

Food & bev

catalogue

buyer



www.sassellese.it



www.pioppeto.it



www.ecolbio.it



www.sigep.it



www.arcolaio.org



www.fiorentinifirenze.it



MININNI
Buene

www.molinomininni.com
www.buene.it



www.oncaffè.com

TUTTOFOOD
MILANO

www.tuttofood.it

Bergader

La montagna nei formaggi. Dal 1902.

www.bergader.it

Emilia
FOODS

www.emiliafoods.it

SCRIANI

www.scriani.it



www.agriverde.it



ACCADEMIA OLEARIA

TENUTE FOIS

L'origine del gusto.

www.accademiaolearia.com



ARGIANO
CANTINA DAL 1580

www.argiano.net



www.sideaspezie.com - www.limperodelsole.it



www.easylines-montali.it



www.cibus.it



www.nebrolat.it



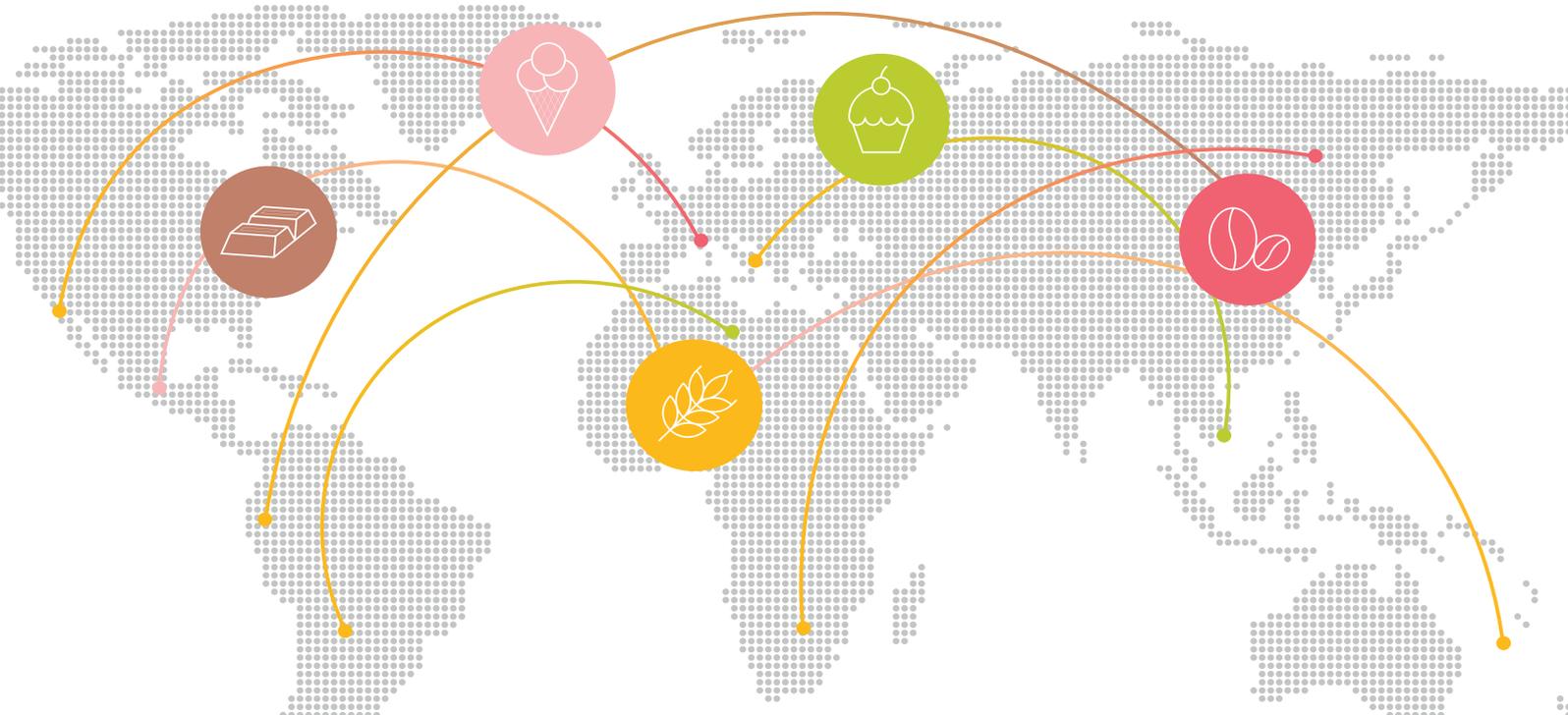
Il Buono d'Italia

www.olioluglio.it

Sigep
THE DIGITAL
EXPERIENCE



JOIN THE CHANGE



MARCH 2021

15
MON

16
TUE

17
WED

Digital edition

The first digital marketplace
for the dessert-and-coffee
foodservice industry

Organized by:

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**
Providing the future

In collaboration with:



ITCA
ITALIAN TRADE AGENCY

en.sigep.it



42nd Trade Show
of Artisan Gelato, Pastry,
Bakery and Coffee World



flower
COCKTAIL

FLOWER IS AN ATTITUDE



ph. vate_cardello

the
Sister's GIN

thesistersgin.com



Pistacchio Marullo

Linea GDO:

grande qualità per la
grande distribuzione.




