

Food & bev

catalogue

buyer



www.pozzaingrosso.it



www.bergader.it



www.kinvit.it



www.cannolidisicilia.it



www.panem.it



www.frutthera.com



www.fiorentinifirenze.it



www.cantinadisantadi.it



www.olioluglio.it



www.pastacecchin.it



slowinefair.it



www.tentazionipugliesi.it



www.masiellofood.com



Certificazione Halal riconosciuta in tutto il mondo

www.wha-halal.org



www.preformatiitalia.it



www.sialparis.com



www.marca.bolognafiere.it



www.anuga.com



www.tuttofood.it



www.cibus.it

MOVE YOUR BUSINESS FORWARD



AT THE WORLDWIDE
FAIR FOR SAVOURY
SNACKS

SNACKEX

XX International Trade Fair for Savoury Snacks & Nuts

STOCKHOLMÄSSEN
STOCKHOLM
19-20 JUNE 2024

SNACKEX.COM

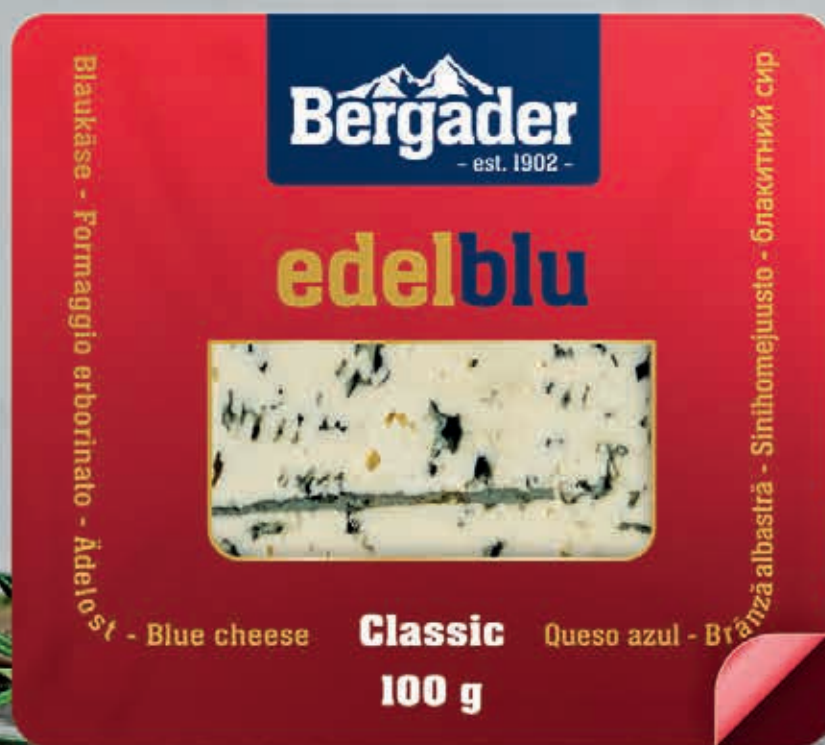
TRENDS
TASTES
TECHNOLOGIES
SUPPLIERS
DECISION-MAKERS
DISTRIBUTORS
TRADE PARTNERS
CUSTOMERS

 European
Snacks
Association

 Stockholmsmässan

**Bergader**

Il migliore in cucina.
Dal 1927.



Risotti, pasta, zuppe, pizze, secondi, insalate.
È facile cucinare con Edelblu.



SCAN NOW.
TASTE OUR
SELECTION!

#trufflerevolution



More than Truffle!

INTRODUCING BIANCA AND DELIZIA, TWO NEW OFFERINGS FROM STEFANIA CALUGI READY TO ELEVATE EVERY DISH. TRANSFORM YOUR EVERYDAY RECIPES INTO DELIGHTFUL EXPRESSIONS OF TASTE. INFUSE YOUR CREATIONS WITH AN EXCLUSIVE FLAIR USING THE CONVENIENCE OF BIANCA, A READY-TO-USE SAUCE, AND THE INNOVATIVE FLAVOR COMBINATION OF DELIZIA, FEATURING CAROB POWDER AND TRUFFLE.



STEFANIA CALUGI[®]
tartufi dal 1908



We proudly satisfy Italian and international safety food standards

seguici su   

www.tartufi.it



SULCIS

Terra del Carignano



CANTINA
SANTADI

Via Giacomo Tachis, 14 - SANTADI - SARDEGNA
@cantinadisantadi www.cantinadisantadi.it

SCARICA L'APP



Piuma D'oro



Maestri del Carnevale

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

Con affetto

Novità 60° Anniversario



*Famiglia
Pizzoccheri*



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



FRATELLI
Cecchin
PASTAFRESCA

Piacere quotidiano





*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.



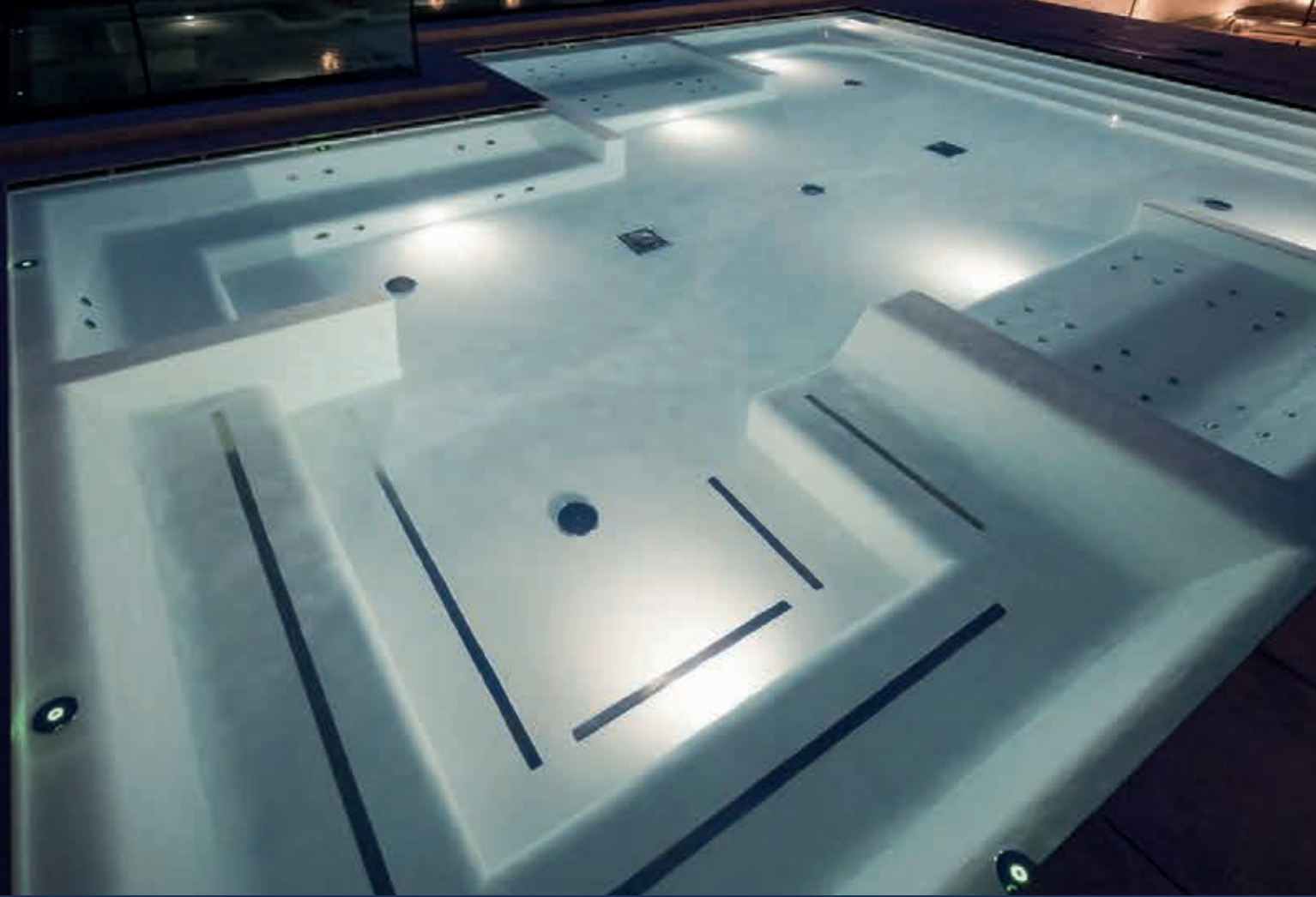
from field to fork

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



PREFORMATI
ITALIA®

Swimming pools, Spas & Design



KLIMAPOL LA TUA PISCINA IN CLASSE A
Perchè la **migliore energia è quella non consumata!**

KLIMAPOL

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



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





MAESTRI TONNIERI DAL 1817

Il claim di Sardanelli, brand appartenente alla Intertonno srl con sede a Maierato, in Calabria, racchiude l'operato secolare della famiglia Sardanelli nella produzione e commercializzazione di prodotti ittici.

TONNIERI MASTERS SINCE 1817

The claim of Sardanelli, a brand belonging to Intertonno srl based in Maierato, Calabria, encompasses the centuries-old work of the Sardanelli family in the production and marketing of fish products.



SARDANELLI

MAESTRI TONNIERI DAL 1817

f @ tonnosardanelli





italianbakeryschool.com



UN VERO FORNO SOTTO CASA

LIEVITOMADRE

PRNE AL FORNO • PIZZA AD ARTE

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

lievitomadretorino.it
info@lievitomadretorino.it
+39 3467598143

some contents

oil



Fiontini Firenze spa: presents the new line of "Climate Friendly" Products. pp. 18/23

bread



AB Mauri Italy spa: Scrocchiarella, a unique product. pp. 28/30

pasta



Barilla G. e R. F.lli spa: From the company to the supply chain, Barilla promotes gender inclusiveness. pp. 32/35

preserving



Del Monte Italy srl: Fresh Del Monte: pionering in quality and sustainability. pp. 36/39

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 2-24 - CIBUS

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 10 - 2024

managing editor
 Enrico Maffizzoni
direzione@editricezeus.com

dairy



Dalter Alimentari spa: Ambassador of dairy excellence in the world. pp. 60/63

meat



Salumificio F.lli Coati spa: Tradition, innovation, and sustainability. pp. 76/79

wine



Fattoria Nicolucci:
Vigna del Generale. pp. 112/115



Sonia V. Maffizzoni
Editorial Manager

Exciting news from Europe concerning PDOs (Protected Designations of Origin) and PGIs (Protected Geographical Indications). These labels are reaching a turning point, thanks to the new unified European text on quality productions that is being released as we prepare this issue. We know that certainly the consortia for protection will become even more central within the system, endowed with new, highly significant powers for combating devaluing practices, planning production, and promoting IG tourism.

Moreover, the protection of these prestigious brands, of which Italy is particularly proud (being the absolute leader in Europe), will be strengthened thanks to its invaluable agricultural and viticultural heritage. And finally, farewell to products that would make us smile if they were not a true insult to the originals, such as Prosek, Parmesan, Zottarella, Spagheroni, and Reggiano.

The last, very important step, concerns consumer protection, for which transparency will be increased. Definitely good news, which we will follow closely.

confectionery



Antonelli Group srl: The renowned confectionery art that unifies tradition and innovation. pp. 144/149

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

editorial production
Sonia Bennati
bennati@editricezeus.com

account dep. manager
Elena Costanzo
amministrazione@editricezeus.com

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

translations
Zeus agency
printing
Zeus agency



“ PDO AND PGI: OPEN DOORS TO CHANGE WITH THE NEW EU REGULATION ”

Great news is on the horizon for PDO and PGI products. The new EU regulation strengthens the power of the protection consortia, counters devaluing practices, promotes geographical indication tourism, and combats counterfeiting. There remains a whole audience of consumers to educate, but that is the next step.

PDO and PGI, let's clarify immediately. The former is a label that identifies foods produced, processed, and prepared in a specific geographical area, using traditional methods and following strict production protocols. This label guarantees the genuineness and authenticity of the product, protecting its name and preventing imitations or counterfeits. Some examples of PDO products are Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, and Chianti.

PGI, on the other hand, is a label that identifies foods closely associated with a specific geographical area and that possess quality characteristics or reputation attributable to that region. Even if the production of the product in the specific geographical area is not required, at least one important phase of its production, transformation, or preparation must be carried out there. PGI protects the name of the product and promotes the distinctive characteristics linked to its geographical origin. Some examples of PGI products are Prosciutto di San Daniele, San Marzano Tomatoes, and Sorrento Lemons.

These two labels are closely tied to the territory, currently experiencing an interesting phase of evolution. With the signing of the new EU regulation on Geographical Indications, new tools will soon be made available to farmers and producers of PDO and PGI food products, wines, and alcoholic beverages, making them even more competitive and protected.

The PDO and PGI sector is a key part of the European agri-food economy, which includes about 3,500 registered products, generating a turnover of 80 billion euros. For Italy, in particular, the reform is of great significance, considering that the 880 PDOs and PGIs here generate a turnover of 20 billion euros, a quarter



by Elisa Crotti



latest news

of the total. And half of these products are sold on international markets. For Italy, thirty years of investment and agricultural policy reforms have led to the creation of a true quality policy, crucial in making the agri-food chain unmatched worldwide in terms of food quality and productive sustainability. This, also thanks to a unique model of protection, management, and promotion of products synonymous with excellence, uniqueness, and connection to the territory.

The PDO and PGI system, launched by Brussels in 1992 with quality food products considered niche, has developed over time to become a pillar of the European agri-food economy, with significant impacts on the territories of origin of the products. According to the 2023 Ismea Qualivita Report on PDO and PGI, in Italy

alone, the “PDO economy” boasts 296 protection consortia, 195,000 businesses, and more than 890,000 employees, of which 580,000 are in agriculture and 310,000 in industrial processing.

What’s New?

The new rules that came into effect in the first half of April will evolve the system to make it unmatched worldwide, all without foreseeing public resources.

Among the innovations are the strengthening of the powers of the protection consortia, the fight against devaluing practices, the promotion of geographical indication tourism, and strengthened protection from counterfeiting at an international level, online, and in the internet domain system. This not only applies to pro-



ducts per se but also when PDO and PGI products are used as ingredients in other food products.

Simplification will play a key role, while requests for new registrations or modifications of production standards must be processed in less than a year. Additionally, the new regulation intends to clarify cases of evocation. We will no longer see cheeses named Cambozola, Parmesan, or Zottarella, or products like Croatian Prosek or Slovenian Balsamic Vinegar.

It goes without saying that the regulation has been met with great satisfaction by the productive world and industry organizations.

Informing the Consumer

The next, extremely important step involves correctly informing the consumer, who today, thirty years after these denominations entered the market, still appears rather confused. This is demonstrated by a study from the Luiss business school in Rome, in collaboration with Amazon.

The survey, conducted with 1,600 Italians, highlights that while the PDO and PGI denominations are known to almost all consumers (96% are familiar with at least one) and the vast majority (90%) understand the “tech-

nical meaning”, just over half recognize the origin in a specific territory as a distinctive feature, and for about a third, the differentiating element is represented by superior quality.

Moreover, the perception of other possible characterizing aspects of these goods, such as better nutritional content, lower environmental impact of the production process, but also a higher cost, is not very widespread. According to the research, just 28% of respondents state they pay close attention to the PDO/PGI labels during purchase, a percentage that increases to 32% during consumption. Although only 17% consider the origin labels to be of little or no relevance, the majority of those who define themselves as less sensitive end up buying this type of food.

And yet, despite 35% of respondents recognizing these goods as premium positioned, the actual willingness to pay is significantly lower: only 11% of the sample is prepared to pay 15% more, while about 30% state they would not accept a price difference exceeding 5 points.

In summary, a chiaroscuro and often contradictory picture emerges, highlighting the need for deep cultural actions. “In order for the distinctive character of the denominations to be clearer and more recognizable, even abroad – warns the research – it is necessary to work, stimulating the spread of greater awareness of the value and specificities and to persist in the defense from counterfeiting. The collaboration between the public and private sectors undoubtedly represents the starting point for achieving these objectives.”

The Next Steps for the Sector

Made in Italy is synonymous with quality, safety, and reliability. Our country has the highest number of agri-food products recognized by the European Union as origin-denominated or geographically indicated protected.

This leadership must be communicated and, simultaneously, defended. According to recent estimates, the counterfeit agri-food market is even worth 120 billion euros. Quality food must increasingly be tied to the territory, to the hands and wisdom of local farmers. The PDO and PGI origin labels can be tools for a relaunch, but too often products with this denomination are seen only as gourmet specialties. A contradiction, considering that many of these foods and products arise from rural everyday life. One of the next goals of Italian agriculture will therefore be to bring agricultural territoriality closer to consumers, debunking also the myths. A challenge that, thanks to the new regulations, can finally be met.



Olive I Love®



Innamorati del gusto

In esclusiva solo on-line su:

WWW.OLIVEILOVE.IT

scopri di più





FIorentini FIRENZE PRESENTS THE NEW LINE OF “CLIMATE FRIENDLY” PRODUCTS

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

THE FIORENTINI FIRENZE COMPANY

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

GROWTH, TOWARDS THE FUTURE

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





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

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

L'AZIENDA FIORENTINI FIRENZE

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



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

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

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

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

THE VALUE OF INNOVATION

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



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

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

LA CRESCITA, VERSO IL FUTURO

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

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

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

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

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

IL VALORE DELL' INNOVAZIONE

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

Arriva il nuovo olio SOSTENIBILE

Climate Friendly!

Per la prima volta in Europa un'azienda italiana QUANTIFICA e AZZERA le emissioni di 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



BIANCA&DELIZIA

THOUSAND SHAPES OF TRUFFLE!

Stefania Calugi Truffle is a thriving venture, primarily led by women, established in **1987** by **Stefania Calugi** with a vision to showcase **the timeless flavours of Tuscany**, the region where the company is situated, reimagined through a contemporary perspective. Led by Stefania's charisma, attention to detail, and unwavering work ethic, today the company has become an **excellence in research and processing of truffles**, who is committed to spreading and make this precious fruit appreciated with exports to over 40 countries.

Since 2010, supported by her husband Jurij, an expert truffle hunter, the company realizes **authentic products** and exquisite pairings, offering a range of product lines tailored for both end consumers and the restaurant industry. These products boast **international certifications** (BRC and IFS) **along with origin certifications** (Made in Italy and Halal), drawing from over **30 hectares of certified organic truffle fields**.



These territories are dedicated to sourcing for fresh market and for processing into traceable products in short supply chains, designed to be ready to use. It is precisely here that **'The Truffle Road'** was born, an immersive experience that allows you to fully immerse yourself in this wonderful world. **"Bianca"** is a **white truffle** cream named after **Bianca from Castile**, queen of France, whose life perfectly reflects the philosophy and values upon which the company's activities are built: **love for family**, a drive for **achievement, strength, and determination** to reach significant milestones.

Bianca embodies a woman deeply rooted in her heritage, as Stefania Calugi, who reinterprets traditional recipes in an **innovative manner** while staying true to **classic Tuscan flavours**. She exudes authority without force, much like the white truffle, with its **intense yet pleasing flavour**, reigning as the undisputed star of the dish without overshadowing other tastes.



LE MILLE FORME DEL TARTUFO!

Stefania Calugi Tartufi è una realtà quasi tutta al femminile nata nel **1987** dal sogno di **Stefania Calugi** di far conoscere nel mondo i **classici sapori della Toscana**, regione in cui sorge l'attività, rielaborati in chiave contemporanea. Grazie alla sua personalità, meticolosità e alla forte dedizione al lavoro, oggi l'azienda è divenuta un'**eccellenza nella ricerca e nella trasformazione dei tartufi**, che si impegna a diffondere e far apprezzare questo frutto prezioso con esportazioni in oltre 40 Paesi. Con l'appoggio del marito Jurij dal 2010, tartufaio esperto, l'azienda realizza **prodotti autentici** e abbinamenti ricercati, con numerose linee dedicate sia al consumatore finale che alla ristorazione e che vantano **certificazioni internazionali** (BRC e IFS) e di **prodotto** (Made in Italy e Halal), contando oltre **30 ettari di tartufige certificate Bio**. Questi territori sono dedicati all'approvvigionamento per il mercato del fresco e per la trasformazione in prodotti tracciati

in filiera corta, pensati per essere pronti all'uso, ed è proprio qui che nasce "**La strada del tartufo**", esperienza immersiva che consente di conoscere questo meraviglioso mondo a 360°.

Bianca è una crema di **tartufo bianco** che prende il suo nome da **Bianca di Castiglia**, regina di Francia, la cui vita riflette perfettamente la filosofia e i valori su cui l'azienda basa la propria attività: **l'amore per la famiglia**, la **voglia di fare**, la **forza** e la **determinazione** per raggiungere traguardi importanti. È una donna profondamente legata alle sue origini, proprio come Stefania Calugi, che rielabora le sue **ricette in chiave originale** ma senza mai allontanarsi dai **classici sapori toscani**, nonché una dominatrice, che impone la sua autorità senza la forza, e così il **tartufo bianco**, dal **sapore intenso ma gradevole**, che diventa il re indiscusso del piatto senza togliere spazio agli altri sapori.



“CRAFTING TRADITION: DISTILLERIA VARNELLI’S LEGACY OF EXCELLENCE”

Explore the rich heritage and exquisite craftsmanship of Distilleria Varnelli, renowned since 1868 for producing unparalleled spirits rooted in tradition yet embracing innovation.

Distilleria Varnelli has been producing spirits since 1868 in the Marche region, in a particularly pleasant area on the slopes of the Monti Sibillini. The business started thanks to the keen herbalist Girolamo Varnelli who applied his knowledge to

create natural remedies and founded the first spirits firm in such an enchanting part of Italy.

In the course of more than 150 years, Distilleria Varnelli has constantly grown, introducing new products, acquiring new markets, and establishing itself as a le-



latest news

ader in the segment of distinctive and refined liqueurs. Still today, Distilleria Varnelli is entirely owned by the Varnelli heirs who run the business through a balanced mix of tradition and innovation, focusing on the utmost quality while highlighting the cultural contents inherited from the past.

The Varnelli specialties derive their distinctive taste and aroma from natural raw materials which are carefully selected to guarantee the highest standard.

Some phases of the crafting processes are in charge of Varnelli's family members as they include secrets passed down from generation to generation.

The tradition primarily refers to the original recipes and the crafting processes which have been never changed through generations. Investments in innovation involve all levels of the business management of a company whose identity is strictly linked to local roots while dynamically looking to the future and pointing to new markets. Due to their distinctive organoleptic and qualitative characteristics, Varnelli products are at the top of Italian spirits distributed worldwide and among them, the following products excel:

Varnelli special dry anise, is part of the Mediterranean tradition of anise-based liqueur. Thanks to the great character and versatility it is excellent straight, on the rocks, in coffee. International bartenders use Varnelli in their signature blending;

Amaro Sibilla and Amaro dell' Erborista, two fine herbal-based liqueurs made over a wood fire and sweetened with honey from Monti Sibillini that have established themselves at the top of their category for their personality and craftsmanship in line with the public's and bartenders' search for traditional herbal liqueurs; Caffè Moka, a creamy and velvety espresso liqueur, special smooth and widely used in classic contempora-

ry mixology cocktails such as the Black Russian, Espresso Martini and many other coffee-based recipes; Mandarino Liquore, due to its mixability, is one of the most sought-after and widely used citrus liqueurs for cocktails, long drinks and spritz.

Distilleria Varnelli products, based on the strength of tradition, match the contemporary taste trends and manifest their promise to consumers in the highest quality.

www.varnelli.it



Scrocchiarella®

SCROCCHIARELLA, A UNIQUE PRODUCT

Scrocchiarella is a line of excellence by AB MAURI, made of frozen basis for pizza on a peel, born from the success of a flour mix having the same name.

Natural sourdough is the key ingredient, together with traditional selected flours, extravergin Italian olive oil of Coppini Arte Olearia company and Presal®, Italian iodate protect salt.

The combination of all these ingredients bring to a top quality product, unique for its lightness, crunchiness even once cold, alveolation, unforgettable parfum and taste. Simply delicious, Scrocchiarella seems always freshly baked.

Easy and Fast to prepare

Directly from freezer to oven, Scrocchiarella is ready in a few minutes. It is the perfect basis to get the maximum quality with the easiest process and raising the value of any ingredient, raw or cooked.

It helps the professionalist making its proposal definitely exclusive. It can be prepared by personnel at first experience

In one bite an explosion of different emotions

Thanks to five different tastes, with Scrocchiarella, it is always a new and unexpected experience. Classica, Rustica, Integrale, Grano Duro and Riso Venere® and more than fifteen different formats: the rectangular, the round and the sandwich shape, a perfect solution for any stuff combination even with any sauce.

The Sandwich version is already pre-cut and ready to get quickly stuffed with the best ingredients in one bite.

Wherever you are looking for something to eat, Scrocchiarella is there





**SCROCCHIARELLA.
UN PRODOTTO UNICO**

Scrocchiarella è una linea di eccellenza di basi frozen per pizza in pala di AB Mauri, nata dal successo delle omonime miscele.

Il lievito naturale madre, è l'ingrediente chiave, unito a farine tradizionali selezionate, olio extra vergine di oliva dell'azienda Coppini Arte Olearia e Presal®, sale marino iodato protetto.

Il risultato è un prodotto unico nella sua leggerezza, croccantezza anche a freddo, alveolatura, profumo e gusto memorabili. È deliziosa, Scrocchiarella sembra sempre appena sfornata.

Facile e veloce

Passa direttamente dal freezer al forno, cuoce in pochissimi minuti. È la base perfetta per ottenere la massima qualità con la massima semplicità e per valorizzare qualsiasi ingrediente, crudo o cotto. Permette di elevare la propria offerta, rendendola esclusiva; può essere preparata da personale anche alla prima esperienza.

Un'esplosione di emozioni diverse

È sempre una nuova esperienza con Scrocchiarella grazie alle cinque varianti Classica, Rustica, Integrale, Grano Duro e Riso Venere® e agli oltre quindici differenti formati tra rettangolare, tonda o sandwich che permettono abbinamenti e farciture singolari.

La versione Sandwich è già pretagliata e pronta a racchiudere velocemente, in un morso croccante, i migliori ingredienti.

Ovunque si mangi, Scrocchiarella c'è

È perfetta in qualsiasi occasione di consumo: Ristoranti, Pizzerie, Bar, Pub, Enotecche, Hotel, Pasticcerie, Gelaterie, Agriturismi, Chioschi, Street-Food, Catering, Banqueting, Cinema, Scuole, Università, Ospedali, Aeroporti, Gas Station, Parchi Divertimento, Club Sportivi.



Scrocchiarella is perfect for any consumption occasion: at Restaurant, Pizzeria, Bar, Pub, Wineshop, Hotel, Pastry Shop, Ice Cream Shop, Farmhouse, Kiosk, Street-food, Catering, Banqueting, Cinema, School, University, Hospital, Airport, Gas Station, Amusement Parks, Sporting Clubs.

Formats

- Classica: 28x12, 28x18, 38x28, 55x25, 55x30 and round Ø 25, 31 and 48cm
- Grano Duro e Riso Venere®: 38x28, 55x25 and round Ø 25 and 31cm
- Integrale e Rustica: 38x28, 55x25, 55x30 and round Ø 25 and 31cm
- Sandwich Classica: 12x28, 12x36, 12x52, 20x52 and 28x38cm and Sandwich Rustica: 12x36 and 12x52cm.

Scrocchiarella è anche indicata per il consumo Out-Of-Home e On-The Go per una pausa veloce e buona ed è la perfetta testimone di momenti conviviali indimenticabili per chiunque apprezzi la tradizione culinaria italiana con un pizzico di innovazione.

Formati

- Classica: 28x12, 28x18, 38x28, 55x25, 55x30 e tonda da Ø 25, 31 e 48cm
- Grano Duro e Riso Venere®: 38x28, 55x25 e tonda da Ø 25 e 31cm
- Integrale e Rustica: 38x28, 55x25, 55x30 e tonda da Ø 25 e 31cm
- Sandwich pretagliato Classica: 12x28, 12x36, 12x52, 20x52 e 28x38cm
- Sandwich pretagliato Rustica: 12x36 e 12x52cm.

www.abmauri.it



Scrocchiarella®

leggera, croccante e digeribile.



AB Mauri Italy SpA

via San Pietro 19/A - 25033 Cologne (BS)

Tel 030 7058711

abitalmill@abmauri.com

www.italmill.com

abitalmill  - AB Italmill 

Barilla

The Italian Food Company. Since 1877.

FROM THE COMPANY TO THE SUPPLY CHAIN, BARILLA PROMOTES GENDER INCLUSIVENESS

Promoting gender inclusiveness and equality also outside its own organisation is the multi-year mission undertaken by the Barilla Group, aimed at championing female talent and, most recently, culminating in a strategic partnership with the **LEAD Network** (Leading Executives Advancing Diversity), a non-profit organisation that supports the advancement of women in the retail and consumer goods sector in Europe.

For the Parma-based company, gender equality is both a social imperative and an ethical responsibility, as Gianluca **Di Tondo, CEO of the Barilla Group**, confirms: “it felt natural for us to join forces with the LEAD Network, a leading organisation in the promotion of diversity, which, like us, considers gender equality to be a fundamental strategic principle. The LEAD Network’s commitment to excellence aligns perfectly with our values. I’m confident that, together, we’ll be able to add even more value to our business and markets.”

Just a few months ago, a **new global policy for paternity and maternity leave** was announced, which highly values parenting and reduces the gender gap







in the workplace by ensuring that all parents in the group are entitled to a minimum of 12 weeks of fully paid leave, regardless of gender, marital status, and sexual orientation. In 2020, the achievement of equal pay for all employees eliminated any unjustified wage discrepancies **Today, 38% of Barilla's executives and managers worldwide are women and 47% of employees work directly under the Global Leadership Team.**

Furthermore, the goal of the **Global Supplier Diversity Program**, launched in 2018, is to drive a cultural shift in Barilla's production chain by getting its suppliers directly involved. Two success stories from **two of the group's strategic supply chains in Italy**



emerged from this initiative; two stories which **Barilla wanted to highlight on occasion of International Women's Day.**

The first takes place in the province of Cremona and features **Alessandra Lameri, CEO of Lameri SpA**, a company that processes and trades grains and has been supplying Barilla with key ingredients for Mulino Bianco rusks, biscuits, and Gran Cereale bars for almost forty years.

"Barilla was among the first of our customers to raise awareness about social inclusion and the promotion of diversity and female talent. In recent years we have also increased female employment by 15%, something not to be taken for granted in this traditionally male-dominated sector.

Over the years we've tried to channel the company's benefits into the local community, through, for example, a donation that helped renovate the Women's Area of the Cremona hospital, dedicated to oncological diseases. We're confident that our growth will continue in the future

with the same passion and determination that has distinguished us so far."

Meanwhile, the second story of the Barilla supply chain takes us to Piedmont, and revolves around **Margherita Caffa and Giovanna Galletti, CEOs of LINO Srl**. With 150 years of experience in hazelnut processing, their expertise is now an integral part of the Pan di Stelle and Mulino Bianco Baiocchi cookies. Since 2012, with **Margherita Caffa** as CEO and **Giovanna Galletti** as General Manager, the company has been entirely female-led. "Women now account for the majority in all company roles, from the Board of Directors to the production facility," says Margherita Caffa. "For a woman, life and work are never really separate," adds Giovanna Galletti "All our efforts over the years have been aimed at maintaining a high standard of quality, fully aware that such choices have an impact not only within the company, but on the entire community."

www.barilla.com





FRESH DEL MONTE: PIONERING IN QUALITY AND SUSTAINIBILITY

Fresh Del Monte Produce Inc. is among the world's top vertically integrated manufacturers, sellers, and distributors of high-quality fresh and pre-cut fruit and vegetables, and a leading producer and distributor of prepared foods in Europe, Africa, and the Middle East. Fresh Del Monte markets its products globally under the Del Monte® brand (under license from Del Monte Foods, Inc.), representing innovation, quality, freshness, and reliability for over 135 years. The company, a pioneer in fruit and vegetable retailing committed to the Science Based Targets initiative, was ranked 'America's Most Trustworthy Companies' by Newsweek in 2023 for the second consecutive year. It's listed on the NYSE as FDP.

We ensure high quality across our products and services for optimal business outcomes. Our approach is long-term and ethically driven, focusing on social responsibility and transparency. Empowering

our team fosters innovation and entrepreneurialism, encouraging accountability and teamwork, and striving for continuous improvement.

Mission: Inspire Healthy Lifestyles with accessible, wholesome, and convenient products globally, aiming for a healthier, happier future. We offer nutritious, healthy, and delicious products that everyone can enjoy guilt-free. We maintain the highest standards of sustainably grown produce.

High quality nutritious, healthy and delicious fresh taste we can all feel good about

Brand Differentiators:

- Ethical practices globally ensuring quality care.
- Stewards of Land, Sea, and Air, raising the bar on responsible farming.
- Harvesting the best produce varieties and seeking innovative ways to make fresh produce accessible.





**FRESH DEL MONTE:
PIONIERI NELLA QUALITA'
E NELLA SOSTENIBILITA'**

Fresh Del Monte Produce Inc. è tra i principali produttori, venditori e distributori integrati verticalmente di frutta e verdura fresca e pre-tagliata, nonché un produttore e distributore leader di cibi preparati in Europa, Africa e Medio Oriente.

Fresh Del Monte commercializza i suoi prodotti a livello globale con il marchio Del Monte® (su licenza da Del Monte Foods, Inc.), rappresentando innovazione, qualità, freschezza e affidabilità da oltre 135 anni.

L'azienda, pioniera nella vendita al dettaglio di frutta e verdura impegnata nell'iniziativa Science Based Targets, è stata classificata "Aziende più affidabili d'America" da Newsweek nel 2023 per il secondo anno consecutivo. È quotata al NYSE come FDP.

Garantiamo un elevato livello di qualità su tutti i nostri

prodotti e servizi per ottenere risultati aziendali ottimali. Il nostro approccio è a lungo termine ed eticamente orientato, concentrato sulla responsabilità sociale e trasparenza.

Il supporto costante ai nostri team favorisce l'innovazione e l'imprenditorialità, incoraggiando la responsabilità e il lavoro di squadra, alla ricerca di un miglioramento continuo.

Missione: Ispirare uno stile di vita sano con prodotti accessibili, genuini e convenienti a livello globale, puntando a un futuro migliore. Offriamo prodotti freschi, nutrienti, salutari e deliziosi che tutti possono gustare consapevolmente. Manteniamo gli standard più elevati di qualità per prodotti coltivati in modo sostenibile.

Prodotti di alta qualità, sani e deliziosi, di cui tutti possiamo sentirci soddisfatti.

Caratteristiche distintive del marchio:



Values:

- Excellence,
- Passion,
- Creativity,
- Care,
- Trust

Our brand mark is our most powerful asset, symbolizing our commitment to freshness and quality. We believe in 'Gold Standard Goodness,' ensuring the highest quality from seed to store, accessible to all.

