvement of its production systems.

Within the facility is a quality control laboratory equipped with cutting edge tools that are necessary for guaranteeing food safety and consumer health.





UNA VITA PER IL CIBO

Nata dalla passione del nonno degli attuali proprietari nel lontano primo dopoguerra, la Masiello Food oggi è sicuramente una delle realtà più importanti nel comparto agroalimentare pugliese.

Attualmente l'azienda è condotta con professionalità dai tre nipoti, Alessandro, Francesco e Valerio figli di Romano, che ne hanno ereditato passione e impegno rafforzando principalmente la presenza sui mercati internazionali arrivando ad esportare il brand in 55 nazioni nel mondo.

L'azienda ha sede nel cuore del tavoliere delle Puglie, in una delle zone a più alta vocazione agroalimentare. La struttura produttiva si sviluppa su tredicimila mq con tre linee di produzione che garantiscono un'elevata capacità produttiva.





The safety system that has been implemented includes continuous and constant inspections throughout the entire production cycle: analysis of incoming raw materials, inspections during the production process, and inspections of the final product.

All of the machinery used in the various stages of the process are of the latest generation, such as, for example, the X Ray Machine, and are constantly updated in order to guarantee their efficiency and effectiveness.

A research and development team is also present within the company, which, in addition to continuously modifying and improving the more than 200 products that the company already produces, is always looking for new ideas and new products, like the most recently developed "Terrecrude" line (in photo a draft), a range of products made exclusively from Apulian raw ingredients with the addition of extra virgin olive oil and truly appealing packaging, but... that's not all. Soon two more product lines will be introduced.

***News:** PIZZA MOOD is born, the new pizzeria line! 6 low acidity products specifically designed for pizza in both retail and foodservice sizes.

Roman-style Artichokes with stems, Artichoke leaves, Artichoke quarters, Sundried Tomatoes, Leccino Olives all in marinated olive oil and capers in apple vinegar.

All updates will be available online at www.masiellofood.it

Punto di forza indiscusso è la Qualità. L'azienda è certificata BRC, IFS, BIO e Kosher e investe continuamente risorse per innovare e migliorare i sistemi di produzione.

All'interno della struttura è presente un Laboratorio Controllo Qualità dotato di strumentazione all'avanguardia necessaria per garantire la sicurezza alimentare e la salute del consumatore.

Il sistema di sicurezza messo in atto prevede continui e costanti controlli durante tutto il ciclo produttivo: analisi sulle materie prime in arrivo, controlli durante il processo di produzione, controlli sul prodotto finito.

Tutti i macchinari utilizzati nelle varie fasi del processo sono di ultima generazione, come ad esempio la X Ray Machine, e vengono costantemente aggiornati in maniera da garantirne l'efficacia e l'efficienza.

Sempre all'interno dell'azienda è presente un team di Ricerca & Sviluppo che, oltre a modificare e migliorare continuamente le oltre 200 referenze già presenti in assortimento, è costantemente alla ricerca di nuove idee e nuovi prodotti come l'ultima nata: la linea "Terrecrude" (in foto una bozza), una gamma fatta solo da materie prime pugliesi con aggiunta di olio extra vergine d'oliva e con un packaging davvero accattivante ma... non finisce qui. A breve saranno presentate due ulteriori linee.

***Novità:** Nasce PIZZA MOOD, la nuova linea pizzeria! 6 prodotti a bassa acidità studiati appositamente per la pizza sia in formati retail sia per il foodservice. Carciofi con gambo alla romana, Petali di carciofo, Spicchi di carciofo, Pomodori secchi, Olive leccino tutti in olio d'oliva marinato e Capperi in aceto di mele.

Tutti gli aggiornamenti saranno disponibili sul sito web www.masiellofood.it



“CUORICINO” IS DESIGNED FOR CHILDREN

Cuore di Frutta is a brand of Only Juices srl, a company which, together with its sister companies Cauditfrucht spa and La Mora Siciliana spa, manages the production, sale and distribution of processed fruit-based products.

Cuore di Frutta's ingredients are carefully selected and guaranteed by certified organic farming. Furthermore, no preservatives or food colourings, sugars or additives are added, to preserve the taste and goodness of the raw materials.

“Cuoricino” is designed for children: practical and easily manageable even by the little ones, thanks also to the flexible packaging and the large open-close cap of the smoothies. Natural and in different flavours, they are a complete, healthy snack.

Each smoothie is associated with an animal with his own personality and temperament: through the adventures of our little animals, children becomes familiar with and becomes attached to the various protagonists. So eating fruits and vegetables can also be fun.

In stores, the smoothies are in a 300-piece display: practical, space-saving and with a layout that reveals their genuineness. We cater to parents who want to ensure their child a healthy snack even outside the home.





LA LINEA CUORICINO È PENSATA PER I BAMBINI

Cuore di Frutta è un marchio Only Juices srl, società che, insieme alle aziende sorelle CandiFrucht spa e La Mora Siciliana spa, gestisce la produzione, la vendita e la distribuzione di prodotti trasformati a base di frutta.

Gli ingredienti dell'intera gamma Cuore di Frutta vengono accuratamente selezionati e garantiti da agricolture biologiche certificate. Inoltre non vengono aggiunti conservanti o coloranti, zuccheri o additivi, per preservare il gusto e la bontà delle materie prime.

La linea Cuoricino è pensata per i bambini: pratica e facilmente gestibile anche dai più piccoli, grazie anche alla confezione flessibile e al grande tappo apri e chiudi dei frullati. Naturali e in diversi gusti, sono una merenda completa.

Ogni frullato è associato ad un personaggio con la propria personalità e carattere: attraverso le avventure dei nostri animaletti il bambino prende confidenza e si affeziona ai vari protagonisti. Così mangiare frutta e verdura può essere anche divertente.

We shorten the distance between the individual user and the brand, fostering a feeling of trust and creating a community interested in the values that the company communicates. In fact, there are many initiatives that see us involved: projects, local events, trade fairs, charitable initiatives or recreational activities, always with an eye towards health, family and sport. There are several active sports collaborations: the most recent, those with the champion Vitalini and his little skiers of the Vitalini Speed Contest, and with Federica Stufi, captain of Volley Bergamo 1991, protagonist of various projects with young volleyball players.

We have also brought a playful educational project to various schools, aimed at bringing the little ones closer to a higher intake of fruit.



www.fruttafrullata.it

In store i frullati sono in un espositore da 300 pezzi: pratico, poco ingombrante e con un layout da cui traspare la loro genuinità. Ci rivolgiamo ai genitori che vogliono assicurare al proprio bimbo una merenda sana anche fuori casa.

Accorciamo la distanza tra il singolo utente e il brand, favorendo un sentimento di fiducia e creando una community interessata ai valori che l'azienda comunica. Sono infatti tante le iniziative che ci vedono coinvolti: progetti, eventi locali, fiere di settore, iniziative benefiche o attività ludiche, sempre con un occhio di

riguardo verso la salute, la famiglia e lo sport. Diverse le collaborazioni sportive attive: le più recenti, quelle con il campione Vitalini e i suoi piccoli sciatori delle Vitalini Speed Contest, e con Federica Stufi, capitana del Volley Bergamo 1991, protagonista di diversi progetti con giovani pallavolisti.

Abbiamo inoltre portato in diverse scuole un progetto ludico didattico, volto ad avvicinare i più piccoli ad un maggiore consumo di frutta.

www.fruttafrullata.it



100% italiano



GOLD SELECTION



Il Buono d'Italia



www.olioluglio.it





OLIO LUGLIO, SINCE 1953

Great expanses of olive trees, table-lands furrowed by the man's hand and bright chromatisms are the frame of the characteristic town of TERLIZZI, in the north of Bari. It's here that our family's roots are and where the family started the manufacture of a "nectar" called extravirgin olive oil in 1953.

Their attachment to tradition and the attention to the changings of time make the Luglio's firm a point of reference for the working process of the Baresan oil, the most esteemed in the world by experts. The control of the countryside cultivation, the bottling process and the finished products trade are the pride of the Luglio's.

The extraordinary experience, handed down from father to son, guarantees the genuiness, deliciousness and the high quality of this oil, "the good of Italy".

Medsol s.r.l is one of the biggest bottler companies in PDO Terra di Bari Extra Virgin olive oil PDO "TERRA DI BARI" EXTRA VIRGIN OLIVE OIL. (The Protected Designation of Origin) is the important recognition for the value and the quality by which the European Community assures customers about the geographical area of origin and the uniqueness of olive oil production methods in "Terra di Bari".

Environmental conditions and the cultivation methods make our "Terra di Bari" PDO extravirgin olive oil a precious oil. Luglio considers very important the traditional ways of cultivating and pruning olives in order to preserve all their original characteristics. In our range you can find also "Gold Selection" extra virgin olive oil obtained only from 100% Italian olives.

This kind of oil has an intense aroma, which remind to the one of the olives harvested from the plant at the right degree of ripeness. The characteristic of 100% italian extra virgin olive oil "Gold Selection" is the balance between bitter and spicy, of medium intensity.

Medsol srl has many certifications such as: ISO 22005, IFS, BRC, KOSHER, HALAL, ORGANIC and P.D.O.

www.olioluglio.it

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



LOGISTICA UNO TOGETHER WITH HERO ITALY AGAINST FOOD WASTE

Logistica Uno has been providing integrated distribution logistics, warehousing, transport and distribution services for almost 30 years.

Nowdays, the logistic sector is strategic for a variety of economic and business activities.

The 'value' generated in the territory by the different types of logistical settlements can be seen both directly in terms of the qualified employment of the territory's resources employed, and indirectly in terms of the induced economic impact.

As a company that is part of an industry with ever-growing trends, we have a duty to accentuate communications towards topics of global interest.





**LOGISTICA UNO ASSIEME AD HERO ITALIA
CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE**

Logistica Uno si occupa di servizi di Logistica distributiva integrata, servizi di deposito, trasporto e distribuzione da quasi 30 anni.

Il settore della logistica è oggi strategico per una pluralità di attività economiche ed imprenditoriali. Tantissime aziende si affidano allo stoccaggio e al trasporto delle merci per la gestione quotidiana dei cicli produttivi. Ma logistica non è solo questo: La logistica – in combinazione con l’ascesa delle nuove tecnologie – ha registrato una crescita enorme negli ultimi tempi.

Il «valore» generato sul territorio dalle diverse tipologie di insediamenti logistici lo vediamo sia direttamente in termini di occupazione qualificata delle risorse del territorio impiegate, che indirettamente in qualità di impatto economico indotto.

In qualità di azienda parte di un settore con trend in continua crescita, abbiamo il dovere di accentrare le comunicazioni verso tematiche di interesse globale.

La FAO (Food and Agriculture Organization) ha stimato che ogni anno nel mondo viene sprecato circa un terzo di cibo, equivalente a 1,3 miliardi di tonnellate. Un dato allarmante, contando che 1 miliardo della popolazione mondiale è sotto nutrita.



FAO (Food and Agriculture Organization) estimated that around one third of food is wasted in the world every year; it is equivalent to 1.3 billion tonnes. Considering that 1 billion of the world's population is undernourished, this is an alarming figure.

Luca Falasconi, Scientific Head of the Waste Watcher International Observatory – Italy, points out that today in our country, considering only the food thrown away in our homes, food waste alone is worth almost 6.5 billion. This is an estimate that rises to over 9 billion considering the entire supply chain.

But at the same time, still in Italy, more than 2.6 million of people (9.4% of the population) struggle to eat regularly due to rising prices and higher bills and are in a state of poverty.

We want to tell you how one of our top clients puts his efforts in order to solve this problem:

Hero, a global food company founded in 1886 with the aim of making high-quality natural products easily accessible to consumers.

In Italia a livello domestico, gettiamo in media 524,1 grammi pro capite a settimana, ovvero circa 75 grammi di cibo al giorno e 27,253 kg annui fonte Osservatorio Waste Watcher International di Last Minute Market, per campagna Spreco Zero su monitoraggio Ipsos con elaborazioni Distal - Università di Bologna.

Luca Falasconi, Responsabile scientifico dell'Osservatorio Waste Watcher International - Italia, sottolinea come oggi lo spreco alimentare solo per il nostro paese vale quasi 6,5 miliardi considerando solo il cibo gettato nelle nostre case: una stima che sale a oltre 9 miliardi considerando l'intera filiera. Eppure, sempre in Italia, oltre 2,6 milioni di persone faticano a nutrirsi regolarmente a causa dell'aumento dei prezzi e dei rincari delle bollette e 5,6 milioni di individui (il 9,4% della popolazione) versano in condizione di povertà. Anche per queste ragioni, a livello globale ma anche locale, diventa essenziale mettere al centro dell'azione politica la food policy come strategia sociale, economica e di sviluppo sostenibile, politiche dove le imprese possono svolgere un ruolo fondamentale.

Vi raccontiamo come uno dei nostri top client mette il suo impegno per combattere questo problema:

Hero, un'azienda alimentare globale fondata nel 1886 con la filosofia di rendere i prodotti naturali di alta qualità facilmente accessibili ai consumatori.

La loro mission: "deliziare i consumatori conservando la bontà della natura", risponde alle esigenze e ai desideri dei consumatori di oggi per un cibo autentico e onesto.

Esperti di confetture in monoporzioni danno l'esempio verso un mondo senza sprechi.





Hero's mission is: "delighting consumers while preserving the goodness of nature", it responds to the needs and desires of today's consumers for authentic and honest food.

They are experts in single-portion jams and they set an example towards a world without waste.

This product format fully embraces the anti-waste policy: the purchase of single portions represents a sustainable choice. This is an increasing issue in the daily lives of Italian families. The constant reduction of formats meets with growing interest among consumers.

The HERO Group is strongly focused on sustainability and has a target of zero net emissions production for its plants by 2030.

In addition, Hero Italy has been running a project for years to recover unconsumed food surpluses by donating food to various local organizations such as Caritas and Banco Alimentare.

Food recovery activity permits to prevent it from becoming waste, saving in energy resources, thus reducing CO2 emissions into the atmosphere. Waste is responsible for 10% of 'unnecessary' greenhouse gas emissions. For our client Hero, we have followed the distribution throughout Italy for GDO and Horeca network since 2009.

At Logistica Uno we aim to improve the quality, efficiency and transversality of our services with an eye to impacting as little as possible on the environment around us. From this year, measuring the climate impact of the supply chain will be an established practice for us.

It is an honour for Logistica Uno, a company part of Green Logistics, to be an established partner of a customer like Hero Italia, close to environmental and social issues, and that was able to meet the team of the Waste Watcher International Observatory, Department of Agro-Food Sciences and Technologies, University of Bologna.

#together towards a sustainable future

www.logisticauno.it





Questo formato di prodotto abbraccia in pieno la politica antispreco: l'acquisto delle monoporzioni, rappresentare una scelta sostenibile nell'ottica di una riduzione degli sprechi alimentari, un tema sempre più presente nella quotidianità delle famiglie italiane. Il trend della costante riduzione dei formati incontra un interesse crescente nel popolo dei consumatori. Gruppo HERO è fortemente concentrato sulla sostenibilità e per i suoi stabilimenti ha come obiettivo per il 2030 una produzione ad emissioni nette pari a zero.

Hero Italia inoltre, porta avanti da anni un progetto di recupero delle eccedenze non consumate donando cibo a vari enti territoriali come Caritas e Banco Alimentare.

La raccolta alimentare include la distribuzione di quanto donato alle strutture cittadine, enti no profit che si occupano di ricezione, ospitalità e assistenza per persone fragili o che stiano attraversando momenti di difficoltà, non solo economica.