MARULLO

L'eccellenza del **Pistacchio** arriva nei supermercati con la nuova linea di prodotti **Marullo**.

Pesto, Crema e Patè di Pistacchio: delizie gastronomiche capaci di dare vita a sfiziose ricette sia dolci che salate.

Per portare finalmente sugli scaffali di tutta Italia il gusto vero e autentico del pistacchio.



tel: +39 095 7725855 | fax: +39 095 7724894

e-mail: info@pistacchiospa.it | www.pistacchiospa.it



STEFANIA CALUGI
truffles since 1908

WIN THEM ALL
WITH A RENAISSANCE OF TASTE

Fresh Italian truffles
worldwide delivery

WWW.TARTUFI.IT

LATEST NEWS

INSIGHTS

LATEST NEWS

PAM PANORAMA

PRESENTA IL NUOVO SUPERSTORE DI VIA LAURENTINA A ROMA

Il nuovo punto vendita della storica insegna della grande distribuzione si trova all'interno del nuovo maximo shopping center

Pam Panorama apre le porte domani del nuovo Superstore Pam di via Laurentina 865 a Roma. Il nuovo punto vendita di 4700 mq di superficie si trova all'interno del nuovo Centro Commerciale Maximo e sarà aperto dal lunedì alla domenica dalle 8 alle 22.

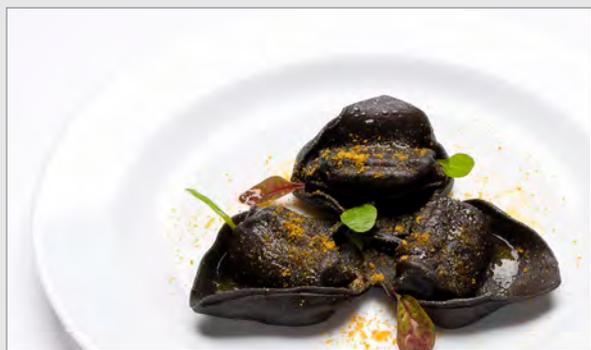
L'offerta del nuovo Superstore sarà centrata su una convenienza continua e sulla qualità e provenienza dei prodotti con un occhio di riguardo al comparto dei freschissimi. Frutta e verdura della massima qualità e freschezza, il meglio dei prodotti del territorio, consegnato tutti i giorni. Carne proveniente da fornitori selezionati che rispondono ad elevati standard qualitativi, sottoposta a numerosi controlli di laboratorio e lavorata all'interno del Centro Carni di Qualità Pam Panorama

di Firenze. Fiore all'occhiello dell'offerta il settore ittico con una flotta di pescherecci che pesca in esclusiva per Pam il meglio del pescato locale.

Attivi nel nuovo negozio diversi servizi: dai più moderni sistemi di pagamento elettronici come Apple Pay e Satispay ai comodi servizi di prelievo e deposito contante in cassa grazie al servizio Via Cash.

Pam, in ottica di responsabilità sociale, donerà alla Parrocchia di San Mauro Abate delle gift card che consentiranno l'acquisto di beni alimentari per le famiglie bisognose del quartiere ed inoltre, con l'obiettivo di creare sinergia con le comunità di quartiere, consegnerà 4 videoproiettori per lavagne LIM ad altrettante classi dell'Istituto Comprensivo "Domenico Bernardini" di Via Laurentina, 710.

preserving



Smeralda: exclusive fish products
 since 1988. - pp. 20/23

meat



L.C.S. srl: Authenticity and tradition:
 Salumificio L.C.S. - pp. 92/95

oil



Fioentini Firenze: presents the new
 line of "Climate Friendly" products.
 pp. 76/81

wine



Collis Veneto Wine Group snc:
 passion for quality. - pp. 162/165

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

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

stampa 1

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 7 - 2021

managing editor
 Enrico Maffizzoni
direzione@editricezeus.com

dairy



Bonlauni & Cantarelli srl: the magic of a place. - pp. 54/56

confectionery



Casa della Mandorla srl: the home of wellbeing. - pp. 178/181

pasta



Non solo pasta di Laila di Laila nonni: between tradition and future. pp. 138/141

alcohol



Il Beneduce liquonificio: the great love for bitter: Italyco, the Italian Bitter. pp. 86/89