At Fresh Del Monte, we believe in responsible farming for a better world. Our produce tells a story of dedication and expertise, ensuring the freshest taste and the best harvests. Sustainability is integral to our brand, symbolized by our commitment to responsible practices and trust in Fresh Del Monte.

www.delmonteurope.it
www.freshdelmonte.com
Telephone: +39 02 52 813 3203





- Pratiche etiche a livello globale per garantire un'assistenza di qualità
- Stewards of Land, Sea, and Air per alzare il livello di agricoltura responsabile.
- Raccolta delle migliori varietà di prodotti e ricerca di modi innovativi per rendere i prodotti freschi accessibili a tutti.

I nostri Valori:

- Eccellenza,
- Passione,
- Creatività,
- Cura,
- Fiducia

Il nostro marchio è il nostro asset più potente, simboleggiante il nostro impegno per la freschezza e la qualità. Crediamo nel "Gold Standard Goodness", garantendo la massima qualità dalla coltivazione al punto vendita.

Noi di Fresh Del Monte crediamo in un'agricoltura responsabile per un mondo migliore. I nostri prodotti raccontano una storia di dedizione e competenza, garantendo il gusto più fresco e i raccolti migliori. La sostenibilità è parte integrante del nostro marchio, simboleggiata dal nostro impegno verso pratiche responsabili e dalla fiducia in Fresh Del Monte.

www.delmonteeurope.it / www.freshdelmonte.com
 Telefono: +39 02 52 813 3203



**IL GUSTO
 DELLA NATURA**

**SCANSIONA PER
 SAPERE DI PIU' SUI
 NOSTRI PRODOTTI**



contact-ea@freshdelmonte.com
www.delmonteeurope.it





GRAZIADEI SURGELATI: THE BEST OF APPLES, FROM STRUDEL TO CRUMBLE

Graziadei Surgelati Ltd. is specialized in apple-based products combining its know-how in the development of pastry recipes with the expertise in the choice and processing apples of quality.

Graziadei is the Italian leader in the production of frozen apple strudel and has recently consolidated its corporate mission embedded in the claim "Graziadei, the best an apple can become" developing innovative frozen products such as apple crumble, apple pie and the exclusive apple turnovers.

Thanks to its mission Graziadei is partner of many large-scale retail trade brands. They can count on its R&D team for the creation of premium branded products that exclude the use of additives in favor of high-quality raw materials respecting the apple strudel's tradition.

The quality of the company's products and the company philosophy was also noticed by the Melinda Consortium. In 2011 they chose Graziadei as their exclusive partner for the production of their own range of branded Strudels, effectively signing the quality of the company's products.

GRAZIADEI SURGELATI: IL MEGLIO DELLE MELE, DALLO STRUDEL AL CRUMBLE

Graziadei Surgelati srl è specializzata nella produzione di prodotti a base mela grazie al know how nello sviluppo delle ricette di pasticceria unita all'expertise nella scelta e lavorazione della mela di qualità.

È leader italiano nella produzione di strudel di mele surgelato e recentemente ha consolidato la sua mission aziendale sintetizzata dal claim "Graziadei, il meglio in cui una mela può trasformarsi" mediante lo sviluppo di prodotti surgelati innovativi come il crumble di mele, la torta di mele e l'esclusiva mela in camicia.

Grazie proprio alla propria mission aziendale diviene partner di molte insegne della G.D.O. mettendo a disposizione il proprio team di sviluppo per la realizzazione di prodotti a marchio di fascia premium escludendo l'utilizzo di additivi a favore di materie prime di elevata qualità nel rispetto della tradizione dello strudel di mele.





The partnership with Melinda represents a double opportunity for Graziadei: on one hand the notoriety of the Melinda brand with a brand awareness of 99%, on the other hand the constant supply of apples of undisputed quality of a specific variety, degree of maturation and flavor required for different products.

Among the latest innovative products for the retail market Graziadei presents:

- Apple cake: a soft and fluffy dough is enriched by 42% of "Mele del Trentino I.G.P." in a practical 600 g format ready for cooking.
- Apple turnovers: the original and irresistible breakfast or dessert, a crunchy butter puff pastry encloses a delicious Fuji apple filling combined with a delicious apricot jam.

www.graziadeisurgelati.com





La qualità dei prodotti aziendali e la filosofia aziendale viene notata anche dal Consorzio Melinda che nel 2011 sceglie Graziadei Surgelati come partner esclusivo per la produzione della propria gamma di Strudel a marchio firmando di fatto la qualità dei prodotti aziendali.

La partnership con Melinda rappresenta per Graziadei ha una doppia opportunità, la prima la notorietà del marchio Melinda con una brand awareness del 99%, mentre la seconda è quella di poter contare sulla continuità di fornitura di mele di indiscussa qualità della specifica varietà, grado di maturazione e sapore richiesto per i differenti prodotti.

Tra le ultime novità destinate al mercato retail firmate Graziadei troviamo:

- Torta di mele: in pratico formato da 600 g pronto per la cottura dove un morbido e soffice impasto è arricchito dal 42% di "Mele del Trentino I.G.P."
- Mela in camicia: l'originale e irresistibile snack ideale per la prima colazione o per dessert dove una croccante pasta sfoglia al burro racchiude uno sfizioso ripieno di mela Fuji unito ad una deliziosa confettura di albicocca.

www.graziadeisurgelati.com



**La qualità delle mele Melinda
incontra l'arte dello Strudel Graziadei!**



www.graziadeisurgelati.com

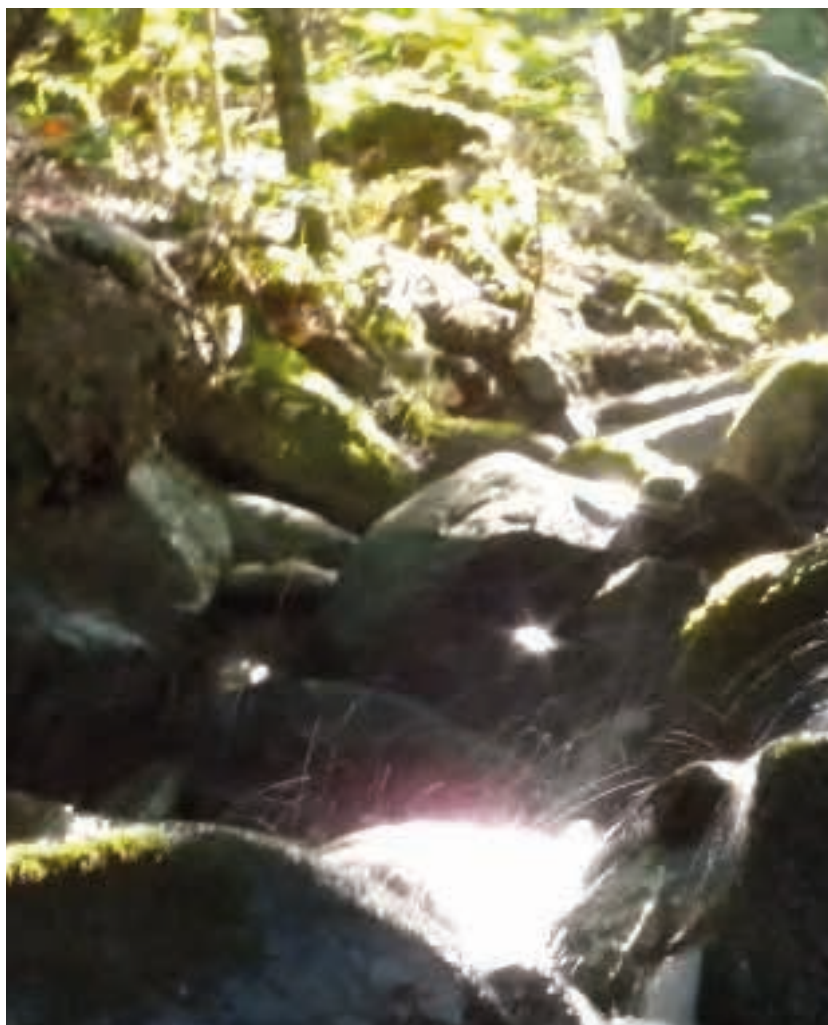


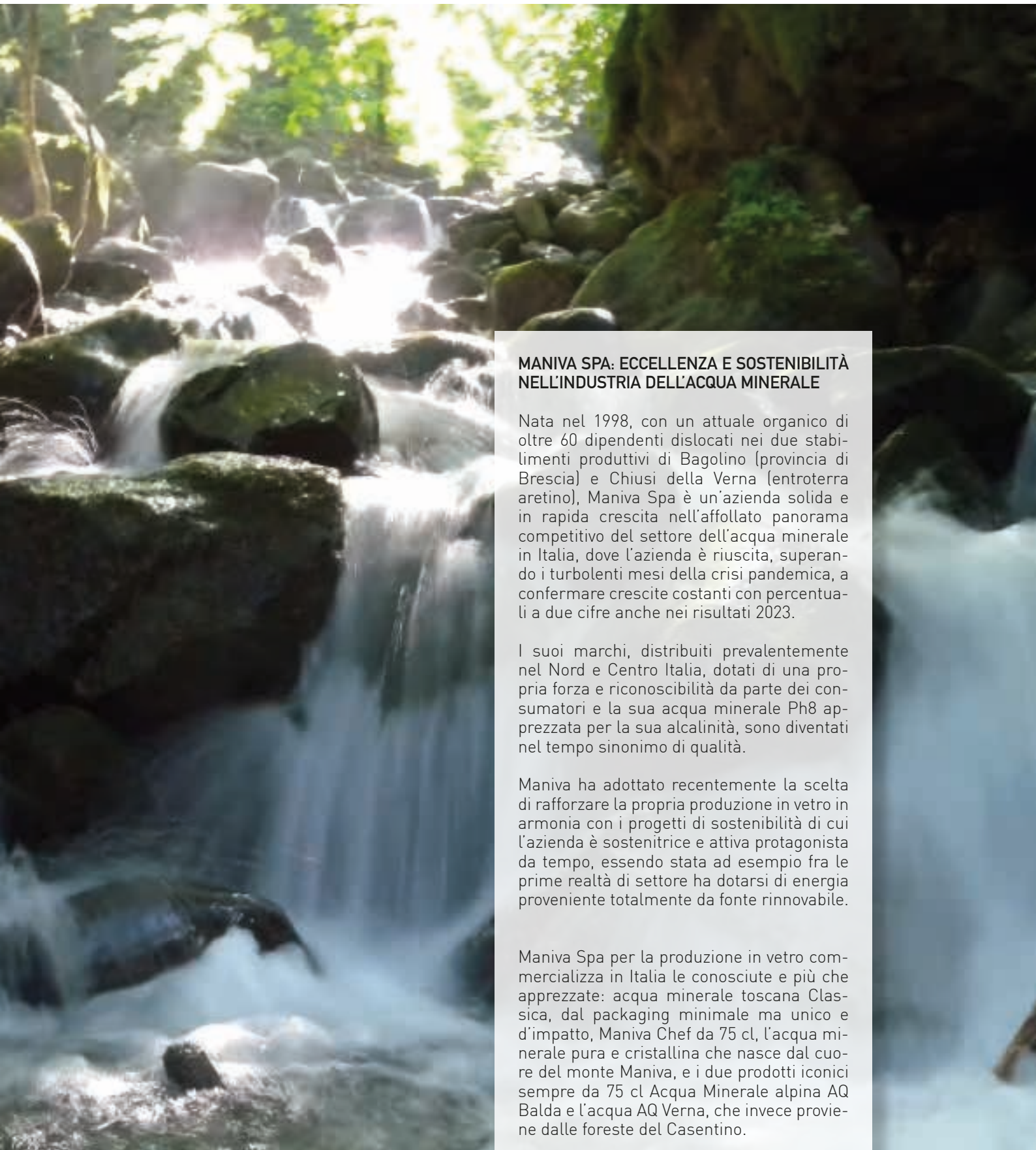
MANIVA SPA: EXCELLENCE AND SUSTAINABILITY IN THE MINERAL WATER INDUSTRY

Established in 1998, with a current workforce of over 60 employees spread across its two production facilities in Bagolino (province of Brescia) and Chiusi della Verna (inland of Arezzo), Maniva Spa stands as a robust and rapidly growing company in the crowded and competitive landscape of the mineral water sector in Italy.

Despite the turbulent months of the pandemic crisis, the company has managed to maintain steady growth, even achieving double-digit percentage increases in its 2023 results. Its brands, primarily distributed in Northern and Central Italy, have gained their own strength and recognition among consumers over time, with its Ph8 mineral water being appreciated for its alkalinity, becoming synonymous with quality.

Maniva has recently chosen to strengthen its glass production in harmony with its longstanding sustainability initiatives, being among the first in the industry to adopt energy sourced entirely from renewable sources. In Italy, Maniva Spa markets its well-known and highly appreciated glass-bottled products, including the Tuscan Classic mineral water, characterized by its minimal yet impactful packaging, Maniva Chef in 75 cl, the pure and crystalline mineral water originating





MANIVA SPA: ECCELLENZA E SOSTENIBILITÀ NELL'INDUSTRIA DELL'ACQUA MINERALE

Nata nel 1998, con un attuale organico di oltre 60 dipendenti dislocati nei due stabilimenti produttivi di Bagolino (provincia di Brescia) e Chiusi della Verna (entroterra aretino), Maniva Spa è un'azienda solida e in rapida crescita nell'affollato panorama competitivo del settore dell'acqua minerale in Italia, dove l'azienda è riuscita, superando i turbolenti mesi della crisi pandemica, a confermare crescite costanti con percentuali a due cifre anche nei risultati 2023.

I suoi marchi, distribuiti prevalentemente nel Nord e Centro Italia, dotati di una propria forza e riconoscibilità da parte dei consumatori e la sua acqua minerale Ph8 apprezzata per la sua alcalinità, sono diventati nel tempo sinonimo di qualità.

Maniva ha adottato recentemente la scelta di rafforzare la propria produzione in vetro in armonia con i progetti di sostenibilità di cui l'azienda è sostenitrice e attiva protagonista da tempo, essendo stata ad esempio fra le prime realtà di settore a dotarsi di energia proveniente totalmente da fonte rinnovabile.

Maniva Spa per la produzione in vetro commercializza in Italia le conosciute e più che apprezzate: acqua minerale toscana Classica, dal packaging minimale ma unico e d'impatto, Maniva Chef da 75 cl, l'acqua minerale pura e cristallina che nasce dal cuore del monte Maniva, e i due prodotti iconici sempre da 75 cl Acqua Minerale alpina AQ Balda e l'acqua AQ Verna, che invece proviene dalle foreste del Casentino.



from the heart of Mount Maniva, and the two iconic 75 cl products, Alpine Mineral Water AQ Balda and AQ Verna, sourced respectively from the forests of Casentino.

Among the products particularly aimed at the HoReCa segment, Maniva has developed Mineral Seltz Maniva and Smile-Box Maniva.

The former is dedicated to the mixing segment and is a seltzer water contained in recovered and reused 20-liter steel drums, known for maintaining the carbonation of the water until the last drop.

On the other hand, Smile-Box Maniva is an attractive and versatile product, highly sought after in bar, vending, hospitality, and on-the-go segments, increasingly gaining significant traction in the Organized Retail market. The Smile-Box is the new sustainable and multi-layered packaging introduced in 2022, designed to safeguard, preserve, and maintain the organoleptic characteristics and alkaline benefits of Maniva mineral water, extensively tested to identify the most effective container inspired by the principles of total recycling and recovery.

www.maniva.it





Fra i prodotti destinati particolarmente al segmento HoReCa sono stati ideati e realizzati Mineral Seltz Maniva e Smile-Box Maniva.

Il primo è dedicato al segmento della miscelazione ed è un'acqua seltz contenuta in fusti d'acciaio recuperati e riutilizzati della capacità di 20 litri che hanno la particolarità di mantenere invariata la gassatura dell'acqua fino all'ultima goccia. Smile-Box Maniva è dal canto suo un prodotto attrattivo e versatile, particolarmente richiesto nei segmenti bar, vending, ospitalità e on the go e che però sta ottenendo sempre più un importante riscontro anche nel mercato della Grande Distribuzione Organizzata.

Lo Smile-Box è il nuovo packaging sostenibile e multistrato in produzione dal 2022, che custodisce, preserva e mantiene inalterate le caratteristiche organolettiche e i benefici alcalini delle naturali proprietà di acqua minerale Maniva e che è stato testato a lungo per individuare il più valido contenitore ispirato ai criteri del totale riciclo e recupero.

www.maniva.it

FA BENE ANCHE A CHI NON LA BEVE.

Le cellule del nostro corpo per stare bene necessitano di vivere in un **ambiente extracellulare alcalino** che le nutre, le ossigena ed elimina le tossine.

Così rimangono più a lungo giovani e vitali, e noi con loro.

Idratati ogni giorno con Acqua Minerale Maniva pH8.

maniva.it

Acqua Minerale Alcalina
MANIVA





EasyMontali®

INDUSTRIE MONTALI: THE EMILIANA EXCELLENCE THAT INNOVATES TRADITION AND TASTE

In the heart of Emilia, an Italian region renowned for its gastronomic wealth, Industrie Montali has been thriving since 1910, representing a true bastion in the processing of agricultural products

The company's decision to specialize over time in the processing of 100% Italian tomatoes, with a meticulous selection of ingredients, has enabled it to completely eliminate preservatives and colorants, offering an authentic and high-quality culinary experience that satisfies the most demanding palates.

With a vision that embraces the respect for Emilian traditions and the innovation needed to compete in today's global market, Industrie Montali is committed to maintaining high quality standards, from the ingredient to the finished product, ensuring complete

customer satisfaction with a comprehensive and careful service.

Despite global economic challenges, such as rising production costs related to the energy crisis and recent international dynamics, Industrie Montali has continued to expand, particularly in foreign markets, consolidating the reputation of Made in Italy products and increasing export turnover.

Among the company's most interesting and sought-after offerings are the single-dose pouches and the Chef Line, which fit perfectly in a context of growing demand for practical yet quality products. The new high-precision processing lines improve both the packaging and the quality of the finished products, meeting the needs of an increasingly dynamic market that values convenience without compromising taste.





INDUSTRIE MONTALI: L'ECCELLENZA EMILIANA CHE INNOVA TRADIZIONE E GUSTO

Nel cuore dell'Emilia, una regione italiana rinomata per la sua ricchezza gastronomica, Industrie Montali prospera fin dal lontano 1910, rappresentando un vero e proprio baluardo della trasformazione dei prodotti agricoli.

La scelta di specializzarsi nel tempo nella lavorazione di pomodori 100% italiani, con una meticolosa selezione degli ingredienti, ha permesso all'azienda di eliminare completamente conservanti e coloranti, proponendo un'esperienza culinaria autentica e di alta qualità che soddisfa i palati più esigenti.

Con una visione che abbraccia il rispetto delle tradizioni emiliane e l'innovazione necessaria per competere nel mercato globale attuale, Industrie Montali si impegna a mantenere elevati standard di qualità, dall'ingrediente fino al prodotto finito, garantendo la completa soddisfazione del cliente con un servizio completo e attento.

Nonostante le sfide economiche globali, come l'aumento dei costi produttivi legati alla crisi energetica e le recenti dinamiche internazionali, Industrie Montali ha continuato a espandersi, soprattutto nei mercati esteri, consolidando la reputazione dei prodotti Made in Italy, incrementando il fatturato dell'export.

Tra le proposte più interessanti e richieste dell'azienda troviamo le buste monodose e la Linea Chef, che si collocano perfettamente in un contesto di crescente domanda per prodotti pratici ma di qualità.

Le nuove linee di lavorazione ad alta precisione migliorano sia il packaging sia la qualità dei prodotti finiti, rispondendo alle esigenze di un mercato sempre più dinamico e attento alla praticità senza compromettere il gusto.

La busta monodose, in particolare, offre numerosi vantaggi: protegge il prodotto dalla luce e dall'ossidazione, preservando le caratteristiche organolettiche e mantenendo il prodotto fresco. Inoltre, la confezione è progettata per ridurre i

The single-dose pouch, in particular, offers numerous advantages: it protects the product from light and oxidation, preserving the organoleptic characteristics and keeping the product fresh. Moreover, the packaging is designed to reduce transportation costs and environmental impact due to its reduced volume and weight. Its practicality is further highlighted by the tear-open feature, which facilitates its use.

Simultaneously, the Chef Line introduces to the market a range of sauces and condiments in handy tubes, perfect for enriching every dish with a touch of authentic and natural flavor, in keeping with Italian culinary tradition.

This ongoing pursuit of excellence has led Industrie Montali to win the Great Taste Awards 2022, an accolade that celebrates the extraordinary quality of its products, particularly the double concentrated tomato paste, described as "simply delicious." With such a prestigious recognition, the company is gearing up for the CIBUS event in Parma from May 7 to 10, where it will present its innovations, not only in the retail sector but also in the horeca and private label worlds, once again demonstrating its commitment to innovation and quality.

INDUSTRIE MONTALI LOOKS FORWARD TO SEEING YOU AT CIBUS: HALL 5, STAND H049.

www.easyline-montali.it



costi di trasporto e impatto ambientale grazie al suo ridotto volume e peso. La praticità è ulteriormente evidenziata dall'apertura a strappo che ne facilita il suo utilizzo.

Parallelamente, la Linea Chef introduce sul mercato una gamma di salse e condimenti in pratici tubetti, perfetti per arricchire ogni piatto con un tocco di sapore autentico e naturale, nel rispetto della tradizione culinaria italiana.

Questa continua ricerca dell'eccellenza ha portato Industrie Montali a vincere il premio Great Taste Awards 2022, un riconoscimento che celebra la qualità straordinaria dei suoi prodotti, in particolare il doppio concentrato di pomodoro, descritto come "semplicemente delizioso". Con tale prestigioso riconoscimento, l'azienda si prepara all'appuntamento con CIBUS di Parma dal 7 al 10 maggio, dove presenterà le sue innovazioni, non solo nel settore retail, ma anche nel mondo horeca e private label, dimostrando ancora una volta il suo impegno nell'innovazione e nella qualità.

INDUSTRIE MONTALI VI ASPETTA A CIBUS: HALL 5 STAND H049

www.easyline-montali.it



EasyMontali®



SENZA CONSERVANTI
PRESERVATIVE FREE

SENZA GLUTINE
GLUTEN FREE

SOLO DA POMODORI ITALIANI
MADE EXCLUSIVELY WITH
ITALIAN TOMATOES

I PRONTI DA GUSTARE READY MADE TO ENJOY



INDUSTRIE MONTALI SRL - STRADA AIOLA, 5/G MONTECCHIO EMILIA - Tel. 0522.863420

www.easy-montali.it



www.shopeasymontali.it



LE VIE DEL TARTUFO: A JOURNEY OF TRADITION AND INNOVATION

LE VIE DEL TARTUFO (to whom Tartufi Jimmy brand belongs) was born from the intuition of Giovanni Cecchini, who turned his passion for truffle hunting in a flourishing business, focused at first on the marketing of fresh truffles. Later on, Giovanni, thanks to his entrepreneurship managed to strengthen the position of the company on the marketplace by opening a first laboratory for truffle-processing and transformation. With the participation to all the main international food fairs, Tartufi Jimmy has achieved recognition and become a segment leader, due to the undeniable quality of their product, it's capacity to innovate the category and marketing support.

In order to respond to the growing demand of the market, Tartufi Jimmy has recently inaugurated a new 10,000 square meters production facility, built a production plant with the latest technologies that can handle the over 90 tons of







Italian Truffle Pasta Sauces

truffles processed each year, and created a total of 900.000 square meters in truffle fields.

Today, the Tartufi Jimmy brand enjoys an excellent reputation in its category thanks to the great entrepreneurial skills shown by the management over the years and to the work of a team of over 80 dedicated collaborators, each capable of adding value to the company and its products.

A modern, structured and marketing-oriented approach is the company's trademark, and has allowed us to support partners in over 95 countries where we operate.

The secret of our success is the ability to match our knowledge in the truffle field, transforming the raw material following the traditional recipes, with a modern, managerial and innovative way of work, thanks to which we are growing faster than the market.

Truffle Everyday, Everywhere for Everyone is our motto and we struggle every day in order to achieve



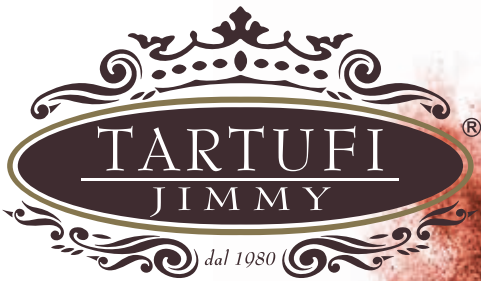


our goals and satisfy our consumers through new and innovative Truffle Products.

LE VIE DEL TARTUFO corporate name marks the new path of our journey where truffle is not just a product but an emotion to live through different experiences, like a multi-path road, represented by the expansion of the company headquarters, the creation of a museum dedicated to truffles, an academy for young chefs and an educational experience inside our truffle fields where man and nature unite through the searching of truffle.

Through tradition and innovation, from the land to the table, between Experience and Passion, since 1980... we are LE VIE DEL TARTUFO.

Visit:
www.jimmytartufi.it



SPICE UP YOUR LIFE

TRUFFLE SPICE

seasoning



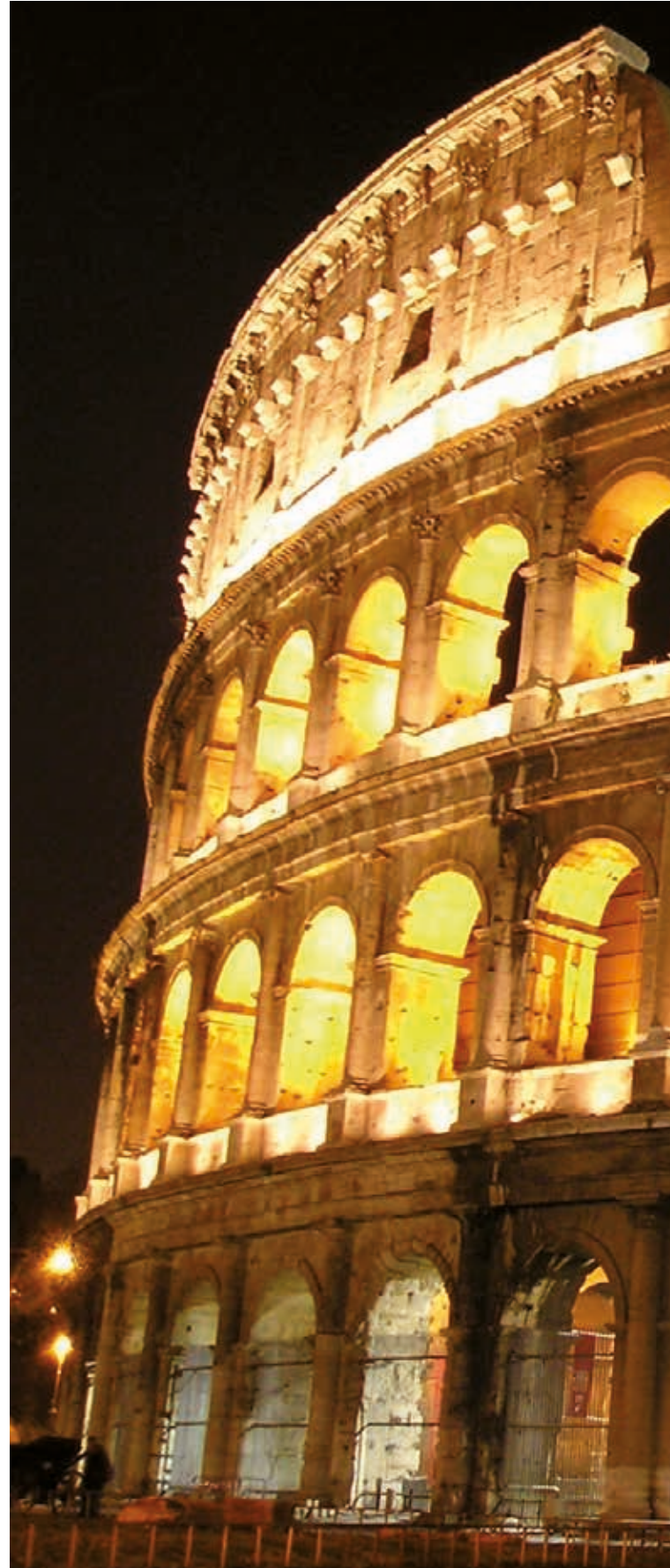
REGIONE LAZIO AND ARSIAL AT CIBUS TO PROMOTE "MADE IN LAZIO" EXCELLENCES

Regione Lazio and Arsial are present at Cibus to promote the gastronomic heritage and agricultural food productions of the area, with a collective of 17 leading companies from all five Lazio provinces.

Lazio is a land of great traditions, which come to life in an extraordinary agricultural food heritage, one of the richest in the country, boasting: 16 PDOs, 13 PGIs, 3 TSGs, and 472 PATs (Traditional Agricultural Food Products), to which are added in the wine sector 3 DOCGs, 6 IGP, 27 DOCs, and 37 native grape varieties. The Lazio agricultural food heritage reflects a millennia-old culture, which has manifested some of its most important expressions through gastronomy.

The most loved productions and the most widespread recipes are, in most cases, a direct expression of tradition, handed down and consolidated over time, but closely connected to the culture and history of our territories.

More generally, the relationship between food and its territory is a visceral one, in which all the peculiarities that a land can offer are reflected, even beyond the food itself. It is a symbiotic relationship that "nourishes" much of our identity and at the same time is an important tool for enhancement, even outside of agricultural food production, as happens for example in Wine and Olive Oil Tourism, the subject





**REGIONE LAZIO E ARSIAL A CIBUS,
PER PROMUOVERE LE ECCELLENZE
"MADE IN LAZIO"**

Regione Lazio e ArsiAl sono presenti a Cibus per promuovere il patrimonio enogastronomico e le produzioni agroalimentari del territorio, con una collettiva di 17 aziende d'eccellenza, provenienti da tutte e cinque le province laziali.

Il Lazio è terra di grandi tradizioni, che rivivono in un patrimonio agroalimentare straordinario, tra i più ricchi del Paese, che vanta: 16 DOP, 13 IGP, 3 STG e 472 PAT (Prodotti agroalimentari tradizionali) ai quali si sommano nel comparto vitivinicolo 3 DOCG, 6 IGT, 27 DOC e 37 vitigni autoctoni. Quello laziale è un patrimonio agroalimentare che riflette una cultura millenaria, che proprio attraverso l'enogastronomia ha manifestato alcune tra le sue espressioni più importanti.

Le produzioni più amate e le ricette più diffuse sono, nella maggior parte dei casi, espressione diretta della tradizione, tramandate e consolidate nel corso del tempo, ma strettamente connesse alla cultura e alla storia dei nostri territori.

Più in generale, quello tra il cibo e il proprio territorio è un rapporto viscerale, nel quale si rispecchiano tutte le peculiarità che una terra è in grado di offrire, anche al di là del cibo stesso. È un rapporto di simbiosi che "nutre" buona parte della nostra identità e allo stesso tempo è uno strumento di valorizzazione



of a recent regional law (L.R. 14/2023), created with the intent to regulate and promote the activity, in synergy with the beauty of our territories.

Our great agricultural food heritage is one of the most characteristic elements of our culture and our regional identity.

It is a wonder for the senses, which, combined with the particular richness of the territory, its cultural, landscape, or environmental attractions, contributes to making Lazio a unique and fascinating place.

Lazio awaits you at Cibus from May 7 to May 10.

On May 7, in the masterclass area of the buyers lounge, Lazio will be the absolute protagonist of the event, with two cooking shows by chef Alessandro Circiello, dedicated to our regional cuisine.

www.arsial.it - www.regione.lazio.it





importante, anche al di fuori della produzione agroalimentare, come accade ad esempio nel Turismo Enogastronomico e nell'Enooleoturismo, oggetto di una recente legge regionale (L.R. 14/2023), nata con l'intento di regolare e promuovere l'attività, in sinergia con la bellezza dei nostri territori.

Il nostro grande patrimonio agroalimentare è uno degli elementi più caratteristici della nostra cultura e della nostra identità regionale.

È una meraviglia per i sensi, che unita alla particolare ricchezza del territorio, alle sue attrattive culturali, paesaggistiche o ambientali, contribuisce a rendere il Lazio un luogo unico e affascinante.

Il Lazio vi aspetta al Cibus dal 7 al 10 maggio.

Il 7 maggio, nell'area masterclass della buyers lounge, Il Lazio è protagonista assoluto dell'evento, con due cooking show dello chef Alessandro Circiello, dedicati alla nostra cucina regionale.

www.arsial.it - www.regione.lazio.it



ARSIAL.IT

REGIONE.LAZIO.IT



DALTERFOOD GROUP, AMBASSADOR OF DAIRY EXCELLENCE IN THE WORLD

With over 45 years of experience, DalterFood Group is today one of the leading players in the dairy sector. As an ambassador of Italian food excellence, it produces different types of Parmigiano Reggiano - classic, Mountain Products, Organic and Only from Italian Pezzata Rossa cows - as well as selecting and supplying a wide range of the best Italian PDO and non-PDO matured, semi-matured and fresh cheeses.

The production of Parmigiano Reggiano, the best loved and most recognised PDO, is direct and entrusted to its two mountain dairies – Colline di Selvapiana e Canossa and Colline del Cigarello e Canossa, located in the Reggio Emilia Apennines – and is the result of a controlled, integrated and sustainable supply chain, a unique and virtuous example in the industry,





DALTERFOOD GROUP, AMBASCIATORE DELLE ECCELLENZE CASEARIE NEL MONDO

Con oltre 45 anni di esperienza, DalterFood Group è oggi uno dei principali player operanti nel settore lattiero caseario. Ambasciatore dell'eccellenza alimentare italiana, produce Parmigiano Reggiano convenzionale, Prodotto di Montagna, biologico e di Sola Pezzata Rossa Italiana, oltre a selezionare e fornire una vasta gamma dei migliori formaggi italiani DOP e non DOP stagionati, semistagionati e freschi.

La produzione del Parmigiano Reggiano, la Dop più amata e riconosciuta, è diretta e affidata ai suoi due caseifici di montagna - Colline di Selvapiana e Canossa e Colline del Cigarellino e Canossa, siti nell'Appennino Reggiano - ed è frutto di una filiera controllata, integrata e sostenibile, caso unico e virtuoso nel settore, che parte dall'approvvigionamento del latte, conferito da 40 imprese agricole locali. Sono 200 le forme lavorate ogni giorno dalle diverse stagionature: dai 12 mesi a oltre i 40 mesi. Una cura che permea l'intero processo e che ha permesso di ottenere la certificazione di Benessere Animale rilasciata da Certiquality se-



which begins with the supply of milk, conferred by 40 local farms. There are 200 cheeses processed every day with different maturation periods: from 12 months to over 40 months.

This care permeates the entire process and has enabled the Group to obtain the Animal Welfare certification, issued by Certiquality according to the protocol of ClassyFarm, the Italian reference authority for Animal Welfare.