Alimenti ancora buoni vengono salvati e non diventano rifiuti, ritrovando una "seconda vita" presso gli enti caritativi che li ricevono e che così possono destinare le risorse risparmiate. Recuperare gli alimenti significa anche impedire che questi divengano rifiuti, permettendo un risparmio in risorse energetiche, quindi un abbattimento delle emissioni di CO2 nell'atmosfera.



Lo spreco è responsabile del 10% di "inutili" emissioni di gas serra e allentare la pressione sulle risorse naturali, in particolare il consumo di acqua e di suolo significa aumentare la sostenibilità dei nostri sistemi di produzione e delle nostre società.

Per il nostro cliente Hero seguiamo dal 2009 la distribuzione in tutta Italia per la rete GDO ed Horeca.

La merce arriva dall'estero (Spagna, Germania e Svizzera), viene stoccata nei magazzini di Logistica Uno. Nel 2022 abbiamo effettuato 11mila spedizioni in 20 regioni d'Italia con un tasso del 98% di spedizioni consegnate senza anomalie. In Logistica Uno puntiamo a migliorare la qualità, l'efficienza e la trasversalità dei nostri servizi con sguardo sempre attento ad impattare il meno possibile sull'ambiente che ci circonda.

Da quest'anno la misurazione dell'impatto climatico della filiera logistica sarà per noi una prassi consolidata.

E' un onore per Logistica Uno, azienda parte della Green Logistics, essere partner consolidato di un cliente come Hero Italia, vicino alle tematiche ambientali e sociali, e aver potuto incontrare il team dell'Osservatorio Waste Watcher International, Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari dell'Università di Bologna.

#Insieme verso un futuro sostenibile

www.logisticauno.it



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

Since 1993 table grapes from organic farming.

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

The company has always strongly invested in sustainability and respect for the ecosystem, seeking to make the best use of natural resources and directing itself towards the development of alternative energies, with the aim of minimizing its impact on the environment.

The group is also certified by the CPPB for the organic method and by Bio Suisse, and boasts other important certifications such as Demeter, Global Gap, IFS, BRC.

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

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





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

DAL 1993 UVA DA TAVOLA DA AGRICOLTURA BIOLOGICA.

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

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

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

Il gruppo inoltre si avvale della collaborazione delle migliori aziende nel settore logistica in Europa per ottimizzare i tempi di consegna e preservare la freschezza del prodotto.

E grazie proprio a questa collaborazione esporta puntualmente da luglio a dicembre uva freschissima sui mercati internazionali.

Abbiamo incontrato Marilena Daugenti Tarulli, titolare dell'azienda congiuntamente al marito, per conoscere un po' più da vicino questa realtà pugliese, fiore all'occhiello del nostro Made in Italy per quanto riguarda la produzione di uva da tavola.

Four chats with...

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

We met Marilena Daugenti Tarulli, owner of the company together with her husband, to get to know this Puglia-based company a little closer, a flagship of our Made in Italy when it comes to table grape production.

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

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

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

When did you start converting to organic farming?

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

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

How much does organic farming impact your product?

A lot and positively, of course.

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

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

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

For this reason, we exhibited at the BIOFACH fair as exhibitors with Demeter.

www.gruppotarulliop.it



“ **COTTON CANDY:**
Uva dal profumo e dal gusto
dello zucchero filato ”





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

Esatto, la nostra azienda è specializzata nella coltivazione biologica e biodinamica di uva, e questo ci tengo a sottolinearlo.

Siamo nati ben 30 anni fa, partendo da un piccolo appezzamento di pochi ettari della mia famiglia, successivamente convertito, perseguendo con grande spirito di iniziativa e coraggio un sogno oggi realtà.

Quando avete iniziato a convertirvi all'agricoltura biologica?

In effetti, abbiamo sempre e solo fatto uva BIO, siamo quindi stati un po' gli antesignani di un trend che oggi è fortemente sentito e perseguito.

In effetti noi siamo partiti già con questo indirizzo, per noi il BIO è sempre stata una vocazione.

Quanto impatta l'agricoltura biologica sul vostro prodotto?

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

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

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

Per questo abbiamo di recente preso parte alla fiera BIOFACH in qualità di espositori proprio nel padiglione della DEMETER.

www.gruppotarulliop.it





An  Group Company

SAFE, SELECTED,
SUPERIOR – these three
words say everything
about our beef

MASTRO BEEF – Safe, Selected, Special – these three words say everything about our beef. At OSI POLAND FOODWORKS every detail matters.

Mastro Beef ensure you that the meat you buy comes directly from certificated farmers and is processed with integrity, selected respecting high, world standard criteria. We care about animal welfare which is the most important element in supply chain. Good animal condition is a good product. The Premium version Hand Selected will allow you to buy hand-picked beef by our best, experienced butchers.







On this Premium range we can guarantee you selected, sublime and unique taste. Be carried away by the flavor - meet Mastro Beef!

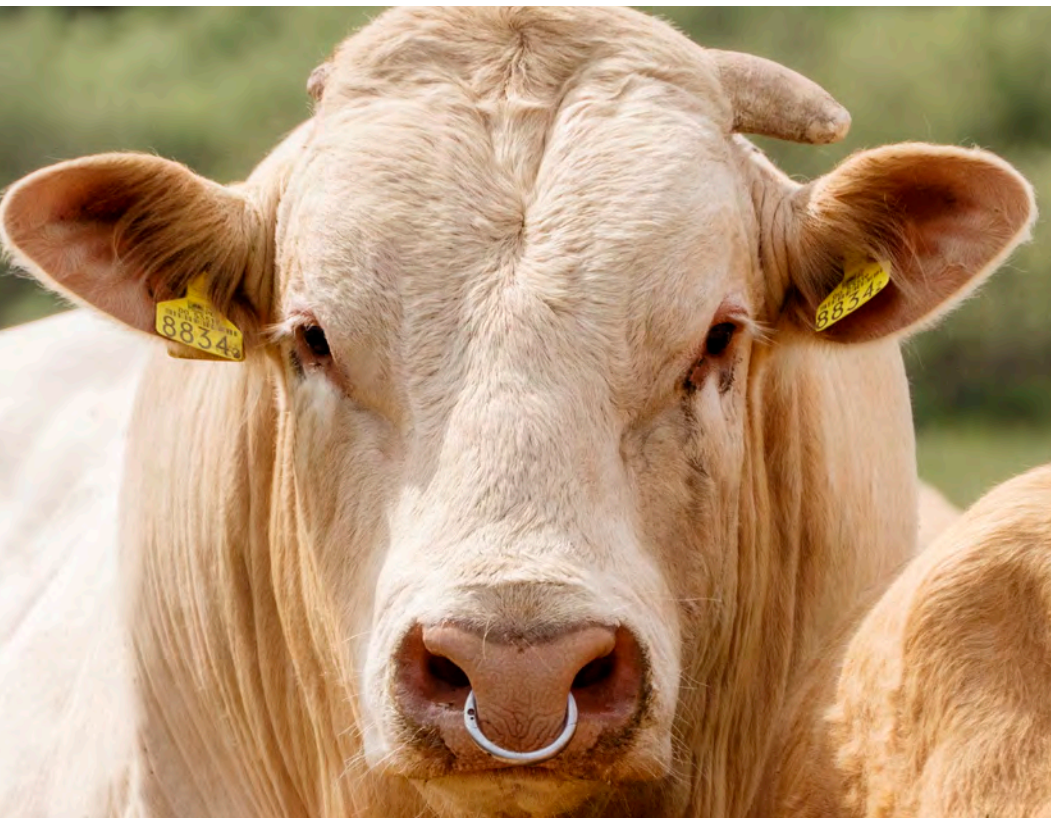
OSI POLAND FOODWORKS

OSI POLAND FOODWORKS is one of Polish representatives of an American corporation OSI GROUP, established in 1909 in the US, a global producer and provider of both fresh and frozen beef, poultry and pork.

The company is widely recognized for its great reputation on international markets of food of animal origin.

OSI POLAND FOODWORKS was set up in 2011 and since then has been developing its production potential, gradually increasing level of sales.





The company supports the values of sustainable development, underlining the importance of implementing sustainable breeding practices.

In order to maintain high quality standards on individual cattle farms, OSI has created a new farming programme that operates within the entire delivery chain in Poland, named CULTIVATE.

The aim of the programme is to ensure complex influence on areas related to management of farms in order to promote their sustainable development.

www.mastrobeef.eu



B2B BEEF PRODUCER



Safe, Selected, Superior
- these three words say everything about our beef.

At OSI POLAND FOODWORKS every detail matters. Mastro Beef - our house brand, ensure you that the meat you buy comes directly from certificated farmers and is processed with integrity, selected respecting high, world standard criteria.



CONTACT US:

Poland, Chróścina 3A, 56-200
mastrobeef@osieurope.com
www.mastrobeef.eu

+39 392 013 82 47 - Italy | +48 603 226 948 - Poland





PALLINI COMPANY

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

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

PALLINI

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

2016: Micaela Pallini becomes CEO of the company.

2021: Micaela Pallini becomes President of Federvini.

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

www.pallini.com



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

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

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

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

2016: Micaela Pallini diventa amministratore delegato della società.

2021: Micaela Pallini diventa Presidente di Federvini.

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

www.pallini.com

AMARO FORMIDABILE

PRODOTTO 
ARTIGIANALMENTE

IN

ROMA | ITALIA

DIFFIDATE DELLE IMITAZIONI!



produced and distributed by

PALLINI

pallini.com





FOOD LABORATORY CECCHIN ANDREA AND CARLO

The company discussed is committed to researching and producing high-quality, genuine products that can satisfy even the most discerning palates. Despite using cutting-edge machinery, the company maintains a high degree of craftsmanship in production.

To ensure the quality of its products, the company selects ingredients from companies with high and certified quality standards, avoiding the addition of additives, glutamates, and preservatives.

Flexibility in meeting the needs of its customers is guaranteed on the one hand, while on the other, the company complies with the strictest safety and quality regulations thanks to the use of technologically advanced machinery.

The company has been IFS certified for years and undergoes periodic audits by its main customers, demonstrating its attention to



Piacere quotidiano



LABORATORIO ALIMENTARE CECCHIN ANDREA E CARLO

L'azienda PASTA CECCHIN è impegnata nella ricerca e produzione di prodotti buoni e genuini che possano soddisfare anche i palati più esigenti. Nonostante utilizzi macchinari all'avanguardia, l'azienda mantiene comunque un alto grado di artigianalità nella produzione.

Per garantire la qualità dei propri prodotti, l'azienda seleziona ingredienti da aziende che hanno uno standard qualitativo elevato e certificato, evitando di aggiungere additivi, glutammati e conservanti.

La flessibilità nell'incontro delle esigenze dei propri clienti è garantita da un lato, mentre dall'altro l'azienda rispetta le





cleanliness, compliance with certifications, and the use of state-of-the-art equipment for excellent production.

The variety of products offered by the company is wide and includes pasta, both porous pasta that retains sauce and stuffed pasta that comes in capelletti, fagottini, ravioli, and tortelloni, all made with quality ingredients and thin pasta.

Finally, the company also offers handmade crepes, ready to heat in the oven or microwave, preparing meat and vegetables for the fillings in its own kitchens.

In summary, the company is committed to ensuring high-quality products, selecting only certified ingredients and avoiding the use of additives, glutamates, and preservatives.

www.pastacecchin.it

normative più stringenti in termini di sicurezza e qualità grazie all'utilizzo di macchinari tecnologicamente avanzati.

L'azienda è certificata IFS da anni e subisce audit periodici da parte dei propri principali clienti, il che dimostra l'attenzione posta sulla pulizia, il rispetto delle certificazioni e l'utilizzo di impianti tecnologicamente all'avanguardia per una produzione di eccellenza.

La varietà di prodotti offerti dall'azienda è ampia e comprende la pasta, sia quella porosa che trattiene il sugo sia quella ripiena che si suddivide in cappelletti, fagottini, ravioli e tortelloni, il tutto preparato con ingredienti di qualità e pasta sottile.

Infine, l'azienda offre anche crespelle fatte a mano, pronte da scaldare in forno o in microonde, preparando personalmente la carne e le verdure per i ripieni nelle proprie cucine.

In sintesi, l'azienda si impegna a garantire prodotti di alta qualità, selezionando solo ingredienti certificati e evitando l'uso di additivi, glutammati e conservanti.

www.pastacecchin.it



R
RINALDINI

Il prodotto di eccellenza che hai sempre desiderato per i tuoi clienti.

MaccaRAL

Rivisitazione dei famosissimi macaron francesi, i **MaccaRAL**® sono una delle creazioni più conosciute del **Maestro Roberto Rinaldini**, 3 volte campione del mondo di pasticceria e gelateria. Meringhe morbide al gusto di mandorla, nocciola o pistacchio ripiene con una leggera crema al burro o ganache di cioccolato, colorati con colori completamente naturali e 100% di origine vegetale.

Per maggiori informazioni inviare una email a commerciale@rinaldinipastry.com



@rinaldinipastry @robertorinaldini

www.rinaldinipastry.com



RINALDINI

RINALDINI: Italian artisan excellence in pastry and gastronomy sector

We met with Roberto Rinaldini, an award-winning chef and the pastry chef and founder of Rinaldini Pastry S.p.A, a company that represents Italian artisan excellence in the pastry and gastronomy sector.

With their culinary art boutiques and 360-degree production, Rinaldini represents a reference point for professionals in the Ho.Re.Ca world and for anyone who wants to experience a unique and exclusive pastry&food experience. Today, we will find out more about their artisanal approach, unique and elegant style.

How did the idea of creating Casa Rinaldini come about and what is your main mission?

In 2017, the company became a joint stock company with the entry of Micaela Dionigi, a well-known Rimini entrepreneur. Fulcrum of the expansion project comes with Casa Rinaldini, the unique production hub in Europe, with 3,600 square meters divided into pastry, chocolate, cooking, and baking workshops. Each department has an independent team, and the workforce consists of more than 45 employees with more than 50% pink quota. Two managers, for the sweet and savory side, supervised by myself. The facility



produces an extensive catalog of products for point-of-sale, online and ho.re.ca. offerings. The goal? To bring to all these supply chains the concept of quality craftsmanship, with the security of a large production hub.

What is your offering for the Ho.re.ca Channel?

The Mastery of the brand is declined through this avant-garde venue in a new and exclusive line of products dedicated to Catering. An experiential journey certified by the important Rinaldini know-how that engages and transports into a world that anyone can easily replicate thanks to the precise technical data sheets that accompany the products.

The Food Experience line, unique in style and philosophy, thus encompasses many preparations embracing every gastronomic nuance (appetizers, starters, main courses and various bakery offerings). They only require regeneration and/or cooking optimizing preparation time with the guarantee of a certain food cost and the added advantage of containing waste.

The Pastry Experience line features my creations: from the MacaRAL world – a personal version of French macarons -

RINALDINI: eccellenza artigianale italiana nel settore della pasticceria e della gastronomia

Abbiamo incontrato Roberto Rinaldini, pluripremiato chef e pastry chef e fondatore di Rinaldini Pastry S.p.A, un'azienda che rappresenta l'eccellenza artigianale italiana nel settore della pasticceria e della gastronomia.

Con le loro boutique d'arte culinaria e la produzione a 360 gradi, Rinaldini rappresenta un punto di riferimento per i professionisti del mondo Ho.Re.Ca e per chiunque voglia sperimentare un'esperienza pastry&food unica ed esclusiva. Oggi, scopriremo di più sul loro approccio artigianale, sul loro stile unico ed elegante.

Come è nata l'idea di creare Casa Rinaldini e qual è la vostra missione principale?