caffè



DIEMME industria caffè torrefatti spa: expands its coffee premium line pp. 204/207

services



AL PIOPPETO ristorante: pp. 66/69

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

editorial production
Sonia Bennati
bennati@editricezeus.com

account dep. manager
Elena Costanzo
amministratore@editricezeus.com

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

translations
Gabriele De Luca

printing
Zeus agency





V-LABEL VEGAN CATEGORY AND ISO 9001:2015 CERTIFICATIONS FOR RAINFOREST CHICZA

Rainforest Chicza S.A. de C.V. continues to invest in food safety guaranteeing the highest quality of the raw materials used to produce Chicza, the real Maya chewing-gum, to the entire supply chain. In July 2020 Rainforest Chicza obtains the V-Label certification for the Vegan category, approved by the major European Veg associations. This document not only provides the criteria for awarding the trademark, but above all offers a clear and unambiguous definition of vegetarian and vegan in order to eliminate any doubts about the suitability of the product by making the difference between the two categories distinct. The V-Label certification carries out real checks for each approved reference and the criteria are updated to comply as closely as possible with the legal regulations in force, as well as being in step with new production technologies in the field of food and cosmetics.

Another great result is the achievement of the ISO 9001:2015 certification in September 2020 by the Accredited Body IMNC, "Instituto Mexicano de Normalización y Certificación AC", with more than 25 years of experience in contributing to the strengthening of companies in various issues about certification. The new ISO 9001:2015 certification is a further added value for Chicza and assures the Customer and all final Consumers that the standards used within the company respect the rules defined by the International Accreditation Forum (IAF) and the International Organization for Standardization (ISO).





MARCHIO V-LABEL CATEGORIA VEGAN E CERTIFICAZIONE ISO 9001:2015 PER RAINFOREST CHICZA

Rainforest Chicza S.A. de C.V. continua ad investire nella sicurezza alimentare garantendo a tutta la filiera l'altissima qualità delle materie prime utilizzate per produrre Chicza, il vero chewing-gum Maya. Nel luglio 2020 ottiene il marchio V-Label per la categoria Vegan, approvato dalle maggiori Associazioni Veg europee. Questo documento non solo fornisce i criteri di assegnazione del marchio, ma soprattutto offre una chiara e univoca definizione di vegetariano e vegan al fine di eliminare qualsiasi dubbio sull'idoneità del prodotto rendendo ben distinta la differenza fra le due categorie. Il marchio V-Label effettua vere e proprie verifiche per ogni referenza approvata e i criteri vengono costantemente aggiornati per essere il più aderenti possibili alle normative di legge in vigore, oltre ad essere al passo con le nuove tecnologie produttive in materia di alimentari e cosmesi.

Un altro grandissimo risultato è il conseguimento della certificazione ISO 9001:2015 nel settembre 2020 da parte dell'Organismo Accreditato IMNC, "Instituto Mexicano de Normalización y Certificación A.C.", con più di 25 anni di esperienza nel contribuire al rafforzamento delle aziende in varie questioni di certificazione. La nuova certificazione ISO 9001:2015 è un ulteriore valore aggiunto per Chicza e assicura al Cliente e a tutti i Consumatori finali che gli standard utilizzati all'interno dell'azienda rispettano le regole definite dall'International Accreditation Forum (IAF) e dall'International Organization for Standardization (ISO).

Grazie all'attività dei Chicleros, i veri Guardiani della Selva Maya, si preserva la II° foresta più grande del Continente Americano, considerata uno dei polmoni verdi del nostro Pianeta dopo la foresta Amazzonica. Oltretutto masticando Chicza si ridurrebbe drasticamente l'inquinamento ambientale causato dai chewing-gum convenzionali che impiegano da 5 a 7 anni per biodegradarsi nell'ambiente. Infatti secondo dati ufficiali di un autorevole studio svolto in maniera trasparente dalla Comieco in collaborazione con la GMI (Green Management Institute) solo in Italia sono 23 mila le tonnellate di rifiuti che generalmente non vengono smaltite correttamente e abbandonate per strada ogni anno. E tutto questo avrebbe un costo per le amministrazioni Comunali, se costrette ad intervenire, pari a 16,4 miliardi di euro di soldi pubblici solo