Alongside the daily work to offer the highest quality products and the great attention dedicated to the sourcing of all raw materials, through the definition



of strict protocols and procedures, is the commitment to sustainability, economic, environmental and social. This is well illustrated in the second Sustainability Report, drawn up according to GRI standards, where important goals are highlighted, including a substantial reduction in the use of plastic (-31% from 2021), investments in renewable energies and projects for the growth of the internal community and in favour of the territory.

Excellence that continues in the portioning and packaging facilities and that allows the group to offer a wide range of cuts and packages, including customised ones, in step with the latest technologies and capable of satisfying all the needs of its customers, industries, restaurants and retailers.

www.dalterfood.com

condo il protocollo di ClassyFarm, l'ente di riferimento italiano per il Benessere Animale.

All'operare quotidianamente nell'offrire la massima qualità dei prodotti e alla grande attenzione dedicata all'approvvigionamento di tutte le materie prime, attraverso la definizione di rigorosi protocolli e procedure, si affianca l'impegno verso la sostenibilità, economica, ambientale e sociale. Ciò è ben espresso nel secondo Rapporto di Sostenibilità, redatto secondo gli standard GRI, dove si evidenziano traguardi importanti, tra cui una sostanziale riduzione dell'uso della plastica (-31% dal 2021), investimenti in energie rinnovabili e progetti di crescita della comunità interna e a favore del territorio.

Un'eccellenza che continua nello stabilimento di porzionamento e confezionamento e che permette al gruppo di offrire un'ampia gamma di tagli e confezioni, anche customizzati, al passo con le più moderne tecnologie e in grado di soddisfare tutte le esigenze dei propri clienti, industrie, ristorazione e retailer.

www.dalterfood.com

PARMIGIANO REGGIANO: LA TRADIZIONE SI FA INNOVAZIONE

Dal cuore dell'**Appennino Reggiano** nasce un prodotto di altissima qualità. Nei nostri **caseifici di montagna** seguiamo il metodo artigianale per offrire una **gamma completa in tutte le sue caratteristiche stagionature**. E nel farlo, ci spingiamo sempre un passo oltre, cercando **l'innovazione nella tradizione**, soprattutto quando si tratta di **benessere animale**, per questo la nostra intera filiera è **sostenibile e certificata** secondo il **protocollo Classyfarm**.

Scopri di più su dalterfood.com

PARMIGIANO REGGIANO: TRADITION BECOMES INNOVATION

From the heart of the **Reggio Emilia Apennines** comes a product of the finest quality. At our **mountain cheese dairies** we follow the artisan method to offer a **complete range in all its different ageing properties**. In doing this, we always push ourselves one step further, seeking **innovation in tradition**, especially when it comes to **animal welfare**, which is why our entire supply chain is **sustainable and certified** according to the **Classyfarm protocol**.

Find out more at dalterfood.com





GOURMET ITALIAN FOOD LOOKS FORWARD TO SEEING YOU AT **CIBUS: PAD 3| STAND G56**

GOURMET ITALIAN FOOD VI ASPETTA A **CIBUS: PAD 3| STAND G56**

ENHANCING EVERYDAY LIFE WITH GOURMET ITALIAN FOOD: A PREMIUM GASTRONOMY EXPERIENCE

Improving everyday life through the offering of innovative, sustainable, and high-quality food solutions while promoting a love for cooking and respect for people and the environment. This is the mission of Gourmet Italian Food, an Italian group specialized in the production and sale of premium gastronomy and fresh snacks.

With six production facilities located in Northern Italy and a consolidated turnover of €130 million, Gourmet Italian Food boasts one of the most comprehensive product ranges in the market. Their offerings range from ready meals (fresh, frozen & ambient) to panini and sandwiches, and from sliced bread to desserts.

Gourmet Italian Food prepares excellent recipes daily with care and passion, delivering them promptly to ensure they reach the table as fresh as if just made. Their extensive range is available both under private label and through three distinct brands:



A market-leading brand rooted in tradition and a love for authentic Italian cuisine. First courses, meat-based main courses, and artisanal desserts prepared with the highest quality ingredients, slow-cooked and then pasteurized to ensure healthy, long-lasting products. Risotto alla Milanese, Roast Turkey with Potatoes, Chicken Tagliata, and Beef Stew with Peas, just to name a few. Chef's recipes ready in just 3 minutes!





**LA GASTRONOMIA PREMIUM
DI GOURMET ITALIAN FOOD**

Migliorare la vita di tutti i giorni attraverso l'offerta di soluzioni alimentari innovative, sostenibili e di alta qualità e diffondere l'amore per la cucina ed il rispetto per le persone e l'ambiente. È questa la mission di Gourmet Italian Food, gruppo italiano specializzato nella produzione e vendita di gastronomia e snack freschi di fascia premium.

La realtà, che ad oggi conta ben sei stabilimenti produttivi dislocati nel Nord Italia per un fatturato consolidato di 130 mln, vanta una gamma di prodotti tra le più complete e complementari del mercato che spazia dai piatti pronti (freschi, surgelati & ambient), passando per panini & tramezzini farciti ed il pane in cassetta, fino ad arrivare ai dessert.

Ricette eccellenti, preparate ogni giorno con cura e passione e distribuite in tempi brevi così da arrivare in tavola sempre fresche come appena fatte; un'ampissima offerta disponibile sia a marchio del distributore sia per il libero servizio attraverso i 3 seguenti brand:



Marchio leader di mercato legato alla tradizione e all'amore per la cucina autentica italiana. Primi piatti, secondi piatti a base di carne e dessert artigianali preparati con materie prime di altissima qualità, cotti lentamente e poi pastorizzati per garantire prodotti sani e a lunga conservazione. Risotto alla Milanese, Arrosto di Tacchino con Patate, Tagliata di Pollo e Spezzatino con Piselli solo per citarne alcune.

Ricette da chef pronte in soli 3 minuti!



 **Fabian**
Sfornati e farciti

The finest selection of Fresh Filled Snacks to satisfy the need for a tasty break at any time of the day. Paninis, sandwiches, focaccias, toasts, and savory brioches baked fresh every day and filled strictly by hand, one by one, to offer a snack or lunch that is always fresh. Delicious products starting from bread made with few and simple ingredients, paired with selected fillings to create traditional recipes with an eye on changing dietary needs.

 **Fabian**
Sfornati e farciti

La migliore selezione di Snack Farciti Freschi per soddisfare il bisogno di una pausa gustosa in ogni momento della giornata. Panini, tramezzini, focacce, toast e brioche salate sfornati ogni giorno e farciti rigorosamente a mano, uno ad uno, per offrire uno snack o un pranzo sempre fresco. Prodotti gustosi a cominciare dal pane fatto con pochi e semplici ingredienti e accostato a farciture selezionate per creare ricette tradizionali ma con lo sguardo rivolto alle esigenze alimentari che cambiano.





The new brand of Ready Meals & Filled Sandwiches dedicated to innovation and designed for those who love to explore the territories of taste. Stupiscimi offers original recipes and refined reinterpretations of flavors that surprise with every bite. The first Stupiscimi range includes Plant-Based recipes created in collaboration with Planted, a leading company in pea-based plant proteins. Stupiscimi Plant Based features couscous, red rice, and barley recipes reimaged with vegetable nuggets and vegetables, alongside two sandwiches with vegetable nuggets for a tasty and sustainable snack at any time of the day.

www.gourmetitalianfood.it



È il nuovo brand di Piatti Pronti & Tramezzini dedicato all'innovazione e pensato per chi ama esplorare i territori del gusto: ricette originali e ricercate rivisitazioni di sapori che sorprendono ad ogni assaggio. La prima gamma Stupiscimi comprende ricette Plant Based ideate in collaborazione con Planted, azienda leader nelle proteine vegetali a base di pisello. Stupiscimi Plant Based comprende ricette a base di cous cous, riso rosso e orzo rivisitate con bocconcini vegetali e verdure affiancati a due tramezzini con bocconcini vegetali per una pausa gustosa e sostenibile in ogni momento della giornata.

www.gourmetitalianfood.it



UN NUOVO BRAND

DI PIATTI PRONTI E TRAMEZZINI
PENSATO PER CHI AMA ESPLORARE
I TERRITORI DEL GUSTO!

In collaborazione con

planted.

stupiscimiofficial Stupiscimi

info@eurochefitalia.com | info@gourmetitalianfood.it

Lifeanalytics

LIFEANALYTICS. YOUR TRUSTED EXPERTS

Laboratory analysis, consulting and training: we support Clients in the interpretation and implementation of national and international safety and quality regulations with highly specialized laboratories located throughout the country and with a team dedicated to consulting and training. We are a group able to work in a specialized way thanks to our structure for business units: EHS, Product Safety, Engineering, Food, Cosmetic&Medical Device. We believe that the generalist approach does not bring value to the Customer, which is why we have **specialized professionals**, **advanced instrumentation** and **accredited services** tailored to the needs of each market in which we support our Customer.

Lifeanalytics Food works in the field of food safety by addressing a wide market by analyzing all stages of the product intended for human and animal food: from raw material to primary production, from processing to distribution.

How do we support your food company?

Our objective is to improve food safety and quality by working on the verification of compliance of customer processes with specific national laws and European regulations, preventing risks and sanctions and helping them to protect the health of consumers and to ensure the performance required by the market.

We support food companies in **analysis, consulting** and **training** on:

- Hygiene and health of production
- Composition, quality and taste
- Food safety

www.lifeanalytics.it

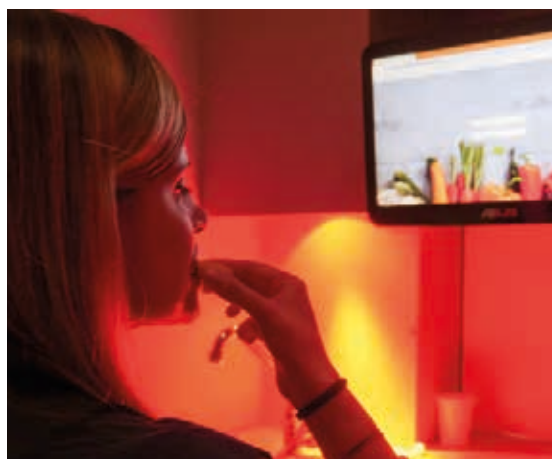
LIFEANALYTICS. I TUOI ESPERTI DI FIDUCIA

Analisi di laboratorio, consulenza e formazione: in Lifeanalytics supportiamo i Clienti nell'interpretazione e nell'implementazione delle normative nazionali e internazionali in tema di sicurezza e qualità con laboratori altamente specializzati dislocati su tutto il territorio nazionale e con un team dedicato alla consulenza e alla formazione. Siamo un grande gruppo in grado di lavorare in modo specializzato grazie alla nostra struttura per business unit: EHS, Product Safety, Engineering, Food, Cosmetic&Medical Device. Crediamo infatti che l'approccio generalista non porti valore al Cliente motivo per cui abbiamo professionisti specializzati, strumentazione avanzata e servizi accreditati tarati sulle esigenze di ciascun mercato in cui supportiamo il nostro Cliente.

Lifeanalytics Food si occupa di analisi nel campo della sicurezza alimentare rivolgendosi e lavorando con un mercato ampio e variegato prendendo in considerazione tutte le fasi del prodotto destinato all'alimentazione umana ed animale: dalla materia prima alla produzione primaria, dalla trasformazione alla distribuzione.

Come supportiamo la tua azienda alimentare?

Il nostro obiettivo è il miglioramento della **sicurezza** e della **qualità** degli **alimenti** lavorando sulla **verifica di conformità** dei processi dei clienti alle specifiche leggi nazionali e alle normative europee, prevenendo rischi e sanzioni e aiutandoli a tutelare la salute dei consumatori e a garantire le prestazioni richieste dal mercato.





I nostri esperti, i nostri tecnici di laboratorio e i nostri consulenti si pongono ogni giorno a fianco delle aziende alimentari per supportarle in **analisi, consulenza e formazione** in tema di:

- **Igiene e salubrità delle produzioni:** Supportiamo le aziende nelle fasi di produzione, trasformazione e distribuzione al fine di soddisfare i requisiti richiesti, definire e attuare procedure basate sui principi del sistema HACCP.
- **Composizione, qualità e gusto:** Contribuiamo al mantenimento della qualità del prodotto sia con analisi chimiche e microbiologiche, che stabiliscono la salubrità degli alimenti, sia con l'utilizzo di analisi sensoriali che forniscono informazioni sul profilo sensoriale di un alimento, al fine di ottimizzare la sua formulazione.
- **Sicurezza alimentare:** Affianchiamo le diverse realtà attraverso l'identificazione e la gestione di rischi chimici, microbiologici e fisici affinché si immettano sul mercato alimenti sani, sicuri e privi di contaminanti.

www.lifeanalytics.it



**RICHIEDI UNA
CONSULENZA PERSONALIZZATA**

**BOOK A
CUSTOMIZED CONSULTING**

FOOD LABORATORY CECCHIN ANDREA AND CARLO

The delicious taste of fresh pasta. Passion is the secret - along with a formidable determination to protect local culinary traditions by using only the freshest ingredients to create and enhance flavors and aromas that have been lost elsewhere. The pasta dough emanates from a special recipe devised on the farm: Semolina durum wheat, Soft 0 wheat flour, and fresh eggs. Fresh meats and vegetables are prepared and cooked in our own kitchens. We use Venetian culinary practices to enhance the

natural flavors until they are able to make their way to consumers' dinner tables and become part of a delicious and variable daily menu. By choosing only the best flours for correct compactness and texture of the pasta, freshly laid eggs and genuine ingredients, Pastificio Cecchin has become symbolic of homemade artisan production, using skilful professional knowhow and the highest quality and service standards. Managed by Andrea, Carlo and Laura Cecchin, the esteemed family-run artisan



LABORATORIO ALIMENTARE CECCHIN ANDREA E CARLO

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

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

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





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

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

All in the name of authenticity.

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

"Our goal is to bring a genuine and honest product to the consumer's table."

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

www.pastacecchin.it

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

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

Il tutto all'insegna della genuinità.

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

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

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

www.pastacecchin.it

Chiaretta®

ottima su ogni fetta!

Chiaretta è un marchio registrato



VEGANOK
AZIENDA N. 1212

CON OLIO
EXTRA VERGINE
DI OLIVA



GLUTEN FREE



LACTOSE FREE

WWW.CHIARETTASTORE.IT



OLIO LUGLIO, SINCE 1953

Great expanses of olive trees, tablelands furrowed by the man's hand and bright chromatisms are the frames of the characteristic town of TERLIZZI, in the north of Bari. It's here that our family's roots are and where **the family started** the manufacture of a "nectar" called extra virgin olive oil **in 1953**.

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

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

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

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

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

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

www.olioluglio.it

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 extra vergine 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 extra vergine 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



SALUMI COATI: TRADITION, INNOVATION, AND SUSTAINABILITY

Coati specializes in the production of high quality cured meats, especially cooked hams, pancette, speck, salami and other high gastronomic references. The company is now running by three siblings: Beatrice, Giampaolo and Federica and are four generations of charcuterie experts passing on the best traditions.

Always focused on proposing solutions and answers to tomorrow's market, Coati tries to interpret every single trend: the entire Lenta line - dedicated to the "right time" - for example, was born from careful observation and listening to the consumer. Coati Lenta cooked ham is produced starting from a maniacal selection of raw materials, fundamental then is the cooking under vacuum and at very low temperatures - a technique also adopted in the kitchens of the best starred chefs - for long periods of up to 25 hours.

Salumi Coati is very versatile and has a production that includes various formats, from whole to trays, with slices arranged by hand, carefully, as if just sliced. The cured meats in the Lenta Stagionatura line are also produced from a rigorous selection of meats, 100% Italian, left to age for long periods of time, to obtain a product of excellence while respecting traditional recipes.





SALUMI COATI: TRADIZIONE, INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

Coati è specializzata nella produzione di salumi di alta qualità, in particolare prosciutti cotti, pancette, speck, salami e altre referenze di alta gastronomia. Sono tre i fratelli oggi a conduzione dell'azienda - Beatrice, Giampaolo e Federica - e quattro le generazioni di esperti in salumeria che si tramandano le migliori tradizioni.

Sempre attenta a proporre soluzioni e risposte al mercato di domani, Coati cerca di interpretarne ogni singola tendenza: l'intera linea Lenta - dedicata al "giusto tempo" - è ad esempio nata dall'attenta osservazione e dall'ascolto del consumatore. Il prosciutto cotto Coati Lenta viene prodotto partendo da una selezione maniacale delle materie prime, fondamentale poi è la cottura sottovuoto e a temperature bassissime - tecnica adottata anche nelle cucine dei migliori chef stellati - per periodi lunghi che arrivano fino a 25 ore.

Salumi Coati è molto versatile e ha una produzione che comprende vari formati, dagli interi alle vaschette, con fette disposte a mano, con cura, come appena affettate. Anche i salumi della linea Lenta Stagionatura sono prodotti a partire da una rigorosa selezione delle carni, 100% italiane, lasciate stagionare per lunghi periodi di tempo, fino ad ottenere un prodotto d'eccellenza nel rispetto delle ricette della tradizione.

La conoscenza acquisita dal passato e l'attenzione alle esigenze di oggi sono il binomio ideale per un'innovazione



Knowledge gained from the past and attention to today's needs are the ideal combination for innovation, always respecting its roots and with a growing focus on environmental sustainability. CSR is one of the priorities of the company which, by 2030, aims to use 70% renewable electricity and decrease CO2 emissions by 30%.

Exports is the 20 % of sales and boosting them is one of the main goals of Salumi Coati, whose plant is one of only two in all of Italy to have obtained authorization to export meat and pork products to Japan.

Total sales in 2023 were 120 million euros. Sales channels, in percentage, are: HoReCa (20%), export (20%) and GDO (60%).

Salumi Coati will be at Cibus at Hall 2, stand L 056.

www.salumificiocoati.it





sempre nel rispetto delle proprie radici e con una crescente attenzione verso la sostenibilità ambientale.

La RSI è una delle priorità dell'azienda che, entro il 2030, punta a utilizzare il 70% di elettricità rinnovabile e a diminuire del 30% le emissioni di CO2.

L'export ad oggi incide per il 20% sul fatturato e il suo potenziamento è uno degli obiettivi principali di Salumi Coati, il cui stabilimento è uno degli unici due, in tutta Italia, ad aver ottenuto l'autorizzazione all'esportazione di carni e prodotti a base di carne suina in Giappone. Il fatturato totale del 2023 è stato di 120 milioni di euro. I Canali di vendita, in percentuale, sono: HoReCa (20%), export (20%) e GDO (60%).

Salumi Coati sarà a Cibus presso il Padiglione 2, stand L 056.

www.salumificiocoati.it



SALUMI COATI

LA QUALITÀ SI RIPRENDE
IL SUO TEMPO



Cotòn Pashà[®]
luxury towel

COTÒNPASHÀ A PURE COTTON TERRY TOWEL

CotònPashà is the undisputed leader in the high-end wet wipes market. A single use pure cotton terry towel of the highest quality created for the HO.RE.CA market.

A wipe created to go beyond emergencies, a use that arises from the pleasure of use with exceptional hygienic results.

No other product in the market can compete with the performances of CotònPashà in terms of hygienic efficiency and comfort of use.

An extraordinary quality and pleasantness that makes the difference.

CotònPashà is the detail that revolutionizes the quality of hospitality services in the HO.RE.CA world. Innovation that comes from nature.

A soft, biodegradable pure cotton sponge wipe, dermatologically tested, hypoallergenic and enriched with organic aloe.

No alcohol and no parabens, a formula as natural as possible to make the skin





COTÒNPASHÀ UNA SALVIETTA IN SPUGNA DI PURO COTONE

CotònPashà è leader indiscusso nel mercato delle salviette umidificate d'alta gamma.

Una salvietta in spugna di puro cotone single use di altissima qualità creata per il mercato HO.RE.CA.

Una salvietta nata per andare al di là dell'emergenza, un utilizzo che nasce dal piacere d'uso con esiti igienici eccezionali.

Nessun altro prodotto sul mercato può competere con le performances del CotònPashà in termini di efficienza igienica e di confort d'uso.

Una qualità ed una piacevolezza straordinaria che fa la differenza.

CotònPashà è il dettaglio che rivoluziona la qualità dei servizi d'accoglienza nel mondo HO.RE.CA. L'innovazione che nasce dalla natura.

Una salvietta in morbida spugna di puro cotone biodegradabile, dermatologicamente testata, ipoallergenica ed arricchita d'aloè vera bio.

smooth and soft with a water content of 98% (microfiltered water and UV sanitisation)
Not 5/6 ml but 20 ml. of wetting liquid for real cleaning.

CotonPashà is a cosmetic product registered and certified in the European Health Portal CPNP 2137513.

High-end hypoallergenic fragrance that captures the senses.
0% petroleum derivatives (does not produce microplastic).
Washable and reusable. Recyclable sachet material cod. 05.
Great visibility of the brand in a personalized version.

No other product will ever be able to leave such an extraordinary memory of excellence.
Never so much luxury and quality in just a few cents.

www.cotonpasha.it





No alcool e no parabeni, una formula quanto più naturale possibile per rendere la pelle liscia e morbida con un contenuto d'acqua del 98% (acqua microfiltrata e sanificazione UV)

Non 5/6 ml ma ben 20 ml. di liquido imbibente per una vera pulizia.

Cotòn Pashà è un prodotto cosmetico iscritto e certificato nel Portale Europeo della Sanità CPNP 2137513

Profumazione ipoallergenica d'alta gamma che cattura i sensi.

0% derivati del petrolio (non produce microplastica).

Lavabile e riutilizzabile. Materiale bustina riciclabile cod. 05.

Grande visibilità del brand in versione personalizzata.

Nessun altro prodotto potrà mai lasciare una memoria d'eccellenza tanto straordinaria.

Mai così tanto lusso e qualità in pochi centesimi. Cotòn Pashà è già presente nei Brand più prestigiosi del mondo HO.RE.CA.

www.cotonpasha.it

Cotòn Pashà®

luxury towel

*delicato piacere
di morbida spugna
all'Aloe Vera*



www.virtusupply.it

ROSSO[®] *Gargano*

ROSSOGARGANO THE "PASSATA DI PUGLIA"

Rossogargano is getting ready to invade the national and international markets with a range of glass products which aim is to satisfy the most demanding consumers.

The Apulian company, leader in the transformation of long-shaped tomatoes, presents the brand-new line of ready sauces in glass which are added to the "Passata di Puglia" that has already obtained significant acclaim even outside Italy since the last production.

And it's exactly the "Passata di Puglia" the consumer's focus, as it gave the greatest response in a short time. In fact, the Rossogargano sauce is special because it is made with tomatoes that ripen in the Apulian sun, harvested by our farmers, and immediately processed by expert hands only in the months of August and September, the best months to be bottled.

Sweet and tasty, this is how Passata di Puglia is described, because it transforms every dish into a delicious recipe.

www.rossogargano.com



ROSSOGARGANO LA PASSATA DI PUGLIA

Una passata speciale, fatta con i pomodori che maturano al sole di Puglia, raccolti dai nostri agricoltori e subito lavorati da mani esperte solo nei mesi di agosto e settembre.

La Passata di Puglia di Rossogargano ora è disponibile nel formato da 690 gr. in una pratica bottiglia in vetro.

Descritta come dolce e saporita, la Passata di Puglia riesce a trasformare ogni piatto in una deliziosa ricetta, spargendo i profumi della nostra terra in ogni angolo della tua cucina.

Un prodotto che sta conquistando sempre più spazio nel mercato della Gdo perché fa emergere un sapore inconfondibile, una consistenza unica con una qualità garantita dagli stessi soci-coltivatori. Passata di Puglia, mettila alla prova.

www.rossogargano.com

Noi li coltiviamo, noi li trasformiamo.





OXFAM
Italia

BUSINESS AND HUMAN RIGHTS: TOOLS FOR RESPONSIBLE BUSINESS

The European Due Diligence Directive (CSDDD) is in its final approval phase, marking a significant step forward in defining the regulatory framework for companies concerning human rights and sustainability. This development has reinforced the foundation of basic principles and tools, such as the taxonomy regulation and the Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) - ESRD standards, which have inspired recent regulatory initiatives. Companies will be required to demonstrate their understanding of and prioritization for the potential negative impacts on





AZIENDE E DIRITTI UMANI: STRUMENTI PER IL BUSINESS RESPONSABILE

Con la Direttiva Europea sulla Due Diligence (CSDDD), entrata nella fase finale di approvazione, si è fatto un importante passo avanti nella definizione del quadro normativo in tema di aziende, diritti umani e sostenibilità. Si è anche rafforzato il quadro di principi e strumenti base a cui tutte le recenti iniziative regolatorie (regolamento sulla Tassonomia, Direttiva Corporate Sustainability Reporting – CSRD- i standard ESRD) si ispirano. Le imprese dovranno dimostrare di conoscere e valutare gli impatti negativi sui diritti umani a loro potenzialmente collegati, partendo dai rischi del proprio operato verso le persone e le comunità. In questa analisi l'azienda dovrà coinvolgere in modo significativo e continuativo gli stakeholder interni ed esterni.

Da dove partire? È importante innanzitutto dotarsi di una policy aziendale sui diritti umani e implementare un processo strutturato di due diligence. Uno degli strumenti per la due diligence è lo Human Rights Impact Assessment (HRIA), una valutazione d'impatto sui diritti umani che consente di: conoscere i rischi avversi attuali e potenziali; comprendere come le pratiche aziendali hanno un impatto; portare a miglioramenti sistemici e sostenibili per i lavoratori e per i right-holder, identificando un piano di azione per prevenire, mitigare e riparare gli impatti negativi. È essenziale inoltre che l'azienda definisca e renda disponibile un Grievance Mechanism (GM): un sistema che consenta a tutti gli stakeholder interni ed esterni all'azienda di sollevare segnalazioni relative a danni, reali o percepiti, avvenuti, in corso o potenziali causati da attività operative dell'impresa.



human rights associated with their business activities, particularly focusing on adverse risks affecting individuals and communities. This necessitates a significant and ongoing private sector engagement with internal and external stakeholders.

Where should companies begin? Firstly, a company must establish a human rights policy and a structured due diligence process. One such tool for due diligence is the Human Rights Impact Assessment (HRIA), which can identify both actual and potential adverse risks to human rights, assess how business practices contribute to these risks, drive systemic and sustainable improvements for workers and rights-holders, and develop an action plan to prevent, mitigate, and remedy negative impacts.

Furthermore, companies need to implement a robust Grievance Mechanism (GM): a formal system allowing all internal and external stakeholders to raise

concerns related to negative impacts—whether real or perceived, actual, or potential—caused directly or indirectly by a company’s operations.

Women and gender-diverse individuals constitute a significant portion of the workforce in the food value chain. Approximately one in three working women globally are involved upstream in the food value chain, where there remains a considerable journey toward achieving gender equity and addressing economic disparities. In addressing these issues, specific toolkits and training programs focused on gender inclusion for both workers and suppliers can provide valuable support.

Drawing from our experience, we offer companies tools and expertise at Oxfam to navigate the ongoing tension between responsible business practices and development strategies.

www.oxfamitalia.org



Le donne e le persone con diversità di genere rappresentano un gruppo importante nella catena del valore alimentare.

Tra tutte le donne che lavorano a livello globale, circa una su tre lavora a monte della catena agroalimentare, dove c'è ancora molta strada da fare per affermare la parità di genere e affrontare il divario economico.

Su questi temi, possono essere di supporto specifici toolkit e percorsi di formazione sull'inclusione di genere per lavoratrici, lavoratori e fornitori.

Con la nostra esperienza, come Oxfam possiamo fornire alle aziende gli strumenti e le competenze puntuali per gestire la tensione continua tra un business responsabile e una strategia di sviluppo.

www.oxfamitalia.org

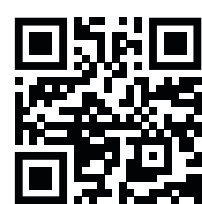


Advisory Service



OXFAM
Italia

Diritti umani, lavoro dignitoso, parità di genere: formazione e consulenza per il business responsabile.



www.oxfam.it/advisory · aziende@oxfam.it
Scarica la brochure inquadrando il codice QR.



COLD GELATI: AUTHENTIC FLAVORS, GENUINE PASSION

Cold Gelati was founded in 1989 in Lodi as a small family business that cultivates the passion for the territory using mainly local products, healthy and genuine, that allow it to fit in much of the distribution chain both in Italy and abroad. The core business of Cold Gelati are undoubtedly truffle ice creams, in different variations of taste, cups and jars in various sizes from 80g to 500g mostly paper to be part of an ecological change in which we strongly believe taking also a green direction.

We operate in respect of the goodness and tradition of Italian ice cream that the company guards with passion, ensuring the highest quality through a careful selection of raw materials: fresh milk A.Q, fresh Italian cream and many other healthy and genuine ingredients. The mission is always to make products that can leave a pleasure to the final consumer. We try to improve to offer our customers quality products, at the same time we are curious and versatile always ready for the new to satisfy the desire for change of the most demanding palates».

The brand "Le Delizie di Corte" was born from our need to make us known not only for the production of private brands but also to establish ourselves in the market with our identity.



COLD GELATI: GUSTI AUTENTICI, PASSIONE GENUINA

Cold Gelati nasce nel 1989 a Lodi come piccola azienda familiare che coltiva la passione per il territorio usando soprattutto prodotti locali, sani e genuini, che le permettono di inserirsi in gran parte della filiera distributiva sia in Italia che all'estero.

Il core business di Cold Gelati sono senza dubbio i gelati tartufi, in diverse varianti di gusto, coppette e barattoli nei vari formati da 80g a 500g per lo più in carta per far parte anche noi di un cambiamento ecologico in cui crediamo fortemente prendendo anche una direzione green.

Operiamo nel rispetto della bontà e della tradizione della gelateria italiana che l'azienda custodisce con passione, garantendo la massima qualità attraverso un'attenta selezione delle materie prime: latte fresco A.Q, panna fresca italiana e tanti altri ingredienti sani e genuini. La mission è sempre e comunque fare prodotti che possano lasciare un piacere al consumatore finale. Cerchiamo di migliorarci per





Thanks to the scrupulous work of the research and development department, the jars "Le Delizie di Corte" were made. The entire line is produced in eco-sustainable paper packaging, using Italian milk and fresh cream. The range also includes some sorbets such as mango, strawberry and lemon.

Being the latter without milk are particularly suitable for those who follow a lactose-free diet.

The company has also obtained an award for innovation and sustainability by Italy Food Award 2024 ... a great step forward that makes us proud of our work that we carry out every day with passion and dedication.

www.coldgelati.com



offrire ai nostri clienti prodotti di qualità, nello stesso tempo siamo curiosi e versatili sempre pronti al nuovo per soddisfare la voglia di cambiamento dei palati più esigenti».

Il brand "Le Delizie di Corte" nasce dalla nostra esigenza di farci conoscere non solo per le produzioni in marca privata ma anche per affermarci nel mercato con la nostra identità.

Grazie allo scrupoloso lavoro del reparto ricerca e sviluppo sono stati quindi realizzati i barattoli "Le Delizie di Corte". Tutta la linea è prodotta in packaging di carta

ecosostenibile, utilizzando latte e panna fresca italiani. Nella gamma sono presenti anche alcuni sorbetti come il gusto mango, fragola e limone. Essendo quest'ultimi senza latte sono particolarmente adatti anche a chi segue un'alimentazione priva di lattosio. L'azienda ha inoltre ottenuto un riconoscimento per innovazione e sostenibilità da parte di Italy Food Award 2024 ... un grande passo avanti che ci rende orgogliosi del nostro lavoro che portiamo avanti ogni giorno con passione e dedizione.

www.coldgelati.com

Le delizie di corte
gelato, gourmet

“ Assapora tutto il gusto e la cremosità del gelato realizzato con pochi ingredienti... semplici e genuini ”

www.ledeliziedicorte.com

Le Delizie di corte
Mocaccino
425 g

NEW COLD SRL
Via Del Contarico, 36 Lodi
www.coldgelati.com



GREEN AND AROMATIC: THE SUSTAINABLE FUTURE OF PAVONE GARUTI

In a world where attention to sustainability and technological innovation are interlinked to create products of excellence, Pavone Garuti emerges as a pioneer in the field of spices and aromas. With over 65 years of experience, it stands out for its ability to combine ancient craftsmanship with the latest technology, distributing a varied range of spices, herbs, salts and ingredients from every corner of the world, becoming a landmark into B2B market for the quality of its products and for the commitment to the environment.

The ecological breakthrough was realised with the new packaging 100% recyclable, FSC certified, which respect for the environment but also guarantees the freshness of the product thanks to its innovative aroma-save caps, responding to the needs of a market Ho.re.Ca. and GDO.





**VERDE E AROMATICO:
IL FUTURO SOSTENIBILE
DI PAVONE GARUTI**

In un mondo dove l'attenzione alla sostenibilità e l'innovazione tecnologica si intrecciano per creare prodotti di eccellenza, l'Azienda Pavone Garuti emerge come pioniere nel settore delle spezie e degli aromi. Con oltre 65 anni di esperienza, si distingue per la sua capacità di unire l'antica sapienza artigianale con le più moderne tecnologie, distribuendo una gamma variegata di spezie, erbe aromatiche, sali e ingredienti provenienti da ogni angolo del mondo, diventando così un punto di riferimento nel panorama B2B per la qualità dei suoi prodotti e per l'impegno verso l'ambiente.

La svolta ecologica si concretizza nel nuovo packaging 100% riciclabile, certificato FSC, che non solo rispetta l'ambiente ma garantisce anche la freschezza del prodotto grazie al suo innovativo tappo salva aroma, rispondendo alle esigenze di un mercato Ho.Re.Ca. e GDO sempre più esigente e consapevole.



The path of this company is an example of how tradition can meet innovation in a productive way. The story, in fact, tells of a constant commitment to excellence, from the time when the founder, Marino Garuti, made his first bags of sugar and baking soda, until the technological expansion of the '80s and the transformation into a leading industry.

Today, with more than 350 items available in 400 different formats, Pavone Garuti is not limited to its own production but also offers third part packaging services (co-packer and private label), demonstrating flexibility and adaptability that make it an ideal and reliable partner in the B2B sector, for all those who seek in the food sector not only high quality products, but also solutions that promote sustainable practices.

pavonegaruti.it





Il percorso di questa Azienda è un esempio di come la tradizione possa incontrare l'innovazione in maniera produttiva. La storia, infatti, racconta di un impegno costante verso l'eccellenza, dall'epoca in cui Marino Garuti, il fondatore, confezionava a mano le prime bustine di zucchero e bicarbonato, fino all'espansione tecnologica degli anni '80 e alla trasformazione in un'industria leader del settore.

Oggi, con oltre 350 articoli disponibili in 400 formati diversi, Pavone Garuti non si limita alla produzione propria ma offre anche servizi di confezionamento conto terzi (co-packer e private label), dimostrando una flessibilità e una capacità di adattamento che la rendono un partner ideale e affidabile nel settore B2B, per tutti coloro che cercano nel settore alimentare non solo prodotti di alta qualità, ma anche soluzioni che promuovano pratiche sostenibili.

pavonegaruti.it



pavonegaruti.it

THINK BIG!