Nel 2017 la società è diventata una società per azioni con l'ingresso di Micaela Dionigi, nota imprenditrice riminese. Fulcro del progetto di espansione nasce con Casa Rinaldini, il polo produttivo unico in Europa, 3.600 metri quadrati suddiviso in laboratori di pasticceria, cioccolateria, cucina, panificazione. Ciascun comparto ha una squadra autonoma, e la forza lavoro è composta da oltre 45 dipendenti con più del 50% di quota rosa. Due i responsabili, per parte dolce e parte salata, supervisionati da me. La struttura produce un vasto catalogo di prodotti destinati a punti vendita, online e offerta ho.re.ca. L'obiettivo? Portare

a tutte queste filiere il concetto di qualità artigianale, con la sicurezza di un grande polo produttivo.

Qual è la vostra offerta per il Canale Ho.re.ca?

La Maestria del brand si declina grazie a questo luogo d'avanguardia in una nuova ed esclusiva linea di prodotti dedicata alla Ristorazione. Un viaggio esperienziale certificato dall'importante know-how Rinaldini che coinvolge e trasporta in un mondo che chiunque può replicare facilmente grazie alle schede tecniche precise che corredano i prodotti.

La linea Food Experience, unica nello stile e nella filosofia, comprende così moltissime preparazioni abbracciando ogni sfumatura gastronomica (appetizers, primi, secondi e varie proposte di panificazione). Necessitano solamente di rigenerazione e/o cottura ottimizzando i tempi di preparazione con la garanzia di un food cost certo e l'ulteriore vantaggio di contenere gli sprechi.

La linea Pastry Experience, propone le mie creazioni: dal mondo MacaRAL – personale versione dei macaron francesi – ai mignon, le monoporzioni e le torte di alta pasticceria, fino ai lievitati da colazione.

La linea Chocolate & Co experience declinata nelle proposte di cioccolateria: vere e proprie opere d'arte realizzate a mano in cioccolato, prodotti fashion da regalare, biscotti decora-

Four chats with...

to mignons, mono portions and haute pa-tisserie cakes, to breakfast leavened goods.

The Chocolate & Co experience line declined in chocolate proposals: true works of art handcrafted in chocolate, fashionable products for gifts, decorated cookies, shelf-stable "pastry a porter" products to large leavened goods for the holidays.

How have you developed your product range and how do you differentiate yourself from the competition?

Since the beginning of my career, I have chosen to align the role of a pastry chef with the canons of haute couture, both in the way, I present myself - from my elegant uniform and always impeccable - and in my creations: elegant desserts, beautiful to look at, structured and, of course, rich in taste. The research and development of new references still go in this direction and have become a kind of "trademark" of the Rinaldini brand. To me the task of designing and creating new products, deciding on names, and differentiating between taste, graphics and packaging, according to channels and holidays.

In a standardized and globalized market, how important is it to put forward the style and vision of an award-winning master like Roberto Rinaldini?

It means meeting the tastes of an international audience, which seeks experience as well as a good product. Our recipes are carefully crafted and designed to meet what a customer wants today. Excellent, beautiful products to be consumed in beautifully designed environments or taken home in sophisticated packaging. In the experience - consuming and buying - with Rinaldini nothing is left to chance.

We could call your outlets, true palate boutiques. Can you tell us what your clientele finds when they enter your stores?

Assortment, high quality, impeccable service and... beauty. In the Rinaldini-branded stores, the experience is three hundred and sixty degrees, ranging from breakfast to after-dinner bistro moments at lunch and dinner, snacks, ice cream and more. A range unparalleled in variety and quality: every course, sweet or savory, is curated, studied and prepared down to the smallest detail.

Retail, but not only. You have an established presence in catering services, custom pastry, Ho.Re.Ca supplies and more. Can you tell us in more detail about the differentiation of your offerings?

Casa Rinaldini's production capacity can meet different needs. The products in the catalog are countless both pastry



and food, designed for the Ho.Re.Ca sector and third-party sales, but also for catering and more. As a chef and master pastry chef, I envisioned an across-the-board offering that could encapsulate the entire luxury experience of a high-end dessert (or dish), with attention to detail, but with the numbers and food safety of a large production center.

High-quality products with selected ingredients that need the utmost care. How do you manage the online sale of your products?

We try to give the same reliability and service that we would give over the counter. Products purchased through e-commerce are suitable for shipping, which we take care of in detail so that each customer receives the product intact. We choose fast and safe deliveries so that the chosen reference remains in transit as little as possible.

Are there also products in your offering that are targeted to customers who are sensitive to certain types of allergens?

Certainly, both in the catalog for Ho.Re.Ca supplies and on our premises, there are many veg or free-from references. The public is changing, and so is its demand: we want to re-



ti, prodotti da scaffale "pastry a porter" fino ai grandi lievitati per le festività.

Come avete sviluppato la vostra gamma di prodotti e come vi differenziate dalla concorrenza?

Sin dall'inizio della mia carriera ho scelto di allineare il ruolo di pasticciere ai canoni dell'alta moda, sia nel mio modo di pormi – dalla divisa elegante e sempre impeccabile – sia nelle mie creazioni: dolci eleganti, belli a vedersi, strutturati e, ovviamente, ricchi di gusto. La ricerca e lo sviluppo di nuove referenze ancora oggi vanno in questo senso ed è diventato una sorta di "marchio di fabbrica" del brand Rinaldini. A me il compito di disegnare e creare nuovi prodotti, decidere i nomi, differenziando tra gusto, grafica e packaging, in base a canali e festività.

Quanto conta, in un mercato standardizzato e globalizzato, proporre lo stile e la visione di un maestro pluripremiato come Roberto Rinaldini?

Significa andare incontro ai gusti di un pubblico internazionale, che cerca l'esperienza oltre al buon prodotto. Le nostre ricette sono attentamente studiate e pensate per rispondere a ciò che un cliente oggi vuole. Prodotti ottimi, belli, da consumare in ambienti dal design raffinato o da portare a casa in packaging ricercato. Nell'esperienza – di consumo e di acquisto – con Rinaldini nulla è lasciato al caso.

Potremmo definire i vostri punti vendita delle vere boutique del palato. Ci puoi raccontare cosa trova la vostra clientela quando entra nei vostri store?

Assortimento, alta qualità, servizio impeccabile e... bellezza. Negli store a insegna Rinaldini l'esperienza è a trecentosessanta gradi, va dalla colazione al dopocena, passando per momenti bistrot a pranzo e cena, merenda, gelateria e molto altro. Una gamma impareggiabile per varietà e qualità: ogni portata, dolce o salata, è curata, studiata e preparata nei minimi dettagli.

Vendita al dettaglio, ma non solo. Avete una presenza consolidata nei servizi di catering, pasticceria personalizzata, forniture per il settore Ho.Re.Ca e molto altro. Ci puoi parlare più nel dettaglio della differenziazione della vostra offerta?

La capacità produttiva di Casa Rinaldini riesce a rispondere a diverse esigenze. I prodotti a catalogo sono innumerevoli sia pastry che food, pensati per il settore horeca e per la vendita presso terzi, ma anche per catering e non solo.

Come chef e maestro pasticciere, ho pensato ad un'offerta trasversale, capace di racchiudere tutta l'esperienza luxury di un dolce (o piatto) di alto livello, curato nei minimi dettagli, ma con i numeri e la sicurezza alimentare di un grande centro produttivo.

Prodotti di alta qualità con ingredienti selezionati che

spond to each request in the best way while maintaining the highest quality and taste experience.

What are your future prospects for expanding your business and consolidating your success?"

For the immediate future, we are aiming for growth in the online market: with rinaldinipastry.com we are steadily increasing sales. Also, on the retail side, we are opening a new 150-square-meter Rinaldini store at Leonardo da Vinci Airport in Fiumicino, in the area of the new boarding pier. In addition, an ambitious project with a new brand, Roberto Rinaldini Gelato e Macaron, is about to be born: a smaller format of about 60 square meters that we will soon open in several outlet stores, as well as malls and city centers. The focus will be freshly whipped artisanal ice cream every day (also offered in croissants!) and express crepes, made on the spot with a special recipe.

We thank Roberto Rinaldini for this very interesting interview and for offering us an in-depth look into their world of artisanal excellence. We were very impressed with their dedication to quality and creativity, and we are confident that their unique and elegant style will continue to captivate their large customer base.

Rinaldini thus becomes the major reference among the offerings available on the market thanks to the highest quality, careful research and strong innovation.

www.rinaldinipastry.com



necessitano la massima cura. Come gestite la vendita on-line dei vostri prodotti?

Cerchiamo di dare la stessa affidabilità e lo stesso servizio che daremmo a banco.

I prodotti acquistati attraverso e-commerce sono adatti alla spedizione, che curiamo nel dettaglio per far giungere ad ogni cliente il prodotto intatto. Scegliamo consegne veloci e sicure, per far restare in transito il meno possibile la referenza scelta.

Nella vostra offerta sono presenti anche prodotti indirizzati a una clientela sensibile ad alcuni tipi di allergeni?

Certo, sia a catalogo per le forniture horeca, sia nei nostri locali, sono presenti molte referenze veg o free from. Il pubblico sta cambiando, e così la sua domanda: vogliamo rispondere ad ogni richiesta nel modo migliore, mantenendo altissima la qualità e l'esperienza gustativa.

Quali sono le vostre prospettive future per espandere il vostro business e consolidare il vostro successo?

Per l'immediato futuro puntiamo sulla crescita nel mercato online: con rinaldinipastry.com siamo in costante aumento di vendite. Inoltre, lato retail, stiamo aprendo

per aprire un nuovo store Rinaldini di 150 metri quadri presso l'aeroporto Leonardo da Vinci di Fiumicino, nell'area del nuovo molo d'imbarco. Inoltre, sta per nascere un ambizioso progetto con un nuovo brand, Roberto Rinaldini Gelato e Macaron: un format più piccolo di circa 60 metri quadri che apriremo presto in diversi punti outlet, ma anche centri commerciali e centri città. Al centro della proposta ci sarà gelato artigianale mantecato fresco ogni giorno (proposto anche in croissant!) e crepes espresse, preparate sul momento con una ricetta speciale.

Ringraziamo Roberto Rinaldini per questa interessantissima intervista e per averci offerto uno sguardo approfondito nel loro mondo di eccellenza artigianale. Siamo rimasti molto colpiti dalla loro dedizione alla qualità e alla creatività, e siamo certi che il loro stile unico ed elegante continuerà ad affascinare la loro numerosa clientela.

Rinaldini diventa così il maggior riferimento tra le offerte disponibili sul mercato grazie ad un'altissima qualità, un'attenta ricerca ed una forte innovazione.

www.rinaldinipastry.com

“ COFFEE, NEW TRENDS IN THE SIGN OF TRADITION ”

In Europe, there are several emerging trends in the coffee industry that are becoming increasingly popular.



Our Editorial Office

One of these is plant-based milk coffee, such as those made with almond, soy, or oat milk. This is partly due to the growing demand for alternative milk options for health or ethical reasons.

Another trend is that of “specialty” coffee, which refers to high-quality coffee with unique and distinctive characteristics, such as those coming from single estates or grown using sustainable farming methods. These coffees are often served as espresso or in small portions, to allow enthusiasts to fully appreciate their nuances.

In addition, there is an ever-growing trend for “filter” coffee, meaning coffee prepared by methods such as drip, chemex, V60 and syphon, that offer a more delicate taste experience than espresso coffee.

Finally, an increasing number of people are interested in learning how to prepare coffee at home, which leads to an increase in demand for high-quality coffee machines and brewing equipment.

These are just a few of the more recent trends in the coffee industry in Europe, but there are many other emerging trends that are influencing how people drink and appreciate coffee.





European coffee consumers are diverse and come from various backgrounds, but generally, they have certain expectations when it comes to their coffee.

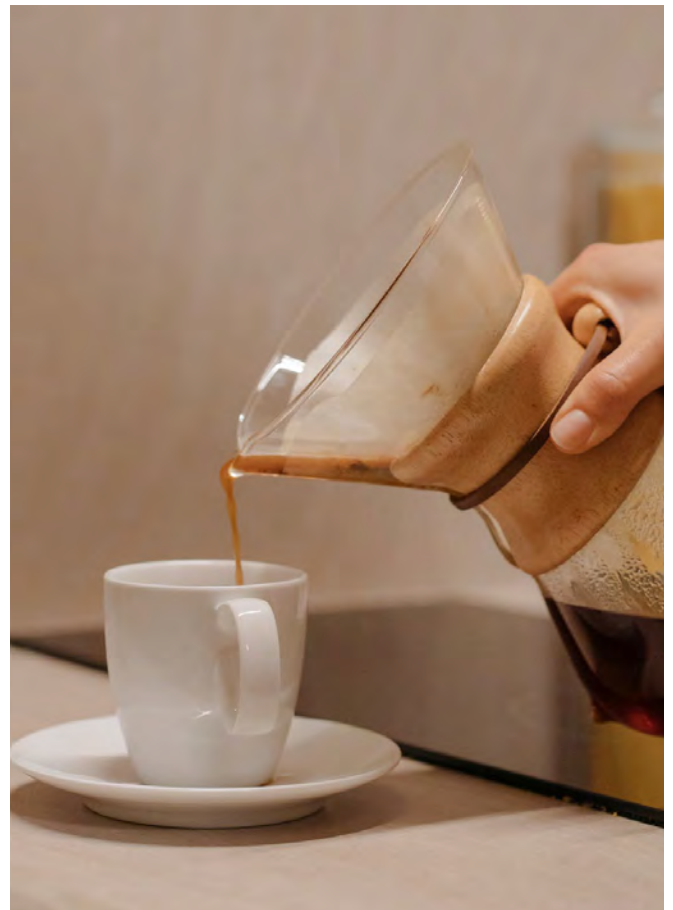
One expectation is for high-quality coffee, with many consumers seeking out specialty coffees that have unique and distinctive characteristics.

These consumers are often willing to pay a premium for these coffees and are interested in learning more about where the coffee comes from and how it was grown.

Another expectation is for convenience and speed, with many consumers looking for quick and easy ways to enjoy their coffee. This has led to an increase in demand for instant coffee and coffee from vending machines.

A growing number of consumers are also looking for sustainable options, and are interested in coffee that is grown using environmentally friendly methods and in ways that support the welfare of farmers.

Some consumers are also looking for healthier options, such as coffee made with plant-based milk or lower-calorie alternatives.



latest news

Finally, consumers are also looking for new and exciting ways to enjoy coffee, such as flavored or infused coffees, cold brew and other new brewing methods, that brings new flavors and different textures.

Overall, European coffee consumers are looking for high-quality, convenient, sustainable, healthy, and new and exciting options when it comes to their coffee.

It is unlikely that coffee pods will completely replace traditional methods of preparing coffee, as both have their own distinct advantages.

Coffee pods, also known as single-serve coffee, have gained popularity in recent years due to their convenience and speed.

They are easy to use and require little clean-up, making them a popular option for busy people who want to enjoy a quick cup of coffee at home.

Additionally, they allow people to have a broad range of different coffee with just a small investment of

time, also providing a more consistent result every time. However, traditional methods of preparation such as drip, pour-over, and French press, offer a more hands-on and personal experience.

This is particularly true for coffee enthusiasts who are interested in learning more about the nuances of different coffees and want to take the time to prepare and appreciate them properly.

This methods are also preferable for those who want to have a bit more control over the brewing process and temperature and look for a different and more complex flavor.

It is also worth noting that some coffee pods are not eco-friendly, as they generate waste and could be an environmental issue. This fact could influence the choice of some consumers.

Overall, it is likely that both traditional and coffee pod preparation methods will continue to coexist, with each appealing to different segments of the market.



Da più di 150 anni: la qualità, sempre.