Thanks to the activity of the Chicleros, the true guardians of the Selva Maya, is preserved the 2nd largest forest on the American Continent, considered one of the green lungs of our planet after the Amazon forest. Besides chewing Chicza will drastically reduce the environmental pollution caused by conventional chewing-gum employing from 5 to 7 years to biodegrade in the environment. In fact according to official data of an authoritative study carried out by Comieco in collaboration with the GMI (Green Management Institute) only in Italy are 23 thousand tons of waste that are generally not correctly disposed and abandoned on the streets every year. And all this would have a cost for the municipal administrations, if forced to intervene, equal to 16,4 billions euros of public money only to remove those odious multicolored spots that are seen in the squares, sidewalks and streets of many cities. Chicza chewing-gum is distributed in Italy and Portugal by EcolBio Srl, a company certified organic by Suolo e Salute Control Body. *"We believed in the product right from the start when it was not yet marketed, contacting the producers in 2009. It was necessary to make a large investment and an important marketing strategy following the evolution of the product at 360 degrees"* explains Marco Di Giacomo, one of the members of EcolBio. *"Being the first to make consumers appreciate a new brand always requires great passion and determination, the first years were difficult, the results were slow in coming, but we insisted because we believed and still believe in the quality of the product but above all in those behind it, in the producers"*. Chicza chewing-gum is available in a 30 gram format, containing 12 squares, distributed in natural food stores and organic supermarkets, and in the 4-gram format, containing 2 squares, ideal for Hotels, Spa, kiosks, offices and bars. The tastes currently on the market, all strictly organic certified, are Mint, Lime, Mixed Berry, Spearmint, Cinnamon and the new Coffee flavor. The ingredients present in Chicza are organic gum base, organic evaporated sugar cane juice in powder, organic glucose, organic Agave syrup and various organic flavours. But the absolute novelty will be the imminent launch on the market of the new sugar-free format in Mint and Lime flavors, which will once again be the first and only chewing-gum in the world certified organic, 100% biodegradable and sugar-free!

chicza.it - ecolbio.it





per rimuovere quelle odiose macchie multicolori che si vedono nelle piazze, nei marciapiedi e nelle strade di molte città.

Il chewing-gum Chicza è distribuito in Italia e in Portogallo da EcolBio Srl, Azienda certificata biologica dall'Organismo di Controllo Suolo e Salute. *"Abbiamo creduto nel prodotto sin da subito quando ancora non era commercializzato, contattando i produttori nel 2009. E' stato necessario un grande investimento e un'importante strategia di marketing seguendo a 360 gradi l'evoluzione del prodotto"* spiega Marco Di Giacomo, uno dei soci di EcolBio. *"Far apprezzare per primi un nuovo brand richiede sempre una grande passione e determinazione, i primi anni sono stati difficili, i risultati tardavano ad arrivare, ma abbiamo insistito perchè credevamo e crediamo tuttora nelle qualità uniche del prodotto ma soprattutto in chi c'è dietro, nei produttori."*

Chicza è disponibile nel formato da 30 grammi, contenente ben 12 quadratini, distribuito nei negozi di alimentazione naturale e supermercati biologici, e nel formato da 4 grammi, contenente 2 quadratini, ideale per Hotels, Spa, chioschi, uffici e bar. I gusti attualmente presenti sul mercato, tutti rigorosamente certificati biologici, sono Menta, Lime, Frutti Rossi, Menta Verde, Cannella e il nuovo gusto al Caffè. Gli ingredienti presenti in Chicza sono gomma base biologica, succo biologico di canna da zucchero evaporato in polvere, glucosio biologico, sciroppo biologico di Agave e i vari aromi biologici.

Ma la novità assoluta sarà l'imminente lancio sul mercato del nuovo formato senza zucchero nei gusti Menta e Lime, che sarà ancora una volta il primo ed unico chewing-gum al mondo certificato biologico, 100% biodegradabile e sugar-free!