Per la tua cucina, pensa in grande.

**SPEZIE PAVONE.
L'ECCELLENZA
AROMATICA
CHE INCONTRA
LA CONVENIENZA
NEI NUOVI
PRATICI E
SOSTENIBILI
BRICK.**



**PIÙ DI
400
PRODOTTI**

**NELLA PRATICA
CONFEZIONE
APRI & CHIUDI**



Produzioni in linea con gli standard alimentari riconosciuti a livello internazionale e conformi ai requisiti sulla Sicurezza, Qualità e Legalità Alimentare.

Così Com'è

REVOLUTIONARY LABELS FOR TOMATOES: PERFECT COOKING

From the world of preserved foods comes an innovation: revolutionary labels that indicate cooking times for preserved tomatoes, just like for pasta, to bring out the best of each variety and the specific characteristics of one of the iconic symbols of Made in Italy. We already know how important this aspect is for pasta, but now the same principle is successfully applied to preserved tomatoes, simplifying preparation and making consumers more informed and aware.

The idea comes from Finagricola, a company based in Battipaglia (SA), a land characterized by particularly favorable soil and climatic conditions, called Piana del Sele, on the outskirts of Cilento.

In order to give a better culinary experience, the idea is to support consumers with informative labels, extending this new approach to the entire product range. Now, thanks to this new labeling system, each

ETICHETTE RIVOLUZIONARIE PER I POMODORI: LA COTTURA PERFETTA

Dal mondo delle conserve arriva una novità: le etichette rivoluzionarie che indicano i tempi di cottura per i pomodori, proprio come per la pasta, per valorizzare ogni varietà e le specifiche peculiarità di uno dei simboli iconici del Made in Italy. Sapevamo già quanto questo aspetto fosse importante per la pasta, ma ora lo stesso principio viene applicato con successo ai pomodori in conserva, semplificando la preparazione e rendendo i consumatori più informati e consapevoli.

L'idea è di Finagricola, azienda con sede a Battipaglia (SA), un territorio caratterizzato da condizioni pedo-climatiche particolarmente favorevoli come la Piana del Sele, alle porte del Cilento.

Dalla volontà di esaltare l'esperienza culinaria, è nata l'idea di supportare i consumatori con etichette informative, estendendo quest'innovazione a tutta la gamma di prodotti. Da oggi grazie a un sistema di etichettatura innovativo, ogni varietà di pomodoro in conserva è corredata da un'etichetta che suggerisce il tempo di cottura ideale per ottenere il massimo sapore e la consistenza perfetta.



variety of preserved tomatoes comes with specific suggestions for ideal cooking time to achieve maximum taste and perfect texture. Moreover, through the QR code present on the label, consumers can access detailed information about each type of tomato, from food pairings to specific uses.

But there is even more: by scanning the QR code, consumers can also access information about the precise origin of the tomatoes used, as well as everything related to their cultivation and processing. Starting from November 2023, Finagricola has activated supply chain traceability for products under the Così Com'è brand, using blockchain technology. Through this technology, every production phase is recorded immutably and made accessible to everyone, ensuring that the origin of a specific product can be verified with certainty, guaranteeing its authenticity and compliance with required quality standards.

www.finagricola.it





ta. Inoltre, attraverso il QrCode indicato sull'etichetta, il consumatore può accedere a molte informazioni per approfondire in modo specifico ogni tipologia di pomodoro, dagli abbinamenti gastronomici ai particolari utilizzi.

Ma le novità non finiscono qui. Sempre attraverso la scansione del QrCode, i consumatori possono accedere alle informazioni sulla provenienza precisa dei pomodori utilizzati, così come tutto ciò che concerne la loro coltivazione e lavorazione.

Infatti a partire da novembre 2023, Finagricola ha reso attiva la tracciabilità di filiera per i prodotti a marchio Così Com'è, utilizzando la tecnologia blockchain.

Attraverso questo sistema, ogni fase della produzione, viene registrata in modo immutabile e accessibile pubblicamente. Questo significa che è possibile verificare con certezza la provenienza di un determinato prodotto, assicurandosi che sia autentico e rispetti gli standard qualitativi richiesti.

www.finagricola.it




grangusto

Ispiriamo **professionisti & gourmand**

L'ECCELLENZA NEL FOOD

www.grangusto.it



BERGADER REVOLUTIONISES THE CHEESE SHELF WITH EDELBLU

A delicious, versatile source of creativity: these are the three strengths of the brand-new version of Bergader's time-honoured blue-veined cheese, which has been used successfully for so many years in kitchens around the world, both in restaurants and at home, to create regional and international dishes.

Edelpilz, the classic cheese produced by the Bavarian company, which boasts 122 years of high-quality cheesemaking experience, is returning to the shelves as Edelblu and, alongside the Classic version, will be available in three, new, ready-to-use variants to meet any culinary requirements.

"Our historic products – first and foremost, Edelpilz – represent the perfect combination of the consolidated expertise of our master cheesemakers and our focus on consumer trends," explains Luca Fontana, Bergader's international sales director. For this reason, we have remained faithful to the quality that marks it out, maintaining the same recipe that has made it a staple in the kitchens of chefs and of many Italian households."

Edelblu retains the characteristic colours of the 100g pack, making a strong, recognisable impact on the shelf, but now features a more mod-

BERGADER RIVOLUZIONA LO SCAFFALE DEI FORMAGGI CON EDELBLU

Gustoso, versatile e fantasioso. Nasce all'insegna di questi tre punti di forza la nuovissima versione dello storico formaggio erborinato di Bergader, con le sue caratteristiche venature blu, da sempre utilizzato con successo in tutte le cucine del mondo, sia nei ristoranti che a casa, per realizzare piatti regionali e internazionali. Edelpilz, il grande classico dell'azienda bavarese che vanta 122 anni di tradizione casearia e qualità eccellente, torna oggi a scaffale come edelblu e, oltre che in versione Classic, sarà disponibile in tre nuove varianti pronte all'uso e adatte a qualsiasi esigenza culinaria.

«Le referenze storiche, prima fra tutte Edelpilz, rappresentano il connubio perfetto tra il saper fare antico dei maestri casari e l'attenzione ai trend di consumo – spiega Luca Fontana, direttore commerciale internazionale di Bergader. Per questo motivo abbiamo deciso di rimanere fedeli alla qualità che lo contraddistingue, mantenendo la stessa ricetta che lo ha reso un prodotto indispensabile nelle cucine degli chef ma anche in quelle di tante famiglie italiane».

Edelblu ha infatti mantenuto i colori caratteristici della confezione da 100 g, ben riconoscibile e impattante a







ern, captivating graphic design, conceived not only to allow easy identification by existing customers but also to pique the curiosity of a new audience.

Alongside the Classic version, Bergader has created three variants intended to amaze lovers of blue cheese:

- edelblu Cream in the practical 175 g pack. Creamy and spreadable, thanks to a new recipe, it is ideal for both cold and hot dishes, unleashing creativity in the kitchen.
- edelblu Cubes in the innovative 2x50g pack that eliminates waste. Practical and versatile, the 6mm cubes are perfect for making salads, pizzas, gratins and cold or oven-baked dishes.
- edelblu Gourmet in the 100g tray. Refined and versatile, it is excellent as an ingredient but also delicious eaten cold or when used to enrich a cheeseboard.

www.bergader.it

scaffale, ma si presenta con una grafica più moderna e accattivante, pensata per essere individuata facilmente dagli affezionati ma allo stesso tempo per intercettare e incuriosire un pubblico nuovo.

Alla versione Classic, Bergader ha deciso di affiancare tre varianti studiate per stupire gli amanti del Blue Cheese:

- edelblu Cream nella pratica confezione da 175 g. Cremoso e spalmabile, grazie a un'inedita ricetta, è adatto a preparazioni fredde e calde, per un utilizzo fantasioso in cucina;
- edelblu Cubes nell'innovativo pack 2x50 g che azzerà gli sprechi. Pratici e versatili, i cubetti da 6 mm sono perfetti per rendere appetitose insalate, pizze, gratin e ricette fredde o al forno;
- edelblu Gourmet nella vaschetta da 100 g. Ricercato e versatile, è ottimo come ingrediente ma gustoso anche a freddo o per arricchire una selezione di formaggi.

www.bergader.it

CATALOGUE ON FOOD&BEVERAGE PRODUCTS

Present your product to a **WIDE TARGETED AUDIENCE!**



Showcase of **food&beverage** products, wines and alcoholics, in English and Italian.

Circulated in Italy and in Europe and to the most important events in the food sector.

by **Editrice Zeus**
publisher since 1981

All **Food** online | click on:
allfoodonline.com



EDITRICE ZEUS SAS - Via C. Cantù, 16
20831 - SEREGNO (MB) - Italy

Tel. +39 0362 244182 - 0362 244186 - www.editricezeus.com

Tentazioni
Pugliesi

TENTAZIONI PUGLIESI: INNOVATION AND COST CONTAINMENT FOR GLOBAL EXPANSION

Despite the increase in raw material costs, the Apulian company maintains the high quality of its taralli, expanding into international markets.

In the current economic environment characterized by escalating costs of raw materials, Tentazioni Pugliesi serves as a prime exemplar of resilience and innovation within the agri-food sector. Situated in the heart of Puglia, this company has garnered a reputation for producing exceptional taralli not only within Italy but also internationally.

The recent surge in prices of essential ingredients including flour, extra virgin olive oil, spices, and wine, coupled with the rise in energy and transportation expenses, has presented significant challenges for numerous production companies. However, Tentazioni Pugliesi has strategically responded by focusing on internal optimization and product innovation. This approach has allowed the company to effectively manage the escalation of costs while maintaining the high quality that sets its products apart.

The key to Tentazioni Pugliesi's success lies within the meticulous analysis of its production processes, which has led to the identification of substantial areas for improvement. By optimizing production cycles and streamlining resources, the company has successfully reduced internal costs, thereby

“
In response to the challenges posed by the rising costs of raw materials, Tentazioni Pugliesi adopts innovative strategies to optimize production and launch new products, aiming for an unprecedented global expansion.

acting as a strategic lever to sustain stable consumer prices.

Simultaneously, Tentazioni Pugliesi has invested in diversifying its product portfolio by introducing new segments to cater to the preferences of health-conscious consumers. The company's research and development department is dedicated to adapting its products to meet the evolving demands of international customers, aiming to trans-





**TENTAZIONI PUGLIESI: INNOVAZIONE
E CONTENIMENTO DEI COSTI
PER L'ESPANSIONE GLOBALE**

Nonostante l'aumento dei costi delle materie prime, l'azienda pugliese mantiene alta la qualità dei suoi taralli, espandendosi sui mercati internazionali.

“

In risposta alle sfide imposte dall'aumento dei costi delle materie prime, Tentazioni Pugliesi adotta strategie innovative per ottimizzare la produzione e lanciare nuovi prodotti salutari, proiettandosi verso un'espansione globale senza precedenti.

In un panorama economico segnato dall'impennata dei costi delle materie prime, l'azienda Tentazioni Pugliesi emerge come modello di resilienza e innovazione nel settore agroalimentare. Con sede nel cuore della Puglia, questa impresa ha fatto della produzione di taralli un'eccellenza riconosciuta non solo in Italia ma anche oltre i confini nazionali.

Il recente incremento dei prezzi di ingredienti chiave quali farine, olio extravergine di oliva, spezie, vino, oltre ai costi energetici e di trasporto, ha messo a dura prova molte realtà produttive. Tentazioni Pugliesi, tuttavia, ha risposto con una strategia mirata all'ottimizzazione interna e all'innovazione dei prodotti. Questo approccio ha permesso all'azienda di contenere l'impennata dei prezzi senza compromettere la qualità che la contraddistingue.

Il segreto del successo di Tentazioni Pugliesi risiede in un'attenta analisi dei processi produttivi, che ha portato all'identificazione di margini di miglioramento significativi. La riduzione dei costi interni, conseguita attraverso l'ottimizzazione dei cicli di produzione e la razionalizzazione delle risorse, si è rivelata una leva strategica per mantenere stabili i prezzi al consumo.



form traditional snacks into appealing options for healthy, inter-meal breaks.

Through its unwavering commitment to innovation and quality, Tentazioni Pugliesi has solidified its presence in international markets. The company is continually expanding its reach across Europe, America, Asia, and even countries like Australia and Japan, underscoring its ability to seamlessly blend tradition and innovation with unwavering standards of quality and affordability.

The success of Tentazioni Pugliesi exemplifies how challenges arising from a changing economic landscape can be transformed into opportunities for growth and revitalization. The company remains resolute in its pursuit of global expansion, unwaveringly upholding the values of excellence and innovation that have long defined its operations.

www.tentazionipugliesi.it

Parallelamente, l'azienda ha investito nella diversificazione del suo portafoglio prodotti, introducendo nuovi segmenti mirati a soddisfare le esigenze di un pubblico sempre più attento alla salute e al benessere. Il reparto di ricerca e sviluppo di Tentazioni Pugliesi è sempre attento ad adeguare il prodotto al palato sempre più attento dei consumatori internazionali. L'obiettivo è trasformare il tradizionale snack in una scelta ideale per le pause alimentari tra i pasti principali, incontrando il favore di un pubblico alla ricerca di opzioni alimentari sane.

L'impegno verso l'innovazione e la qualità ha consentito a Tentazioni Pugliesi di consolidare la propria presenza sui mercati internazionali. L'azienda pugliese continua la sua espansione in Europa, America, Asia, inserendo alla lista dei paesi nei quali vi è esportazione anche Australia e Giappone, dimostrando che è possibile coniugare tradizione e innovazione, qualità e accessibilità.

L'esempio di Tentazioni Pugliesi dimostra come le sfide imposte da un contesto economico in trasformazione possano trasformarsi in opportunità di crescita e rinnovamento. L'azienda prosegue nel suo percorso di espansione globale, portando avanti i valori dell'eccellenza e dell'innovazione che da sempre la contraddistinguono.

www.tentazionipugliesi.it



THE HOTEL SHOW

4 - 6 JUNE, 2024

DUBAI WORLD TRADE CENTRE

**JOIN US AT
MENA'S
ULTIMATE
SOURCING
DESTINATION
FOR
HOSPITALITY
PRODUCTS**

**Connect & Engage:
250+ Exhibiting Brands, and
110+ Hospitality Leaders Await
You at The Hotel Show.**

Expand Your Network Now!

Scan the QR code below to
register for your FREE pass



“ WINE VERITAS: UNVEILING AND COMBATING SOPHISTICATION IN THE WORLD OF WINE ”

Sophistication and counterfeiting of wines represent a dark underbrush in the bright landscape of the global wine industry.

This practice not only undermines the integrity of one of the most exported and appreciated Italian agri-food products but also risks compromising the health of consumers and the image of honest producers.

The battle against these illicit phenomena is constant and leverages the most modern technologies to ensure authenticity and transparency.

Recognizing a counterfeit wine is not an easy task for the average consumer, given the increasingly sophisticated techniques employed by forgers.

Discrepancies in labels, capsules, or packaging materials can be indicators, as can a suspiciously low price



by Walter Konrad

or origin from unclear distribution channels. However, these signals often require an expert eye to be identified.

Faced with such a challenge, the wine industry has begun to implement advanced strategies to protect its



All images: pexels.com



products. Complete traceability from vineyard to glass, made possible by the adoption of technologies such as QR codes, security seals, and blockchain, represents a significant step forward. These systems not only allow for the verification of the origin and authenticity of the wine transparently but also help to build trust with the consumer.

Chemical and sensory analyses play a fundamental role in the fight against counterfeiting, offering producers tools to verify the integrity of their wine. Through sophisticated laboratory techniques, it is possible to identify anomalies in the composition that could indicate manipulation or falsification of the product.

Cooperation between vintners and authorities is crucial to effectively counter this phenomenon. Through the reporting of suspicions and the sharing of information, a defense network is built that benefits the entire sector. Educating and informing consumers represent another front on which the industry is intensely working, promoting awareness of the importance of purchasing authentic wines.

In conclusion, the fight against wine sophistication and counterfeiting is multifaceted, involving technological innovation, international cooperation, and consumer education. This battle is not only in defense of the authenticity of one of the symbols of Italian excellence but also aims to protect the health of the consumer and the economic integrity of honest producers. The road is still long, but the steps taken so far offer an optimistic vision towards the possibility of an increasingly transparent and secure wine market."





Nicolucci

VIGNA DEL GENERALE

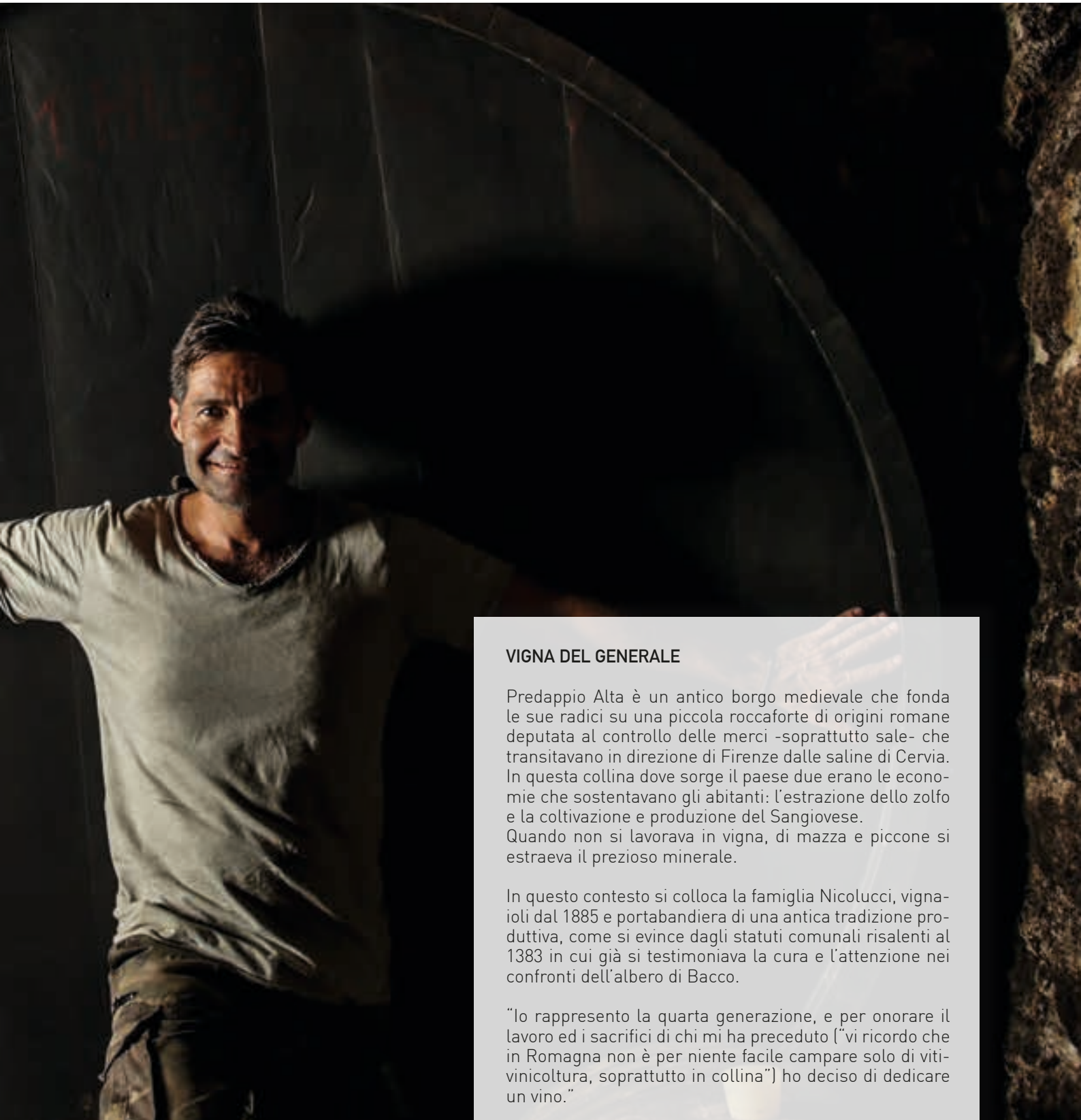
Predappio Alta is an ancient medieval village whose origins are rooted in a small Roman stronghold aiming at controlling the exchange of goods, notably salt which was traded from the salt-works in Cervia to Florence passing the Apennines .

The inhabitants of the village only had two ways of making their living in that hill: growing and producing Sangiovese or mining sulfur. When not working in the vineyard they'd use sledgehammer and pickax to mine that precious mineral.

My family is fully representative of this terroir. The Nicoluccis have been growing vines since 1885 and are the standard-bearers of this ancient tradition; the municipal statutes dating back to 1383 show how much attention and care were paid to Bacchus' trees.

I'm a fourth generation wine-maker and to honor the work and sacrifices of those who came before me ("I've to remind you it's not easy to get by just on wine-growing and producing in Romagna, especially in the hills") I've reached the decision of dedicating a wine to my grand-father Amedeo





VIGNA DEL GENERALE

Predappio Alta è un antico borgo medievale che fonda le sue radici su una piccola roccaforte di origini romane deputata al controllo delle merci -soprattutto sale- che transitavano in direzione di Firenze dalle saline di Cervia. In questa collina dove sorge il paese due erano le economie che sostentavano gli abitanti: l'estrazione dello zolfo e la coltivazione e produzione del Sangiovese. Quando non si lavorava in vigna, di mazza e piccone si estraeva il prezioso minerale.

In questo contesto si colloca la famiglia Nicolucci, vignaioli dal 1885 e portabandiera di una antica tradizione produttiva, come si evince dagli statuti comunali risalenti al 1383 in cui già si testimoniava la cura e l'attenzione nei confronti dell'albero di Bacco.

“Io rappresento la quarta generazione, e per onorare il lavoro ed i sacrifici di chi mi ha preceduto (“vi ricordo che in Romagna non è per niente facile campare solo di viti-vinicoltura, soprattutto in collina”) ho deciso di dedicare un vino.”



Nicolucci, who walking once into the Vigna del Generale -the best vineyard in Predappio Alta- thought "I've gotta be here".

My grand-father Amedeo bought the historic General's vineyard soon after WW1. The owner was indeed a general -a Lieutenant General-who was used to hang out in his vineyards escorted by his faithful wolf, a puppy he had found among the vines and raised. (Hence the label ...).

This vineyard is the Grand Cru of my estate: 9 times rewarded with "Three Glasses" by the Gambero Rosso; "4 Vines" by the Italian Association of Sommeliers; 90/100 on the international Vinitaly 2019 guide, "Top Wine e Vino Slow" Slow wine guide, just to mention a few.

It's always been regarded by the old folks in the village as the most suitable soil for growing vines: harsh, poor, where sulfur was once dug. Here we hand-pick the grapes - only from the very best vines to make this rare and outstanding Sangiovese.

It isn't just a wine: it's history, tradition, devotion, sacrifice, expectation, love ...

vininicolucci.com





“La storica Vigna del Generale fu acquistata da mio nonno Amedeo dopo la Prima Guerra Mondiale”, racconta Alessandro Nicolucci; il proprietario era proprio un Generale di Corpo d’Armata, il quale era solito aggirarsi tra i suoi vigneti accompagnato dal fedele lupo trovato cucciolo in campagna.

Questa vigna rappresenta un vero e proprio Cru aziendale: dieci volte “Tre Bicchieri” del Gambero Rosso, “4 Viti” Ais, 90/100 sulla guida Internazionale Vinitaly 2019, “Top Wine e Vino Slow” guida Slow wine, ecc.

È da sempre considerata dai vecchi del paese la posizione migliore in cui far crescere le viti, su un terreno aspro, povero, dove un tempo si estraeva zolfo.

Qui, solo dalle piante migliori, con una attenta raccolta manuale si produce questo Sangiovese di rara e assoluta qualità.

Non è solo vino ma storia, tradizione, dedizione, sacrificio, attesa, amore

vininicolucci.com



Nicolucci

Love for Sangiovese
since 1885



vininicolucci.com



sarziamadè
GRANDI VINI E DISTILLATI DAL 1966

ITALIAN EXCELLENCE IN GREAT WINE AND SPIRITS RETAIL HAS BEEN A FAMILY AFFAIR FOR 57 YEARS

Quality, prestige, expertise and authoritative partners: these are the elements that, since 1966, have distinguished Sarzi Amadè, a historic company and leader in the distribution of great wines and spirits throughout the country. A family business, born from the passion for wine and the resourcefulness of Nicola Sarzi Amadè who, operating at first on a regional scale with Made in Italy wine products, thanks to the careful and meticulous selection of the most representative foreign wineries, in little more than twenty years, transformed the company into what it is today: the main Italian player in the distribution of prestigious labels and the privileged interlocutor of the most important Italian, French and international wine houses. Today, leading the company are Alessandro and Claudia Sarzi Amadè, who, with the same passion as their father, have developed a strategy in the name of continuity and conscious consumption of high quality wine.

Almost four hundred wineries are selected worldwide: leading France, followed by Portugal, Germany, the United States and Spain. If on the Italian territory Sarzi Ama-



**L'ECCELLENZA ITALIANA
NELLA DISTRIBUZIONE DI GRANDI VINI E
DISTILLATI È UN AFFARE DI FAMIGLIA CHE
DURA DA 57 ANNI**

Qualità, prestigio, competenza e partner autorevoli: questi gli ingredienti che, dal 1966, contraddistinguono Sarzi Amadè, storica società leader nella distribuzione di grandi vini e distillati su tutto il territorio nazionale. Una realtà familiare, nata dalla passione per il vino e dall'intraprendenza di Nicola Sarzi Amadè che, operando dapprima su scala regionale con prodotti vinicoli Made in Italy, grazie all'attenta e meticolosa selezione delle più rappresentative cantine estere, in poco più di vent'anni, trasforma l'azienda in ciò che è oggi: il principale player italiano nella distribuzione di prestigiose etichette e l'interlocutore privilegiato delle più importanti case vinicole italiane, francesi e internazionali. Oggi, alla guida, ci sono Alessandro e Claudia Sarzi Amadè, che con la stessa passione del padre hanno sviluppato una strategia nel segno della continuità e del consumo consapevole di un vino di alta qualità.

Sono quasi quattrocento le cantine selezionate in tutto il mondo: con la Francia al primo posto, seguono Portogallo, Germania, Stati Uniti e Spagna. Se sul territorio italiano Sarzi Amadè può vantare partnership trentennali con produttori vinicoli come Aldo Conterno e Benanti, è l'offerta dei vini francesi a stupire per nobiltà e ricchezza: dall'Alsazia al Rodano, dalla Loira alla



dè can proudly boast of 30-year partnerships with wine producers such as Aldo Conterno and Benanti, it is the offer of French wines that astonishes for its nobility and richness: from Alsace to the Rhone, from the Loire to Champagne, the company provides an unparalleled catalog, which prides itself in its flagship selection of Burgundy and Bordeaux wines (nearly 250 wineries). Petrus, Château D'Yquem, Domaine Armand Rousseau, Domaine Leflaive, and Domaine Comte de Vogüé are just a few of the names in the assortment of French offerings.

The distribution headquarters in the center of Milan, with an extension of more than 2,000 square meters, has the most efficient climate control technology that guarantees, to the more than 600,000 bottles stored, an ideal temperature that is constantly monitored.

sarziamaide.it



Champagne, l'azienda offre un catalogo senza eguali, che vanta nella scelta di vini Borgognoni e Bordolessi (quasi 250 cantine), suo fiore all'occhiello. Petrus, Château D'Yquem, Domaine Armand Rousseau, Domaine Leflaive e Domaine Comte de Vogüé sono solo alcuni dei nomi presenti nel ventaglio di proposte francesi.

L'headquarter distributivo in centro a Milano, con un'estensione di più di 2000 metri quadrati, dispone della più efficiente tecnologia di climatizzazione che garantisce, alle oltre 600.000 bottiglie conservate, una temperatura ideale costantemente monitorata.

sarziamade.it





special
wine



Champagne Dumont-Terrillon

À GYÉ SUR SEINE

A STRONG FAMILY HISTORY AND OUTSTANDING CHAMPAGNE

This artisan winemaker's champagne is produced in Gyé-sur-Seine, in the south of the Champagne region, nestled in the heart of the **Côte des Bar**.

This Champagne, born from the vision of a sister and a brother, Audrey and Arnaud, draws its history from a rich family legacy. Its story begins in 1862, when their great-great-grandfathers, Charles Michelot and Gustave Terrillon, started growing vines. Time passed, marking another significant moment for the family: the wedding of Arnaud and Audrey's grandparents. In 1943, the union between André and Madeleine gave rise to the name Dumont-Terrillon, sealing the reunification of the vineyards.

As the fifth generation, Arnaud, then aged 22, joined the family business in 2003 after studying viticulture and oenology. A few years after making his first wines and obtaining HVE (High Environmental Value) and VDC (Sustainable Viticulture in Champagne) certifications, Audrey joined the family journey. Together, they founded a brand in tribute to their heritage : **Champagne Dumont-Terrillon** was born.

Together, they created cuvées blending **Pinot Noir** and **Chardonnay**. Each one is unique, but with common characteristics of delicate effervescence, freshness, and a lingering tension on the palate, accented with fruity notes.

The offerings are divided into two categories: **Les Perpétuelles** and **Les Ephémères**.



All images:
@olivier_frajman_photographe from
Studio 2 Terre: @studio2terre





Les Perpétuelles (The Perpetuals), the house's true institution, include **cuvée Deux A**, a convivial brut champagne symbolising the initials of Arnaud and Audrey, which won the gold medal at the 2023 Gilbert et Gaillard International Challenge. In the same category, you will find **cuvée 1460**, an extra brut champagne whose name reflects the number of days it is patiently left in the cellar, a minimum of 48 months, to develop all its finesse and subtleties. Finally, there is the **cuvée Nacarat**, an exceptional brut rosé champagne with an orange-red colour, reminiscent of the precious stone of the same name.

Les Ephémères (The Ephemerals), produced in limited quantities, include the **cuvée Affûté**. An extra brut champagne with a dosage of just one gram. There are only 1,062 bottles, each numbered to mark its authenticity and prestige. Another short-lived extra brut cuvée, **Vendange 2010**, is a 100% **Pinot Noir** vintage champagne which won a double gold medal at the Decanter World Wine Awards and the Gilbert et Gaillard International Challenge in 2023.

Champagne Dumont-Terrillon is engaged in a responsible production policy which goes far beyond simply growing vines. Audrey and Arnaud are committed to minimising their environmental impact, paying particular attention to the choice of paper for bottle labels, packaging materials and printing inks. The sleek design of the bottles, a reflection of a house that lives in its era, shows a desire to emphasise the content rather than the container. The inverted **D's** within the logotype symbolising the Dumont surname also representing an hourglass. It's a subtle way of underlining the relationship with time within the house's approach to ageing its vintages. Dumont-Terrillon is the embodiment of elegance and minimalism, highlighting the exceptional nature of champagne without any unnecessary embellishments. A desire to sublimate the **Aube** region and paying homage to the Champagne tradition of hand-harvested grapes and handcrafted vinification. These values instilled in Arnaud and Audrey from an early age, are perpetuated with the authenticity of craftsmanship passed down through generations.

@champagne_dumontterrillon

A STRONG FAMILY HISTORY
AND OUTSTANDING CHAMPAGNE




Champagne
Dumont-Terrillon
À GYÉ SUR SEINE



14 Rue De La Vereille 10250 Gye-sur-seine - FRANCE
www.dumont-terrillon.fr



CANTINA BAROLLO: WHERE THE BREEZE OF THE ADRIATIC SEA MEETS THE WINDS OF THE DOLOMITES

Cantina Barollo comes to life from a dream that shaped itself in 2001, when the brothers Marco and Nicola Barollo decided to merge their passion for the wine world with an innovative business idea: to valorize an uncharted and richly potential geographic area, where the crisp air of the Dolomites meets the tempered climate of the Adriatic Sea.

Located in Preganziol, in the heart of the Treviso countryside that still withstands the Prosecco invasion, it is in this hospitable and mineral-rich land that Marco and Nicola have chosen to cultivate international vines such as Chardonnay, Merlot, Pinot Nero, and Cabernet Franc. From the 40 hectares enveloping the winery, wines are born capable of expressing the minerality and the sapidity of these soils, especially in the most intriguing varieties like Chardonnay and the Bordeaux types, with Cabernet Franc leading the way.

More than 20 years since its inception, Cantina Barollo now features 7 labels and many successful challenges, including the production of the Metodo Classico Riserva Alfredo Barollo. Of course, there are wines that boast a profound connection with the territory, like the Merlot and the Prosecco. Numerous are the awards that have fol-





CANTINA BAROLLO: DOVE LA BREZZA DEL MARE ADRIATICO INCONTRA I VENTI DELLE DOLOMITI

La Cantina Barollo nasce da un sogno che prende forma nel 2001, quando i fratelli Marco e Nicola Barollo decisero di unire la loro passione per il mondo del vino ad un'idea imprenditoriale innovativa: valorizzare un'area geografica inedita e ricca di grande potenziale, dove l'aria fresca delle Dolomiti incontra il clima mitigato del Mare Adriatico.

Ci troviamo a Preganziol, nel cuore della campagna trevigiana che ancora resiste all'invasione del Prosecco. È in questa terra ospitale e minerale che Marco e Nicola hanno scelto di coltivare vitigni internazionali come lo Chardonnay, il Merlot, il Pinot Nero e il Cabernet Franc.

Dai 40 ettari che circondano la cantina nascono vini in grado di esprimere la mineralità e la sapidità di questi suoli, soprattutto

nei vitigni più intriganti come lo Chardonnay e nelle varietà bordolesi, prime fra tutte il Cabernet Franc.

A più di 20 anni dagli esordi, la cantina Barollo conta oggi 7 etichette e numerose sfide di successo, come la produzione del Metodo Classico Riserva Alfredo Barollo.

Non mancano naturalmente i vini che vantano un profondo legame con il territorio, come il Merlot e il Prosecco.

Svariati i premi che si sono susseguiti negli anni con riconoscimenti raggiunti sia a livello nazionale che internazionale.

Dopo aver ampliato la propria offerta con le wine experience in cantina, oggi, Marco e Nicola, sono pronti a conquistare nuovi mercati grazie al vitigno dall'inconfondibile eleganza: l'enfant terrible Pinot Nero; pronto ad affiancarsi all'ormai iconico rosso della cantina, il Frank!

lowed over the years with accolades achieved both nationally and internationally.

After broadening their offer with wine experiences in the winery, today, Marco and Nicola are ready to conquer new markets thanks to the vine with unmistakable elegance: the enfant terrible Pinot Nero; ready to stand beside the now iconic red of the winery, the Frank!

The new Pinot Nero too aspires to captivate customers with its elegance and complexity, a result of the selection of 7 different clones. A decidedly complex and elegant wine, with a velvety aroma of fruity and floral notes. Refreshing on the palate, it is balanced and silky, able to enchant from the first sip.