Forgrana Corradini S.p.A.
via 200 Biolche 6/A - Guastalla (RE)
Tel. +39.0522.833254-833818
Fax +39.0522.833426
info@forgranacorradini.it

Per conoscere la gamma completa dei prodotti FORGRANA, visita il sito www.forgranacorradini.it e seguici su [facebook](https://www.facebook.com/Forgranacorradini/) www.facebook.com/Forgranacorradini/

NOVITÀ
UN ECCEZIONALE
PROSCIUTTO
PORTOGHESE D.O.P.





ALL YOU NEED IS COFFEE

Keep in mind that almost everything starts with a cup of coffee, whether it's a business meeting or a romantic encounter with someone you like. Often, people remember the first moment, the coffee they shared together for the first time. And since first meetings are always the beginning of something, why not make it special with a good quality coffee?

As one thinker said, "We have something extraordinary... let's not reserve it for a select few, but give everyone the opportunity to enjoy it."

What has always helped the company grow is the respect for everyone involved, from the coffee farmers to the consumers, and everyone who works together as a team. To have a successful project, it is necessary to create a team.

Nik Cafe is an Italian coffee brand that produces high-quality coffee blends. The company was founded in 1999 and is owned by Finelli Group Srl. The company's range of products includes four blends: Ristretto, Espresso, Classico, and Ristretto 100% arabica, all characterized by an intense flavor and delicate aroma. The blends are made up of a selection of high-quality coffee beans grown in the best regions of the world, such as Brazil, Colombia, Ethiopia, Mexico, and Vietnam.





ALL YOU NEED IS COFFEE

Teniamo presente che quasi tutto inizia davanti a un caffè, un incontro di lavoro, un incontro di piacere con la ragazza/ragazzo che ti piace, il più delle volte molte persone ricordano il primo momento, il caffè bevuto insieme per la prima volta, e poiché i primi incontri sono sempre l'inizio di qualcosa, perché non deliziarlo con un caffè di buona qualità?

un pensatore disse: abbiamo qualcosa di straordinario... non riserviamolo a pochi eletti ma diamo a tutti la possibilità di goderne.

Ciò che ha sempre fatto crescere l'azienda è il rispetto per tutti, dal coltivatore al consumatore, passando per tutte le persone che lavorano perché per avere successo un progetto è necessario creare una squadra.

Nik Cafe è un autentico caffè italiano, noto per la sua miscela di alta qualità e la sua capacità di soddisfare i palati più esigenti. Proprietà della Finelli Group Srl, l'azienda è stata fondata nel 1999 e ha una lunga storia nella produzione di caffè di alta qualità.

La gamma di prodotti di Nik Cafe comprende quattro tipi di miscele, Ristretto, Espresso, Classico e Ristretto 100% arabica, tutte caratterizzate da un gusto intenso e aromi delicati. Le miscele sono composte da una selezione di chicchi di caffè di alta qualità, coltivati nelle migliori regioni del mondo, come il Brasile, la Colombia, l'Etiopia, Mexico e il Vietnam.

Inoltre, Nik Cafe offre anche una bibita energetica naturale chiamata Luwak Coffee, che unisce la forza del caffè con la purezza dell'acqua. Questa bevanda è perfetta per chi cerca un'alternativa naturale alle bibite energetiche tradizionali.

Il vero segreto di Nik Cafe sta nella sua dedizione alla qualità e alla sostenibilità. La Finelli Group Srl infatti si impegna nella selezione dei chicchi di caffè provenienti da coltivazioni sostenibili e nella lavorazione del caffè in modo ecologico, riducendo al minimo l'impatto sull'ambiente.



In addition, Nik Cafe also offers a natural energy drink called Luwak Coffee, which combines the strength of coffee with the purity of water. This beverage is perfect for those looking for a natural alternative to traditional energy drinks.

The real secret of Nik Cafe lies in its dedication to quality and sustainability. The Finelli Group Srl is committed to selecting coffee beans from sustainable crops and processing coffee in an environmentally friendly way, minimizing its impact on the environment.

Moreover, the company invests in the training of its employees to guarantee a high-quality product and excellent service to its customers. Nik Cafe's passion and dedication to quality and sustainability are reflected in the exceptional taste experience its products offer.

In conclusion, Nik Cafe is a high-quality Italian coffee brand, characterized by a selection of premium coffee beans and a commitment to environmental sustainability. The company's range of products satisfies even the most demanding palates and offers a unique taste experience. The natural energy drink Luwak Energy is also a natural and healthy alternative to traditional energy drinks. If you are looking for a high-quality Italian coffee, Nik Cafe is definitely the right choice.

Nik Cafe offers four different coffee blends, all available in beans, capsules, and ground coffee. Let's take a look at the characteristics of each one:

Ristretto: This blend is made up of selected coffee beans from different parts of the world, including Brazil, Colombia, and Vietnam. It is a strong and full-bodied blend, ideal for those who enjoy the intense taste of coffee. The Ristretto blend is available in beans, capsules, and ground coffee.

Espresso: Nik Cafe's Espresso blend is characterized by a bold and round taste, with a slight hint of chocolate. It is a balanced and aromatic coffee, ideal for those looking for a smooth but decisive taste. The Espresso blend





Inoltre, l'azienda investe nella formazione dei propri dipendenti, per garantire un'alta qualità di prodotto e un servizio eccellente ai propri clienti. La passione e la dedizione di Nik Cafe alla qualità e alla sostenibilità si riflettono nell'esperienza di gusto eccezionale che i suoi prodotti offrono.

In conclusione, Nik Cafe è un marchio di caffè italiano di alta qualità, caratterizzato da una selezione di chicchi di caffè di prima scelta e da un impegno per la sostenibilità ambientale. La gamma di prodotti di Nik Cafe soddisfa i palati più esigenti e offre un'esperienza di gusto unica. La bibita energetica naturale Luwak Energy è inoltre un'alternativa naturale e sana alle bibite energetiche tradizionali. Se siete alla ricerca di un caffè italiano di alta qualità, Nik Cafe è sicuramente la scelta giusta.

Nik Cafe offre quattro diverse miscele di caffè, tutte disponibili in grani, capsule e macinato. Vediamo insieme le caratteristiche di ognuna di esse:

Ristretto: questa miscela è composta da chicchi di caffè selezionati in diverse parti del mondo, tra cui Brasile, Colombia e Vietnam. Si tratta di una miscela forte e corposa, ideale per chi ama il gusto intenso del caffè. La miscela Ristretto è disponibile in grani, capsule e macinato.

Espresso: la miscela Espresso di Nik Cafe è caratterizzata da un gusto deciso e rotondo, con una leggera nota di cioccolato. È un caffè equilibrato e aromatico, ideale per chi cerca un gusto morbido ma deciso. La miscela Espresso è disponibile in grani, capsule e macinato.

Classico: la miscela Classico di Nik Cafe è composta da chicchi di caffè robusta, selezionati con cura per offrire un gusto equilibrato e armonioso. È una miscela morbida e delicata, ideale per chi cerca un caffè piacevole e forte da gustare in qualsiasi momento della giornata. La miscela Classico è disponibile in grani, capsule e macinato.

Ristretto 100% arabica: questa miscela di Nik Cafe è composta esclusivamente da chicchi di caffè arabica, di ben 9 origini differenti, selezionati in diverse parti del mondo. È un caffè delicato e aromatico, con un retrogusto dolce e persistente. La miscela Ristretto 100% arabica è disponibile in grani, capsule e macinato.

Inoltre, l'ampia scelta di formati permette di gustare il caffè Nik Cafe in qualsiasi modo si preferisca, a seconda delle esigenze personali.

Luwak Coffee è una bibita energetica naturale prodotta da Nik Cafe, composta esclusivamente da acqua e caffè. La particolarità di questa bevanda è



is available in beans, capsules, and ground coffee.

Classico: Nik Cafe's Classico blend is made up of carefully selected robusta coffee beans to offer a balanced and harmonious taste. It is a soft and delicate blend, ideal for those looking for a pleasant and strong coffee to enjoy at any time of the day. The Classico blend is available in beans, capsules, and ground coffee.

Ristretto 100% Arabica: This Nik Cafe blend is made exclusively from 100% Arabica coffee beans, sourced from 9 different origins around the world. It is a delicate and aromatic coffee with a sweet and persistent aftertaste. The Ristretto 100% Arabica blend is available in beans, capsules, and ground coffee.

In addition, the wide range of formats allows you to enjoy Nik Cafe coffee in any way you prefer, depending on your personal preferences.

Luwak Coffee is a natural energy drink produced by Nik Cafe, made exclusively from water and coffee. The pecu-



liarity of this beverage is its ice extraction, which takes place for a period of 18-24 hours. This extraction method, also called "cold brew," allows for a soft and delicate taste, characterized by sweet and aromatic notes.

The coffee used to produce Luwak Coffee is carefully selected from the best available varieties,

ensuring excellent quality and intense flavor. In addition, the absence of added sugars or other chemicals guarantees a natural product without preservatives.

The Luwak Coffee energy drink is available in a 125 ml glass bottle, perfect for carrying it with you at any time of the day. Thanks to its natural composition and delicate taste, it is a valid alternative to traditional energy drinks, which often contain artificial ingredients and added sugars.

In summary, Luwak Energy is a natural and high-quality choice for those who are looking for an energy drink made from coffee without sacrificing taste and health.

www.finelligroup.com





l'estrazione a ghiaccio, che avviene per un periodo di 18-24 ore. Questo metodo di estrazione, detto anche "cold brew", consente di ottenere una bevanda con un gusto morbido e delicato, caratterizzato da note dolci e aromatiche.

Il caffè utilizzato per la produzione di Luwak Coffee è selezionato con cura tra le migliori varietà disponibili, garantendo una qualità eccellente e un gusto intenso. Inoltre, l'assenza di zuccheri aggiunti o altre sostanze chimiche garantisce un prodotto naturale e privo di conservanti.

La bibita energetica Luwak Coffee è disponibile in formato bottiglia di vetro da 125 ml, perfetto per portarla con sé in qualsiasi momento della giornata. Grazie alla sua composizione naturale e al gusto delicato, è una valida alternativa alle bibite energetiche tradizionali, che spesso contengono ingredienti artificiali e zuccheri aggiunti.

In sintesi, Luwak Energy rappresenta una scelta naturale e di alta qualità per chi cerca una bevanda energetica a base di caffè, senza rinunciare al gusto e alla salute.

www.finelligroup.com



THE TRADITION OF QUALITY BREAD

The organic breadcrumbs are obtained using flour from national organic farming after careful research and qualification of suppliers who use organic farming practices, without the use of chemical fertilizers and pesticides.

For us, organic breadcrumbs was a bet that over the years has seen sales volumes grow both in the domestic and foreign markets.

It is currently used in processing companies that use it in filled pasta, and in the HORECA sector. The company also produces the small format, which is marketed only in some large-scale distribution chains (GDO).

www.pandivico.it





LA TRADIZIONE DEL BUON PANE

Il pane grattugiato Biologico è ottenuto utilizzando farina da agricoltura biologica nazionale dopo un'attenta ricerca e qualifica dei fornitori che utilizzano pratiche di agricoltura biologica, senza l'uso di concimi chimici e pesticidi.

Il pane grattugiato biologico per noi è stata una scommessa che negli anni ha visto crescere i volumi di vendita sia nel mercato nazionale che in quello estero.

Attualmente trova impiego nelle aziende di trasformazione che lo utilizzano all'interno delle paste ripiene, e nel settore HORECA. L'azienda realizza anche il piccolo formato, che viene commercializzato solo in alcune catene della GDO.

www.pandivico.it

WWW.PASTA FRESCA
MORENA.IT
dal 1967

SPECIAL OR TRADITIONAL RECIPES

Pasta Fresca Morena is a historic artisan pasta factory in Ventimiglia, born more than 50 years ago.

In all this time he has been able to keep up with the times by modernizing the machinery in his laboratory and continuing the family tradition by producing fresh pasta and condiments with fresh and genuine ingredients.

Among the specialties that are produced we remember the Ravioli of borage; stuffed Gnocchi; Trofie; Cappelletti; Cannelloni ricotta and spinach, meat and vegetables; Chicche with mushrooms, basil, and greens; Bassottini; Fusilli; Gigli; Lasagne; Orecchiette; Pansotti and Ravioli filled with both fish, vegetables and fruit.

Sauces are also prepared to accompany fresh pasta and also Russian salad and veal with tuna sauce.







Pasta Fresca Morena is in Via Apro시오 21/c and box n.15 of the covered market of Ventimiglia, in the Province of Imperia.

The company's mission is to continue to offer products of the highest quality at a market price accessible to all; private and commercial activities. The pasta factory today counts a milestone of four generations. We boast many regional awards as master craftsmen and we are present in the territory that starts from nearby France to all the Western Liguria.

www.pastafrescamorena.it



The future of dining



RESTAURANT ASIA 2023

4TH International Restaurant,
Kitchen & Culinary Equipment &
Supplies Exhibition

held in conjunction with

iC Asia 2023

The 10TH International Coffee & Tea Industry Expo



**CAFE
ASIA**
The 10TH International Coffee & Tea Industry
Equipment, Supplies & Technology Exhibition



**Sweets &
Bakes Asia 2023**
The 9TH International Sweets, Desserts & Bakery Exhibition

Marina Bay Sands
Expo & Convention Centre
Halls B & C, Level 1

25 & 26 May: 10AM - 6PM

27 May: 10AM - 5PM

www.restaurantasia.com.sg ♦ www.intlcoffeetea-asia.com

Secure your booth today!

Florence Ng ♦ Project Director
florence@cems.com.sg

Roberta Pozzi ♦ Project Manager
roberta@cems.com.sg



PASTIFICIO DI CHIAVENNA

From pizzoccheri to special pastas, Moro Pasta tells a story of passion and innovation, even when it comes to a traditional product

Pastificio di Chiavenna is a leader in the production of Pizzoccheri della Valtellina IGP as well as a range of other pastas made with buckwheat and rye. It is also a leading producer of dietary (gluten-free) and baby food pastas and a partner of internationally renowned brands.

Over 150 years and 5 generations of businessmen have come and gone since Carlo Moro founded Pastificio di Chiavenna in 1868 and began milling grains and producing dry pasta. In this century and a half, Pastificio Chiavenna has become a benchmark for the entire industry, thanks to its ability to innovate even a traditional product like pasta, revisiting, and in some cases rediscovering, historic ingredients.

PASTIFICIO DI CHIAVENNA

Dai pizzoccheri alle paste speciali, Moro Pasta racconta una storia fatta di passione e capacità di innovare, anche un prodotto tradizionale.

Il **Pastificio di Chiavenna** è leader nella Produzione dei **Pizzoccheri della Valtellina I.G.P.** a cui affianca una serie di altre **paste** a base di **grano saraceno e di segale**. È inoltre leader per la produzione di **paste dietetiche (Gluten free)** e per **l'infanzia (Baby food)** e partner di marchi leader a livello internazionale.

Sono passati oltre 150 anni e 5 generazioni di imprenditori da quando, nel 1868, Carlo Moro fonda il Pastificio di Chiavenna ed inizia a macinare cereali e a produrre pasta alimentare secca. In un secolo e mezzo il Pastificio di Chiavenna è diventato un punto di riferimento per tutto il settore grazie alla **capacità di innovare** anche un prodotto tradizionale come la pasta, rivisitando e in alcuni casi anche **riscoprendo gli ingredienti storici**.