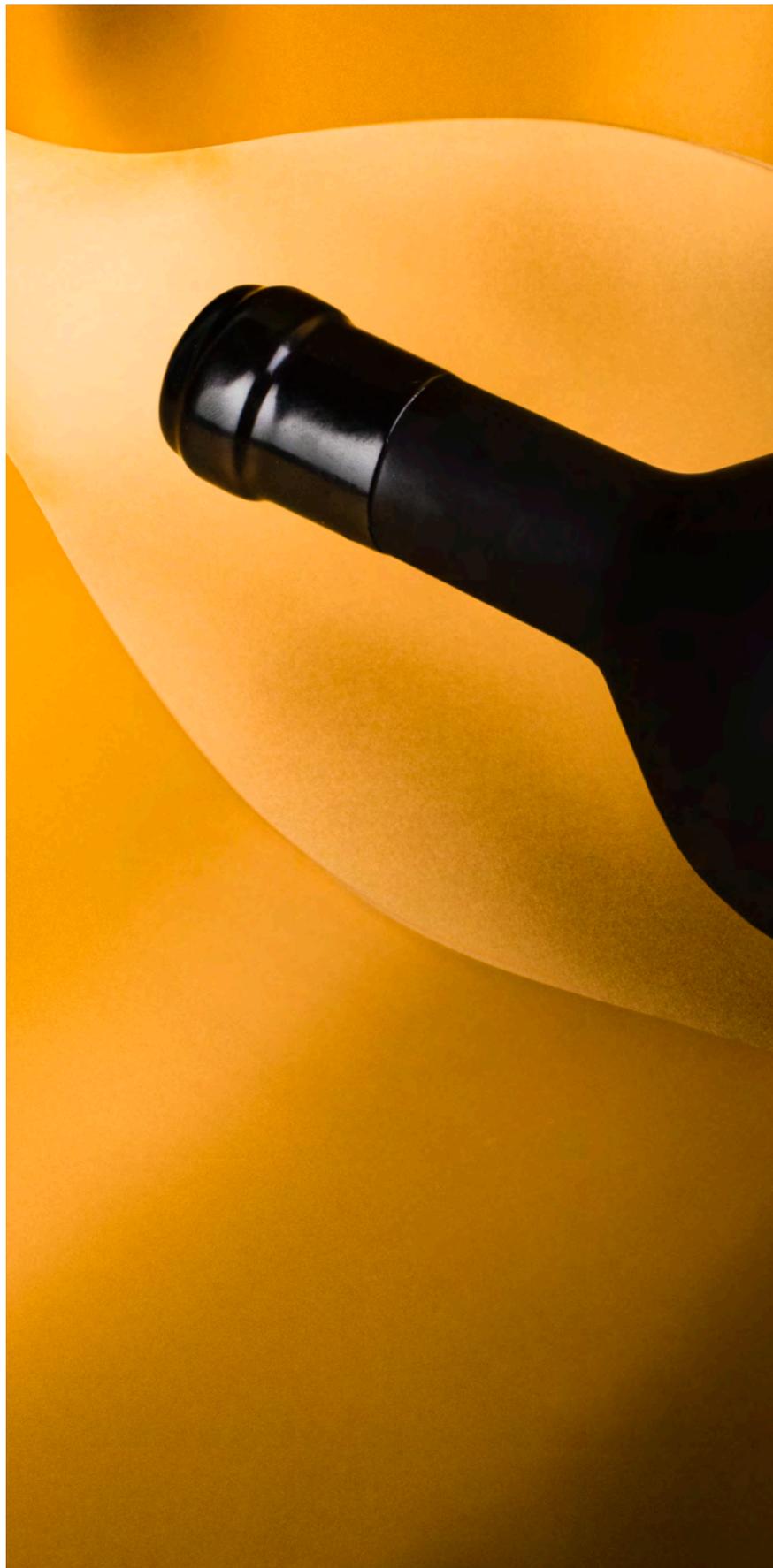
chicza.it - ecolbio.it

®
SCRIANI

TWENTY EXPERIENCE

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

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





TWENTY EXPERIENCE

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

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

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



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

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

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

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





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



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

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

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

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

www.scriani.it





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

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

www.scriani.it

®
SCRIANI

Twenty

20th ANNIVERSARY



Rispo and Gela, which have been part of the same corporate group for more than a year, are two leading companies in the production of frozen snacks and typical regional gastronomic products.

The partnership between Rispo and Gela was born from the common purpose of strengthening and consolidating their leadership on the national and international markets of frozen snacks, and both have all the right cards to aspire to such an important result.

Rispo and Gela share, in fact, the same values: the passion for tradition, the continuous attention to the innovation both technological and of the product, and last but not least, sustainability and the respect for the environment.

Both Rispo and Gela boast a wide range of products able to satisfy every potential request and need, both of the Ho.Re.ca. channel and of the GDO.

The Rispo-Gela group is, in fact, a specialist in the production of ready baked products, with a varied portfolio of specialties both baked and fried: Crocchè, in different flavors, Arancini, Frittatine di spaghetti, Rustici mignon 7 flavors, Olive Ascolane, Mozzarelline, eggplants' Polpettine, Cremini, Cacio fritto and many others, in packaging for both catering and retail.

The strong point of the group's companies is the constant search, in traditional cuisine, for new recipes for the realization of increasing-

Misto Napoli crudo





RISPO E GELA

Rispo e Gela, che da più di un anno fanno parte dello stesso gruppo aziendale, sono due realtà di spicco nella produzione di snack surgelati e di tipicità gastronomiche regionali.

Il sodalizio tra Rispo e Gela nasce dall'obiettivo comune di rafforzare e consolidare la propria leadership sui mercati nazionali ed internazionali degli snack surgelati, ed entrambe hanno tutte le carte in regola per poter ambire ad un risultato così importante.

Rispo e Gela condividono, infatti, gli stessi valori: la passione per la tradizione, la continua attenzione all'innovazione sia tecnologica che di prodotto, ed, infine, ma non per importanza, la sostenibilità e il rispetto per l'ambiente.