A new dream becomes reality.

www.barollo.com
facebook.com/BarolloWines/
instagram.com/barollo_wines/
 Telephone: +39 0422 633014





Anche il nuovo Pinot Nero ha l'ambizione di conquistare i clienti grazie alla sua eleganza e complessità, risultato della selezione di 7 differenti cloni. Un vino decisamente complesso ed elegante, dal profumo vellutato di note fruttate e floreali. Rinfrescante al palato, è equilibrato e setoso, capace di conquistare al primo sorso.

Un nuovo sogno che diventa realtà.

www.barollo.com

facebook.com/BarolloWines/

instagram.com/barollo_wines/

Telefono: 0422 633014



Venetian *elegance*





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

Cantina di Santadi is located in the Basso-Sulcis-Iglesiente, the south-western area of Sardinia; as the crow flies, it is only a few kilometers away from the wonderful beaches and white dunes of Porto Pino.

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

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



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

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

social pages: @cantinadisantadi



DOWNLOAD THE APP:



CantinaSantadi NFC
Autentico Srl





ROCCHELLI CONSULTING

IN MILAN SINCE 1980, SERVING THE WINE & FOOD INDUSTRY

At Rocchelli Consulting we develop Category Management projects for retailers, distributors and suppliers. Category Management proves to be a weapon of considerable power, offering a systematic approach to improve sales performance through the effective management of product categories and offers. This approach drives customer satisfaction and results in increased sales and increased operational efficiency.

By analysing the beverage sector in general and the alcoholic and wine sectors, the Category Management approach allows an in-depth understanding of consumer purchasing behaviour and allows the assortment to be adapted to the specific needs of each sales place. This allows you to predict and meet customer expectations more accurately.

The management of exhibition spaces is a crucial aspect of Category Management. An attractive visual layout can positively influence purchasing decisions, encouraging consumers to explore new options and purchase premium products. The targeted division of product categories makes it possible to optimize the presentation of wines and beverages on the shelves, as well as a strategic arrangement – innovative or simply very clear and functional – always improves the visibility of products, encouraging impulsive



Pietro Rocchelli

Managing Partner
Rocchelli Consulting



**A MILANO DAL 1980
A SERVIZIO DEL WINE&FOOD**

In Rocchelli Consulting sviluppiamo progetti di Category Management a favore di retailer, distributori e produttori. Il Category Management si rivela un'arma di notevole potenza, offrendo un approccio sistematico per migliorare le performance di vendita attraverso la gestione oculata delle categorie di prodotti e dell'offerta.

Questo approccio favorisce la soddisfazione del cliente e si traduce in un aumento delle vendite e in una maggiore efficienza operativa. Analizzando il comparto delle bevande in generale e di quelle alcoliche e del vino, l'approccio del Category Management consente una comprensione approfondita del comportamento d'acquisto dei consumatori e permette di adattare l'assortimento alle esigenze specifiche di ciascuna piazza di vendita. Questo permette di prevedere e soddisfare le aspettative dei clienti in modo più accurato.

La gestione degli spazi espositivi è un aspetto cruciale del Category Management. Una disposizione visiva attrattiva può influenzare positivamente le decisioni d'acquisto, incoraggiando i consumatori a esplorare nuove opzioni e ad acquistare prodotti premium.

La suddivisione mirata delle categorie di prodotti consente di ottimizzare la presentazione dei vini e delle bevande sugli scaffali, così come una disposizione strategica – innovativa o semplicemente molto chiara e funzionale – migliora sempre la visibilità dei pro-



purchases and experimentation with new brands. The Category Management strategy also involves the management of merchandising and promotions, allowing you to identify new opportunities for targeted promotions and special offers, stimulating demand and improving overall profitability.

At Rocchelli Consulting we are convinced that the collaboration between retailers and suppliers is a key element of the success of Category Management in general and in particular in the wine and beverage sector and we work to promote its effectiveness with mutual satisfaction.

Sharing data and information on market trends makes it possible to develop joint strategies that can benefit both parties.

Effective cooperation helps to ensure a more efficient partnership and the creation of an assortment that is better suited to consumer needs.

www.rocchelliconsulting.com





dotti, incoraggiando gli acquisti impulsivi e la sperimentazione di nuovi marchi. La strategia di Category Management coinvolge anche la gestione del merchandising e delle promozioni permettendo di identificare nuove opportunità per promozioni mirate e offerte speciali, stimolando la domanda e migliorando la redditività complessiva.

In Rocchelli Consulting siamo convinti che la collaborazione tra rivenditori e fornitori sia un elemento chiave del successo del Category Management in generale e in particolare nel settore del vino e del beverage e lavoriamo per favorirne l'efficacia con reciproca soddisfazione.

Condividere dati e informazioni sulle tendenze di mercato consente infatti di sviluppare strategie congiunte di cui possono beneficiare entrambe le parti.

Una cooperazione efficace contribuisce a garantire una partnership più efficiente e la creazione di un assortimento più adatto alle esigenze dei consumatori.

www.rocchelliconsulting.com



ROCHELLI CONSULTING

vendite | comunicazione | category management | marketing | consulenza strategica
a Milano dal 1980 a servizio del wine&food

www.rocchelliconsulting.com



“FROM CORK TO SUSTAINABLE SOLUTIONS: THE REVOLUTION OF WINE BOTTLE STOPPERS”

In a world that is increasingly moving towards innovation and sustainability, the wine industry too is faced with significant changes, especially regarding the sealing of its bottles



All images: pixels.com

Traditionally dominated by cork stoppers, this market has seen the emergence of plastic alternatives and eco-friendly options in recent years. But what are the real differences between these materials, and how do they affect the wine they preserve?

The Kingdom of Cork

For centuries, cork has been the preferred material for sealing wine bottles.

Extracted from the bark of the *Quercus suber*, or cork oak, without damaging the tree, cork is prized for its unique properties: it is elastic, waterproof to water and air, and can expand to fit perfectly to the neck of the bottle. These characteristics make it ideal for wine preservation, allowing optimal aging thanks to a control-



by our editorial team



led exchange of oxygen. However, natural cork can vary in quality and, in rare cases, can be responsible for the so-called “cork taint” in wine.

The Plastic Alternatives

In the last few decades, plastic stoppers have gained popularity as an economical and uniform alternative to natural cork. Made primarily from polyethylene and synthetic polymers, these stoppers avoid the problem of cork taint and offer consistent sealing.

However, their sustainability is subject to debate. Although recyclable, the reality is that many of these stoppers end up in landfills, contributing to plastic pollution. Moreover, consumer perception is often that wines with plastic stoppers are of lower quality.

Towards Eco-Friendliness

The latest trend in the world of wine stoppers is the adoption of eco-friendly materials. These include recycled cork stoppers, bioplastics derived from renewable sources, and even compostable stoppers that degrade under industrial composting conditions.

These solutions offer a compromise between the tradition of cork and the modernity of plastic, aiming to reduce the environmental impact of the wine industry.

For example, bioplastics promise to tackle the issue of plastic pollution, while recycled cork maintains the qualities loved by wine producers with an eye towards sustainability.

The Future of Wine Stoppers

The choice of the ideal stopper for a wine bottle is not just about tradition or technology, but also reflects a commitment to sustainability and quality. As wine producers explore new frontiers, from organic cork to nanomaterials, the future seems to promise stoppers that not only better preserve wine but also protect our planet.

The challenge will be to find a balance between consumer needs, sustainable production practices, and the preservation of the unique qualities that make each bottle of wine special.

In this dynamic context, the stopper of a wine bottle becomes more than just a closure; it is a symbol of the wine industry’s evolution towards a more sustainable and innovative future.



SUSTAINABILITY AND TRADITION: THE FUTURE OF VITICULTURE ACCORDING TO BOSIO FAMILY ESTATES

Nestled in the heart of the hills of Santo Stefano Belbo, amidst a landscape that evokes the works of Cesare Pavese and Beppe Fenoglio, stands Bosio Family Estates. Since 1967, this estate has embodied a passion for viticulture and respect for the land.

As founders of a wine heritage that speaks of tradition and innovation, the Bosio family has recently expanded its horizons with the acquisition of the Bel Colle winery in Verduno, further elevating the quality of their wines and reinforcing their dedication to Barolo and Barbaresco, as well as to indigenous white wines like Alta Langa.

The secret to the success of Bosio Family Estates lies in a viticulture approach deeply rooted in respect for the environment and biodiversity, deemed essential for producing superior quality wines. In the vineyard, each practice is implemented with the aim of preserving the landscape and the

health of the soil, a commitment reflected in the choice of sustainable agricultural practices and the rejection of invasive treatments.

In the cellar, the philosophy is to “act by subtraction,” avoiding unnecessary interventions that could alter the natural evolution of the wine. This method, which values the purity and authenticity of the product, is part of a vision that sees respect for the land and sustainable production methods not only as an ethical choice but also as a guarantee of quality.

In recent years, Bosio Family Estates has earned significant accolades in the form of environmental and quality certifications, including Equalitas, IFS, VeganOK, Organic, and Amfori. These certifications not only attest to compliance with standards of excellence but also recognize the company’s ongoing commitment to environmental protection and social responsibility.





SOSTENIBILITÀ E TRADIZIONE: IL FUTURO DELLA VITICOLTURA SECONDO BOSIO FAMILY ESTATES

Nel cuore delle colline di Santo Stefano Belbo, immersa in un paesaggio che evoca le opere di Cesare Pavese e Beppe Fenoglio, si erge la Bosio Family Estates, un'azienda che dal 1967 incarna la passione per la viticoltura e il rispetto per la terra.

Fondatori di un patrimonio vitivinicolo che parla di tradizione e innovazione, la famiglia Bosio ha recentemente ampliato i suoi orizzonti con l'acquisizione della cantina Bel Colle a Verduno, elevando ulteriormente il livello qualitativo dei propri vini e rafforzando la dedizione verso il Barolo e il Barbaresco, nonché per i vini bianchi autoctoni come l'Alta Langa.

Il segreto del successo di Bosio Family Estates risiede in un approccio alla viticoltura profondamente radicato nel rispetto per l'ambiente e per la biodiversità, considerati essenziali per la produzione di vini di qualità superiore. In vigna, ogni pratica è attuata con lo scopo di preservare il paesaggio e la salute del suolo, un impegno che si riflette nella scelta di pratiche agricole sostenibili e nel rifiuto di trattamenti invasivi.

In cantina, la filosofia è quella di "agire per sottrazione", evitando interventi non essenziali che potrebbero alterare l'evoluzione naturale del vino. Questo metodo, che valorizza la purezza e l'autenticità del prodotto, è parte di una visione che vede nel rispetto per la terra e nei metodi di produzione sostenibili non solo una scelta etica ma anche una garanzia di qualità.

Nei recenti anni, Bosio Family Estates ha ottenuto importanti riconoscimenti sotto forma di certificazioni ambientali e di qualità, tra cui Equalitas, IFS, VeganOK, Biologico, e Amfori. Queste certificazioni non solo attestano la conformità a standard di eccellenza ma rappresentano anche il riconoscimento dell'impegno costante dell'azienda nella tutela ambientale e nella responsabilità sociale.



Equalitas, for example, is a specific certification for the wine sector that guarantees sustainability in a 360-degree manner, covering economic, environmental, and social aspects of the entire supply chain. VeganOK, on the other hand, certifies that the products do not contain animal-derived ingredients, a detail that meets the growing demand for vegan-friendly wines.

The Organic certification confirms the absence of pesticides and synthetic chemicals, in line with agriculture that respects natural cycles.

The introduction of the “Bosio Family Estates” brand marks a new era for the company, emphasizing the concept of “glocal”—firmly anchored to local roots yet projected towards a global dimension. This vision is strongly supported by the awareness that the local heritage, also recognized by UNESCO, is not only a treasure to be preserved but also a resource to be shared globally.

With every glass of wine produced, Bosio Family Estates demonstrates that it is possible to combine love for tradition with innovative and responsible practices, making wine not only a product of excellence but also a symbol of a broader commitment to the planet.

www.bosiofamilyestates.it





Equalitas, per esempio, è una certificazione specifica del settore vitivinicolo che garantisce la sostenibilità a 360 gradi, coprendo aspetti economici, ambientali e sociali dell'intera filiera. VeganOK, invece, certifica che i prodotti non contengono ingredienti di origine animale, un dettaglio che risponde alla crescente domanda di vini vegan-friendly. La certificazione Biologica conferma l'assenza di pesticidi e sostanze chimiche sintetiche, in linea con un'agricoltura che rispetta i cicli naturali.

L'introduzione del marchio "Bosio Family Estates" segna una nuova era per l'azienda, sottolineando il concetto di "glocal" — fermamente ancorati alle proprie radici locali ma proiettati verso una dimensione globale. Questa visione è fortemente supportata dalla consapevolezza che il patrimonio locale, riconosciuto anche dall'Unesco, non è solo un bene da custodire ma anche una risorsa da condividere globalmente.

Con ogni calice di vino prodotto, Bosio Family Estates dimostra che è possibile unire l'amore per la tradizione con pratiche innovative e responsabili, facendo del vino non solo un prodotto di eccellenza ma anche un simbolo di un impegno più ampio per il pianeta.

www.bosiofamilyestates.it



BOSIO FAMILY ESTATES

BELCOLLE

BOSIO

LUCA BOSIO
VINEYARDS

"Siamo una grande famiglia"

LUCA BOSIO
CEO & WINEMAKER

Cell. +39 338 3848232 e-mail: luca@bosiovini.it

ERIKA BERA
BRAND MANAGER

Cell. +39 345 1524828 e-mail: erika@bosiovini.it

FRANCESCO BALOCCO
EXPORT DIRECTOR & FOREIGN MARKETS DEVELOPMENT
Cell. +39 337 1211479 e-mail: francesco@bosiovini.it

GULFOOD GREEN

CO-LOCATED WITH

 **Gulfood
AgroTech**

24-26 SEPT 2024
DUBAI WORLD TRADE CENTRE



**GOOD
FOR YOU
GOOD
FOR THE
PLANET.**



Gulfood Green, co-located with Gulfood Agrotech is a global exhibition and summit presenting **fresh fruit & veg, plant-based products, sustainability, health & wellness, functional foods.** Gulfood Agrotech will showcase innovations in **agriculture, livestock health & nutrition, aquaculture, vertical farming** and a lot more.

**READY TO BE A GREEN
GAME CHANGER?**

BROUGHT TO YOU BY

Gulfood

BOOK YOUR STAND TODAY

“THE EUROPEAN WINE MARKET: A LOOK AT THE GLOBAL MARKET”

Europe, the cradle of world viticulture, continues to dominate the global wine scene despite increasing challenges and the emergence of new players on the international stage.

The climatic diversity, countless grape varieties, and centuries of history are reflected in the wide range of wines produced on the old continent. But how do individual nations position themselves in this vast and varied market?

France: Elegance in a Bottle

France remains among the leaders in quality and prestige, with wine regions like Bordeaux, Burgundy, and Champagne being synonymous with excellence.

Despite a slight decline in exports due to global logistical challenges and price increases, French wine remains a benchmark for connoisseurs and collectors.

The trend towards organic and biodynamic wines is gaining ground, responding to the growing demand for more sustainable and environmentally friendly productions.

Italy: Tradition and Innovation

Italy, with its myriad of native vines and a wide range of wines, ranks at the top of the market.

The Peninsula is famous for its ability to combine tradition and innovation, with a particular focus on quality and territorial specificity. Prosecco continues to lead the export, but there is also growing demand for high-end red wines and organic labels, especially in North American and Asian markets.

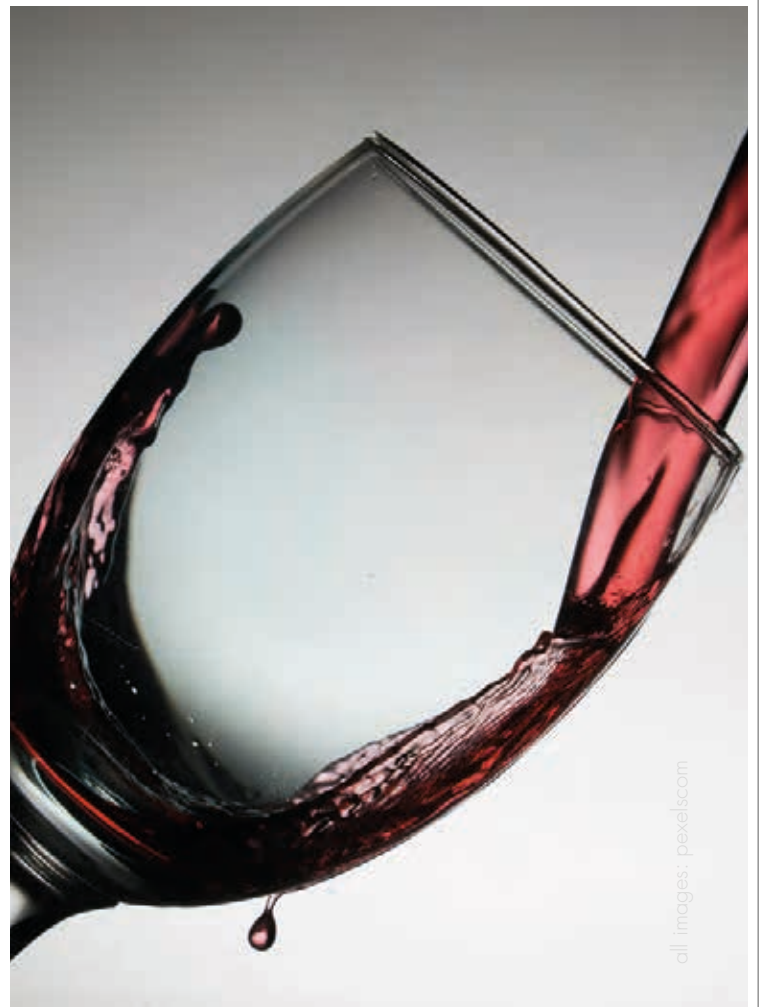
Spain: The Silent Giant

Spain, known for its excellent value for money, confirms itself as the largest producer in terms of volume.

Ribera del Duero and Rioja remain the jewels in the crown of Spanish production, but it's worth noting the emergence of lesser-known regions that are gaining appreciation for their uniqueness and innovation, such as Galicia and the Canary Islands.



by our editorial team



all images: pexels.com



Germany and Austria: Reinterpreting White

Germany and Austria continue to rewrite the book on white wine, with Riesling and Grüner Veltliner receiving international praise for their freshness, complexity, and aging potential. The trend towards drier wines, as opposed to the traditional sweet versions, reflects changes in consumer tastes and opens new possibilities for food pairings.

Portugal: Innovation in Tradition

Portugal, with its heritage of indigenous grape varieties, is experiencing a wine renaissance. Beyond the famous Port, wines like Alvarinho from Vinho Verde and the full-bodied reds from Alentejo are gaining popularity. Attention to sustainable agricultural practices and careful innovation are leading to a new era for Portuguese wine.

Greece: The Ancient Newcomer

Greece, with a winemaking history that dates back to ancient times, is experiencing a real wine renaissance. Indigenous varieties like Assyrtiko from Santorini and Agiorgitiko from the Peloponnese are gaining recognition for their uniqueness and adaptability to climate change. The Greek production philosophy, which combines ancient methods with modern techniques, is attracting consumers looking for authentic stories and flavors.



Northern Europe: New Viticultural Frontiers

Despite the harsh climate, Nordic countries are emerging as producers of surprisingly high-quality wines.

In Denmark and Sweden, for example, small productions experiment with cold-resistant grape varieties, producing white wines and sparkling wines that astonish with their freshness and liveliness.

These countries are proving that, with innovation and sustainability as guides, even the most unexpected regions can produce excellent wines.

Eastern Europe: Hidden Treasures

From Bulgaria to Romania, through Hungary, Eastern Europe boasts a wealth of indigenous varieties and a long winemaking tradition that is only now beginning to receive the attention it deserves. Bulgaria, with its robust reds from varieties like Mavrud and Melnik,

and Hungary, famous not only for Tokaji but also for its dry white wines from indigenous varieties, offer a quality-price ratio that attracts consumers and critics. Romania, with its diversity of climates and territories, is experiencing an increase in interest for its wines, ranging from full-bodied reds to aromatic whites.

A Continent in Fermentation

The European wine industry is expanding beyond traditional boundaries, exploring new territories, and rediscovering native grape varieties that offer a wide range of flavors and stories.

Sustainability, innovation, and fidelity to tradition intertwine in this fermenting continent, where each nation, big or small, contributes to the rich variety of European wine. With one eye on traditions and the other on emerging trends, Europe demonstrates that its wine heritage is as dynamic as it is deeply rooted in history.

Lifeanalytics

Food

ANALISI DI LABORATORIO | CONSULENZA | FORMAZIONE

Sicurezza Alimentare.

I nostri servizi:

1. **Conformità Etichettatura**
2. **Analisi Istologica**
3. **Certificazioni Volontarie**
4. **Lotta allo Spreco Alimentare**
5. **Aggiornamento Normativo**



RICHIEDI UNA
CONSULENZA PERSONALIZZATA
CON I NOSTRI ESPERTI.



Ti aspettiamo al **CIBUS**
Pad. **07-08**, Stand **D 058**



Delighting the World: Antonelli Confectionery Industries SPA

THE RENOWNED CONFECTIONERY ART THAT UNIFIES TRADITION AND INNOVATION

THE SWEET BEGINNING OF A GREAT COMPANY

Back in 1957, the brilliant intuition, combined with the craftsmanship of the young pastry chef Nicola Antonelli, gave birth to Dolciaria Romana Antonelli, the first pastry laboratory that will represent the point of origin of ANTONELLI INDUSTRIE DOLCIARIE Spa, a large Company that today consists of three industrial plants covering a total area of 15,000 square meters, where production lines with a capacity of approximately 180 million units of product per year are in operation. A business model that embodies the oxymoron of innovative tradition, a combination that has garnered the approval of national customers first and global customers later, to the extent that today it stands in the market as a true benchmark in the Italian confectionery sector and beyond; a recipe for success that has managed to capture the tastes of consumers on all five continents who choose to indulge in moments of sweet well-being every day.

THE ANTONELLI PHILOSOPHY: SIMPLICITY AND GOODNESS

Antonelli doesn't settle for creating simple sweets; it strives to offer true gustatory emotions that celebrate the simplicity, goodness, and truth of flavors. These fundamental principles permeate every aspect of the company, from the careful selection of raw materials to the moment when the finished products reach consumers' homes.





**Deliziando il Mondo:
Antonelli Industrie Dolciarie SPA**

**LA RINOMATA ARTE DOLCIARIA
CHE UNISCE TRADIZIONE E INNOVAZIONE**

IL DOLCE INIZIO DI UNA GRANDE AZIENDA

Nel lontano 1957 la geniale intuizione, unita all'abilità artigianale del giovane pasticciere Nicola Antonelli, ha dato vita alla Dolciaria Romana Antonelli, il primo laboratorio di Pasticceria che rappresenterà il punto d'origine della ANTONELLI INDUSTRIE DOLCIARIE Spa, una grande Azienda che oggi consta di tre stabilimenti industriali con una superficie di complessivi 15000 mq, nei quali sono in attività linee di produzione con una capacità di circa 180 milioni di unità di prodotto in un anno.

Un modello aziendale che declina l'ossimoro di una innovativa tradizione, un binomio che le ha fatto ottenere i consensi della clientela nazionale prima e mondiale poi, al punto che oggi si pone sul mercato quale vero e proprio punto di riferimento nel settore dolciario italiano e non solo; una ricetta di successo che ha saputo conquistare i gusti dei consumatori dei 5 continenti che ogni giorno scelgono di concedersi momenti di dolce benessere.

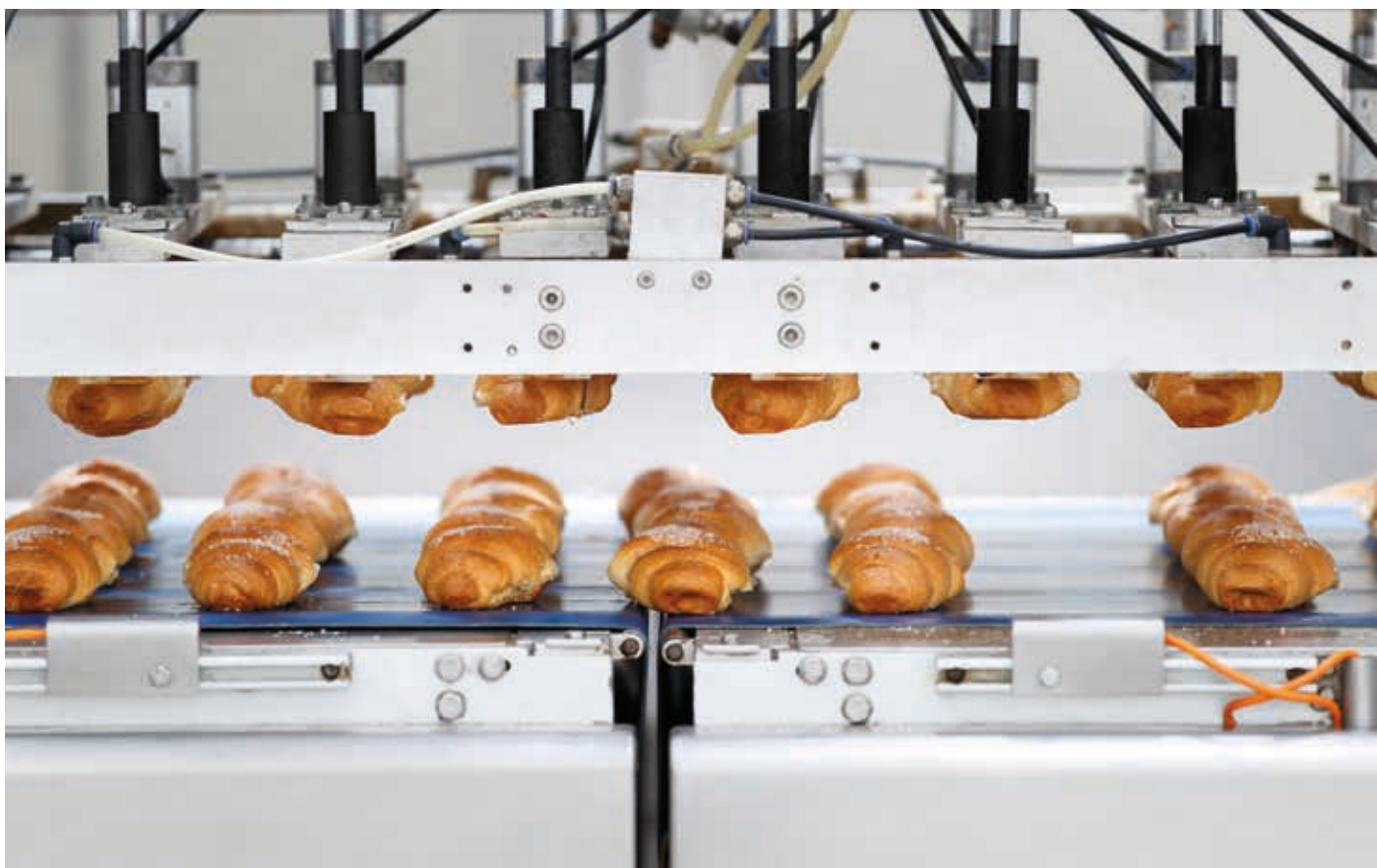
LA FILOSOFIA ANTONELLI: SEMPLICITÀ E BONTÀ

Antonelli non si accontenta di creare semplici dolci; si impegna ad offrire vere e proprie emozioni gustative che celebrano la semplicità, la bontà e la verità dei sapori. Questi principi fondamentali permeano ogni aspetto dell'azienda, dall'accurata selezione delle materie prime fino al momento in cui i prodotti finiti arrivano nelle case dei consumatori.

La ricerca della semplicità si riflette nell'approccio di Antonelli alla produzione dei dolci. La scelta di materie prime di altissima qualità è il primo passo verso la creazione di prodotti eccellenti.

Ogni ingrediente viene selezionato con cura, privilegiando la freschezza, la provenienza e la qualità intrinseca. Questo impegno per la semplicità si manifesta nella realizzazione di in una gamma di dolci che esaltano i sapori naturali degli ingredienti, e valorizzano la qualità.

La bontà è il cuore pulsante della filosofia di Antonelli. La magia della lievitazione naturale e della cottura, eseguita con maestria artigianale, dona vita a prodotti che sono una vera delizia per il palato. Ogni fase del processo produttivo è curata nei minimi dettagli, e garantisce che ogni dolce sia un'esplosione di gusto e piacere. La bontà dei dolci Antonelli è evidente fin dal primo morso, con sapori autentici ed irresistibili che conquistano i sensi e scaldano il cuore.



The pursuit of simplicity is reflected in Antonelli's approach to pastry production. The choice of highest quality raw materials is the first step towards creating excellent products. Every ingredient is carefully selected, prioritizing freshness, origin, and intrinsic quality. This commitment to simplicity is evident in a range of sweets that enhance the natural flavors of the ingredients and highlight quality.

Goodness is the pulsating heart of Antonelli's philosophy. The magic of natural leavening and baking, executed with artisanal mastery, gives life to products that are a true delight for the palate. Every phase of the production process is meticulously cared for, ensuring that every sweet is an explosion of taste and pleasure. The goodness of Antonelli's sweets is evident from the first bite, with authentic and irresistible flavors that captivate the senses and warm the heart.

ANTONELLI'S CONFECTIONERY TREASURES

Antonelli offers a varied selection of gastronomic products, articulated in different lines, each designed to satisfy the desires and needs of a wide clientele. The Classic Line embodies the authentic tradition

of pastry, offering a selection of iconic products that evoke memories of sweetness and genuineness. Here, lovers of simplicity will find their favorites, from classic puff pastries to soft panettones, symbols of festivities and conviviality.

For those seeking a guilt-free sweet experience, there is the Wellness Line, designed for those who wish to maintain a healthy lifestyle without sacrificing the pleasure of taste.

Antonelli presents a wide range of lighter options but equally delicious, from a selection of wholemeal products to multigrain ones, to sweets without added sugars prepared with natural and nutritious ingredients. The Specialty Line is dedicated to the most demanding and adventurous palates, offering a series of gourmet creations that marry unique flavors and unexpected combinations. The company stands out for its ability to innovate and surprise, offering refined sweets capable of satisfying even the most refined and sophisticated tastes. Finally, for those looking for an unconventional but equally delicious alternative, the Savory Line is coming soon.



I TESORI DOLCIARI DI ANTONELLI

Antonelli propone una variegata selezione di prodotti di gastronomia, articolata in diverse linee, ciascuna pensata per soddisfare i desideri e le esigenze di una vasta clientela.

La Linea Classica incarna l'autentica tradizione della pasticceria, offrendo una selezione di prodotti iconici che evocano ricordi di dolcezza e genuinità. Qui, gli amanti della semplicità troveranno i loro preferiti, dai classici cornetti sfogliati ai soffici panettoni, simboli di festività e convivialità.

Per coloro che cercano un'esperienza dolce priva di sensi di colpa, c'è la Linea Benessere, pensata per chi desidera mantenere uno stile di vita sano senza rinunciare al piacere del gusto.

Antonelli presenta un'ampia gamma di opzioni più leggere ma altrettanto deliziose, dalla selezione di prodotti integrali a quelli multicereali fino ai dolci privi di zuccheri aggiunti preparati con ingredienti naturali e nutrienti.

La Linea Specialità è dedicata ai palati più esigenti ed avventurosi, offrendo una serie di creazioni gourmet che sposano sapori unici e combinazioni inaspettate. L'azienda si distingue per la sua capacità di innovare e sorprendere, proponendo dolci raffinati, capaci di soddisfare anche i gusti più ricercati e sofisticati.

Infine, per chi è alla ricerca di un'alternativa anti-convenzionale ma altrettanto deliziosa, è in arrivo la Linea Salati.

IL VIAGGIO GLOBALE DI ANTONELLI

Impegnata costantemente a portare i propri valori nel mondo, senza trascurare le sollecitazioni del settore dolciario, così da restare al passo con le ultime tendenze, Antonelli Industrie Dolciarie S.p.A. si distingue per la sua presenza attiva nelle principali fiere internazionali. Ogni partecipazione rappresenta un'opportunità unica per l'azienda di presentare le sue creazioni gastronomiche e di condividere la propria visione del gusto con il pubblico globale.

Antonelli ha sempre riscosso straordinari successi dalla partecipazione a manifestazioni di rilievo internazionale che rappresentano momenti qualificanti della propria strategia commerciale ed imprenditoriale. ISM 2024 di Colonia e GUL-FOOD 2024 di Dubai, hanno confermato ammirazione e interesse per Antonelli, che si auspica possano replicarsi anche in occasione della Fiera ISM Middle East 2024 di Dubai. La partecipazione a fiere internazionali non solo offrono a Antonelli una vetrina prestigiosa per esporre le sue creazioni, ma rappresentano anche un'opportunità



ANTONELLI'S GLOBAL JOURNEY

Constantly committed to bringing its values to the world, without neglecting the demands of the confectionery sector, so as to keep up with the latest trends, Antonelli Industrie Dolciarie S.p.A. stands out for its active presence in major international fairs.

Each participation represents a unique opportunity for the company to present its gastronomic creations and share its taste vision with the global audience.

Antonelli has always achieved extraordinary success from participating in significant international events that represent qualifying moments of its commercial and entrepreneurial strategy. ISM 2024 in Cologne and GULFOOD 2024 in Dubai have confirmed admiration and interest in Antonelli, which hopes to be replicated also on the occasion of the ISM Middle East 2024 Fair in Dubai. Participation in international fairs not only provides Antonelli with

a prestigious showcase to exhibit its creations but also represents a unique opportunity to forge new partnerships and expand its network of contacts globally.

Looking to the future, Antonelli Industrie Dolciarie S.p.A. is preparing to develop even further, consolidating its presence in the world with the strategic choice to establish a commercial representation office in Abu Dhabi.

This move will allow the company to increase its presence in the Middle Eastern market and further strengthen its position as a leader in the international confectionery sector.

Thanks to this expansion, Antonelli will continue to bring its delicious products to new markets, extending its influence and gastronomic expertise beyond the current 68 countries worldwide.

Visit:
www.antonelligroup.it

unica per stringere nuove partnership e ampliare la sua rete di contatti a livello globale.

Guardando al futuro, Antonelli Industrie Dolciarie S.p.A. si prepara a svilupparsi ancor di più, consolidando la sua presenza nel Mondo con la scelta strategica di stabilire una sede di rappresentanza commerciale ad Abu Dhabi. Questa mossa permetterà all'azienda di accrescere

la sua presenza nel mercato del Medio Oriente, e rafforzerà ulteriormente la sua posizione come leader nel settore dolciario internazionale. Grazie a questa espansione, Antonelli continuerà a portare i suoi deliziosi prodotti in nuovi mercati, estendendo la sua influenza e la sua esperienza gastronomica, oltre gli attuali 68 paesi nel mondo.

www.antonelligroup.it

Antonelli



Un giorno
sempre buono

www.antonelligroup.it

Bresca DORADA

THE RHYTHM OF THE PAST MARKS TIME FOR THE FUTURE

In 1985, in a pristine valley between the sea and the mountains in the south of Sardinia, Paolo Melis and Enrico Diana founded Bresca Dorada. They were two young students who had decided to abandon city life to devote themselves to agriculture and beekeeping. This work fascinates them, in close contact with nature with its cycles of rest and rebirth and the incessant work of the bees that fly from flower to flower to produce precious honey.