TRADIZIONE

L'azienda ha un forte radicamento territoriale tanto che le maestranze sono, per la stragrande maggioranza, della **Valchiavenna**. La purezza dell'aria, dell'acqua di sorgente e l'attenzione alle materie prime hanno permesso una produzione di paste sempre più vicine alle nuove richieste, dal punto di vista della salute e del benessere, da parte dei consumatori, ma anche il rispetto della tradizione e del territorio. Proprio le materie prime utilizzate, **grano saraceno e segale**, si inseriscono in questa filosofia aziendale. Il grano saraceno, infatti, ingrediente principale dell'antica ricetta dei **pizzoccheri**, è diffuso nelle vallate alpine, in particolare nella provincia di Sondrio, così come la segale. Entrambi sono alla base delle linee di prodotti: **fidelin, fusilli, penne, lasagne e legume** che affiancano i **pizzoccheri I.G.P.**



MORO
dal 1868

PIZZOCCHERI
della Valtellina I.G.P.
Bio

INGREDIENTI SELEZIONATI
Questa pasta vanta particolari
proprietà derivate dalla presenza
del grano saraceno ed è
ricca in fibre importanti per
la nostra alimentazione.

I PIZZOCCHERI
DELLA VALTELLINA I.G.P. BIO
Origine della Valtellina
in Provincia di Sondrio
sono prodotti con farini integrali
di grano saraceno.
Lasciati seccare la ricetta
più conosciuta
della cucina valtellinese

Indicazione Geografica Protetta dal MIPAAF

COMPOSIZIONE IN MEDIA PER 100g DI PRODOTTO	
Valore energetico	1498 kJ
Proteine	21 g
Carboidrati	65 g
Grassi	9 g
Fibre	9 g
...	...

PIZZOCCHERI della Valtellina I.G.P. **Bio**



*con Farina Integrale
Ricca di Fibre*

500 g e

cottura 12 min.

TRADITION

The company has deep local roots, with the vast majority of its workforce born and raised in Valchiavenna. The purity of the air and spring water and the attention paid to raw materials have allowed for the production of pasta that increasingly meets customers' new demands in terms of health and well-being, while also respecting tradition and the territory. The raw materials themselves, buckwheat and rye, are part of this company philosophy. In fact, buckwheat, the main ingredient in the ancient recipe for pizzoccheri, is quite common in the Alpine valleys, particularly in the province of Sondrio, as is rye. Both are the foundation of the product line: fidelin, fusilli, penne, lasagna, and legume-based pastas which accompany the piz-zoccheri IGP.

FLAVOUR

In addition to being traditional and healthy, pasta must, of course, taste good. This is why Pastificio di Chiavenna has selected the best blends of durum wheat, whole buckwheat, and rye to create its pasta lines. These represent a source of fibre and can be prepared using recipes similar to those used for semolina pasta, but with the added value of buckwheat's distinctive taste: an ancient, yet unusual flavour, that brings a touch of originality and surprise to the table compared to the pastas that our palates are typically accustomed to.

WELLNESS

Buckwheat is rich in minerals and fibre, has high-quality proteins, and contains natural antioxidants. Rye is also rich in minerals and fibre. Specifically, the fibre in rye has unique and interesting nutritional properties due to the presence of lignans, beta-glucans, and arabinoxylans.

www.moropasta.it



GUSTO

Oltre ad essere tradizionali e salutari le paste devono, ovviamente, anche essere gustose. Per questo il Pastificio di Chiavenna ha selezionato le **migliori miscele di grano duro, di grano saraceno integrale** e di **segale** per creare le linee di paste. Sono **fonte di fibre** e possono essere consumate secondo ricette simili a quelle utilizzate per la pasta di semola, ma con il valore aggiunto dato del tipico sapore del grano saraceno. Un **sapore antico** ma nel contempo inusuale, che porta sulle tavole anche una ventata di originalità e novità rispetto alle paste cui i nostri palati sono normalmente abituati.

BENESSERE

Il grano saraceno è ricco in fibre e minerali, ha proteine ad elevato valore biologico e contiene antiossidanti naturali.

La segale è ricca di minerali di fibre. In particolare la fibra della segale ha specifiche ed interessanti proprietà nutrizionali derivanti dalla presenza di lignani, beta-glucani ed arabinoxilani.

www.moropasta.it



Tradizione, Gusto e Benessere



Libera la fantasia e cucinala come preferisci
con le verdure, con la carne, con il pesce o con un sugo appetitoso !



THE 6TH FLOOR TERRACE SWIMMING POOL

This swimming pool was designed with a self-supporting “floating” structure, resting on the surface of the terrace without requiring any ground anchors, to guarantee its integrity.

The project was developed to complete the services, mainly for families, offered by the Hotel, whose 6th floor panoramic terrace was turned into a recreational space with a “view”, now with a swimming pool, built out of a single block, and furnished internally with four hydro-massage beds, placed in the centre of the terrace.



IL 6 PIANO TERRAZZO PISCINA

Il progetto nasce per completare l'offerta di servizi che l'Hotel rivolge essenzialmente alle famiglie. La terrazza panoramica dell'Hotel posta al sesto piano diviene uno spazio “con vista” dove al centro si colloca la piscina realizzata in blocco unico con arredo interno composto da quattro lettini idro-massaggio. La piscina KLIMAPOL è stata realizzata con struttura auto-portante e “flottante”, che poggia sulla superficie terrazzata senza necessità di ancoraggi al suolo garantendone l'integrità. La soluzione di realizzare una vasca monoblocco è stata proposta da Preformati Italia alla committenza per evitare la sovrapposizione dei lavori in corso d'opera delle imprese coinvolte nel progetto



This KLIMAPOOL swimming pool is a self-supporting, “floating” installation that rests on the surface of the terrace with no need for ground anchors to guarantee its integrity.

Preformati Italia proposed the solution of building a monobloc pool to the client to avoid the overlap of works in progress of the companies involved in the project.

This way, all the planned execution times were fully respected. The KLIMAPOOL was built entirely at the manufacturing plant and then transported and installed on the terrace, nearly eliminating the on-site assembly time.

Technical features - Hotel Speranza swimming pool in Jesolo:

- New construction
- Monobloc pool with handling frame inside the EPS structure.
- Final mosaic cladding





- External Dimensions L 600 cm x W 300 cm x H 82 cm
- Depth 60 cm
- Self-supporting, floating structure equipped with special anchors for transport and handling.
- Infinity overflow with 4 hydro-massage loungers inside and 1 waterfall.
- Illuminated with RGB LED spotlights.
- Located on the 6th floor in the center of the roof-terrace recreation area

www.preformatiitalia.it



rispettando, di conseguenza, i tempi previsti di esecuzione. La piscina KLIMAPPOOL è stata realizzata completamente in sede produttiva per poi essere trasportata e collocata sul terrazzo azzerando i tempi di montaggio in loco.

Piscina Hotel Speranza a Jesolo caratteristiche tecniche:

- Nuova realizzazione
- Piscina Monoblocco con telaio per la movimentazione inserito all'interno della struttura in EPS.
- Rivestimento finale in mosaico
- Dimensioni esterne 600x300xh.82cm
- Altezza acqua 60cm
- Struttura autoportante e flottante dotata di ancoraggi speciali per movimentazione e trasporto
- Tracimazione a sfioro con all'interno 4 postazioni lettini con massaggio aria. 1 cascata. Illuminazione con Faretto led RGB.
- Collocata al sesto piano al centro dell'area relax

www.preformatiitalia.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 m² 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





**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 contempo 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





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

“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





SP

PREMIUM
QUALITY
RICE



THREE GENERATIONS OF PASSION AND CULTURE, EXPERIENCE AND INNOVATION

Three generations of passion and culture, experience and innovation have made SIDEA - L'Impero del Sole the most reliable partner in the world of Spices Blends.

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

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





Tre generazioni di passione e cultura, esperienza ed innovazione hanno reso **SIDEA - L'Impero del Sole** il partner più affidabile nel mondo delle Miscele di Spezie

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

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

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



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

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

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

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

www.sideaspezie.com





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

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

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

www.sideaspezie.com





THE 3RD EDITION OF SLOW WINE FAIR

Slow Wine Fair, the only international exhibition dedicated to good, clean and fair wine, returns for its third edition at **BolognaFiere** from **Sunday 25 to Tuesday 27 February 2024**.

It is organised by **BolognaFiere** and **SANA**, the International Exhibition of Organic and Natural Products, under the artistic direction of **Slow Food**, and promotes wines that are the result of **sustainable agriculture**, aimed at respecting biodiversity, protecting the agrarian landscape, the cultural and social growth of farming communities, and increasing consumer awareness.

The 2023 edition closed in February with a very positive balance: **more than 10,000 entries**, half of them from the trade, who appreciated the **high quality** of the wines on offer. **750 wineries** were present (+50% compared to the first edition), with **more than 100 international producers**, especially from France, China and North Macedonia, and **4,000 labels**. A selection that met the requirements set out in the Slow Food Manifesto of good, clean and fair wine, the Slow Wine guide and the assessments of a tasting commission, not to mention the role of **FederBio** with reference to organic wines.





LA 3ª EDIZIONE DI SLOW WINE FAIR

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 2024**.

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**, tesa al rispetto della biodiversità, alla tutela del paesaggio agrario, alla crescita culturale e sociale delle comunità agricole, e a rendere i consumatori più consapevoli.

L'edizione 2023 si è chiusa in febbraio con un bilancio molto positivo: **oltre 10.000 ingressi**, la metà dei quali di operatori del settore, che



Significant, among the specialised public, was the incidence of the United States, Great Britain, China and Germany. From these countries, with the support of **ITA** - Italian Trade Agency and the **Ministry of Foreign Affairs** and International Cooperation, **hundreds of buyers** also came to BolognaFiere, creating the conditions for exhibiting wineries to access new markets.

Meetings and **masterclasses** were sold out, and the two new entries of the Slow Wine Fair were no less well attended: in the **Fiera dell'Amaro d'Italia** area, promoted by Amaroteca and ANADI - Associazione Nazionale Amaro d'Italia, excellent producers told the story of their bitters and their links with local ingredients and recipes, while the pathway among the **sustainability partners** highlighted innovative technologies, plants, equipment and services connected to the wine supply chain.

www.slowinefair.slowfood.it/en/

hanno apprezzato l'**elevata qualità** dei vini proposti. **750 cantine** presenti (+50% rispetto alla prima edizione), con **più di 100 produttori internazionali**, specie da Francia, Cina e Macedonia del Nord, e **4.000 etichette**. Una selezione che ha risposto ai requisiti fissati nel Manifesto Slow Food del vino buono, pulito e giusto, alla guida Slow Wine e alle valutazioni di una commissione d'assaggio, senza contare il ruolo di **FederBio** nella scelta dei vini biologici.

Significativa, tra il pubblico specializzato, l'incidenza di Stati Uniti, Gran Bretagna, Cina e Germania. Da questi Paesi, con il supporto di **ICE** - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e del **Ministero degli affari esteri** e della cooperazione internazionale, sono confluiti a BolognaFiere anche **centinaia di buyer**, creando le premesse per l'accesso delle cantine espositrici a nuovi mercati.

Sold out **incontri** e **masterclass**, e non meno frequentate le due new entry della Slow Wine Fair: nell'area della **Fiera dell'Amaro d'Italia**, promossa da Amaroteca e ANADI - Associazione Nazionale Amaro d'Italia, produttori di eccellenza hanno raccontato la storia dei propri amari e i loro legami con ingredienti e ricette locali, mentre il percorso tra i **partner della sostenibilità** ha messo in luce tecnologie, impianti, attrezzature e servizi innovativi connessi alla filiera del vino.

www.slowinefair.slowfood.it/

SLOW FAIR WINE FAIR

BOLOGNAFIERE
25-27
FEBBRAIO, 2024

**La fiera
internazionale
dedicata
al vino buono
pulito e giusto**

organizzato da



da un'idea di



Slow Food®





NATIV

WINES OF EXCELLENCE RESULTING FROM AN IMPORTANT AND DEEP EXPERIENCE IN THE FIELD

Nativ was born in 2011, fruit of devotion of the owners Mario Ercolino and Roberta Pirone.

The name Nativ derives from the Latin "Nativus", chosen to evoke the close link of the historic vineyards with the territory. We are in Campania, in the past identified as "Campania Felix", because of the extraordinary fertility of the soil, enough to become the land of the "wines of the emperors".

The wine cellar rises on a promontory of Irpinia in Contrade San Quirico, in Paternopoli, a place with an important agricultural heritage.

Our land is an ancient territory, inhabited by the Greeks during the VII century B.C. who started the first cultivations of grapes and brought to Italy Dionysus' cult and his bacchae, making this land the homeland of "Vitis Ellenico" from which Aglianico's name derives.





**VINI DI ECCELLENZA FRUTTO DI UN'IMPORTANTE
E PROFONDA ESPERIENZA NEL SETTORE**

Nativ nasce nel lontano 2011, frutto di devozione dei titolari Mario Ercolino e Roberta Pirone.

Il nome Nativ deriva dal latino "Nativus", scelto per evocare lo stretto legame delle storiche vigne con il territorio. Ci troviamo in Campania, in passato identificata come "Campania Felix", proprio per la straordinaria fertilità del suolo, tanto da essere diventata la terra dei "vini degli imperatori".

La cantina sorge su un promontorio dell'Irpinia in contrada San Quirico, a Paternopoli, un luogo con un'importante eredità agricola. Il nostro è un territorio antico, abitato dai greci nel VII secolo a.C. che hanno dato il via alle prime coltivazioni di uva e portato in Italia il culto di Dioniso e delle sue Baccanti, che resero questa terra la patria del "Vitis Ellenico", da cui deriva il nome del vitigno Aglianico.

Con l'avvento del Cristianesimo, Paternopoli è diventata il rifugio dei padri eremiti: straordinari contadini che negli anni hanno saputo seleziona-



With the advent of Christianity, Paternopoli became the refuge of hermit fathers: extraordinary farmers who over the years have been able to select the best vineyards, further perfecting the organoleptic characteristics of our wines.

The Nativ cellar is a real historical heritage that narrates a long winemaking tradition: to the east it is surrounded by centuries-old olive trees, around Aglianico vineyards, behind it stands an ancient ruin brought to light which marks the passage of the first Catholic churches built in the year 1100.

What was supposed to be a family-run creature is today a company that has a total production of one million bottles divided into various types: taurasi, greco, fiano, falanghina and various blends.

The cellar uses innovative and cutting-edge technological processes, both for the management of the vineyards and for the management of the new generation bottling line (it produces 8000 bt/hour).

It is particularly attentive to the use of technologies with zero environmental impact at the same time, such as rainwater recycling systems, renewable energy sources and low carbon dioxide production plants.

The added value of the company lies in the protection of the winemaking and historical heritage handed down and in the use of innovative management systems with a very low corporate impact.

www.vininativ.it



re le migliori vigne perfezionando ancora di più le caratteristiche organolettiche dei nostri vini.

La cantina Nativ è un vero e proprio patrimonio storico che narra una lunga tradizione vitivinicola: a est è circondata da olivi secolari, intorno da vigne di aglianico, alle sue spalle sorge un antico rudere riportata alla luce che segna il passaggio delle prime chiese cattoliche costruite nell'anno 1100.

Quella che doveva essere una creatura a gestione familiare, oggi è un'azienda che ha una produzione complessiva pari a un milione di bottiglie divise tra varie tipologie: taurasi, greco, fiano, falanghina e vari blend.

La cantina si avvale di processi tecnologici innovativi e all'avanguardia, sia per la gestione delle vigne, sia per la conduzione della linea di imbottigliamento di nuova generazione (produce 8000 bt/ora).

Al contempo è particolarmente attenta all'utilizzo di tecnologie a zero impatto ambientale, come sistemi di riciclo dell'acqua piovana, fonti rinnovabili di energia e impianti a bassa produzione di anidride carbonica.