Sia Rispo che Gela vantano una vasta gamma di prodotti in grado di soddisfare ogni potenziale richiesta ed esigenza, sia del canale Ho.Re.Ca. che della GDO. Il gruppo Rispo-Gela è, infatti, specialista nella produzione di prodotti pronto forno, con un portafoglio di specialità variegato sia da forno che da friggere: Crocchè, in diverse varianti di gusto, Arancini, Frittatine di spaghetti, Rustici mignon 7 gusti, Olive Ascolane, Mozzarelline, Polpettine di melanzane, Cremi- ni, Cacio fritto e tanti altri ancora, nelle confezioni sia per il catering che per il retail.

Punto di forza delle aziende del gruppo è la ricerca costante, nella cucina tradizionale, di nuove ricette per la realizzazione di prodotti sempre più innovativi, in grado di rispondere alle esigenze del mercato e alle richieste dei consumatori.

Sia Rispo che Gela vantano, infatti, un laboratorio di Ricerca & Sviluppo, da sempre impegnato nella sperimentazione di nuovi abbinamenti e sapori per lanciare interessanti novità gastronomiche.

Altro obiettivo importante delle aziende del gruppo è il mantenimento di determinati standard prefissati, dall'acquisto delle materie prime, allo stoccaggio, alle varie fasi della produzione, confezionamento, magazzinaggio, fino al momento della consegna.

La scrupolosità, con la quale vengono svolte le varie fasi di ricerca, produzione, controllo ed analisi, garantisce uno standard qualitativo di altissimo livello, attestato con le numerose certificazioni nazionali ed internazionali.

Le scelte industriali delle Aziende del Gruppo riflettono la filosofia di entrambe, basata sulla volontà di conservare intatti gli elementi nutritivi e le qualità organolettiche di ogni prodotto, grazie alla sola tecnologia del freddo.



OLIVE Ascolane, Olive al Tartufo



Fiore di provola

ly innovative products, able to respond to market needs and consumer demands.

Both Rispo and Gela have in fact a Research & Development laboratory, which has always been engaged in the experimentation of new combinations and flavours in order to launch interesting gastronomic novelties.

Another important objective of the companies of the group is the maintenance of certain set standards: from the purchase of raw materials, to the storage, to the various stages of production, packaging, storage, until the time of delivery.

The scrupulousness with which the various phases of research, production, control, and analysis are carried out, guarantees a very high-quality standard, attested by numerous national and international certifications.

The industrial choices of the companies of the Group reflect the philosophy of both, based on the desire to preserve intact the nutritional elements and organoleptic qualities of each product, thanks only to the technology of cold. The additional advantages of the products in the range are practicality and speed of preparation. In a few

minutes, in fact, it is possible to bring to the table the taste and genuineness of homemade food and the pleasure of tasty ready-made recipes.

In the last year, despite the particular historical moment, the companies of the group have carried out numerous works of enlargement and improvement of the technologies inside the production sites, in order to make the processes more and more modern and functional.

Rispo and Gela thus want to convey a message of optimism for the future: "It is necessary to reinvent oneself in the face of difficulties and engage in reorganization. The strength to look beyond and the resilience are the essential elements to promote growth."

Although distant, due to anti-covid measures, Rispo&Gela are together to share what has always distinguished them: the passion for taste and quality... "Together for Passion!"

www.risposurgelati.it

www.gelasurgelati.it

Rustici mignon



I plus aggiuntivi dei prodotti in gamma sono la praticità e la velocità di preparazione. In pochi minuti, infatti, è possibile portare a tavola il gusto e la genuinità del cibo fatto in casa e lo sfizio di gustose ricette già pronte.

Nell'ultimo anno, nonostante il momento storico particolare, le aziende del gruppo hanno realizzato numerosi lavori di ampliamento e perfezionamento delle tecnologie all'interno dei siti produttivi, al fine di rendere i processi sempre più moderni e funzionali.

Rispo e Gela vogliono così trasmettere un messaggio di positività per il futuro: "Occorre reinventarsi di fronte alle difficoltà e impegnarsi nella riorganizzazione. La forza di guardare oltre e la resilienza sono gli elementi essenziali per promuovere la crescita". Anche se distanti a causa delle misure anti-covid, Rispo&Gela sono insieme per condividere ciò che da sempre le contraddistingue: la passione per il gusto e la qualità... "Insieme per Passione!"

www.risposurgelati.it
www.gelasurgelati.it

*La passione per il gusto e la tradizione
 accorcia le distanze.*





SMERALDA: EXCLUSIVE FISH PRODUCTS SINCE 1988

Our company was founded in 1988 and today is a leader in the production and sale of mullet bottarga and sea urchin pulp.