In 1990, as an addition to the beekeeping activity, an agritourism refreshment point was created and for the first time, red myrtle obtained from the infusion of berries and sweetened with honey was proposed. From a limited quantity of bottles intended to be offered to guests, a production aimed at the market began and Bresca Dorada decided to invest in the creation of a working group and a production structure dedicated to liqueurs. In this way, production is implemented and addressed not only to the Italian market but also abroad to the niche market of regional peculiarities.

IL RITMO DEL PASSATO DÀ IL TEMPO AL FUTURO

Nel 1985, in una valle incontaminata tra il mare e la montagna nel sud della Sardegna, Paolo Melis ed Enrico Diana fondano Bresca Dorada; due giovani studenti che decidono di abbandonare la vita di città e gli interessi che quest'ultima offre, per dedicarsi alla vita agricola ed in particolare all'apicoltura. Il lavoro è molto interessante in stretto contatto con la natura nei suoi cicli di riposo e rinascita che sono le fioriture e l'incessante lavoro delle api che corrono di fiore in fiore per produrre il prezioso miele.

Nel 1990 ad integrazione all'attività di apicoltura viene realizzato un punto di ristoro agriturismo ed in questo contesto per la prima volta, viene proposto il mirto rosso ottenuto dall'infuso delle bacche e dolcificato con il miele. Da una quantità limitata di bottiglie destinata per essere offerta agli ospiti, ha inizio una produzione rivolta al mercato e Bresca Dorada decide così di investire nella creazione di un gruppo di lavoro e di una struttura produttiva dedicata ai liquori; così la produzione viene implementata e indirizzata oltre che al mercato italiano anche al mercato estero rivolto alle particolarità regionali.





The fundamental concept was to maintain attention to the quality of the products and the artisanal aspect. Continuous curiosity always aimed at research has led to the production of other liqueurs such as Mirto Verde, from young leaves of myrtle; a bitter named Mirtamaro and others based on citrus fruits and prickly pear; followed by jams, juices, and flavoured salts, obtained with the use of fruits and herbs grown spontaneously in the surrounding area.

Inside the land of the company, located in an area of over six hectares, an accommodation facility, Domu Bresca, has recently been built following the dictates of bio-architecture. The nearby golden beaches and crystal-clear sea as well as the surrounding greenery offer the best conditions for an original and pleasant holiday.

www.brescadorada.it





Il concetto fondamentale è stato quello di mantenere comunque l'aspetto artigianale e l'attenzione per la qualità dei prodotti realizzati. La continua curiosità rivolta sempre alla ricerca ha portato alla produzione di altri liquori come il Mirto verde, l'amaro "Mirtamaro" e altri a base di agrumi e fico d'India; a seguire marmellate, succhi e sali aromatizzati alle erbe, ottenuti con l'utilizzo di frutti ed erbe coltivati e spontanei del territorio circostante.

Nel territorio aziendale, posizionato in uno spazio di oltre sei ettari, recentemente è stata costruita una struttura ricettiva nei dettami della bio architettura denominata Domu Bresca. La prossimità di spiagge dorate, mare cristallino e una struttura immersa nel verde sono le migliori condizioni per un'ottima scelta per trascorrere originali e piacevoli vacanze.

www.brescadorada.it

MIRTAMARO AMARO DI SARDEGNA

Le note
del Mirto,

oltre 20 erbe
dell' Isola,

Sinfonia
di natura

AMARO

dal sapore unico





PASSION, TRADITION, QUALITY

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

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

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

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





PASSIONE, TRADIZIONE, QUALITÀ

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

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

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

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

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

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



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

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

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

Orazio Pennisi

www.cannolidisicilia.it

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

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

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

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

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

www.cannolidisicilia.it



ENGAGE, EXPERIENCE, EVOLVE

*India - The Land Full of Business Opportunities
for Food & Beverage Industry*

📅 28-30 August 2024 📍 BEC, Mumbai

What to expect in
2024 edition?

25,000+
Trade Visitors

320+
Exhibitors

12,000+ sqm
Exhibition Space

Country Pavilions at Anuga Select India



Indonesia



Iran



Saudi Arabia



South Korea



Thailand



Turkey

Are you in the Food & Beverage Manufacturing business?



Showcase your
innovative products



Meet the key decision
makers from HORECA,
Modern trade & Institutions



Expand territorial
reach



Grow your
business network



Discover new
F&B trends

BOOK YOUR SPACE TODAY



Scan to
Book Your Space



View 2023
Post Show Report



Contact Us:

For Sales Inquiries

Vaishali Thakker
M. +91 99871 23821
E. v.thakker@koelnmesse-india.com

For Marketing & Alliances

Priya Datar
M. +91 98670 04675
E. priya.datar@koelnmesse-india.com

“GLASS, CANS, OR PLASTIC: THE VALUE OF THE CONTAINER IN THE CANNING INDUSTRY”

Canned foods represent a milestone in the history of gastronomy, allowing for the preservation of food over long periods and the enjoyment of flavors from other seasons or regions at any time of the year

With technological advancement and increased environmental awareness, preservation methods have diversified, leading to the use of materials such as glass, cans, and plastic. Each material has specific characteristics that influence the preservation, taste, and environmental impact of food products, such as sauces, tuna, herring, and pickles.



by our editorial team

Canning in Glass

Glass, an inert and fully recyclable material, is widely used for preserving sauces, pickles, and some types of fish.

The transparency of glass allows for direct viewing of the content, contributing to consumer trust. It does not

interact with foods, preserving the flavors intact. However, glass is fragile and heavier compared to other materials, influencing transportation costs and the environmental impact related to CO2 emissions.



All images: pexels.com



Canning in Cans

Cans, typically made of aluminum or coated steel, are light, sturdy, and completely sealable. These characteristics make them ideal for preserving tuna, herring, and other foods under pressure or vacuum. The can protects food from light and oxygen, factors that can accelerate deterioration. Despite the recyclability of aluminum and steel, the can production process is energy-intensive, and aluminum, in particular, has a high environmental impact if not recycled properly.

Canning in Plastic

Plastics offer versatility and lightness, making them popular for a wide range of preserved products, including sauces and pickles. Plastic containers often come with resealable closures, extending

their practical use. However, the permeability of some types of plastic can negatively affect the taste of preserved foods. The environmental impact of plastic is significant, given its limited degradability and challenges related to effective recycling.

Environmental and Health Considerations

The choice of preservation material affects not only the quality and taste of the product but also its environmental impact. Glass and metals are fully recyclable and can boast a more sustainable life cycle compared to plastic.

However, their weight and production process must be considered in the context of conscious consumption.

From a health perspective, it is crucial to consider the interaction between the container and the food. Materials like glass, being inert, offer the highest food safety. In contrast, attention must be paid to the composition of cans and plastics, to avoid contaminating food with potentially harmful substances.

The different preservation methods offer producers and consumers a variety of choices based on preservation needs, personal tastes, and environmental concerns.

A deep understanding of the characteristics of glass, cans, and plastic allows for better navigation in the modern food landscape, making informed choices that respect product quality and a commitment to sustainability.





PIZZA: AN ICONIC ITALIAN CULINARY TRADITION

Pizza is undoubtedly one of the most iconic dishes in Italian cuisine, a true symbol of our culinary tradition. With its ancient heritage and various regional variations, pizza tells the story, differences, and evolutions of Italian culinary culture. There is no other dish that manages to bring together ritual gestures, expressions, manual skills, and techniques encompassing the entire heritage of experience, expertise, and culinary exploration in Italy.

Pizza is also deeply rooted in the social rituals of Italians, from its preparation to sharing and consumption. Coca-Cola, a long-time supporter of the pizza world, recognizes these values and creates an unmatched combination with pizza, experienced as a timeless opportunity for enjoyment. The principles of conviviality and the pleasure of being together are at the heart of this pairing, turning it into a moment of happiness and sharing among friends or family.

With pride, Coca-Cola supports this icon of Italian-ness every day, helping to keep the tradition and passion for pizza alive. Together, Coca-Cola and pizza represent a perfect combination that unites taste, tradition, and sociability, making them undisputed protagonists of our culinary culture.

www.coca-cola.com





**PIZZA:
UN'ICONICA TRADIZIONE CULINARIA ITALIANA**

La pizza è senza dubbio uno dei piatti più iconici della cucina italiana, un vero e proprio simbolo della nostra tradizione gastronomica. Con il suo retaggio antico e le sue varie declinazioni regionali, la pizza racconta la storia, le differenze e le evoluzioni della cultura culinaria italiana. Non c'è un altro piatto che riesce a riunire nei gesti rituali, nelle espressioni, nelle capacità manuali e nelle tecniche tutto il patrimonio di esperienza, competenza e ricerca della nostra cucina.

La pizza è anche un rito sociale profondamente radicato nella vita degli italiani, dalla sua preparazione alla condivisione e alla consuma-

zione. Coca-Cola, da anni al fianco del mondo della pizza, riconosce questi valori e crea con la pizza una combo unica, vissuta come un'occasione di gusto intramontabile. La convivialità e il piacere dello stare insieme sono infatti i principi fondamentali di questo abbinamento, che si trasforma in un momento di felicità e condivisione tra amici o in famiglia.

Coca-Cola sostiene con orgoglio questa icona di italianità, contribuendo a mantenere viva la tradizione e la passione per la pizza. Insieme, Coca-Cola e la pizza rappresentano un connubio perfetto che unisce gusto, tradizione e convivialità, rendendoli protagonisti indiscussi della nostra cultura culinaria.

www.coca-cola.com



FIORDELISI THE SUN DRIED AND SEMI DRIED TOMATO SPECIALIST

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



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

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



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

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

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

www.fiordelisisrl.it





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


SARDANELLI

MAESTRI TONNIERI DAL 1817

TONNIERI MASTERS SINCE 1817 BETWEEN TRADITION, INNOVATION AND COMMITMENT TO QUALITY

In Maierato, Calabria, in the heart of the Mediterranean, the Sardanelli Family has been a reference point in the production and marketing of high-quality tuna in oil for more than two centuries.

The inspiring principle of production is respect for the raw material, selected from the noblest varieties of tuna: albacore, Mediterranean bluefin tuna and yellowfin tuna are processed following strict quality standards that guarantee the safety of the product at every stage of processing. All stages of the production process, from cleaning to canning and potting, sterilization, and packaging, reflect the art and craftsmanship inherited and perfected from generation to generation.

The steaming process, then, is the key that preserves the nutritional properties of the tuna, ensuring a product with a unique taste. The process of filling the jars is entrusted to the manual skill of specialized workers, ensuring attention to detail worthy of an artisan. This process not only celebrates tradition but also enhances its quality.

Commitment and innovation meet in the sustainable practices implemented by the company, with a massive photovoltaic system that covers 4400 square meters and allows a significant reduction in CO2 emissions, testifying to the company's concern for the environment.

This vision is also extended to packaging: recyclable aluminum cans and reusable glass jars symbolize a commitment to a greener future.

BRC, IFS, FOS, MSC, CERSA PROD No. 101 certifications, as well as the Dolphin Safe seal are tangible proof of Sardanelli's excellence and responsibility, recognized and celebrated by consumers not only for its superior quality tuna, but also for the extension of its line to ready-made sauces and typical Calabrian products, all available at shop.sardanelli.it





MAESTRI TONNIERI DAL 1817 TRA TRADIZIONE, INNOVAZIONE E IMPEGNO PER LA QUALITÀ

A Maierato, in Calabria, nel cuore del Mediterraneo, da oltre due secoli la Famiglia Sardanelli rappresenta un punto di riferimento nella produzione e commercializzazione del tonno sott'olio di alta qualità.

Il principio ispiratore della produzione è il rispetto per la materia prima, selezionata tra le più nobili varietà di tonno: l'atalunga, il tonno rosso del Mediterraneo e il tonno pinna gialla vengono lavorati seguendo standard qualitativi severi che garantiscono la sicurezza del prodotto in ogni fase di lavorazione. Tutte le fasi del processo produttivo, dalla pulitura all'inscatolamento e all'invasettamento, alla sterilizzazione, fino al confezionamento, riflettono l'arte e il saper fare artigianale ereditati e perfezionati di generazione in generazione.



La cottura a vapore, poi, è la chiave che preserva le proprietà nutrizionali del tonno, garantendo un prodotto dal gusto unico. La fase di riempimento dei vasetti è affidata all'abilità manuale di operatrici specializzate, garantendo un'attenzione al dettaglio degna di un artigiano. Questo processo non solo celebra la tradizione ma ne esalta la qualità. Impegno e innovazione si incontrano nelle pratiche sostenibili attuate dall'azienda, con un imponente impianto fotovoltaico che coprendo 4400 mq permette un significativo abbattimento delle emissioni di CO2, testimoniando l'attenzione verso l'ambiente.

Questa visione si estende al packaging: lattine di alluminio riciclabili e vasetti di vetro riutilizzabili sono il simbolo di un impegno verso un futuro più verde.

Le certificazioni BRC, IFS, FOS, MSC, CERSA PROD n. 101, oltre al sigillo Dolphin Safe sono la prova tangibile dell'eccellenza e della responsabilità di Sardanelli, riconosciuta e celebrata dai consumatori non solo per il tonno di qualità superiore, ma anche per l'estensione della sua gamma a sughi pronti e prodotti tipici calabresi, tutti disponibili su shop.sardanelli.it



IP INGREDIENTS

A GENUINE PLEDGE TO YOU AND THE PLANET: OUR VISION

IP Ingredients has a clear mission: to bring innovation, quality, and sustainability directly to our customers. We strongly believe in the importance of a short supply chain to ensure the highest quality products. This is reflected in our raw materials, carefully selected and certified worldwide.

Our digital platform is designed with our customers in mind to stay close to their needs. We facilitate purchasing and ensure precise timing to meet R&D and marketing requirements because we understand the importance of an efficient and customized purchasing process.

Our management team comprises highly skilled industry professionals with globally acknowledged expertise. We are dedicated to listening attentively to grasp individual requirements and providing an extensive array of products, specializing in food additives and natural ingredients.

Our youthful and dynamic framework enables us to remain agile and continuously innovative in the market. We provide swift and tailored solutions that are consistently updated and aligned with market demands.

Research forms the cornerstone of our endeavors to remain at the forefront of the





UN IMPEGNO SINCERO PER TE E IL PIANETA: LA NOSTRA VISIONE

Noi di IP Ingredients abbiamo una missione chiara: portare innovazione, qualità e sostenibilità direttamente a casa dei nostri clienti.

Abbiamo una forte convinzione che risiede nell'importanza di una filiera corta per garantire prodotti di altissima qualità, e questo si riflette nelle nostre materie prime, accuratamente selezionate e certificate da diverse parti del mondo.

La nostra piattaforma digitale è stata creata pensando alla nostra clientela, per essere sempre vicina ai suoi bisogni. Facilitiamo gli acquisti e garantiamo tempi precisi per soddisfare le richieste delle R&D e del Marketing, perché sappiamo quanto sia importante per un processo di acquisto efficiente e su misura.

La nostra squadra di management è composta da professionisti altamente qualificati nel settore, con un know-how riconosciuto a livello internazionale. Siamo sempre pronti all'ascolto per comprendere i bisogni specifici e offrire una vasta gamma di prodotti specializzati in additivi alimentari e ingredienti naturali.

La nostra struttura giovane e dinamica ci permette di muoverci agilmente e di innovare costantemente sul mercato,



industry, providing you with the most suitable products and the latest innovations.

That's not all. We also provide value-added services, such as digital quality control and analysis conducted in our accredited laboratories. Our commitment to sustainability entails selecting raw materials with minimal environmental impact and minimizing CO2 emissions, as we deeply care about the future of our planet.

Our mission is to steer you towards innovative and dependable choices, blending global expertise with local sensitivity. We aspire to forge a brighter future with ingredients and solutions that positively impact you and the world.

ipingredients.com





offrendo soluzioni rapide e mirate, sempre all'avanguardia e in linea con le esigenze del mercato. La ricerca è al centro del nostro impegno, perché desideriamo essere costantemente in prima linea, offrendoti non solo i prodotti più idonei, ma anche le ultime novità del settore.

Ma non ci fermiamo qui: offriamo anche una serie di servizi vantaggiosi, come il controllo di qualità digitale e analisi nei nostri laboratori accreditati. La nostra attenzione alla sostenibilità si traduce in una scelta di materie prime a basso impatto ambientale e nella riduzione delle emissioni di CO2, perché ci preoccupiamo del futuro del nostro pianeta.

La nostra missione è accompagnarti con competenza globale e sensibilità locale, verso scelte innovative e affidabili. Vogliamo costruire insieme un futuro migliore, con ingredienti e soluzioni che fanno la differenza per te e per il mondo che ci circonda.

ipingredients.com



L'ingrediente segreto è pensarci prima



IP INGREDIENTS



LIEVITOMADRE: CERTIFIED BY ECCELLENZE ITALIANE

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Giovanni Demasi
Manager



**LIEVITOMADRE:
CERTIFICATO DA ECCELLENZE ITALIANE**

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Pizza

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

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

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

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

italianbakeryschool.com

Pizza

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

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

Creiamo straordinarie pizze rotonde da asporto e gustose e digeribili.

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

italianbakeryschool.com



**the best
for your
guests**

the new website is out now. wwwow!

More information, more tips and lots of solutions, so that you can offer your guests the best in gluten-free dining.

Take a look!



1963 - 2023: 60 YEARS OF DEDICATION AND PASSION FOR EXCELLENCE

F.LLI POZZA, a stalwart in the beverage distribution sector, has been catering to the needs of large Horeca establishments with its door-to-door service.

Since its inception, the company has been synonymous with dedication and passion, adeptly adapting to market dynamics and societal shifts in consumption patterns. With a steadfast vision for the future, it has consistently evolved and embraced innovation.

“Life is like riding a bicycle: to keep your balance, you must keep moving.” - Albert Einstein

1963: founded by Giovanni Pozza, F.LLI POZZA started as a humble venture focusing on home delivery in neighboring municipalities, primarily dealing in water and wine.

1990: the company expanded its horizons by venturing into wholesaling, swiftly earning the trust of other distributors. The same year witnessed the induction of Giovanni's sons, Christian and Andrea, into the business.

2000: responding to escalating demand, F.LLI POZZA fully embraced wholesale distribution.

2008: relocating to its current sprawling premises spanning over 10,000 square meters marked a pivotal moment for the company, enabling it to broaden its product portfolio and geographical reach.

2023: with a firmly established presence, F.LLI POZZA has extended its sales network and now caters to clientele across northern Italy.

Today: the company prides itself on offering customers a diverse array of products at competitive market rates, coupled with unparalleled order processing and delivery services - the hallmark of our commitment.

Our ability to cater to varied customer demands, distributing both exclusive and partner-produced products, sets us apart.

Every aspect, from product preparation to delivery, is meticulously overseen through a comprehensive sales network present at every stage of the process.

Key Figures:

Over 2,000,000 units moved annually.

www.pozzaingrosso.it





1963 - 2023: 60 ANNI DI DEDIZIONE E PASSIONE PER IL PROPRIO LAVORO

Azienda di distribuzione nel mondo del beverage, che fornisce dai distributori porta a porta alle grandi realtà dell' Horeca.

Fin dagli inizi, l'azienda si è saputa distinguere per impegno e passione, ha saputo cogliere tutti i cambiamenti che il mercato e la società hanno portato nei consumi, e con una forte visione al futuro, ha saputo sempre crescere ed innovarsi.

"La vita è come andare in bicicletta: se vuoi stare in equilibrio devi muoverti."

Albert Einstein

1963: la ditta F.LLI POZZA è una piccola realtà nata dalla volontà di Giovanni Pozza, si occupa di servizio a domicilio nei comuni limitrofi e distribuisce principalmente acqua e vino.

1990: l'azienda comincia a rivendere anche ad altri distributori, che trovano fin da subito un partner affidabile dove potersi rivolgere. nello stesso anno entrano in azienda i figli Christian ed Andrea.

2000: il sempre maggior numero di distributori che si rivolgono alla F.lli Pozza per essere serviti, fanno sì che l'azienda si dedichi appieno alla distribuzione all'ingrosso.

2008: l'azienda si trasferisce nella nuova ed attuale sede, un'area di oltre 10.000 mq. che permette così di poter ampliare le referenze ed allargare le zone di distribuzione.

2023: la F.LLI POZZA realtà ormai consolidata sul territorio, allarga la propria rete vendite e ad oggi distribuisce in tutto il nord Italia.

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

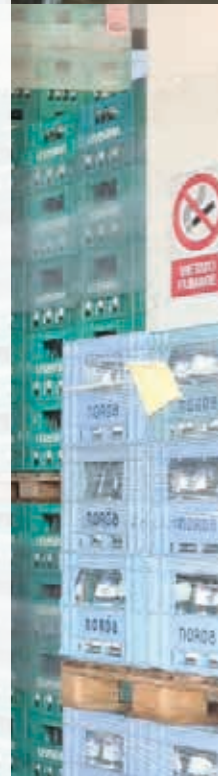
Siamo in grado di soddisfare le più svariate richieste dei nostri clienti, distribuendo prodotti in esclusiva ed altri in partnership con il produttore.

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

Alcuni nostri numeri:

Più di 2.000.000 di colli movimentati in un anno

www.pozzaingrosso.it





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

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

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

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





**LA FRAGOLA MATERA® DI NICOFRUIT:
ECCELLENZA ITALIANA A ZERO COM-
PROMESSI**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

www.frutthera.com





colare che garantisce il rispetto della sostenibilità lungo tutta la filiera.

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

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

ciclo produttivo sulle emissioni atmosferiche, come 'Ezy Split', che abbraccia le Fragole Matera® in una confezione in plastica R-Pet 100% riciclata e facilmente riciclabile, e 'Nicofriendly', cestino completamente compostabile. La raccolta avviene manualmente e la lavorazione avviene in un impianto all'avanguardia, che permette di mantenere intatte le proprietà organolettiche del prodotto: gusto dolce e intenso, polpa soda e succosa e colore rosso brillante. Il prodotto viene infine commercializzato attraverso una rete capillare, che consente di portare Fragola Matera® in tutta Italia, dove sta ottenendo numerosi riconoscimenti, riscuotendo ampio consenso tra i consumatori.

www.frutthera.com



VEGAN AND ORGANIC, THE SECRET INGREDIENT IS NATURE

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

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

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





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

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

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

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

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

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

sausage

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

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

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

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

Kinvit® is easily machined.

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





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

I FORMATI

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

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

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

Per maggiori informazioni visitare il sito www.kinvit.it



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

THE FORMATS

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

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

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

For more information visit www.kinvit.it



PORCELLANE DI SARONNO

THE SHAPE OF ELEGANCE: PORCELAIN TABLEWARE FOR EVERY STYLE

When aesthetics is intertwined with gourmet gastronomy and chefs strive for excellence, the answer to the needs of the modern kitchen is porcelain tableware capable of surprising, accompanying culinary masterpieces of every style.

Porcelain is a muse, with a myriad of shapes that inspire and delight: from the grace of round bases to the avant-garde style of unconventional design, each form of tableware has its own distinct appeal, enriching the presentation with depth and sophistication. It is even better if the porcelain used is a material crafted by skilled hands that know how to get the best out of a premium feldspar, quartz, and kaolin mixture, molded into inspirations that endure daily professional use, can be used in the oven and microwave, and also is easily cleaned thanks to a non-porous surface.

MPS Porcellane presents more than 1,000 product shapes. Millennium's round and oval dishes are an exceptional balance of tradition and vanguard, cradling classic yet modern creations.

LA FORMA DELL'ELEGANZA: LE STOVIGLIE IN PORCELLANA PER OGNI STILE

Quando l'estetica si intreccia alla gastronomia gourmet e gli chef puntano all'eccellenza, la risposta alle esigenze della cucina moderna sono stoviglie in porcellana capaci di sorprendere, accompagnando capolavori culinari di ogni stile.

La porcellana è una musa, con una miriade di forme che ispirano e deliziano: dalla grazia di basi rotonde allo stile avanguardistico del design non convenzionale, ogni forma di stoviglia ha un suo fascino distinto, che arricchisce la presentazione con profondità e raffinatezza. Meglio ancora se la porcellana utilizzata è un materiale lavorato da mani sapienti, che sanno trarre il meglio da un impasto di feldspato, quarzo e caolino di prima qualità, plasmato in ispirazioni che sopportano l'utilizzo professionale quotidiano, possono essere utilizzate in forno e nel microonde e si puliscono facilmente anche grazie a una superficie non porosa.

MPS Porcellane presenta oltre 1000 forme di prodotti. I piatti tondi e ovali di Millennium sono un bilanciamento eccezionale di tradizione e avanguardia, che culla creazioni classiche ma anche moderne. Porcellana ardesia è uno spettacolo di consistenze diverse su articoli con una superficie naturale nell'incontro di creatività e funzionalità con linee pulite e quadrate che esaltano l'eleganza di piatti gourmet. E poi si sfidano le convenzioni con Creative flow, che inaugura una nuova era di espressione culinaria, in pezzi che sembrano sculture, pronte a custodire gioielli raffinati. O Conchiglia, con un'ispirazione naturale dedicata alla forza del mare, dove le basi per l'estro dello chef sono forme astratte simboliche.

La versatilità eccezionale di un materiale millenario viene ridefinita dalla ricerca costante dell'eccellenza, quella che perseguiamo insieme ai nostri clienti dal 1987. Siamo al fianco dei professionisti del settore Ho.Re.Ca. per creare una nuova forma di perfezione, quella dell'eleganza di un'estetica essenziale.

www.mpsporcellane.com





Porcellana ardesia is a spectacle of different textures on items with a natural surface in the meeting of creativity and functionality with clean, square lines that enhance the elegance of gourmet dishes. And then conventions are challenged with Creative flow, unveiling a new era of culinary expression in pieces that look like sculptures, ready to treasure refined jewels. Or Conchiglia, with a natural inspiration dedicated to the power of the sea, where the basis for the chef's flair are symbolic abstract shapes.

The exceptional versatility of an age-old material is redefined by the constant quest for excellence, the one we have been pursuing with our customers since 1987. We stand alongside Ho.Re.Ca. professionals to create a new form of perfection, that of the elegance of an essential aesthetic.

www.mpsporcellane.com





*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 company's undisputed strengths is quality. It is BRC, IFS, BIO, and Kosher certified and continuously invests resources in the innovation and improvement of its production systems.

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

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

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

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





UNA VITA PER IL CIBO

Nata dalla passione del nonno degli attuali proprietari nel lontano primo dopoguerra, la Masiello Food oggi è sicuramente una delle realtà più importanti nel comparto agroalimentare pugliese. Attualmente l'azienda è condotta con professionalità dai tre nipoti, Alessandro, Francesco e Valerio figli di Romano, che ne hanno ereditato passione e impegno rafforzando principalmente la presenza sui mercati internazionali arrivando ad esportare il brand in 55 nazioni nel mondo.

L'azienda ha sede nel cuore del tavoliere delle Puglie, in una delle zone a più alta vocazione agroalimentare. La struttura produttiva si sviluppa su tredicimila mq con tre linee di produzione che garantiscono un'elevata capacità produttiva. Punto di forza indiscusso è la Qualità. L'azienda è certificata BRC, IFS, BIO e Kosher e investe continuamente risorse per innovare e migliorare i sistemi di produzione.

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

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

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

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

SUN-DRIED TOMATOES

OUR RED GOLD WITH A SUPER DELICIOUS RECIPE

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

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

Also available in fillets!

www.masiellofood.com



POMODORI SECCHI

IL NOSTRO ORO ROSSO CON UNA RICETTA SUPER DELIZIOSA

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

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

www.masiellofood.com

Masiello

a life for food

bio



BIO LINE

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

Currently, the bio range consists of 6 products:

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

New Bio delicacies coming soon!

We support Nature, we support BIO.

www.masiellofood.com

LINEA BIO

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

Attualmente la gamma BIO è composta da 6 prodotti:

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

Nuove bontà Bio arriveranno presto!

Sosteniamo la Natura, sosteniamo il BIO.

www.masiellofood.com



AUTOTRASPORTI CAPOZI IS A HISTORIC COMPANY BASED IN MILAN SPECIALIZED IN THE ROAD TRANSPORT SECTOR

However, it is only historically founded because, in order to keep up with the times and with the needs that have arisen over the years, it has focused its attention on growth and its evolution, placing itself today as a high-performance company that is attentive to the dynamics of a constantly moving market.

Founded in Milan in 1957 by father Armando, it sees the second generation active that over the years has surrounded itself with a young, dynamic and professionally prepared work group, dedicated to the daily management of a reality that has grown considerably. The experience and professionalism developed in the field have led to a reliable organization that looks to the future with optimism also in terms of sustainability.

Heavy transport with state-of-the-art vehicles, an increasingly green fleet and a capillarity that today sees us active in a large part of the Italian territory and even beyond the border, make Autotrasporti Capozzi Srl a leading reference company for the freight transport sector, with skills and services

AUTOTRASPORTI CAPOZI È STORICA REALTÀ DI MILANO SPECIALIZZATA NEL SETTORE DELL'AUTOTRASPORTO

Di storico, tuttavia, ha solo il suo anno di fondazione perché, al passo con i tempi e con le esigenze che negli anni si sono presentate, ha focalizzato l'attenzione alla crescita ed alla sua evoluzione ponendosi oggi come un'azienda performante e attenta alle dinamiche di un mercato in continuo movimento.

Nata a Milano nel 1957 da papà Armando, vede attiva la seconda generazione che negli anni si è circondata da un gruppo di lavoro giovane, dinamico e professionalmente preparato, dedicato alla quotidiana gestione di una realtà che è cresciuta in maniera considerevole. L'esperienza e la professionalità sviluppate sul campo hanno portato ad una organizzazione affidabile che guarda al futuro con ottimismo anche in termini di sostenibilità.

Trasporto pesante con mezzi di ultima generazione, un parco sempre più green e una capillarità che oggi ci vede attivi in buona parte dello stivale





dedicated in particular to the large-scale retail sector.

AUTOTRASPORTI CAPOZI is able, in fact, to offer a tailor-made service that is at the service of customers as a partner with whom to build a project and to whom to entrust the management of their transport and logistics.

A state-of-the-art fleet of vehicles and a control room capable of monitoring all phases of the service in real time with the latest technologies in the field of transport and logistics are available.

Leading companies in the large-scale retail trade and the food sector now entrust us with their goods every day and to this trust, we return attention and a service that looks at the specific needs of the individual customer because we strongly believe that customer satisfaction is the first real consideration for our services and for our own gratification.



capozi.it



e anche oltre confine, fanno di Autotrasporti Capozzi Srl una primaria azienda di riferimento per il settore del trasporto di merci, con skills e servizi dedicati in particolare modo al settore della GDO.

AUTOTRASPORTI CAPOZI è in grado, infatti, di offrire un servizio su misura che si pone al servizio dei clienti come partner con cui costruire un progetto ed a cui affidare la gestione dei propri trasporti e della propria logistica.

A disposizione un parco mezzi di ultima generazione e una control room in grado di monitorare in tempo reale tutte le fasi del servizio con le più recenti tecnologie nel campo dei trasporti e della logistica. Primarie aziende della GDO e del settore alimentare ci affidano ormai ogni giorno le proprie merci e a tale fiducia, restituiamo l'attenzione e un servizio che guarda alle esigenze specifiche del singolo cliente perché crediamo fortemente che la soddisfazione del cliente sia il primo vero corrispettivo per i nostri servizi e per la nostra stessa gratificazione.

capozi.it

CAPOZI
AUTOTRASPORTI

Trasportiamo
sostenibilità

AUTOTRASPORTI CAPOZI SRL

Tel. +39 02 5696294

Email: info@capozi.it

www.capozi.it



BREWRISE[®]
matter of style

WESTON CIDER EST. 1880 140 YEARS MAKING CIDER

Westons Cider are an incredible, family-owned cidemaker in Much Marcle, Herefordshire, working with nature to produce some amazing ciders such as Henry Westons and Stowford Press.

Their founder, Henry Weston, established the drinks business in 1880 on his livestock farm after seeing an opportunity to make cider from the surrounding apple orchards. Nurturing the land to ensure a healthy harvest was as important back then as it is today. Without insects to pollinate the apple blossom there is no fruit and no harvest, so working carefully with the natural biodiversity has always been fundamental to the Westons team.

Back in the 1980's Westons Cider developed a way to process the wastewater created from the cider making process. It began as a few small ponds naturally filtrating water and developed into a water treatment system including nine reed ponds, a wetland, that cleans the water so it can go back into the local brook. It also provides a haven for wildlife; Westons work with the Herefordshire Wildlife Trust and the British Ornithology Trust to ensure the fauna and flora are cared for. Migratory and rare birds flock here alongside mammals such as water voles and insects like Damselflies. These green spaces are just as important to the local wildlife for habitats as they are to cider making.

WESTON CIDER EST. 1880 140 ANNI DI SIDRO

Nel 1880 Henry Weston iniziò a produrre sidro dalle mele agrodolci che coltivava nella sua fattoria nel villaggio di Much Marcle, nell'Herefordshire in Inghilterra.

Nel corso degli anni affinò l'arte nella produzione di sidro tanto che oggi, Henry Westons Vintage Cider è il sidro di mele in bottiglia più conosciuto in tutto il Regno Unito; la peculiarità di questo sidro sta nel fatto che prodotto solo con mele coltivate in loco nelle tre contee dell'Herefordshire.

Oltre all'amore e alla cura della terra, questa azienda di famiglia pone particolare attenzione alla biodiversità naturale in tutto il processo produttivo per garantire un raccolto sano. Il sidro viene fatto maturare e affinare lentamente in tini di rovere così da ottenere quel caratteristico tratto distintivo, morbido e rotondo, davvero eccezionale.

Ogni parte del processo è importante. Il tipo di frutta, il modo in cui viene coltivata, quando viene raccolta, quanto a lungo viene conservato il succo, senza fretta, nel modo giusto, per offrire sempre un gusto perfetto. Ogni autunno servono oltre 35.000 tonnellate di frutta da spremere per produrre i sidri; quindi, la manutenzione dei meleti è un lavoro che dura tutto l'anno e che richiede cura e abilità. Prima di iniziare il raccolto in autunno, ci si occupa della cura degli alberi, della potatura, del monitoraggio delle api e dell'impollinazione dei fiori.

È importante la scelta delle mele giuste. Per questo motivo, tutta la frutta viene acquistata localmente in un raggio di 50 miglia dalla sidreria. L'utilizzo delle tradizionali mele bittersharp e bittersweet conferisce un gusto autentico e rinfrescante ai sidri Westons. L'utilizzo di mele che provengono da un raggio di 50 miglia dalla sidreria è fundamenta-





Creating blends where the apples are sourced from within a 50-mile region of the cider mill is key to ensuring the rural economy remains supported for the future. It's something Westons have always done in their 143-year history. Growers and most of the staff live locally and help to grow the business whilst the producer maintains traditional orchard spaces.