Il valore aggiunto dell'azienda risiede nella tutela del patrimonio vitivinicolo e storico tramandato e nell'impiego di sistemi di gestione innovativi e di bassissimo impatto aziendale.

www.vininativ.it



NATIV

Nativ Srl, was born in the heart of Irpinia, in Paternopoli, by the will of Dr. Mario Ercolino, internationally renowned oenologist, and Dr. Roberta Pirone, specialized in food science, with the aim of producing Wines of Excellence resulting from an important and deep experience in the field.



vininativ.it

WELLNESS BALANCE SINCE 1932

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

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

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

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

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

www.tesorino.com



FRESCA.
EFFERVESCENTE
BUONA.



Equilibrio di Benessere



EQUILIBRIO DI BENESSERE DAL 1932

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

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

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

www.tesorino.com

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



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



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

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



Equilibrio di Benessere dal 1932

La salute è un piacere
PURO



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

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

MARCHE IMBOTTIGLIATE:
Tesorino - Classificazione Minerale



TECNINOX[®] di A. Namaziano s.r.l.
macchine per l'industria alimentare

TECNINOX, MACHINES FOR THE FOOD AND BEVERAGE INDUSTRY

Tecninox has been building machines for the food and beverage industry, as well as the pasteuriser for beer, and is willing to examine any customer's enquiry and request of supply.

Tecninox plants and pasteurisers for beer are built according to the latest manufacturing technologies and are used for the beer heating processing and the pasteurisation lines in full bottles or cans. The strength of Tecninox is in heat treatment.

Tecninox builds single machines and complete lines. The Tecninox machines are built entirely of stainless steel and are made to the customers' requirements. At the basis of the Tecninox work is the great production flexibility, combined with a high degree of professionalism in order to offer the most advanced technology in realising pasteurisers for beer.

Information: main production range: Machines for food and beverage industry. Additional production range:

- machineries for tomato processing;
- machines for fruit processing;
- machines for jam processing;
- machine to process vegetables, mushrooms, vegetables with oil or vinegar pickle;
- pasteurisers for beer cooling tunnels for any type of container and product;
- pasteurisers tunnel coolers for beer and beverage;
- static sterilizers for any type of container and product;
- batch evaporators;
- cooking vessels;
- autoclaves; cutters;
- cooker for snails and other food products, autoclaves, linear filling stations, linear filling stations by water rain, circular and volumetric fillers;
- electrical and gas roasters for vegetables;
- steamy and electrical concentration boules;
- oil immersion deep fryers;
- bratt pans.

www.tecninoximpiantialimentari.it





Tentazioni Pugliesi

THE TARALLO: aperitif, snack or bread substitute, the important thing is that it's Tentazioni Pugliesi

The tarallo is one of the typical symbols of Puglian cuisine, a baked product with an unmistakable ring shape, ideal to be enjoyed at any time of the day, either as an appetizer or as a snack for a break or as a bread substitute.

Tentazioni Pugliesi is a company specialized in baked goods, and in particular, taralli. It stands out for its quality and respect for tradition, and thanks to this, it has positioned itself among the top Italian producers of taralli. By striking the right balance between industrialization and tradition, using simple recipes, high-quality ingredients, and maintaining the classic tarallo production process, the organoleptic properties of the product are preserved intact.

Present in many Italian retail chains with its own brands, Tentazioni Pugliesi offers a wide range of taralli, from traditional to organic and innovative ones, using only certified Italian ingredients.

The company is committed to constantly researching quality raw materials from local and national producers to ensure consistent product quality. It also stands out for its attention to consumer demands, offering gluten-free products, among other things. It has obtained numerous prestigious certifications such as ICEA, IFS, and BRC, and is projected to produce more than 30,000 tons to meet the growing demand for a simple, healthy, and suitable product for everyone.





IL TARALLO: APERITIVO, PAUSA O SOSTITUTIVO DEL PANE, L'IMPORTANTE SIA TENTAZIONI PUGLIESI.

Il tarallo uno dei simboli tipici della gastronomia pugliese, un prodotto da forno dall'inconfondibile forma ad anello, ideale per essere gustato in qualsiasi momento della giornata, sia come aperitivo che come snack per una pausa o come sostitutivo del pane.

Tentazioni Pugliesi è un'azienda specializzata in prodotti da forno e in particolare di taralli, si distingue per la qualità e il rispetto delle tradizioni e grazie a questo si è posizionata tra i maggiori produttori italiani di taralli. Calibrando il giusto equilibrio tra industrializzazione e rispetto della tradizione, impiegando ricette semplici, ingredienti di alta qualità e il mantenimento del processo di produzione classico del tarallo, le proprietà organolettiche del prodotto vengono mantenute intatte.

Presente in molte catene distributive italiane con i propri brand, Tentazioni Pugliesi offre una vasta gamma di taralli, dai tradizionali a quelli biologici e innovativi, utilizzando solo ingredienti italiani certificati.

L'azienda impegnata nella ricerca costante di materie prime di qualità provenienti da produttori locali e nazionali, per garantire una costante qualità del prodotto, si distingue inoltre per l'attenzione alle richieste dei consumatori, offrendo anche prodotti Gluten Free, oltre a ciò ha ottenuto numerose certificazioni di grande prestigio come ICEA, IFS, BRC e si proietta su una produzione di oltre 30.000 tonnellate per soddisfare la crescente domanda di un prodotto semplice, salutare e adatto a tutti.

Cerchiamo di saperne di più facendo due chiacchiere con Vito Lotito, direttore vendite di Tentazioni Pugliesi

Quando è stata fondata l'azienda?

Siamo nati nel 2004 da un preciso desiderio di Giovanni Matera di creare un'impresa industriale che rispettasse appieno le tradizioni gastronomiche pugliesi, in un territorio che offre le migliori materie prime.



Four chats with...

Let's learn more by chatting with Vito Lotito, sales director of Tentazioni Pugliesi.

When was the company founded?

We were born in 2004 from a precise desire of Giovanni Matera to create an industrial enterprise that fully respected the gastronomic traditions of Puglia, in a territory that offers the best raw materials.

What is your main production?

We produce Taralli, one of the symbols of Puglian cuisine and a source of great pride for us, as it is a highly appreciated product both in our country and abroad. In fact, part of our production is exported. We offer it in both traditional and "innovative" versions, using special flours such as spelt and flax or derived from ancient Tuscan grains.

Do you still use traditional recipes for making your taralli?

Absolutely yes! In addition, as per tradition, the tarallo undergoes a special boiling process before being baked, an important step in the taralli production process in order to offer a product that retains its organoleptic properties, maintaining its typical crunchiness.

What raw materials do you use to make your taralli?

The ingredients we use to make Puglian taralli are: soft wheat flour "00", white wine, olive oil, extra virgin olive oil, salt, and any spices depending on the desired taste of the tarallo. We are constantly committed to ensuring consistent product quality by controlling all stages of the production process and researching the best raw materials from local and national producers.

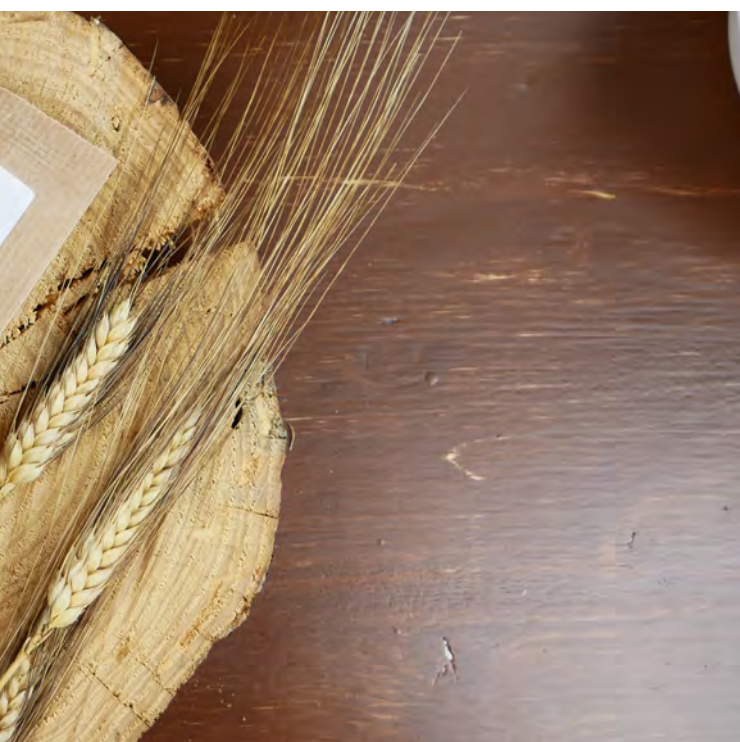
Do you think you will need any innovations in terms of product processing?

For the near future, the fundamental step will be to automate the production and packaging lines, which will allow us to increase production capacity and further improve the quality of the taralli, as well as increase our percentage of exports.

We have therefore encountered another Made in Italy excellence, present in major national retail chains, but offering a good and high-quality product like artisanal ones.

www.tentazionipugliesi.it





Qual è la vostra principale produzione?

Produciamo Taralli, uno dei simboli della gastronomia pugliese e per noi motivo di grande orgoglio, essendo un prodotto molto apprezzato sia nel nostro paese che all'estero, parte infatti della nostra produzione viene esportata.

Lo proponiamo sia in versione tradizionale che "innovativa", a base cioè di farine particolari, come quella di farro e lino o derivate da grani antichi Toscani.

Per la realizzazione dei vostri taralli utilizzate ancora ricette tradizionali?

Assolutamente sì!

Inoltre, come da tradizione il tarallo viene sottoposto ad una speciale bollitura prima di essere cotto, passaggio importantissimo nel processo di lavorazione dei taralli in modo da offrire un prodotto che conservi le proprie proprietà organolettiche, mantenendo la tipica croccantezza.

Che materie prime utilizzate per la realizzazione dei vostri taralli?

Gli ingredienti che utilizziamo per la realizzazione dei taralli pugliesi sono: farina di grano tenero "00", vino bianco, olio di oliva, olio extravergine di oliva, sale ed eventuali spezie a seconda del gusto che si vuole dare al tarallo.

Siamo impegnati costantemente per garantire una qualità costante del prodotto controllando tutte le fasi del processo produttivo e nella ricerca delle migliori materie prime derivanti da produttori locali e nazionali.

Pensa che le serviranno dei rinnovamenti dal punto di vista della lavorazione dei prodotti?

Per il prossimo futuro il passaggio fondamentale sarà quello di automatizzare le linee di produzione e confezionamento, che ci permetteranno di aumentare la capacità produttiva e di migliorare ulteriormente anche la qualità dei taralli, nonché incrementare la nostra percentuale di export.

Abbiamo quindi incontrato un'altra eccellenza del Made in Italy, presente nelle maggiori catene distributive della GDO nazionale, ma che propone un prodotto buono e di altissima qualità come quello artigianale.

www.tentazionipugliesi.it





BELTION

STORICO LIQUORIFICIO ITALIANO

A SUPERIOR QUALITY PRODUCT

The historic Italian liqueur manufacturer Beltion was founded in 1952 in Putignano, by Giacomo Giannandrea, the third generation of a family of entrepreneurs and expert almond producers for almost 140 years.

Back in 1885, at their café in Putignano's old town, Giacomo Giannandrea's maternal grandparents used to make and sell a delicious beverage made with fresh almonds ground in a large stone mortar, still today jealously preserved in the company.

Time has witnessed the success and growth of Beltion, now run by the fourth generation. Today as then, the values of the founder, the secret recipes, the selection of the best raw materials, are the perfect guidelines to pass on to the Giannandrea family's - Italian master liqueur makers - fifth generation. More recently, the maximum attention to an eco-sustainable management of the production chain has been added to founder's values.

Three ingredients only: almonds, sugar, water.





UN PRODOTTO DI QUALITÀ SUPERIORE

Lo Storico Liquorificio Italiano Beltion nasce nel lontano 1952 a Putignano, fondato da Giacomo Giannandrea, terza generazione di una famiglia di imprenditori esperti nella lavorazione della mandorla da quasi 140 anni.

Fin dal 1885, infatti, in una caffetteria tra le mura della Putignano antica, i nonni materni del fondatore offrivano una deliziosa bevanda preparata con mandorle freschissime pestate in un grande mortaio di pietra, ancora oggi, gelosamente conservato in azienda.

Il tempo è stato testimone del successo e della crescita di Beltion, oggi guidata dalla quarta generazione.

I valori del fondatore, le ricette segrete, la scelta della migliore materia prima, ieri come oggi, sono la migliore guida per la ormai pronta quinta generazione della famiglia Giannandrea. A questi capisaldi, si è aggiunta, in tempi più recenti, la massima attenzione per una gestione ecosostenibile dell'attività produttiva.

Solo tre ingredienti: mandorle, zucchero, acqua.



BELTION ALMOND MILK SYRUP is completely natural, 100% plant-based, VeganOK certified, gluten and lactose free, without added flavourings, colorings and preservatives. With six parts of water, it is a refreshing, healthy, thirst-quenching drink. Perfect in the traditional Lecce coffee, in tiki cocktails, the preparation of granitas, ice lollies and as a topping on ice creams and yogurts.

VeganOK certified, 100% plant based, MÉNELE BELTION, is a traditional liqueur with a modern twist, made using only almonds from Puglia!

Without the addition of milk or cream, Ménele is the delicately alcoholic vegan liqueur for any occasion.

When drunk cold, it releases its intense almond flavor, when mixed, it is the perfect ingredient for making both traditional and modern cocktails.

Lastly (but not the least), discover Ménele in the kitchen too! It can be your secret ingredient for several gourmet recipes.

www.beltion.it



LO SCIROPPO LATTE DI MANDORLA BELTION è completamente naturale, 100% vegetale, certificato VeganOK, privo di glutine e lattosio, senza aromi, coloranti e conservanti aggiunti. Con sei parti di acqua è una bibita rinfrescante, sana, dissetante. Perfetto nel tradizionale caffè leccese, nei cocktail tiki e ancora per la preparazione di granite, ghiaccioli e come topping sul gelato e yogurt.

MÉNELE BELTION 100% vegetale certificato VeganOK, è un liquore tradizionale dall'animo moderno, prodotto utilizzando solo mandorle pugliesi! Senza aggiunta di latte o panna, Ménele è un liquore vegan leggero e adatto a tutte le occasioni. Bevuto freddo sprigiona il suo intenso sapore di mandorle, mixato è l'ingrediente perfetto per la preparazione di cocktails sia tradizionali che moderni. Scopri Ménele anche in cucina sarà l'ingrediente segreto di tante ricette gourmet.

www.beltion.it



Almond Milk Syrup
**ONLY 3
INGREDIENTS**
Since 1885

SCIROPPO DI
latte di
MANDORLA
BELTION



PROMOTING THE TRUE ITALIAN FOOD LIFESTYLE ALL OVER THE WORLD

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

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

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





VALORIZZARE L'ITALIANITÀ NEL MONDO

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

Grazie al nostro dipartimento Ricerca & Sviluppo, sempre atten-



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

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

www.valsagroup.it



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

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

www.valsagroup.it



OCCIMIANO PLANT



US[®]

Professional Refrigeration

UCINQUE S.R.L
VIA CASALE N° 17/A
15040 OCCIMIANO (AL) - ITALY
TEL +39 333 4531121
WWW.UCINQUE.IT



GEMELLii

GEMELLii: HIGH QUALITY ITALIAN PRODUCTS

GEMELLii produces organic and natural beverages for consumers who know how to value excellence, quality and honesty.

Our range of soft drinks consists of 3 tonic and an Italian aperitif without alcohol. Our production site is in Piemonte, Italy.

Our award winning beverages granted with the International Taste Institute Award, are a perfect blend of craft and passion. Through the extraction of selected ingredients such as fruits, roots and herbs, we create high quality products while maintaining a low sugar level by sweetening our beverages with blue agave from Mexico which allows us to keep a level of maximum 7.5g per 100ml..