We select the best fishing areas and personally choose the best possible quality. And in our factories in Cagliari, we always guarantee the full availability of the products.

Mullet bottarga

With a meticulous organization of the production, we work manually the mullet's eggs, guaranteeing handicraft care of the product without equal. The experience and professionalism matured allow us to offer distinctive advantages:

- The color is a classic golden yellow which recalls orange peel.
- The maturation is homogeneous, the edges are perfectly rounded and the thickness is high.
- When chewed, one appreciates the soft and silky texture with a strong and at the same time delicate taste and elegant iodine hints.
- Our grated product is made from the individual eggs of mullet whose integrity is ensured by an exclusive grinding technique.





**SMERALDA:
PRODOTTI ITTICI ESCLUSIVI
DAL 1988**

La nostra azienda è stata fondata nel 1988, e oggi è leader nella produzione e vendita della Bottarga di Muggine e della Polpa di Riccio. Selezioniamo le migliori aree di pesca e scegliamo personalmente la migliore qualità possibile. E nei nostri stabilimenti di Cagliari garantiamo sempre la piena disponibilità dei prodotti.

La Bottarga di Muggine

Con una meticolosa organizzazione della produzione lavoriamo manualmente le uova del muggine garantendo una cura artigianale del prodotto senza pari. L'esperienza e la professionalità maturate ci consentono di offrire dei plus distintivi:

- Il colore è giallo oro classico che richiama la scorza d'arancia
- La stagionatura è omogenea, i bordi perfettamente tondeggianti e lo spessore elevato
- Alla masticazione si apprezza la morbida e setosa tessitura con sapore deciso e allo stesso tempo delicato e con eleganti note iodate
- Il nostro grattugiato è composto dalle singole uova di muggine la cui integrità è assicurata da una esclusiva tecnica di macinatura.

Nella lavorazione della Bottarga di Muggine non utilizziamo conservanti.

La Polpa di Riccio

Dal 2015 nel nuovo stabilimento di produzione ci occupiamo della lavorazione delle uova di Riccio con l'obiettivo di realizzare un prodotto sterilizzato con la stessa cura e con lo stesso approccio organizzativo dedicati alla Bottarga. L'elevato standard qualitativo inizia dalla

In the processing of mullet bottarga, we do not use preservatives.

Sea urchin pulp

Since 2015, in our new production site, we have been dealing with the processing of sea urchin eggs with the aim of producing a sterilized product with the same care and organizational approach dedicated to bottarga.

The high-quality standard begins with the great care with which the raw material is chosen. The sterilized sea urchin pulp is the result of a research work that has taken more than a year, during which we have developed a processing technique that gives back some qualifying advantages:

- Homogeneous and creamy aspect.
- Yellow color with bright orange shades.
- Pleasantly iodized and rich in aromas taste, free from bitter notes.

In the processing of sterilized sea urchin pulp, we do not use preservatives.

Cuttlefish ink

We have worked for a long time to obtain a product that is different in appearance and taste. Our Cuttlefish ink is the result of innovative rheological studies that have allowed us to obtain very gratifying results. This product has distinguishing features that we can summarize in the following features:

- Glossy black color (there are no nuances that recall brown notes).
- Perfectly homogeneous appearance.
- Consistent creaminess with pleasant notes that recall the taste of the meat of the cuttlefish.
- Very high coloring power.

In the processing of Cuttlefish ink, we do not use preservatives.

The entire production process of mullet bottarga and sea urchin pulp is certified by the BRC Global Standard and the International Food Standard.



Currently, our distribution sees us working in many diverse distribution channels in different geographical areas: in the HORECA channel, in wholesale distribution, and in particular in modern distribution.

Internationally, where we operate with decades of experience, we regularly export to the USA, Canada, Japan, Australia, Singapore, Hong Kong, Thailand, United Arab Emirates, Lebanon, Israel, Austria, Switzerland, Belgium, Holland, France, Spain, and England. In recent years, the company's sales volume has steadily increased thanks to the extension of the markets, especially in foreign countries.

www.smeralda.com

grande cura con cui viene scelta la materia prima. La Polpa di Riccio sterilizzata è il risultato di un lavoro di ricerca durato oltre un anno nel quale abbiamo sviluppato una tecnica di lavorazione che restituisce del plus qualificanti:

- Aspetto omogeneo e cremoso
- Colore giallo con tonalità arancio brillante
- Gusto piacevolmente iodato e ricco di aromi privo di note amare

Nella lavorazione della Polpa di Riccio sterilizzata non utilizziamo conservanti.