Little owls, barn owls and field fares are just a few of the many bird species that can be spotted amongst the apple trees. The farm team plant wild flower margins around the orchard edges to provide nectar for pollinators and seed for birdlife, to support a diverse home for wildlife, all year round.

Remaining true to tradition, such as spending time maturing in aged oak vats, is a testament to the care that goes into producing the very best ciders. It takes more time and is not the easiest way, but the right way to give the best depth of flavour. The delicious Henry Westons Vintage ciders are made each year using apples from a single year's harvest.

www.brewrise.com





le per garantire il sostegno dell'economia rurale locale. È qualcosa che Westons ha sempre fatto nei suoi 143 anni di storia.

Fin dagli anni '80 Westons si è impegnato per sviluppare una coltivazione sostenibile avvalendosi di un trattamento delle acque reflue derivanti dal processo di produzione del sidro. In aggiunta Westons collabora con alcune organizzazioni e istituti britannici come l'Herefordshire Wildlife Trust e il British Ornithology Trust per sostenere la fauna selvatica e la flora locale.

Gli spazi verdi creati intorno alla fattoria, infatti, sono diventati l'habitat di molte specie di uccelli migratori, di roditori e insetti rari, che hanno trovato un ambiente naturale ideale per vivere e riprodursi. Per conservare e supportare tale biodiversità ai margini dei frutteti, sono state seminate varie specie di fiori selvatici, così da fornire nettare agli impollinatori e semi all'avifauna tutto l'anno.

www.brewrise.com



“GREEN GOLD CRISIS: THE SURGE IN OLIVE OIL PRICES AMID CLIMATE CHANGE AND MARKET CHALLENGES”

Olive oil, the quintessential Mediterranean table condiment, is undergoing a deep crisis with a price spike in recent months reaching record figures.

The jump of over 40% in the cost of extra virgin olive oil cannot be explained solely by inflation, but paints a picture of greater complexity that involves both European and non-European countries. Consumers, accustomed to scouting for discounts in supermarkets, struggle to find bottles of extra virgin olive oil for less than 9-10 euros, a figure that far exceeds the prices practiced until recently, when it was still possible to encounter promotions of oil at 2.99 euros per liter, albeit of lower quality.

This reality marks the end of an era where low-quality oil could be offered at bargain prices. Now, many consumers are turning to less refined oils or opting for cheaper alternatives such as seed oils. In Italy, the trend is reflected in a decline in olive oil consumption,



by our editorial team



latest news



a phenomenon that risks worsening given the current situation. The crisis is driven by a series of factors among which climate change stands out, particularly affecting Mediterranean countries, where 90% of the world's oil is produced. The olive tree, a symbol of this region, suffers terribly due to high temperatures and prolonged drought, putting its historic resilience to the test.

2022 ended with a global olive oil production drastically reduced by 25% compared to previous years, with Spain, which produces nearly half of the world's

oil, recording a production decrease of 56%. Italy, Greece, Portugal, Tunisia, and Morocco have seen similar declines. The situation is different for Turkey, which, emerging as a new oil power, has seen an increase in production. But the crisis is not just numerical. The geography of olive oil is being redrawn, with producing countries reviewing their internal balances and market dynamics.

Moreover, the introduction of intensive practices in countries like Spain has led to an increase in water demands for olive trees, with negative impacts during drought periods. In Italy, especially in regions like Apulia, Calabria, and Sicily, drought has severely influenced the growth and maturation phases of olives, directly impacting the quantity and quality of the harvest.

The crisis is not limited to the field: rising energy costs have increased milling expenses by 20% and affected transport and packaging costs, with the cost of glass bottles doubling and a controversial transition to the use of cheaper but more problematic PET in terms of health and environmental impact.

With European stocks halved compared to previous years and reserves amounting to only 300,000 tons as of September 30th, the outlook for the olive oil industry is complex and high prices seem set to remain until an unforeseeable reversal of trends. The current situation raises not only economic but also environmental, social, and public health issues, placing the olive-oil sector in front of a future full of uncertainties and challenges.





OUR HISTORY TASTES GOOD LIKE OUR BREAD

PANBURGER®

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

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

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

The PANBURGER® line includes:

PANBURGER® Soft Wheat

(4 round buns x 50 grams each pack)

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

LA NOSTRA STORIA SA DI BUONO COME IL NOSTRO PANE

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

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

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

La linea Panburger® comprende:

Panburger® Grano tenero

(confezione da 4 panini tondi x 50 grammi cadauno)

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



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

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

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

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

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

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

www.panem.it

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

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

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

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

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

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

www.panem.it





SAUDI FOOD MANUFACTURING

30 APR - 2 MAY 2024
RIYADH FRONT, SAUDI ARABIA

THE BIGGEST FOOD & BEVERAGE MANUFACTURING EVENT IN **SAUDI ARABIA**

The opportunities are incredible,
the time is now.

REGISTER TO VISIT

IN AFFILIATION WITH

Gulfood



GULFOOD
MANUFACTURING

The
Saudifood
Show

#SAUDI FOOD MANUFACTURING 2024 | [SAUDI FOOD MANUFACTURING.COM](https://www.saudifoodmanufacturing.com)



SLOW WINE FAIR, THE INTERNATIONAL FAIR OF GOOD, CLEAN AND FAIR WINE

23-25 February 2025,
at BolognaFiere, the 4th edition
of Slow Wine Fair

Slow Wine Fair, the only international exhibition dedicated to good, clean and fair wine, resulting from **sustainable agriculture**, returns for its fourth edition at **BolognaFiere** from **Sunday 23 to Tuesday 25 February 2025**.

Organised by **BolognaFiere** and **SANA**, the International Exhibition of Organic and Natural Products, under the artistic direction of **Slow Food**, the Slow Wine Fair is further enriched by its concomitance with **SANA Food**, the new format on the world of healthy and organic food.

Slow Wine Fair 2024 closed in February with a very positive balance: **12,000 entries** (+25% compared to 2023), 70% of which from the trade. The **1,000** exhibiting **wineries** (+40%), **more than half of which were certified organic**, biodynamic or in conversion, proposed **over 5,000 qualified labels**, chosen on the basis of the requirements set out in the Slow Food Manifesto of good, clean and fair wine, the Slow Wine guide and the assessments of a commission of experts. There was a wide range of origins: **all Italian regions and 27 countries** of the world were present, with **more than 170 foreign producers** and the **new entries** from Australia, Japan, Mexico, South Africa and Sweden.





**SLOW WINE FAIR,
LA FIERA INTERNAZIONALE DEL VINO
BUONO, PULITO E GIUSTO**

**Dal 23 al 25 febbraio 2025,
a BolognaFiere, la 4ª edizione
di Slow Wine Fair**

Slow Wine Fair, l'unica fiera internazionale dedicata al vino buono, pulito e giusto, frutto di un'agricoltura sostenibile, torna per la quarta edizione a BolognaFiere da domenica 23 a martedì 25 febbraio 2025.

Organizzata da BolognaFiere e SANA, Salone internazionale del biologico e del naturale, con la direzione artistica di Slow Food, la Slow Wine Fair si arricchisce ulteriormente grazie alla concomitanza con SANA Food, il nuovo format sul mondo dell'alimentazione sana e bio.

Slow Wine Fair 2024 si è chiusa in febbraio con un bilancio molto positivo: **12.000 ingressi** (+25% rispetto al 2023), il 70% dei quali di operatori del settore. Le **1.000 cantine** espositrici (+40%), per **oltre la metà certificate biologiche**, biodinamiche o in conversione, hanno proposto **più di 5.000 etichette qualificate**, scelte in base ai requisiti fissati nel Manifesto Slow Food del vino buono, pulito e giusto, alla guida Slow Wine e alle valutazioni di una commissione di esperti. Assai ampio il ventaglio delle provenienze: presenti **tutte le regioni italiane e 27 Paesi** del mondo, con **oltre 170 produttori esteri** e le **new entry** di Australia, Giappone, Messico, Sudafrica e Svezia.



At Slow Wine Fair, **thousands of professional appointments** were set up between wineries, operators and **200 selected international buyers**, thus creating the conditions for exhibitors to access new markets. A result achieved with the support of **ITA - Italian Trade Agency**, the **Ministry of Foreign Affairs** and International Cooperation and the **B2Match** platform.

Conferences and **masterclasses** were sold out, and also highly appreciated were the **Fiera dell'Amaro d'Italia** by Amaroteca and ANADI - Associazione Nazionale Amaro d'Italia, where 23 producers of excellence told the history and production methods of their bitters, the new **Slow Bar**, with meetings and tastings on **spirits**, and the **sustainability partners** area, which highlighted innovative technologies, plants, equipment and services related to the wine supply chain.

slowinefair.slowfood.it/en/





A Slow Wine Fair sono stati fissati **migliaia di appuntamenti professionali** tra cantine, operatori e **200 buyer internazionali selezionati**, creando così le premesse per l'accesso degli espositori a nuovi mercati. Un risultato raggiunto con il supporto di **ICE** - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, del **Ministero degli affari esteri** e della cooperazione internazionale, e della piattaforma **B2Match**.

Sold out **conferenze** e **masterclass**, e molto apprezzati anche la **Fiera dell'Amaro d'Italia** di AmaroTecca e ANADI - Associazione Nazionale Amaro d'Italia, dove 23 produttori d'eccellenza hanno raccontato storia e metodi produttivi dei propri amari, l'inedito **Slow Bar**, con incontri e degustazioni legati agli **spirits**, e l'area dei **partner della sostenibilità**, che ha messo in luce tecnologie, impianti, attrezzature e servizi innovativi connessi alla filiera del vino.

slowinefair.it



PASTIFICIO MARCELLO: THE ARTISAN PASTA FACTORY OF MILAN SINCE 1939

An Italian excellence in Artisan Fresh Stuffed Pasta recognized by many customers in Italy and abroad who appreciate its craftsmanship, uniqueness, and the variety of possible customizations, on a product exclusively made by hand. Since 1939, Pastificio Marcello boasts a history full of passion and dedication to the art of fresh pasta. A tradition that is handed down from generation to generation, jealously guarding the ancient recipes and the love for authentic flavors.

Every day, the skilled hands of the pasta makers at Pastificio Marcello create a symphony of flavors and colors. Ravioli, tortelloni, fagottini, mezzelune, trecce, ciambelle, and many other fresh pasta shapes come to life, personalized both in the dough and in color, with a wide choice of variations.

The pasta is hand-rolled daily and laid out on wooden boards. Only eggs and flour, without water, are used to maintain both the consistency and roughness of homemade pasta and a unique elasticity that gives it resistance to cooking and an unparalleled flavor.

The processing is meticulous: from the choice of always very select ingredients, to the rolling out, which preserves the typical shine of hand-rolled egg pasta. With this pasta, small and large jewels in all possible shapes and sizes are packaged, one by one. A tailor-made job that meets every customer's request. The fillings are a true work of art: a complete range of over 50 variations, from the classic ricotta and spinach to gourmet, from regional ones like



**IL PASTIFICIO MARCELLO:
IL PASTIFICIO ARTIGIANALE
DI MILANO DAL 1939**

Un'eccellenza Italiana nella Pasta Fresca Artigianale Ripiena riconosciuto da tantissimi clienti in Italia e all'estero che ne apprezzano l'artigianalità, l'unicità e la varietà di possibili personalizzazioni, su un prodotto esclusivamente fatto a mano.

Dal 1939, il Pastificio Marcello vanta una storia ricca di passione e dedizione all'arte della pasta fresca. Una tradizione che si tramanda di generazione in generazione, custodendo gelosamente le antiche ricette e l'amore per i sapori autentici.

Ogni giorno, le sapienti mani dei pastaioli del Pastificio Marcello, danno vita a una sinfonia di sapori e colori. Ravioli, tortelloni, fagottini, mezzelune, trecce, ciambelle e tanti altri formati di pasta fresca prendono vita, personalizzati sia nell'impasto che nel colore, con una vastissima scelta di variabili. La pasta viene tirata a mano ogni giorno e stesa su tavoloni di legno. Solo uova e farina, senza acqua, per mantenere, sia quella consistenza e ruvidità della pasta fatta in casa, che un'elasticità unica, che le conferisce resistenza alla cottura e un sapore ineguagliabile.

La lavorazione è minuziosa: dalla scelta di ingredienti sempre selezionatissimi, alla stesura, che conserva la lucentezza tipica della pasta all'uovo tirata a mano.

Con questa pasta vengono confezionati, uno ad uno, piccoli e grandi gioielli in tutte le forme e misure possibili. Un lavoro sartoriale che soddisfa ogni richiesta del cliente.

I ripieni sono una vera e propria opera d'arte: una gamma completa di oltre 50 varianti, dai classici ricotta e spinaci ai gourmet, dai regionali, come i Valtellinesi o alla Carbonara, agli inimitabili Brasello e Duomo, al Fagottino 1939 con ricotta di altissima qualità.



Valtellinesi or Carbonara, to the incomparable Brasello and Duomo, to the Fagottino 1939 with high-quality ricotta. A wide choice for all tastes and palates! Each filling is made with seasonal and local ingredients, prepared in a large kitchen every day, with customized variations.

Customers can request modifications on certain quantities, such as adding or replacing ingredients. The factory's chefs prepare the recipes and stuff the ravioli by hand and on the same day. No breadcrumbs, flavor enhancers, or preservatives are added; just a lot of passion and an authentic taste, identical to that of homemade ravioli! Each filling is designed for grocery stores, bakeries, delicatessens, demanding catering, and to satisfy the most refined palates.

Everything is worked with attention to quality, hygiene, and respect for raw materials, from processing to delivery in Milan and its hinterland in one day, thanks to a very punctual corporate fleet that respects the cold chain and allows tasting a product that is really just a few hours old, with a unique freshness!

Pastificio Marcello also boasts a network of retailers, both in Lombardy and outside the region, that promote its goodness. Furthermore, many foreign customers order the artisan fresh pasta of the factory daily. In addition to stuffed fresh pasta, Pastificio Marcello also produces all the most common formats of fresh rolled or egg pasta. Pastificio Marcello is an Italian excellence in the production of artisan fresh pasta.

A place where tradition meets innovation, passion translates into taste, and quality becomes an unforgettable experience.

pastificiomarcello.it

MARCELLO[®]
Il Pastificio Artigianale di Milano
1939

senza parole

Asparagi con Mozzarella di Latte di Bufala

pastificiomarcello.it



Una vasta scelta per tutti i gusti e per tutti i palati!

Ogni ripieno è realizzato con ingredienti stagionali e del territorio, preparati in una grande cucina, ogni giorno, con varianti personalizzate.

I clienti possono richiedere modifiche su determinati quantitativi, come l'aggiunta o la sostituzione di ingredienti.

Gli chef del pastificio preparano le ricette e farciscono i ravioli a mano e in giornata.

Non viene aggiunto né pangrattato, né insaporitori, né conservanti; solo tanta passione e un gusto autentico, identico a quello dei ravioli fatti in casa!

Ogni ripieno è pensato per i negozi di alimentari, le panetterie, le gastronomie, la ristorazione più esigente e per soddisfare i palati più raffinati.

Tutto è lavorato con attenzione alla qualità, all'igiene e al rispetto delle materie prime, dalla lavorazione alla consegna in Milano e hinterland in un giorno, grazie ad una puntualissima flotta aziendale che rispetta la catena del freddo e consente di assaggiare un prodotto che ha veramente poche ore di vita, con una freschezza unica!

Il Pastificio Marcello vanta anche una rete di rivenditori, sia in Lombardia che fuori regione che promuovono le sue bontà. Inoltre, molti clienti esteri, ordinano quotidianamente la pasta fresca artigianale del pastificio.

Oltre alla pasta fresca ripiena, il Pastificio produce anche tutti i formati più comuni di pasta fresca stesa o lavorata all'uovo.

Il Pastificio Marcello è un'eccellenza italiana nella produzione di pasta fresca artigianale. Un luogo dove la tradizione incontra l'innovazione, la passione si traduce in gusto e la qualità diventa un'esperienza indimenticabile.

pastificiomarcello.it

Piuma D'oro



SINCE 1964, QUALITY, INNOVATION AND ATTENTION TO DETAIL

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

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

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

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



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

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

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

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

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

La produzione giornaliera dell'azienda raggiunge i 50.000 kg di prodotti, principalmente snack fritti per Carnevale. Operando su un'area di 35.000 m², con oltre 10.000 m² coperti, Piuma d'Oro impiega circa 250 operatori, inclusi 200 addetti stagionali, dimostrando il suo impegno nella crescita economica locale.

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



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

The company's daily production reaches 50,000 kg of products, mainly fried snacks for Carnival. Operating over an area of 35,000 m², with over 10,000 m² covered, Piuma d'Oro employs about 250 operators, including 200 seasonal workers, demonstrating its commitment to local economic growth.

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





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

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

www.piumadoro.com



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

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

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

www.piumadoro.com





LUXURY MONOBLOC POOL: THE JEWEL OF STRESA

Stresa, the “pearl” of Lake Maggiore, has welcomed Preformati Italia’s latest jewel, a lightweight, refined and efficient monobloc swimming pool in which luxury hotel guests can completely indulge in relaxation and wellness while enjoying a breathtaking view.

The result of a long and skillful restoration, the Boutique Hotel Stresa reopened its doors to its guests in August, offering the guarantee of a unique and unforgettable experience in a place where history and culture blend with comfort and relaxation.

A promise kept, going far beyond expectations: a five-star luxury hotel with rooms and suites of a new and modern conception, which reinterprets the concept of quality hôtellerie, enriching it with an international atmosphere, exclusive sensory and regional experiences, refined and comfortable environments, all in the marvelous setting of Lake Maggiore. On the top floor of the building is a panoramic terrace, similar to the stern of a luxury yacht, which stretches out towards the lake and offers a breathtaking view of the Borromean Islands. Freedom, wellbeing, tranquility: it is natural to feel these sensations and, in order to completely abandon yourself to them, all you have to do is dive into this exclusive showpiece, the Preformati Italia infinity pool. A crystal-clear rectangle, where you can





**PISCINA STRESA: LEGGERA,
RAFFINATA ED EFFICIENTE**

Stresa, la “perla” del Lago Maggiore, ha accolto l’ultimo gioiello di Preformati Italia, una piscina monoblocco leggera, raffinata ed efficiente, nella quale gli ospiti di un hotel di lusso possono abbandonarsi completamente al relax e al benessere godendo di una vista mozzafiato.

Frutto di un lungo e sapiente intervento di restauro, il Boutique Hotel Stresa ha riaperto le porte ai suoi ospiti nel mese di agosto offrendo la garanzia di un’esperienza unica e indimenticabile in un luogo

dove la storia e la cultura si fondono con il comfort e il relax.

Una promessa mantenuta, andando ben oltre le aspettative: un cinque stelle lusso con camere e suite di nuova e moderna concezione, che reinterpreta il concetto di hôtellerie di qualità, arricchendolo con un’atmosfera internazionale, esperienze sensoriali e territoriali esclusive, ambienti raffinati e confortevoli, il tutto nella meravigliosa cornice del Lago Maggiore. All’ultimo piano della struttura è stata realizzata una terrazza panoramica, simile alla poppa di uno yacht di lusso, che si protende verso il lago e regala una vista



rejuvenate in one of the six hydro-massage stations or stretch out on the chaise longue, enjoying, in both cases, the benefits of hydrotherapy in an exclusive and private setting.

The interior lining of the pool, enriched with soft geometric representations, is framed by the Travertine of the outdoor part, also reflected in the paving of part of the solarium, in combination with the warm and elegant wood on which the private gazebos rest.

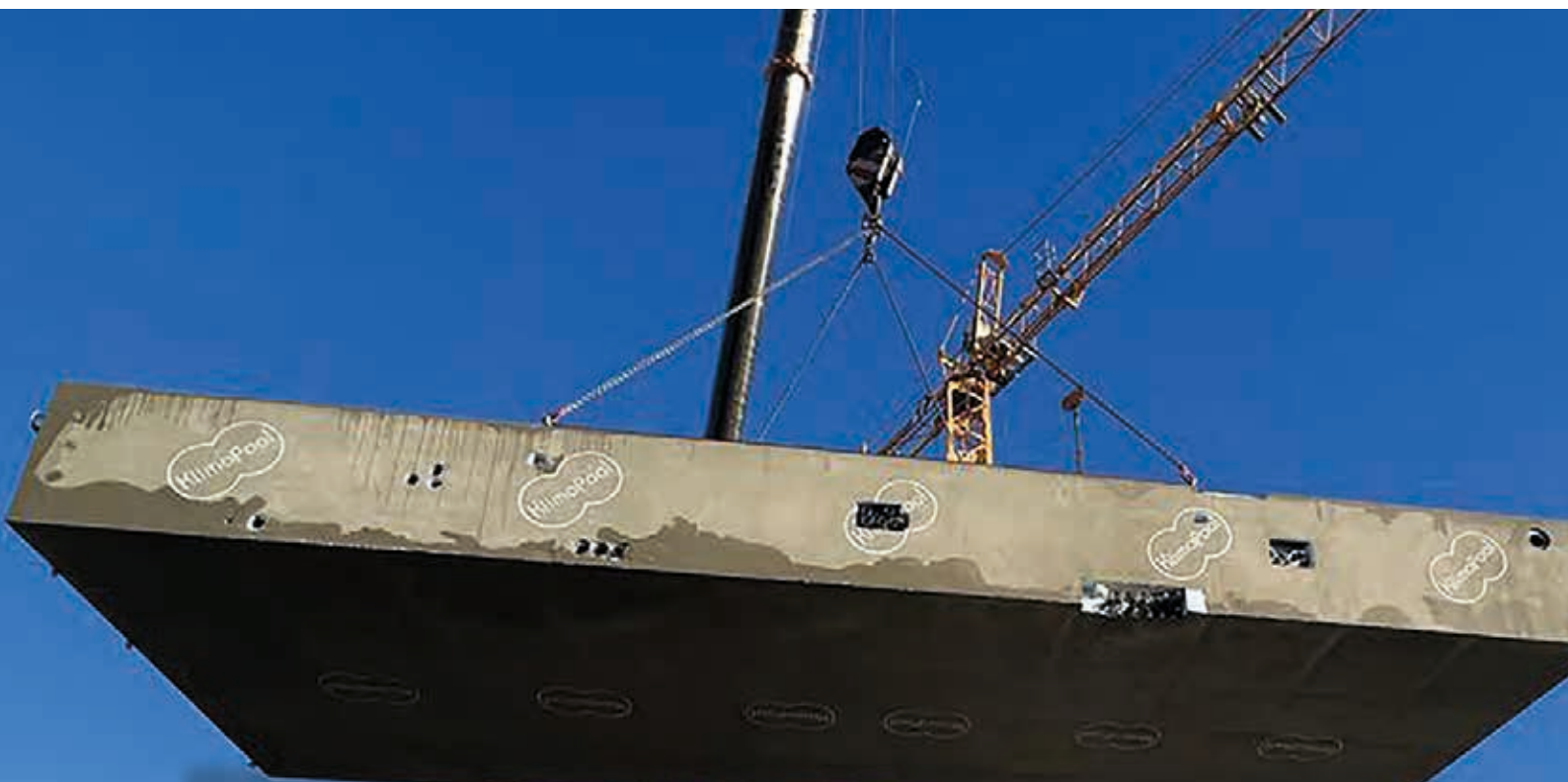
Reserved for hotel guests, this refined space in the evening hours is enhanced by the reflections in the pool water which, thanks to the warm LED lighting system, lights up with moving tones that chase each other around the pool, then flow into the delicate and elegant waterfall that occupies three sides of the pool. To satisfy the palate, guests can indulge in a thirst-quenching cocktail or a light menu by the pool, enjoying the natural surroundings.

A floating structure

Located on the hotel terrace, the swimming pool, for technical reasons, had to be built not only with a

free-standing structure, but also with a light weight, so as to minimize the load on the standing. This is why EPS was chosen, particularly Klimapool Floating, Preformati Italia's latest product, specifically designed and manufactured to offer solutions for terraces, panoramic spaces and environments with limited bearing capacity, combining the beauty of nature with the design of a water parterre.

Klimapool Floating is the result of the latest innovation at Preformati Italia, which stems from 20 years of projects using new generation materials and was born from the need to build pools with low structural load. This is a patented construction system consisting of a self-supporting, floating structure consisting of a base and walls made of materials with a high insulation coefficient, and a load-bearing structure made of stainless steel. Entirely without anchorages of any kind, it only requires a flat base that acts as a simple support for the pool. Thanks to the absence of anchorages, the integrity of the subfloor is guaranteed, as well as any pre-existing waterproofing, particular to terraces, for example.



mozzafiato delle Isole Borromee. Libertà, benessere, tranquillità: risulta naturale provare queste sensazioni e, per abbandonarsi completamente, non resta che immergersi nell'infinity pool firmata Preformati Italia, punta di diamante di questo gioiello esclusivo.

Un limpido rettangolo cristallino, nel quale rigenerarsi accomodandosi in una delle sei postazioni idromassaggio oppure distendendosi sulle chaise longue, godendo in entrambi i casi dei benefici dell'idroterapia in un ambiente esclusivo e riservato.

Il rivestimento interno della vasca, arricchito da tenui raffigurazioni geometriche, è incorniciato dal Travertino della parte esterna, ripreso anche nella pavimentazione di parte del solarium, in accostamento al caldo ed elegante legno sul quale poggiano i gazebo privati.

Riservato ai clienti dell'hotel, questo spazio raffinato nelle ore serali viene stuzzicato dai riflessi dell'acqua della piscina che, grazie al sistema di illuminazione a LED a luce calda, si accende di tonalità in movimento che si rincorrono per tutto l'invaso, riversandosi poi nella delicata ed elegante cascata che occupa tre lati della vasca. E per appagare anche il palato, gli ospiti possono concedersi un cocktail dissetante o un menu light a bordo piscina, assaporando nel mentre il panorama naturale circostante.

Una struttura flottante

Essendo collocata sul terrazzo dell'hotel, per esigenze tecniche la piscina doveva essere realizzata non solo con una struttura indipendente, ma anche leggera, in modo da minimizzare il carico gravante sul solaio. Per questo motivo è stato scelto l'EPS, in particolar modo Klimapool Floating, l'ultimo gioiello di Preformati Italia, disegnato e realizzato appositamente per offrire soluzioni adatte ad arredare terrazze, spazi panoramici e ambienti con portanza limitata, coniugando la bellezza della natura con il design di un parterre d'acqua. Klimapool Floating è il risultato della più recente innovazione in casa Preformati Italia, che deriva da 20 anni di progetti realizzati con materiali di nuova generazione, ed è nato dall'esigenza di costruire piscine a basso carico strutturale. Si tratta di un sistema costruttivo brevettato, composto da una struttura autoportante e flottante, costituita da fondo e pareti in materiali ad alto coefficiente di isolamento, e da uno scheletro portante in acciaio inox. Totalmente priva di ancoraggi di sorta, richiede esclusivamente una base piana che funge da semplice appoggio per la piscina; grazie all'assenza di ancoraggi viene garantito il mantenimento dell'integrità del sottofondo oltre che delle eventuali impermeabilizzazioni preesistenti, peculiari ad esempio delle terrazze.

La produzione delle strutture Klimapool Floating avviene integralmente negli stabilimenti produttivi di Preformati Italia, per poi essere trasportate



The production of Klimapool Floating structures takes place entirely in Preformati Italia's production facilities, and they are then transported and placed in the planned area with zero assembly time on site.

The swimming pool structure, built as a single-piece unit, is environmentally friendly in terms of both aesthetics and consumption, thus limiting its impact on the environment in the broadest sense, all without limiting the possibility of customization.

In fact, as the swimming pool presented in these pages demonstrates, the pool's internal furnishings can include relaxation stations with air massage, air-water massage, chaise longues and seats made to measure and in accordance with the cli-

ent's specific requirements. In summary, thanks to Preformati Italia's Klimapool Floating technology it is possible to create self-supporting and floating monobloc structures with special anchorages for handling and transport with rapid execution, obtaining a final product characterized by the highest possible insulation coefficient and appreciable energy efficiency. As a result of its technical features, there are no limits to customization, and it is possible to choose unique, exclusive and top-quality interior finishes and furnishings, all backed by a ten-year warranty.

Visit
www.preformatiitalia.it



e collocate nell'area prevista con un azzeramento dei tempi di montaggio in loco. La struttura della piscina, costruita in monoblocco, risulta essere rispettosa dell'ambiente dal punto di vista sia estetico, sia dei consumi, dunque consente di limitare il suo impatto ambientale in senso lato, il tutto senza frenare le possibilità di personalizzazione: come dimostra la piscina presentata in queste pagine, infatti, gli arredi interni della vasca possono comprendere postazioni relax con massaggio aria, ariaacqua, chaise longue e sedute realizzate su misura e in base alle specifiche esigenze della committenza. In sintesi, dunque, grazie alla tecnologia Klimapool Floating

di Preformati Italia è possibile realizzare strutture monoblocco autoportanti e flottanti dotate di ancoraggi speciali per la movimentazione e il trasporto con rapidità di esecuzione, ottenendo un prodotto finale caratterizzato dal massimo coefficiente di isolamento possibile e da un'efficienza energetica apprezzabile.

Grazie alle sue caratteristiche tecniche, non ci sono limiti di personalizzazione ed è possibile scegliere finiture e arredi interni unici, esclusivi e di altissima qualità, il tutto accompagnato da una garanzia decennale.

www.preformatiitalia.it



ROMANINO: EXCELLENCE IN THE DISTRIBUTION OF FRUIT AND VEGETABLES

ROMANINO is a lively reality in the fruit and vegetable trade sector, specialized for years in providing a tailor-made service for large-scale retail trade. We work for clients who demand and seek an attentive and impeccable service that pays attention to quality. We are always open to developing new projects, it's our absolute choice.

The processing warehouse is located in Milan in a modern plant powered by photovoltaic panels and is made up of modern mechanized lines that allow selection, brushing, weight-pricing, labelling and packaging of products in line with customer needs and tight deadlines of supply. The fact, then, of being part of a group specialized in logistics and transport is certainly an added value and allows us to meet any type of need with high operational flexibility.

Born several years ago and specialized in the management of the entire WATERMELON product supply chain, from the field to the consumer, in recent years Romanino has added to its historic product, also shown





**ROMANINO: ECCELLENZA NELLA
DISTRIBUZIONE DI ORTOFRUTTA**

ROMANINO è una frizzante realtà nel settore del commercio di ortofrutta, specializzata da anni nel fornire un servizio su misura per la GDO e per clienti che, come noi, fanno dell'esigenza di un servizio impeccabile, dell'attenzione alla qualità e della volontà di portare avanti nuovi progetti una scelta assoluta. Il magazzino di lavorazione si trova a Milano in un moderno impianto alimentato con pannelli fotovoltaici e si compone di moderne linee meccanizzate che permettono una selezione, spazzolatura, peso-prezzatura, etichettatura e confezionamento dei prodotti in linea con le esigenze della clientela e le strette tempistiche di fornitura. Il fatto, poi, di far parte di un gruppo specializzato nella logistica e trasporto è sicuramente un valore aggiunto e permette di poter far fronte a qualunque tipologia di esigenza con elevata elasticità operativa.

Nata ormai da diversi anni e specializzata nella gestione di tutta la filiera del prodotto ANGURIA, dal campo al consumatore, Romanino ha negli ultimi anni affiancato al



in the graphic logo, other seasonal and non-seasonal references such as melon, pumpkin and courgettes, products that are programmed by us with selected productions in specific areas so as to guarantee high quality and continuity of supply.

In 2018, ROMANINO MAROC Suarl was established, a company also accredited by Moroccan customs, with the aim of communicating with production and managing control of the supply chain for the Moroccan product line, allowing Romanino to start each season with a selected first fruit and of high quality. Furthermore, in 2020, Romanino also begins his new experience in Pantelleria where the scents of capers and oregano make us dream and lay the foundations for a line of local products under the FIORE DI ROCCIA® brand with which we will soon explore new markets as also reported on the site created to tell the story of the project

www.romaninofiorediroccia.it





suo storico prodotto, riportato anche nel logo grafico, altre referenze stagionali e non come melone retato, zucca e zucchine, prodotti che vengono da noi programmati con produzioni selezionate in aree specifiche così da garantire una elevata qualità e una continuità di fornitura.

Nel 2018 è stata costituita ROMANINO MAROC Suarl, realtà accreditata anche presso la dogana marocchina, con lo scopo di dialogare con la produzione e di gestire un controllo della filiera per la linea dei prodotti marocchini permettendo a Romanino di iniziare ogni stagione con una primizia selezionata e di elevata qualità.

Nel 2020, inoltre, Romanino inizia anche una sua nuova esperienza a Pantelleria dove i profumi di capperi e origano fanno sognare e pongono le basi di una linea di prodotti del territorio a marchio FIORE DI ROCCIA © con cui prossimamente sondati nuovi mercati come raccontato anche sul sito nato per raccontare il progetto.

www.romaninofiorediroccia.it



Amanti della qualità

ROMANINO SRL

Tel. +39 02 5696294

Email: info@romanino.eu

www.romanino.eu

www.romaninofiorediroccia.it





Umberto Boschi:
president of the Protection
Consortium

SALAME FELINO IGP, CONSUMER TURNOVER AT 87 MILLION EUROS AND THE PRE-SLICED REMAINS ABOVE PRE-PANDEMIC LEVELS (+9%)

In 2023, the labeled product exceeded 3.5 million kilograms.

The pre-sliced is doing well, with 573,000 kilograms allocated compared to 526,000 in 2019.

Boschi, president of the Protection Consortium: "Satisfied with the sector's performance.

But the raw material has seen unprecedented price increases, around 20%"

Parma, April 15, 2024 - A slight increase in consumer turnover to 87 million euros. And pre-sliced, although down from last year when it was still feeling the positive boom linked to the Covid period, remains well above the 2019 levels (+9%). Salame Felino IGP confirms good results even in the 2023 economic data, despite "an increase in raw material costs never seen before, around 20%," as reiterated by Umberto Boschi, president of the Salame Felino IGP Protection Consortium.

Analyzing the data, the meat processing initiated in 2023 nearly reached 5.5 million kilograms; as for the final labeled product, 3.5 million kilograms were allocated, in line with the previous year's numbers. Figures that rep-

SALAME FELINO IGP, FATTURATO AL CONSUMO A QUOTA 87 MILIONI DI EURO E IL PREAFFETTATO RIMANE AL DI SOPRA D EI LIVELLI PRE-PANDEMIA (+9%)

Nel 2023 il prodotto etichettato supera i 3,5 milioni di chilogrammi.

Bene il preaffettato, con 573mila chili destinati rispetto ai 526mila del 2019.

Boschi, presidente del Consorzio di Tutela: «Soddisfatto per la tenuta del comparto.