The end result is top-quality Italian products which do not contain artificial aromas, preservatives or sweeteners.

Made with the participation of a skilled Italian aromatiere, created with fine and long-lasting bubbles representing the passion for creating something that does not exist at this time, an adaptable and versatile drink, which is not only mixed with alcohol, but can also be enjoyed as as they are.

The GEMELLii range consists of 3 tonics and a bitter/aperitivo. Four drinks with well-balanced flavour profiles, which shine both with spirits and without.





**GEMELLii:
PRODOTTI ITALIANI DI ALTA QUALITÀ**

GEMELLii produce prodotti biologici per rispondere ad un consumatore esigente che sa valorizzare l'eccellenza, la qualità e l'onestà, e che è alla ricerca di una bevanda equilibrata e allo stesso tempo sorprendente. La nostra gamma di soft drink è composta da 3 toniche e un aperitivo Italiano analcolico. La nostra produzione è realizzata dalla San Bernardo Srl in Piemonte.

Le nostre bevande premiate dall'International Taste Institute, sono un perfetto mix di artigianalità e passione, utilizziamo ingredienti biologici che includono gli estratti più selezionati di frutta, radici ed erbe aromatiche. Dolcificati con l'agave cruda proveniente dal Messico mantenendo un basso livello di zucchero. Le bevande non contengono aromi artificiali, conservanti o dolcificanti e rappresentano la passione per la creazione di qualcosa che in questo momento non esiste, una bevanda adattabile e versatile, che non solo si miscela con l'alcool, ma può anche essere gustata pura.



Indian Tonic - provides a perfectly balanced profile between bitterness and sweetness with an impeccable and subtle citrus tone thanks to the aromatic quality of Sicilian lemon oil elegantly fused with the sweetness of blue Mexican agave. Its fine bubbles make it the ideal tonic.

Bergamot Tonic - this delicate and aromatic tonic captivates the essence of Italian bergamot, with subtle notes of grapefruit and fennel; sweetened with Mexican blue agave.

Blueberry Tonic - has a subtle blueberry flavor perfectly complemented with blue Mexican agave, giving this tonic a very delicate texture and a fruity touch on a pleasantly bitter backdrop.

Bitter XXVI - a balanced Italian aperitivo with a bitterness and complexity obtained thanks to the combination of 26 essential herbs and sweetened with blue Mexican agave. A classic and aromatic non-alcoholic aperitif that defines the elegance of the Italian style.

The idea is that bartenders, mixologists or sommeliers can feel free and create cocktails or mocktails as they see fit, each composition will be unique, since our beverages do not cover the taste of the alcohol with which they are combined, but rather increase its aroma and quality, giving refined citric, fruity or floral notes.

www.GEMELLIi.com



Il risultato finale sono prodotti italiani di alta qualità.

La **Indian Tonic** fornisce un profilo perfettamente bilanciato tra amaro e dolcezza con un impeccabile e sottile tono agrumato grazie alla qualità aromatica dell'olio di limone siciliano elegantemente fusa con la dolcezza dell'agave cruda messicana. Le sue bollicine la rendono la tonica ideale.

Bergamot Tonic

La Bergamot Tonic è una acqua tonica delicata e aromatica che cattura il sapore mediterraneo. Con note di pompelmo e finocchio su una base di bergamotto italiano e completato dalla dolcezza dell'agave messicana cruda.

Blueberry Tonic

La Blueberry Tonic ha un sottile sapore di mirtillo perfettamente integrato con l'agave messicana cruda, conferendo a

questa tonica una consistenza molto delicata e un tocco fruttato su uno sfondo piacevolmente amaro.

Bitter XXVI

GEMELLii Bitter XXVI è un classico aperitivo italiano equilibrato con un amaro e una complessità ottenuti grazie alla combinazione di 26 erbe essenziali e addolciti con agave messicana cruda. Un classico e aromatico aperitivo analcolico che definisce l'eleganza dello stile italiano.

L'idea è che bartender, mixologists o sommelier possano sentirsi liberi e creare cocktail o mocktail come meglio credono. Ogni composizione sarà unica, poiché le nostre toniche non coprono il sapore dell'alcool con cui vengono abbinati, ma anzi ne aumentano l'aroma e qualità, donando raffinate note agrumate, fruttate o floreali.

www.GEMELLii.com



“ THE MAGIC OF HERBS
IN A DOUBLE-DIGIT GROWING MARKET ”

They have motivated sailors and travelers, created empires and commercial powers, cured and helped humanity for millennia, and even embellished our dishes. Spices, medicinal plants, and aromatic herbs are a treasure whose value in Italy is estimated at around 235 million euros. It is a market with great fascination, with contours yet to be defined.

It is almost impossible to enumerate them from a botanical point of view, considering that new varieties are constantly being discovered. As for their functions and uses, the count becomes impractical: they can be found in the kitchen, cosmetics, medical, wellness, and personal care sectors, practically everywhere. Spices, medicinal plants, and aromatic herbs are a true treasure with blurred edges.

In the global landscape, in fact, there are more than 35,000 botanical species identified and used for their active and



by Elisa Crotti



GEMELLii

Premium beverages - Made in Italy

Stiamo cercando nuovi distributori!

Contattateci su: sales@gemellii.com



www.GEMELLii.com

functional aromatic substances. But it is estimated that the useful plants are certainly many more, as demonstrated by the fact that new species are discovered and new uses are proposed virtually every day. And it is not only the number of types that is not well-defined: even the botanical varieties of some of them are still under discussion. For example, there are some tens of varieties of pepper, while for chili peppers, there are some hundreds, up to, according to some sources, a thousand.

More than 209,000 products come from this incredible variety in various sectors: gastronomy, medicine, and cosmetics.

Since the dawn of time, spices, medicinal plants, and aromatic herbs have accompanied humans, creating essential conditions to offer them health, well-being, and advanced nutrition. Today, they are a true big boss in the market, with untapped potential.

A market with great potential

To clarify some data: about one third of the world's population relies on the use of medicinal plants, both in clinical-therapeutic and preventive settings.

The sector is extremely dynamic in the global market. For spices, it is worth between 18-20 billion dollars, with an estimated annual growth rate of +4-5%, alongside a production that is also constantly growing, which has reached over 13 million tons in recent years, with a projection of reaching 18 million tons in 2030.

To this data, we can add that of medicinal and aromatic herbs: a market of enormous interest that only in Italy occupies a cultivated area of about 7,300 hectares for 500 structured companies.

The Italian experience

Regarding production, in Italy the quantity of the overall market for medicinal plants is 37,000 tons, over 45,000 tons for spices, 45 tons for saffron, and 10 tons for essential oils, largely derived from citrus fruits, with bergamot at the top of the list. Imports are around 40,000 tons, including medicinal plants and first transformation derivatives, while exports concern 26,000 tons in total, largely with added value. The value of the sector's production is estimated at around 235 million euros, referring to the raw material alone. If we add the export of value-added derivatives, we can even reach 1 billion euros (source: Fippo).

In this context, Italy stands out for its precious herbal tradition, born from the plant biodiversity heritage of



latest news

the peninsula and the variety of territories and cultural traditions. In fact, only in southern Italy have 1,800 species been identified, which have allowed the creation of unique products such as wild oregano from Pollino or health-promoting liqueurs made from fennel scraps. As evidence of the sector's importance in our country, there is the widespread presence of the specialized professional channel: Italian herbalist shops are indeed a unique experience at the European level, with over 4,000 sales outlets, whose estimated value amounts to around 1 billion euros.

Although the figures appear significant, national production is largely insufficient, covering only 20% of demand. Surely the growth margins are wide, but it is evident that the sector must address some key aspects, especially if the vision expands to embrace globality.

Sustainable herbs, always and anyway

On a planet with 8 billion people, already over a third of the population uses medicinal plants and spices in a scientifically-based manner for treatment. This means that producing them rationally and ensuring the neces-

sary supply will become increasingly complex and challenging.

Some studies predict that in the next 5 years, markets related to "herbal medicine" alone will grow at rates ranging from 38% to 53% (the figure varies depending on the regions of the world). It is therefore necessary to find solutions that combine the main keywords that permeate the supply chain of these agricultural productions: sustainability, safety, green chemistry, biodiversity, and circular economy.

Also considering the current crisis, with socio-political tensions, climate change, and reduced access to energy resources, producing sustainably and ensuring functional quality and product safety cannot ignore the safeguarding of biodiversity and the integrity of both production environments and populations that derive income from them.

In the perspective of the transition towards a sustainable economy, connections between research, companies, institutions, and the distribution world will be crucial for the development of the sector.

L'unico energy drink al mondo dall'aspetto prezioso



GLUTEN FREE

Bibita analcolica non contiene glutine



POCA CAFFEINA

Una lattina contiene meno caffeina di una tazza di caffè



EFFETTO DORATO

L'Oro Alimentare lo rende unico alla vista



GUSTO VIVACE

Ottimo come base per cocktails and drinks

GOLD
EXCLUSIVE DRINK 24 K*

holdinggold.it





BEVERAGE DISTRIBUTION

Commerciale Pegaso is an Italian company that specialises in the wholesale and retail sale of the top brands of food and beverages, both alcoholic and non-alcoholic.

We are a young but solid business, born out of the passion and professionalism of two entrepreneurs who are experienced in the sector.

Because we work with the largest brands in the beverage industry, we can offer a very wide range of products.

That way we can pay extra attention to the many labels of liqueurs, spirits, champagne,





and sparkling wines, which represent our strong point.

Furthermore, we will stand by you when you need to organise events, from concerts to tastings, to attract and entertain customers. We can also train staff with bartender courses for men and women, AIS (Associazione Italiana Sommelier

[Italian Sommelier Association] courses, as well as courses on beer and coffee, etc. We are present in the provinces of Parma, Modena and Reggio Emilia, Bologna and Piacenza, where we also make free home deliveries daily.

www.commercialepegasosrl.it



DISTRIBUZIONE BEVANDE

Commerciale Pegaso è un'azienda italiana specializzata nella vendita all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari, bevande alcoliche e analcoliche delle migliori marche. Siamo una giovane ma solida realtà che nasce dalla passione e dalla professionalità di due imprenditori esperti del settore.

Lavoriamo con i più grandi marchi dell'industria del beverage ed offriamo una gamma molto ampia di prodotti, riservando un'attenzione privilegiata alle numerose etichette di liquori, distillati, champagne e spumanti che rappresentano il nostro punto di forza.

Siamo al tuo fianco per organizzare eventi che intrattengano ed attirino clientela, dai concerti alle degustazioni, formiamo il personale con corsi da Barman e Barwoman, corsi AIS, corsi sulla Birra, sul Caffè, etc, etc...

Operiamo nelle province di Parma, Modena e Reggio Emilia, Bologna, Piacenza effettuando anche consegne giornaliere gratuite a domicilio.

www.commercialepegasosrl.it

pegaso

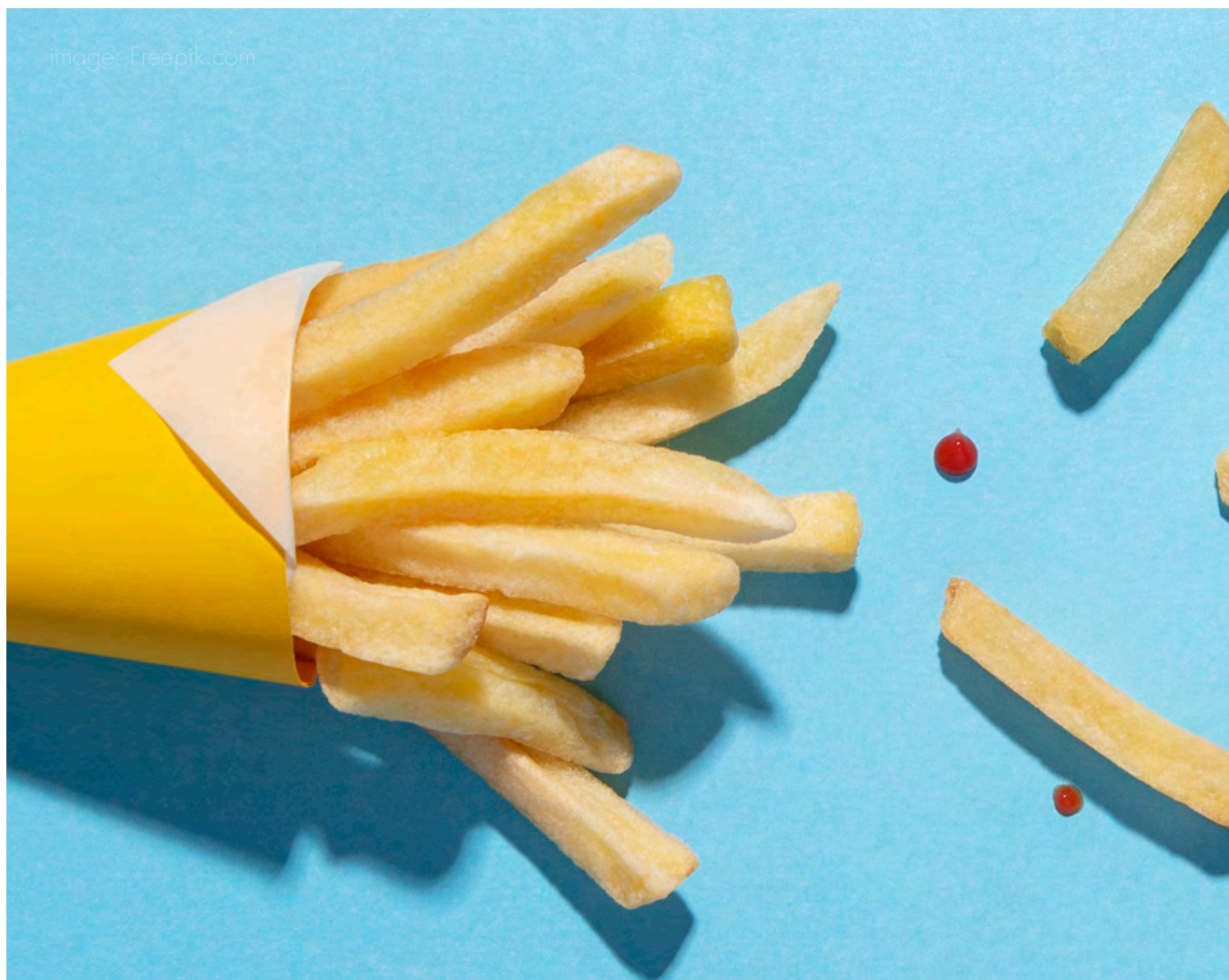


www.commercialepegasosrl.it

commerciale

🏠 Sede operativa: Via Gian Pietro Sardi, 24/A, 43124 Parma
✉ E-mail: info@commercialepegasosrl.it

“ THE CONSTANT CHALLENGE FOR THE FOOD INDUSTRY IN APPLYING PROCESSES OF INNOVATION AND SUSTAINABILITY. ”



In the agenda of the community that operates in the world of agri-food, the month of May is full of events, which show the clear desire to return to outdoor events, meet companies in the sector and together undertake new paths for the food system not only in our country but on a global level. Soon, Fieramilano will host Tuttofood, the B2B fair that brings together the protagonists of the national and international food sector, with exhibitors and buyers from various countries. This is an opportunity to see the renewed encounter of the industry with food, where the world of food production comes together to think on a large scale, to conceive new ideas that satisfy the needs of thousands



by Silvia D'Alesio

INTERNATIONAL EXHIBITION ON FOOD & BAKERY
PROCESSING & PACKAGING MACHINERY, FOOD PRODUCTS,
RETAILING, HORECA, COLD CHAIN AND ALLIED INDUSTRIES