Ma la materia prima ha subito rincari mai visti in precedenza, nell'ordine del 20%»

Un fatturato al consumo in leggera crescita a quota 87 milioni di euro. E un preaffettato che seppur in calo rispetto all'anno scorso, dove risentiva ancora del boom positivo legato al periodo Covid, si mantiene ben al di sopra dei livelli 2019 (+9%). Il Salame Felino Igp conferma i buoni risultati anche nei dati economici 2023, nonostante «un aumento dei costi relativi alla materia prima mai visto in precedenza, intorno al 20%», come ribadito da Umberto Boschi, presidente del Consorzio di Tutela del Salame Felino Igp.

Analizzando i dati, la produzione di carne avviata alla lavorazione nel 2023 ha sfiorato i 5,5 milioni di chilogrammi; per quanto riguarda il prodotto etichettato finale, ne sono stati destinati 3,5 milioni, in linea con i numeri dell'anno precedente. Cifre che rappresentano un valore della produzione intorno ai 40 milioni di euro, mentre il fatturato al consumo sale a quota 87 milioni, con una leggera crescita rispetto al 2022 (+3%).

Il Consorzio, che raggruppa nel territorio di Parma 14 aziende produttrici del Salame Felino Igp, con circa 500 addetti tra lavoratori diretti e legati all'indotto, ha confermato la Gdo come principale canale di commercializzazione. Ottimi riscontri sono stati registrati dal banco taglio grazie



resent a production value of around 40 million euros, while consumer turnover rose to 87 million, with a slight increase compared to 2022 (+3%).

The Consortium, which includes 14 producing companies in the Parma area for Salame Felino IGP, with about 500 workers between direct employees and those linked to the supply chain, confirmed that large-scale retail is the main commercialization channel. Excellent feedback has been received from the cut counter thanks to the return of consumers to assisted markets. But even the pre-sliced, although physiologically down from last year's record numbers, remains well above pre-Covid levels. In 2019, 526,000 kilograms were allocated to sliced; in 2023, the figure rose to 573,000 kilograms (+9%).

Finally, exports stand at about 3%, with Europe as the main reference market, but the Consortium during 2023 recorded further interest from several clients, particularly in markets outside the European Union and in the United States.

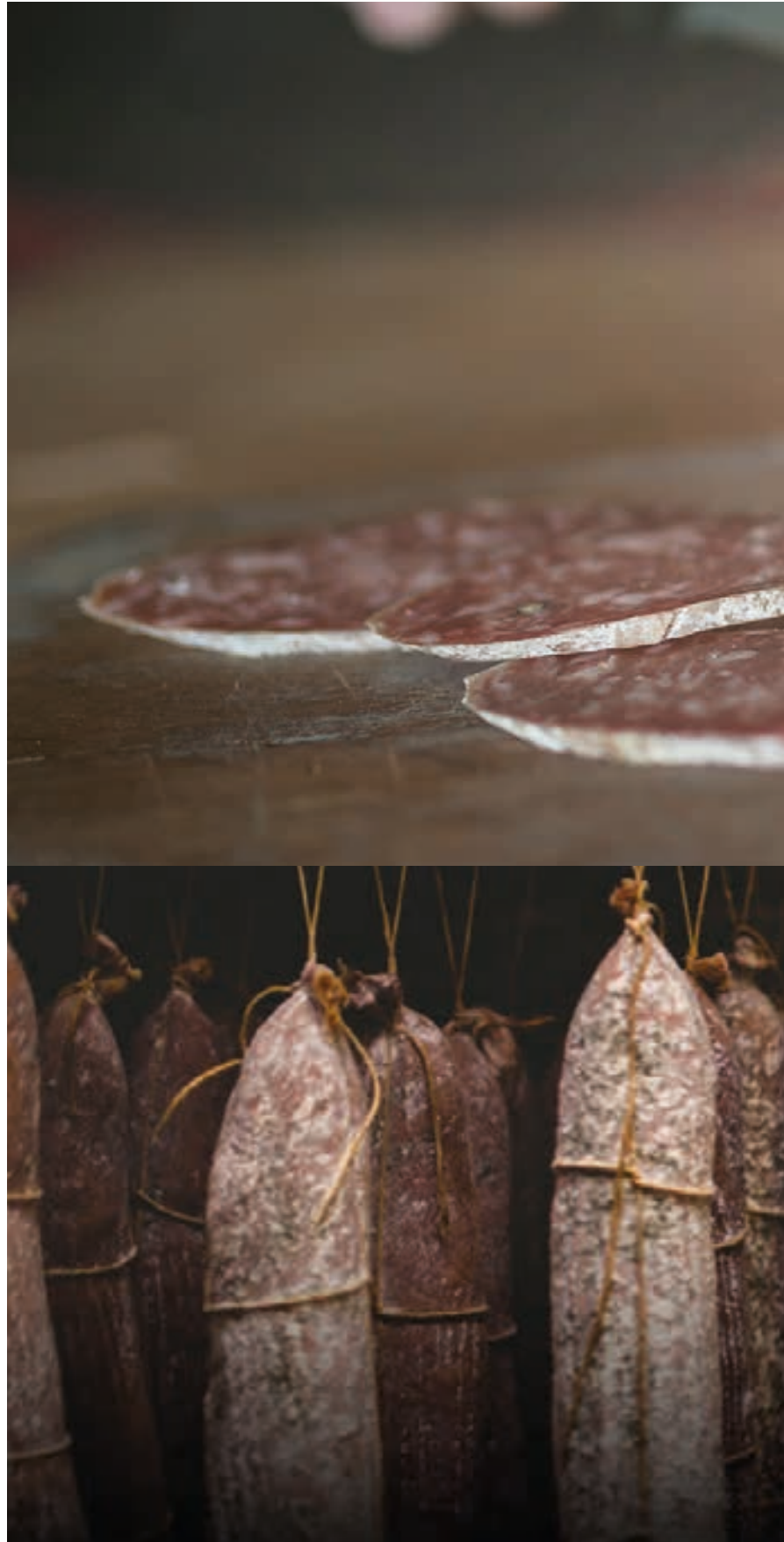
For Umberto Boschi, president of the Salame Felino IGP Protection Consortium, the 2023 numbers are positive: "We are satisfied with the stability recorded by the sector, with stable production in terms of overall volumes.

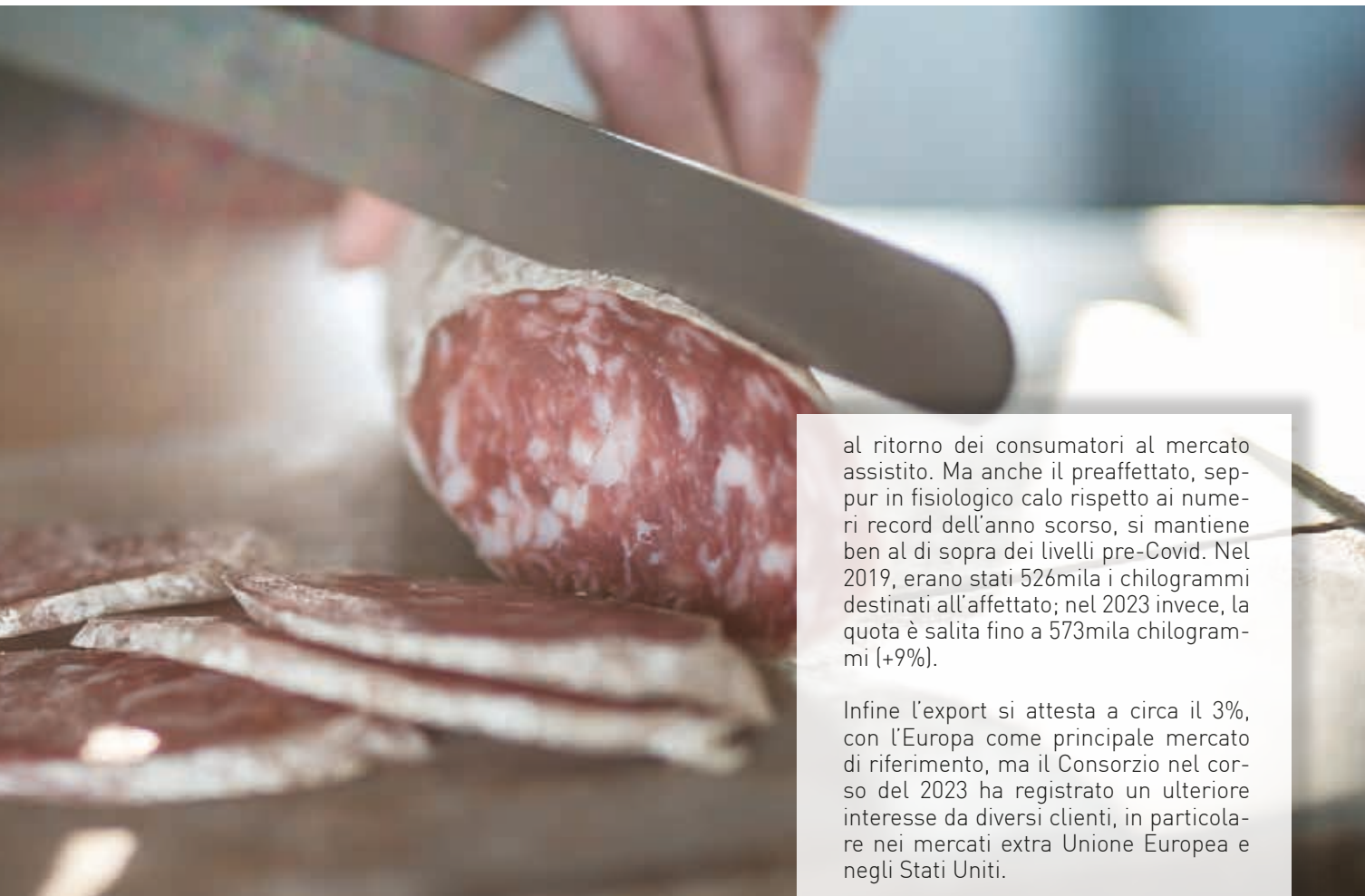
Even more so considering that in the first months of 2024 we have already noted a satisfying increase in certified product. Moreover, the pre-sliced data, well above that recorded in 2019, confirms the consumer's appreciation for this specific sales method, for its ease of use, convenience, and availability."

Meanwhile, concerns about the raw material price hikes: "2023 was a year marked by an increase in meat prices to levels never seen before.

Producers faced average increases, compared to 2022, of 20%. A growing trend that must necessarily be contained."

www.salamefelinoigp.com





al ritorno dei consumatori al mercato assistito. Ma anche il preaffettato, seppur in fisiologico calo rispetto ai numeri record dell'anno scorso, si mantiene ben al di sopra dei livelli pre-Covid. Nel 2019, erano stati 526mila i chilogrammi destinati all'affettato; nel 2023 invece, la quota è salita fino a 573mila chilogrammi (+9%).

Infine l'export si attesta a circa il 3%, con l'Europa come principale mercato di riferimento, ma il Consorzio nel corso del 2023 ha registrato un ulteriore interesse da diversi clienti, in particolare nei mercati extra Unione Europea e negli Stati Uniti.



Per Umberto Boschi, presidente del Consorzio di Tutela del Salame Felino Igp, i numeri del 2023 sono positivi: «Siamo soddisfatti della tenuta registrata dal comparto, con una produzione stabile per quanto riguarda i volumi complessivi. A maggior ragione considerando come nei primi mesi del 2024 abbiamo già rilevato un soddisfacente aumento del prodotto certificato. Inoltre il dato del preaffettato, ben superiore a quello registrato nel 2019, conferma il gradimento del consumatore per la specifica modalità di vendita, per la facilità di utilizzo, la comodità e la disponibilità». Mentre preoccupano i rincari della materia prima: «Il 2023 è stato un anno caratterizzato dall'aumento delle carni a livelli mai visti prima. I produttori hanno fatto fronte ad aumenti medi, rispetto al 2022, del 20%. Un trend in crescita che va necessariamente arginato».

www.salamefelinoigp.com



di A. Namaziano s.r.l.

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 boule;
- oil immersion deep fryers;
- bratt pans.

www.tecninoximpiantialimentari.it







THE ROLE OF THE WORLD HALAL AUTHORITY IN THE HALAL QUALITY CERTIFICATION LANDSCAPE

The World Halal Authority (WHA) is an international certification body based in Italy, globally recognized for its Halal certification standards. Halal certification is not limited to food products but also includes cosmetics, pharmaceuticals, and various services, allowing companies to access broader markets and enhance their competitiveness and economic growth.

The certification ensures that products and services comply with Islamic norms, including permissibility, healthiness, and the absence of harmful substances. This not only boosts consumer confidence but also enhances brand image. Many companies, both Italian and multinational, rely on the WHA for this qualification.

A strength of the WHA is its high authenticity and recognizability, due to the international accreditations and recognitions it holds. This distinguishes it from other certification bodies, offering significant added value to companies that achieve its certification.

Moreover, the WHA has developed its own certification scheme that facilitates access to global markets. This scheme is particularly beneficial for companies aiming for international

IL RUOLO DELLA WORLD HALAL AUTHORITY NEL PANORAMA DELLE CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ HALAL

La World Halal Authority (WHA) è un ente internazionale di certificazione con sede in Italia, riconosciuto a livello globale per i suoi standard di certificazione Halal. La certificazione Halal non si limita ai prodotti alimentari, ma comprende anche cosmetici, farmaci e vari servizi, consentendo alle aziende di accedere a mercati più ampi e di incrementare la loro competitività e crescita economica.

La certificazione garantisce la conformità dei prodotti e servizi alle norme islamiche, inclusa la liceità, la salubrità e l'assenza di sostanze nocive. Ciò non solo incrementa la fiducia dei consumatori ma migliora anche l'immagine del marchio. Molte aziende, sia italiane che multinazionali, si affidano alla WHA per questa qualifica.

Un punto di forza della WHA è la sua elevata autenticità e riconoscibilità, dovuta agli accreditamenti e ai riconoscimenti internazionali che possiede. Questo la distingue dagli altri enti di certificazione, offrendo un valore aggiunto significativo alle aziende che ne conseguono la certificazione.





expansion, meeting the necessary requirements to operate in different markets. Halal certification is also seen as a response to the needs of Muslim consumers, who prefer products that conform to their religious beliefs. Considering that the Muslim population represents a significant share globally, the demand for Halal products is strong and growing.

In Europe and Italy as well, the demand for Halal products is increasing. Despite the perception that Halal certification is mainly export-oriented, its value is also substantial at the local level. In countries with significant Muslim minorities, such as the United Kingdom, Germany, and the Balkans, the certification offers companies the opportunity to meet a growing demand.

Nationally, Italy has a rising Muslim population, and the Halal market is expanding beyond traditional ethnic stores, prompting companies to

consider Halal certification not just for export but also for the domestic market.

Finally, Halal certification not only addresses a religious need but also incorporates aspects of quality and ethics, making it seen as an indicator of high quality and safety of the product. This ethical aspect is recognized by both Muslim and non-Muslim consumers, further increasing the value of this certification in the global market.

In conclusion, WHA's Halal certification offers companies a competitive advantage for accessing global markets and effectively responds to the growing demand for products compliant with Islamic norms, thus ensuring significant growth opportunities across various sectors.

www.wha-halal.org





Inoltre, la WHA ha sviluppato un proprio schema di certificazione che facilita l'accesso ai mercati globali. Questo schema è particolarmente vantaggioso per le aziende che mirano a un'espansione internazionale, soddisfacendo i requisiti necessari per operare in mercati diversi.

La certificazione Halal è vista anche come una risposta alle esigenze del consumatore musulmano, che predilige prodotti conformi alle sue convinzioni religiose. Considerando che la popolazione musulmana rappresenta una quota significativa a livello globale, la domanda di prodotti Halal è robusta e in crescita.

Anche in Europa e in Italia, la domanda di prodotti Halal è in aumento. Nonostante la percezione che la certificazione Halal sia prevalentemente orientata all'esportazione, il suo valore è notevole anche a livello locale. In paesi con significative minoranze musulmane, come il Regno Unito, la Germania e i Balcani, la certificazione offre alle aziende l'opportunità di soddisfare una domanda crescente.

A livello nazionale, l'Italia ha una popolazione musulmana in aumento, e il mercato Halal si sta espandendo al di fuori dei tradizionali negozi etnici, spingendo le aziende a considerare la certificazione Halal non solo per l'esportazione ma anche per il mercato interno.

Infine, la certificazione Halal non solo risponde a un bisogno religioso ma incorpora anche aspetti di qualità e etica, facendo sì che sia vista come un indicatore di alta qualità e sicurezza del prodotto. Questo aspetto etico è riconosciuto sia dai consumatori musulmani che non, aumentando ulteriormente il valore di questa certificazione nel mercato globale.

In conclusione, la certificazione Halal della WHA offre alle aziende un vantaggio competitivo per l'accesso a mercati globali e risponde efficacemente alla crescente domanda di prodotti conformi alle norme islamiche, garantendo così un'opportunità di crescita significativa in vari settori.

www.wha-halal.org

LOG

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

YOUR SHIPMENT WHEREVER YOU WANT AND WHENEVER YOU WANT

Our professional staff are always dedicated to support each client to ensure all your needs are achieved.

It is supporting every client and the company is dedicating customized services in base of the necessities of each client.

Our resources of international offices around the world ensure we deliver high quality services globally.

The international staff and the different offices around the world with the management of mr. Evenzio are giving a full and a true international service for any type of transportation and for any destination.

We invest our resources to guarantee fast and safe shipment whatever your needs.

Our main priority is to satisfy our clients and to take care of them from a to z.

DUBAI OFFICE





MIAMI OFFICE



Our mission is to ship any type of goods all over the world and remove any apprehensions. Reliability, competence, experience are the magic words in all our services.

Our goal is to improve and add value to the customers' business by contributing to their success.

Thanks to our consolidated experience we have an organization that is able to meet the needs of customers in different aspects of the supply chain.

This is all possible thanks to a capillary and efficient network of suppliers, extended on the national and international territory.





Our commitment is to always be competitive, growth and never stop working.

This is the key of our success.

Our extensive portfolio of services, rapidly increasing geographical coverage and systematic operations have helped us establish ourselves as one of the leading freight forwarders in the world.

Evolving each day to meet the dynamic needs of this industry, we have successfully networked ourselves in order to offer quality solutions for even the most complex service demands.

Our action plan is simple, identify customer needs, provide timely solutions, measure customer satisfaction and improve the speed at which services are brought to the customer's work place.

Logistic one group is working in all the world and is managing more than 94.000 tons every year and working in many countries around the world.

This numer is increasing every year and the company can manage with the same staff more than 2.500.000 tons.

Visit:
www.logisticonegroup.com



FUMAGALLI READY2USE

Today, IV gamma products have become an essential aid for both the Ho.Re.Ca. sector and the private sector, and more and more people are choosing to consume them because of higher quality and time savings.

At Fumagalli Danilo the IV gamma product is sold as a service that aims to simplify and improve the work of those who use it.

Thanks to its in-house laboratory, it guarantees quick and customized processing, either by hand or through specific machinery, according to customers' needs.

Unlike most competitors, Fumagalli Danilo's IV gamma productions are designed to be "tailor-made," sewn around the specific need of the customer, who only has to worry about cook (or serve) the product.





FUMAGALLI READY2USE

I prodotti di IV gamma sono oggi diventati un aiuto fondamentale tanto per il settore Ho.Re.Ca. quanto per il privato e sempre più persone scelgono di consumarli in funzione di una maggiore qualità e risparmio di tempo.

Alla Fumagalli Danilo il prodotto di IV gamma viene venduto come un servizio che ha lo scopo di semplificare e migliorare il lavoro di chi lo utilizza.

Grazie al suo laboratorio interno, garantisce una lavorazione rapida e personalizzata, sia manuale che attraverso specifici macchinari, in base alle esigenze dei clienti.

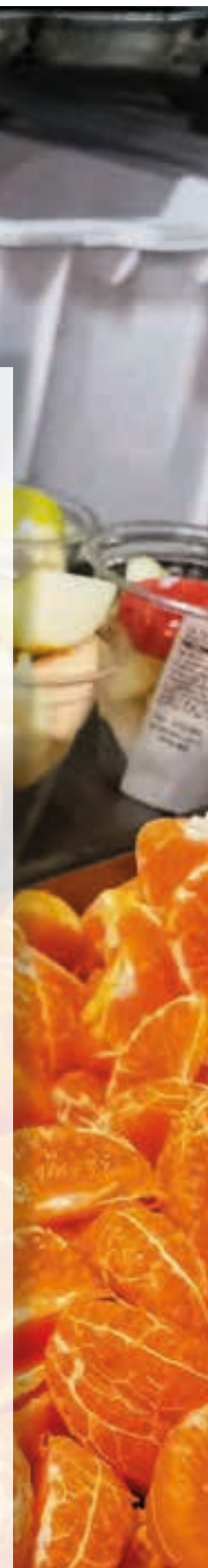
Al contrario della maggior parte dei competitor, le produzioni di IV gamma di Fumagalli Danilo sono pensate per essere "sartoriali", ovvero cucite attorno al bisogno specifico del cliente, il quale deve solamente preoccuparsi della cottura (o somministrazione) del prodotto.

Tutto ciò si traduce in risparmio di costi (da dedicare alla ricerca di personale specializzato nella pulizia e nel taglio di frutta e verdura), di spazi (dedicati alla preparazione) e di tempo (da dedicare alla preparazione dei tagli), con un conseguente guadagno in termini di efficienza produttiva.

Partendo da una visione del business spiccatamente client oriented, negli ultimi anni Fumagalli Danilo ha studiato e sviluppato packaging e ricette dedicate alla ristorazione, al retail ed anche al B2C.

È nata, così, la linea Fumagalli READY2USE con lo scopo di agevolare ed ottimizzare il lavoro in cucina e migliorare la durata di conservazione dei prodotti (riducendone quindi lo spreco), proponendo in confezioni salva freschezza o in materiale compostabile gustose ricette pronte da cuocere o da consumare.

www.fumagallidanilo.com



All this translates into cost savings (dedicated to finding staff specialized in cleaning and cutting fruits and vegetables), space (dedicated to preparation) and time (dedicated to preparing the cuts), with a consequent gain in production efficiency.

Starting from a distinctly client-oriented vision of the business, in recent years Fumagalli Danilo has studied and developed packaging and recipes dedicated to Ho.Re.Ca., retail and even B2C.

Thus, the Fumagalli READY2USE line was born with the aim of facilitating and optimizing work in the kitchen and improving the shelf life of products

www.fumagallidanilo.com



“THE AGRI-FOOD SECTOR IN SAUDI ARABIA”



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

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

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

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

The main consumer products exported:

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

The main machines exported within the agrifood sector:

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

www.ice.it





Next Ingredients

WE ARE WHAT WE EAT

NEW GENERATION OF MOTHER YEAST: PASTAE MATER

Next Ingredients was founded in 2017 from the observation that market supply and demand are changing with a rapidity unknown until recent times.

Today, we are a modern company constantly searching for new ingredients, applications and innovative combinations to improve the performance of our customers' products through tailored solutions.

A central part of our Core Business is the world of Gluten-Free products consumed by those with celiac disease or intolerance, but also by an increasing part of the population.

For this sector we distribute the base raw materials, which we import directly from the countries of origin, such as: Psyllium (India), soybean and pea vegetable protein (China and also EU), tapioca starch (Thailand) and corn starch (EU).





NUOVA GENERAZIONE DI LIEVITO MADRE: PASTAE MATER

Next Ingredients nasce nel 2017 dalla constatazione che la domanda e l'offerta del mercato cambiano con una rapidità sconosciuta fino a tempi recenti. Oggi, siamo un'azienda moderna alla costante ricerca di nuovi ingredienti, applicazioni e combinazioni innovative, per migliorare le prestazioni dei prodotti dei nostri clienti attraverso soluzioni su misura.

Parte centrale del nostro Core Business è il mondo dei prodotti Senza Glutine consumati non solo da chi soffre di celiachia o è intollerante ma anche da una parte sempre più crescente della popolazione che non è affetta da queste patologie. Per questo settore distribuiamo le materie prime di base, che importiamo direttamente dai paesi di origine, come: Psyllium (India), proteine vegetali di soia e pisello (Cina ed anche EU) e amido di tapioca (Thailandia) e amido di mais (EU). Inoltre, Next distribuisce in esclusiva il **PASTAE MATER** cioè un lievito madre in polvere di nuova generazione che contiene il lievito lattico probiotico *Kluyveromyces L. marxianus fragilis* B0399™, ceppi selezionati di *Saccharomyces* spp. ed enzimi supportati su supportati su farina di riso e quinoa. Questo prodotto è stato sviluppato con i laboratori Turval di Udine, azienda 100% italiana.

Il Pastae Mater è naturalmente privo di glutine ed ha il vantaggio di avere una composizione standardizzata rispetto alle comuni madri acide, in quanto a differenza di esse non ha bisogno di rinfreschi. Può essere impiegato come agente lievitante, dopo ripresa in acqua, oppure come insaporitore direttamente nell'impasto per rendere i prodotti da forno più gustosi e fragranti con il sapore e profumo di una volta.

Inoltre, i lievitati risultano più digeribili e con una maggiore shelf-life. Infine, è un elemento unico di marketing per l'etichettatura dei prodotti anche in quelle applicazioni ove non è possibile per motivi produttivi utilizzare una madre acida in quanto i tempi industriali non lo consentono.

Anche in questo caso l'innovazione incontra la tradizione rinnovandola.

Per qualsiasi informazione aggiuntiva non esitate a contattarci a pm@nextingredients.eu.

www.nextingredients.eu



In addition, Next Ingredients exclusively distributes **PASTAE MATER** i.e., a next-generation Mother Yeast in powder form that contains the probiotic lactic yeast *Kluyveromyces L. marxianus fragilis* B0399™, selected strains of *Saccharomyces* spp. and enzymes supported on rice flour and quinoa.

This product was developed with Turval Laboratories in Udine, Italy, a 100% Italian company.

Pastae Mater is naturally gluten-free and has the advantage of having a standardized composition compared to ordinary sourdough, as it does not need refreshments.

It can be used as a leavening agent, after recovery in water, or as a flavoring agent directly in the

dough to make baked goods tastier and more fragrant with the flavour and fragrance of the past. In addition, leavened products are more digestible and have a longer shelf-life.

Finally, it is a unique marketing element for labelling products even in those applications where it is not possible, for production reasons, to use an acid mother because industrial timing does not allow it.

As we always say, innovation meets tradition by renewing it.

For any additional information please do not hesitate to contact us at pm@nextingredients.eu.

www.nextingredients.eu

we've talked about...

AB MAURI ITALY SPA**28/31**

Via Milano, 42
27045 Costeggio - PV - Italy

ANTONELLI GROUP SRL**144/149**

Via Agrolatino, 1
00030 Labico - RM - Italy

ARSIAL**56/59**

Via Rodolfo Lanciani, 38
00162 Roma - Italy

AUTOTRASPORTI**CAPOZI SRL****194/197**

Via Vincenzo Toffetti, 125
20139 Milano - Italy

BARILLA G. E R. F.LLI SPA**32/35**

Via Mantova, 166
43122 Parma - Italy

BAROLLO WINERY**124/127**

Via Rio Serva, 4B
31022 Preganziol - TV - Italy

BERGADER ITALIA SRL**I COV-1-102/104**

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

BOLOGNA FIERE SPA**I COV-208/211**

P.zza Costituzione, 6
40128 Bologna - Italy

BOSIO FAMILY ESTATES SRL**136/139**

Frazione Valdivilla, Strada Borelli, 10
12058 Santo Stefano - Belbo - CN -
Italy

BRESCA DORADA SRL**150/153**

Loc. Cann'e Frau
09043 Muravera - CA
Italy

BREWRISE SRL**198/201**

Via del Santo, 2/D
35010 Limena - PD
Italy

CALUGI SRL**2-24-25**

Via A. Cerbioni, 38
50051 Castelflorentino - FI - Italy

CANTINA SANTADI**I COV-3-128-129**

Via Giacomo Tachis, 14
09010 Santadi - SU - Italy

CHAMPAGNE**DUMONT-TERRILLON****120/123**

14 Rue De La Vereille
10250 Gye-sur-seine - France

COCA-COLA HBC ITALIA**160-161**

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

D.T.S DOLCIARIA SRL**I COV-154/156**

Via A. Ascari, 32
95032 Belpasso - CT - Italy

DALTER ALIMENTARI SPA**60/63**

Via Val d'Enza, 134
42049 Sant'Ilario d'Enza - RE - Italy

DEL MONTE ITALY SRL**36/39**

Strada 1, Palazzo F4
20900 Assago - MI - Italy

DISTILLERIA VARNELLI SPA**26-27**

Via Girolamo Varnelli, 10
62034 Muccia - MC - Italy

DMG EVENTS**109**

PO Box 33817, 5th Floor,
The Palladium
Cluster C, Jumeirah Lakes Towers
U.A.E - United Arab Emirates

DR. SCHÄR AG / SPA**175**

Winkelau 9
I-39014 Burgstall - Postal - BZ
Italy

DUBAI WORLD TRADE CENTRE**DWTC****140-207**

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

**F.LLI GARUTI SRL - INDUSTRIA
ARTIGIANA PER DROGHIERI****94/97**

Via E. Berlinguer, 18
00055 Ladispoli - RM - Italy

**FATTORIA NICOLUCCI
DI NICOLUCCI ALESSANDRO****112/115**

Via Umberto Primo, 21
47016 Predappio - FC - Italy

FINAGRICOLA SOC. COOP.**98/101**

Viale Spagna, 8 - Z.I.
84091 Battipaglia - SA - Italy

FIORDELISI SRL**7-162/165**

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

FIorentini FIRENZE SPA**I COV-17/23**

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

FRATELLI POZZA SRL**I COV-176-177**

Via Morazzone, 1
21012 Cassano Magnago - VA
Italy

**FRUTTHERA GROWERS
SOC. COOP. AGR.****I COV-178/181**

Via Provinciale, 15
75020 Scanzano Jonico - MT
Italy

FUMAGALLI DANILO SRL**9-244/246**

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

GOURMET ITALIAN FOOD SPA**64/67**

Via della Tecnica, 40
37066 Sommacampagna - VR
Italy

GRAZIADEI SURGELATI**40/43**

Via Alcide de Gasperi, 2/2
38073 Cavedine - TN
Italy

we've talked about...

INDUSTRIE MONTALI SRL**48/51**

Strada per Aiola n°5/G
42027 Montecchio Emilia - RE
Italy

**INTERTONNO SRL
TONNO SARDANELLI****10-166-167**

Via Zona Industriale, Lotto 22
89843 Maierato - VV
Italy

IP INGREDIENTS SRL**168/171**

Via Monte Baldo, 6
37069 Villafranca Di Verona - VR
Italy

KOELNMESSE PVT. LTD.**157**

203, Inizio,
Cardinal Gracious Road,
Opp. P&G Plaza, Chakala
400099 Andheri (East),
Mumbai
India

L'ARABA FENICE VEG SRL**I COV-182/185**

Via Torino, 12
35035 Mestrino - PD
Italy

**LA FORNERIA
DI DEMASI G. & C. SNC****11-172/174**

Corso Traiano 174/A
10135 Torino
Italy

**LABORATORIO ALIMENTARE
CECCHIN ANDREA E CARLO SRL****I COV-6-70/72**

Via Maglio, 23
35015 Galliera Veneta - PD
Italy

LE VIE DEL TARTUFO SRL**52/55**

Via del Lavoro snc
06026 Pietralunga - PG
Italy

LIFEANALYTICS**68-69-143**

Via Pezza Alta, 22
31046 Oderzo - TV
Italy

**LOGISTIC ONE GROUP MIDDLE
EAST DWC LLC****IV COV-240/243**

Business Center Free Zone 3 rd
Floor Building A3
South World Center
PO BOX 39086 Dubai
U.A.E - United Arab Emirates

**MANIFATTURA PORCELLANE
SARONNO SRL****186/188**

Via Varese 2/H
21047 Saronno - VA
Italy

MANIVA SPA**44/47**

Via Mignano, 15
25072 Bagolino - BS
Italy

MASIELLO FOOD SRL**I COV-189/193**

Via E. De Nicola SN
71042 Cerignola - FG - Italy

MEDSOL SRL**I COV-73/75**

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

NEW COLD SRL**90/93**

Via del Contarico, 36
26900 Lodi - Italy

NEXT INGREDIENTS**248/250**

Via Redipuglia, 150
21055 Gorla Minore - VA - Italy

OXFAM ITALIA ONLUS**86/89**

Via Concino Concini
52100 Arezzo - Italy

PANEM**I COV-204/206**

Via Pavia, 9
20835 Muggiò - MB
Italy

PASTIFICIO MARCELLO SRL**212/215**

Via Tecchione, 48C
20098 San Giuliano Milanese - MI
Italy

PIUMA D'ORO SRL**4-216/219**

Via Montesanto, 6
24047 Treviglio - BG - Italy

PREFORMATI ITALIA SRL**I COV-8-220/225**

Via Trieste, 26B
36065 Mussolente - VI - Italy

ROCHELLI CONSULTING**130/133**

Via Santa Sofia, 27
20122 Milano - Italy

**ROMANINO SRL - COMMERCIO
DI FRUTTA E VERDURA****226/229**

Via Vincenzo Toffetti, 125 BIS
20139 Milano
Italy

ROSSOGARGANO S.C.A.P.A.**84-85**

Z.I. ASI - Località Incoronata
71122 Foggia - Italy

SALUMIFICIO F.LLI COATI SPA**76/79**

Via Monti Lessini, 36
37020 Marano di Valpolicella - VR
Italy

SARZI AMADÈ SRL**116/119**

Via Nino Oxilia, 25/27
20127 Milano - Italy

TECNINOX - DI A. NAMAZIANO SRL**234-235**

Via Costa, 27
43035 Felino - PR - Italy

TENTAZIONI PUGLIESI SRL**I COV-5-106/108**

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

VIRTU SUPPLY SRL**80/83**

Via Nocilla, 157
95025 Aci Sant'Antonio - CT - Italy

WHA ITALIA**I COV-236/239**

Viale Brianza, 20
20092 Cinisello Balsamo - MI
Italy



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

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

**30 JULY -
1 AUGUST 2024**

**JIExpo Kemayoran,
Jakarta - Indonesia**



More Info



Info:  +62 21 - 54358118

 info@gem-indonesia.net

 GEM INDONESIA



LOGISTIC ONE GROUP

YOUR PARTNER YOUR RIGHT CHOICE

www.logisticonegroup.com

- WE INVEST OUR RESOURCES TO GUARANTEE FAST AND SAFE SHIPMENT WHATEVER YOUR NEEDS.
- OUR MAIN PRIORITY IS TO SATISFY OUR CLIENTS.
- AND TO TAKE CARE OF THEM FROM A TO Z.
- OUR MISSION IS TO SHIP ANY TYPE OF COMMODITY ALL OVER THE WORLD AND REMOVE ANY APPREHENSIONS.
- RELIABILITY, COMPETENCE , EXPERIENCE ARE THE MAGIC WORDS IN ALL OUR SERVICE.



LOG

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

LOGISTIC ONE GROUP SRL

Corso Milano, 106

35139 Padova - Italy - 02 27013888 - info@logisticonegroup.com