14th
EDITION

India
F O O D 2023
EX
.....the largest Food Business show

25-26-27 AUGUST 2023
BIEC, Bangalore, India

CONCURRENT SHOWS:

5th Edition
HRC
E/PO 2023
Hotel, Restaurant & Catering

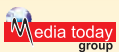
13th Edition
grainTech
INDIA 2023

12th Edition
DairyTech
India 2023



**BOOK
YOUR STALL
NOW!**

Organizer:



Associate
Partner*:



Supported by*:



In Association
with:



Official Publication:



International
Media Partners



Media Partners:



Online
Media Partner:



*Proposed

For stall booking and other details, please contact:

Phone: 46081634 | Mobile: +91-9899380104 | WhatsApp: +91-9811152139 | E-mail : indiafoodex@gmail.com | Web.: www.indiafoodex.in



of people related to taste and food. A showcase capable of showcasing how companies orient themselves in applying innovative processes to each food in the supply chain. The final results often concern not only the pleasure of sitting at the table, eating healthily, but also the impact that the production of that particular food will have on the planet. In this sense, the field of food technology is the only one capable of developing new solutions, because thanks to the technological processes of food combined with new technologies and microbiological and chemical processes related to the infinite world of food, it is possible to control every parameter of the same infinity of products, and finally allow a dynamic and genuine entry into the markets of new food products. It will therefore be interesting to note how the characteristics of a tomato as well as a steak are controlled in order to guarantee the desired business objectives, such as color, texture, etc. However, as production scale increases, challenges increase because process standardization is necessary but not always adaptable to the needs of the end consumer, who is increasingly driven by the market to seek personalized products, specifically formulated for their specific needs. How to approach a system as complex as food, taking into account its different variables? Often, to innovate, it is not necessary to revolutionize the world and bring greater well-being to the world population through the discovery of techniques (such as the discovery by the French chemist Louis Pasteur around 1860). To innovate even in the food sector, the rule of

integrating existing solutions to improve the quality of food in both nutritional and functional terms applies. In this sense, when doing food design, as Stummerer & Hablesreiter (2010) explain, it means “understanding all those processes and decisions related to the effective design of food in a reproducible (and, I would add, ecological) perspective”. The perspective of those who innovate applied to food is increasingly approaching that of the end consumer. And new products are formulated through R&D models based on new approaches such as co-creation, where the perception of the end consumer impacts the analysis of gustatory-olfactory, visual, tactile and auditory parameters that serve the product design choices. As Counihan (2002) explains, McDonald’s fries have made history for their unique but reproducible worldwide cocktail of aromas, color, shape, and consistency. Therefore, expectations remain high regarding what companies offer to the market in the category of innovations. And to make the scenario even more complex and fascinating, we must remember the European Union legislation on food safety and technical challenges, that is, the definition of Novel food (EU Regulation 2283/2015). What do we refer to when we talk about “novelties” in the world of production for human consumption? Which markets do we need to consider when launching a new product on the market? What final forms, recipes, composition, etc. are intended to be marketed, provided that this results in a structural modification? In this sense, we can talk about it again after Tutto Food.

Explore Business Opportunities in Pakistan



ORGANIZED BY



18TH INTERNATIONAL EXHIBITION OF
FOOD & BEVERAGES PROCESSING,
PACKAGING TECHNOLOGIES

7 - 9
SEP 2023
EXPO CENTRE
LAHORE

MAJOR SECTORS IN FOCUS

Beverages

Dairy & Livestock

Flavors & Ingredients

Fruits & Vegetables

Hospitality & Bakery

Meat & Poultry

Packaging

Rice & Flour Milling

Snacks & Confectioneries

Book Your Space NOW !



I F T E C H

+92 301 8282816

imran@pegasus.com.pk

www.foodtechpakistan.com





LEGUMI SCHIOPPI: a wide range of products, selected and of high quality, with the taste of an ancient tradition

The company history of Schioppi Legumes dates back at the beginning of the 20th century when Pasquale Schioppi and his son Luigi, among many difficulties, started to market dried legumes and cereals. In over 80 years, thanks to the entrepreneurial spirit of the Schioppi family, the brand has brought about continuous changes and innovations, thus demonstrating a high degree of adaptability and originality vis-à-vis market demand.

A rigid, internal protocol controls all production phases in order to always grant the highest qualitative standards of all products. In 2020 the brand experienced a further upgrade, with a new packaging project, and in 2021 a new e-commerce project has been launched, aimed at approximating its products to the customers.

2021 represents a turning point also for the launch of the denatured flours, made from both legumes and pseudocereals.





LEGUMI SCHIOPPI

è una realtà moderna che fa della sua storia e tradizione i punti cardine per interpretare presente e futuro

La storia aziendale risale ad inizio '900 quando Pasquale Schioppi ed il figlio Luigi, tra non poche difficoltà, iniziarono la commercializzazione di legumi e cereali secchi. In oltre 90 anni, grazie allo spirito imprenditoriale della Famiglia Schioppi, il brand ha attraversato continui cambiamenti e implementazioni, dimostrando spirito di adattamento ed originalità rispetto alle richieste di mercato. Tante e notevoli sono state le novità e le trasformazioni aziendali tranne una: la passione per un prodotto sempre di qualità eccellente.

Nel 2020 il brand si rinnova con un nuovo progetto di packaging e nel 2021 lancia un nuovo e-commerce, volto ad assecondare un processo di avvicinamento del cliente ai prodotti e di cambiamento nei canali distributivi. Ad oggi la gamma di prodotti è notevolmente ampia per quanto riguarda il core-business del brand: legumi secchi, cereali e zuppe.

Il 2021 è stato un anno di notevole importanza grazie al lancio delle farine denaturate sia di legumi che di pseudoce reali.

Sulla scia del 2016, anno in cui l'azienda ha ampliato la propria gamma inserendo in assortimento pasta artigianale trafilata al bronzo di semola di grano duro 100% italiano, il brand si è arricchito con referenze di pasta artigianale trafilata al bronzo 100% di farina integrale di legumi italiani (lenticchie rosse, lenticchie rosse decorticate, piselli, ceci e quinoa). Con una nuova formula che le permette di avere

Because of the lack of proteins such as gliadin and glutenin, which render doughs more malleable, gluten-free flours are not sufficiently elastic and therefore often resistant to leavening and difficult to work. Schioppi has obviated to such problem by denaturing them, that is by modifying their proteins structure in order to render them not only more digestible, but also more workable in the production of bread, pasta, and other bakery products.

Furthermore, denaturation confers to final products a more delicate taste when compared to traditional flours. During the denaturation process, flours' proteins unfold and create a new combination which is very similar to the gluten mesh typical of wheat flours.

Such heat-based denaturation process is irreversible.

Other denaturation methods do exist, inter alia chilling or freezing, but only the thermic one allows for a stable and non-reversible result. It is worth highlighting that this denaturation process is not accelerated through chemical means, but only heat energy is used, without transforming or refining the flours themselves, which maintain all their nutritional properties.

For the future Schioppi has planned to extend its offer to include bakery products exclusively made with legumes and pseudocereals flours, all rigorously gluten-free.

www.legumischioppi.com



caratteristiche straordinarie e cioè di mantenere la cottura: non scuoce e non si rompe. Ideale da mangiare fredda all'insalata con un gusto estremamente digeribile e delicato. La pasta 100 % di legumi rappresenta un nuovo modo di mangiare i legumi ed usufruire dei loro molteplici benefici, infatti è ricca di fibre ed è fonte di proteine vegetali, ideale per coloro che vogliono mantenere uno stile di vita all'insegna del benessere senza rinunciare al gusto. Ottima per chi segue un'alimentazione vegana.

NON PERDETE L'OCCASIONE DI MANGIAR BENE, NON E' MAI TROPPO TARDI!

www.legumischioppi.com

we've talked about...

AZIENDA AGRICOLA SCRIANI
6-68/73

Via Ponte Scrivan, 7
37022 Fumane - VR - Italy

BELTION SRL
CON SOCIO UNICO
204/207

Via Cavalieri del Lavoro
Zona Ind.
70017 Putignano - BA
Italy

BERGADER ITALIA SRL
I COV - 5-32/34

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

BOLOGNA FIERE SPA
I COV - 186/189

P.zza Costituzione, 6
40128 Bologna
Italy

CALUGI SRL
10-18-19

Via A. Cerbioni, 38
50051 Castelfiorentino - FI
Italy

CEDEA SRL
38/41

Streda de Costa, 288
38032 Canazei - TN
Italy

COMMERCIALE PEGASOS SRL
I COV - 220/223

Via Gian Pietro Sardi, 24/A
43124 Parma
Italy

COOPERLAT SOC. COOP.
AGRICOLA
7-42/44

Via Piandelmedico, 74
60035 Jesi - AN
Italy

DIVA INTERNATIONAL SRL
74/77

Via dell'Industria, 7
06038 Spello - PG - Italy

DR. SCHÄR AG / SPA
45/49

Winkelau 9
I-39014 Burgstall / Postal
BZ - Italy

EMME ERRE SRL
UNIPERSONALE
20/25

Via M. Micheli, 7
25124 Brescia - Italy

EUROPAC1 SRL
50-51

Via Garibaldi, 50
22070 Bregnano - CO
Italy

FINELLI GROUP SRL
IV COV - 154/159

Vicolo Parrocchiale, 7
41059 Zocca - MO - Italy

FIORDELISI SRL
8-52/55

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

FIorentINI FIRENZE SPA
I COV - 26/31-35

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

FORGRANA CORRADINI SPA
153

Via 200 Biolche, 6
42016 Guastalla - RE - Italy

FRANCONE SRL
60/63-65

Via G. Ferraris, 14
10040 Druento - TO - Italy

FUMAGALLI DANILO SRL
78-79

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

GAGLIANO MARCATI SRL
I COV - 56/59

Via Molina, 25
37060 Sona - VR - Italy

GB BERNUCCI SRL
87/89

Via Canova, 19/A
20154 Milano - Italy

GEMELLII DRINKS GMBH
212/215-217

Hinter den Obergärten 36
60388 Frankfurt am Main
Germany

GRUPPO GOLD
219

Via Monte Prinzera, 4 A/B
43124 Parma
Italy

GRUPPO MARENCHINO
I COV - 93/97

Via Martiri delle Foibe, 11
12038 Savigliano - CN
Italy

INDAL SRL
80/83

Via Felice Cavallotti, 282
25018 Montichiari - BS
Italy

ITALIALONGEVITY DIV.
SULCISDRONE4.0 SRL

I COV - 84/86
Via Leonardi, 2
36061 Bassano del Grappa - VI
Italy

KOELNMESSE YA
TRADEFAIR PVT. LTD.
15

203, Inizio,
Cardinal Gracious Road,
Opp. P&G Plaza, Chakala
400099 Andheri (East),
Mumbai
Maharashtra India

LA VINICOLA
DEL TITERNO SRL

I COV - 11-90/92
Via Iacovelli - Zona PIP
82030 Faicchio - BN
Italy

LABORATORIO
ALIMENTARE CECCHIN
ANDREA E CARLO SRL

I COV - 12-142/144
Via Maglio, 23
35015 Galliera Veneta - PD
Italy

LATTERIA DI SOLIGO S.A.C.
102/105

Via 1° Settembre, 32
31010 Soligo - TV
Italy

LAURETANA SPA
I COV - 14-106/109

Frazione Campiglie, 56
13895 Graglia - BI
Italy

we've talked about...

LOGISTICA UNO EUROPE SRL **124/129**

Via Padania snc
37050 Oppeano - VR
Italy

MARI SRL **III COV - 98/101**

Contrada Vassallaggi Roccella snc
93017 San Cataldo - CL
Italy

MASIELLO FOOD SRL **113/117**

Via E. De Nicola SN
71042 Cerignola - FG
Italy

MEDIA TODAY PVT. LTD. **225**

J-73, Paryavaran Complex,
IGNOU Road, Neb Sarai
110068 New Delhi
India

MEDSOL SRL **I COV - 121/123**

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

MERIDIONAL LEGUMI SRL **228/230**

Area P.I.P.
Località Sepano - Lotto 17,
80027 Frattamaggiore - NA
Italy

MULINO SARTORI **I COV**

Via Villa, 33
37030 Mezzane di Sotto - VR
Italy

NSW TOSCANA TRADING SRL **9-110/112**

Via San Marco, 33
51016 Montecatini Terme - PT
Italy

O.P. ORTOFRUTTICOLI GRUPPO **TARULLI S.C.A.R.L.** **4-130/133**

Viale Giacomo Saponaro Sindaco, 23
70016 Noicattaro - BA
Italy

ONLY JUICES SRL **II COV - 118/120**

Corso Buenos Aires, 64
20124 Milano - Italy

OSI AUSTRIA **FOODWORKS GMBH** **134/137**

Senefelder Str. 17A
86368 Gersthofen
Germany

PALLINI SPA **138/141**

Via Tiburtina, 1314
00131 Roma - Italy

PANDIVICO SRL **I COV - 160-161**

Via Marco Polo 79 H
56031 Bientina - PI
Italy

PASTA FRESCA MORENA **162/164**

Via Aprosio, 21/C
18039 Ventimiglia - IM - Italy

PASTIFICIO **DI CHIAVENNA SRL** **166/169**

Via Nazionale, 4
23020 Prata Campportaccio - SO
Italy

PASTIFICIO MARCELLO SRL **67**

Via Tecchione, 48C
20098 San Giuliano Milanese - MI
Italy

PEGASUS CONSULTANCY **(PVT) LTD** **227**

2nd Floor Business Centre
Mumtaz Hassan Road
74700 Karachi
Pakistan

PREFORMATI ITALIA SRL **I COV - 13-170/173**

Via Trieste, 26B
36065 Mussolente - VI
Italy

RINALDINI PASTRY SPA **145/150**

Via Ausa, 34/36
47853 Cerasolo Di Ceriano - RN
Italy

S.P. SPA **176/181**

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

SCHIAVONE GROUP SRL **I COV**

Via Extramurale, 12
74019 Palagiano - TA
Italy

IDEA SNC DI CASTELLAN **GIAMPAOLO & C.** **I COV - 182/185**

Via dei Fiori, 1/A
35018 San Martino di Lupari
PD - Italy

SOC.AGR. **DI BERTUZZI EMILIO & ANGELO** **2-174-175**

Strada Comunale per Suzzano, 14
29029 Rivergaro - PC
Italy

SOCIETÀ **AGRICOLA NATIV SRL** **190/193**

Area Industriale
San Mango sul Calor
83040 Luogosano - AV
Italy

SORGENTE **TESORINO-MLC SRL** **194/197**

Via Costa al Bano, n. 6
56020 Montopoli In Val D'arno - PI
Italy

TECNINOX **DI A. NAMAZIANO SRL** **198-199**

Via Costa, 27
43035 Felino - PR
Italy

TENTAZIONI **PUGLIESI SRL** **I COV - 3-200/203**

S.p. 130 Km 2,00
76125 Trani - BT
Italy

UCINQUE SRL **211**

Via Casale, 17/A
15040 Occimiano - AL
Italy

VALPIZZA SRL **1-208/210**

Via Sbiffia, 97
Loc. Castello di Serravalle
40053 Valsamoggia - BO
Italy

HOME SICILY

ECCELLENZA E TRADIZIONE SICILIANA

IT IS A BRAND
Alleluja



DALLE NOSTRE TRADIZIONI... CON LE NOSTRE MANI !



TASTE BECOMES ENERGY

ALL YOU NEED IS COFFEE



INFO@FINELIGROUP.COM
TEL. +39 0282958697

Energy Power

Concentration

Stress