Il Nero di Seppia

Abbiamo lavorato per molto tempo per ottenere un prodotto che si differenziasse nell'aspetto e nel gusto. Il nostro Nero di Seppia è il risultato di innovativi studi reologici che ci hanno permesso di ottenere risultati molto gratificanti. Questo prodotto ha caratteristiche differenzianti che possiamo riassumere nei seguenti plus:

- Colore nero lucido (non sono presenti nuance che richiamino note marron)
- Aspetto perfettamente omogeneo
- Creosità consistente con piacevoli note che richiamano il sapore delle carni della seppia

- Potere colorante molto elevato

Nella lavorazione del Nero di Seppia non utilizziamo conservanti.

L'intero processo produttivo di Bottarga di MugGINE Polpa di Riccio gode delle certificazioni BRC Global Standard e International Food Standard.

Attualmente la nostra distribuzione ci vede presenti sui diversi canali distributivi in differenti aree geografiche: nel canale horeca, nella distribuzione all'ingrosso e in particolare nella moderna distribuzione.

All'estero, dove operiamo con una esperienza pluridecennale, esportiamo regolarmente in USA, Canada, Giappone, Australia, Singapore, Hong Kong, Thailandia, Emirati Arabi, Libano, Israele, Austria, Svizzera, Belgio, Olanda, Francia, Spagna e Inghilterra.

Negli ultimi anni, il fatturato aziendale ha avuto un incremento costante grazie all'estensione dei mercati, in particolare all'estero.

www.smeralda.com

Smeralda®



Ricci e bottarga Smeralda. I tesori nascosti del mare.

Smeralda sea urchin and bottarga. The hidden treasures of the sea.



SIDEA[®]
Spices and Herbs



FLAVOURS FROM DISTANT LANDS WE KNOW CLOSELY

The world of spices is fascinating, certainly, but also complex.

SIDEA has just celebrated its first 70 years of business. Since the beginning – in the distant 1948 – SIDEA has distinguished itself as a highly specialized business in importing, processing and selling spices and herbs, seeds, dehydrated vegetables, natural aromas, saffron, and precious salts. The company also produces a great number of blends, including customized ones, and flavourings, always starting from the grinding and blending of raw materials on site. The Research & Development sector, always careful to the new market trends, has created a new range of blends for marinated meats, inspired by the American BBQ tradition: the RUBS. Another





AROMI DI TERRE LONTANE CHE CONOSCIAMO DA VICINO!

Il mondo delle spezie è senza dubbio affascinante ma anche complesso.

SIDEA ha appena compiuto 70 anni di attività e sin dalle sue origini - nel lontano 1948 - si è sempre distinta come una realtà altamente specializzata nell'importazione, trasformazione e commercializzazione di spezie ed erbe, semi, ortaggi disidratati, aromi naturali, zafferano e sali pregiati. In azienda si realizzano inoltre moltissime miscele, blend personalizzati ed insaporitori, sempre partendo dalla macinazione e miscelazione delle materie prime in loco. Il comparto Ricerca & Sviluppo, sempre attento a cogliere le nuove tendenze di mercato, ha realizzato una nuova gamma di miscele per marinare le carni ispirate alla tradizione americana del mondo BBQ: i RUB. Un'altra linea di grande attualità è "SPRINT MIX": cereali e semi arricchiti con pezzetti di frutta disidratata, per la colazione, per uno spuntino veloce oppure per impreziosire dolci e biscotti.

SIDEA è disponibile anche per il confezionamento private label su tutta la gamma.



prominent topical line is "SPRINT MIX": cereals and seeds enriched with pieces of dehydrated fruit, for breakfast, for a quick snack or to enhance sweets and biscuits. SIDEA also provides private label products.

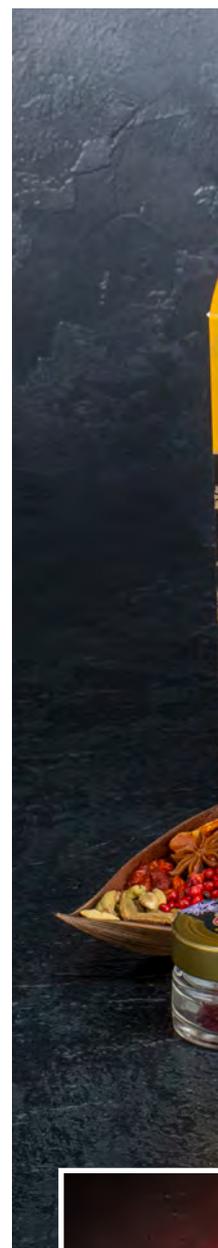
The company is located in San Martino di Lupari, Padua, in the Venetian inland that has collected the commercial traditions of the Serenissima Republic, but also its multicultural heritage. Spices – one of the first goods of the international trade – have become again excellent products for our tables. Moreover, the increasing awareness of the consumers about natural diet, alternative nutrition, and well-being has increased the diffusion and the use of spices together with a strong cultural curiosity.

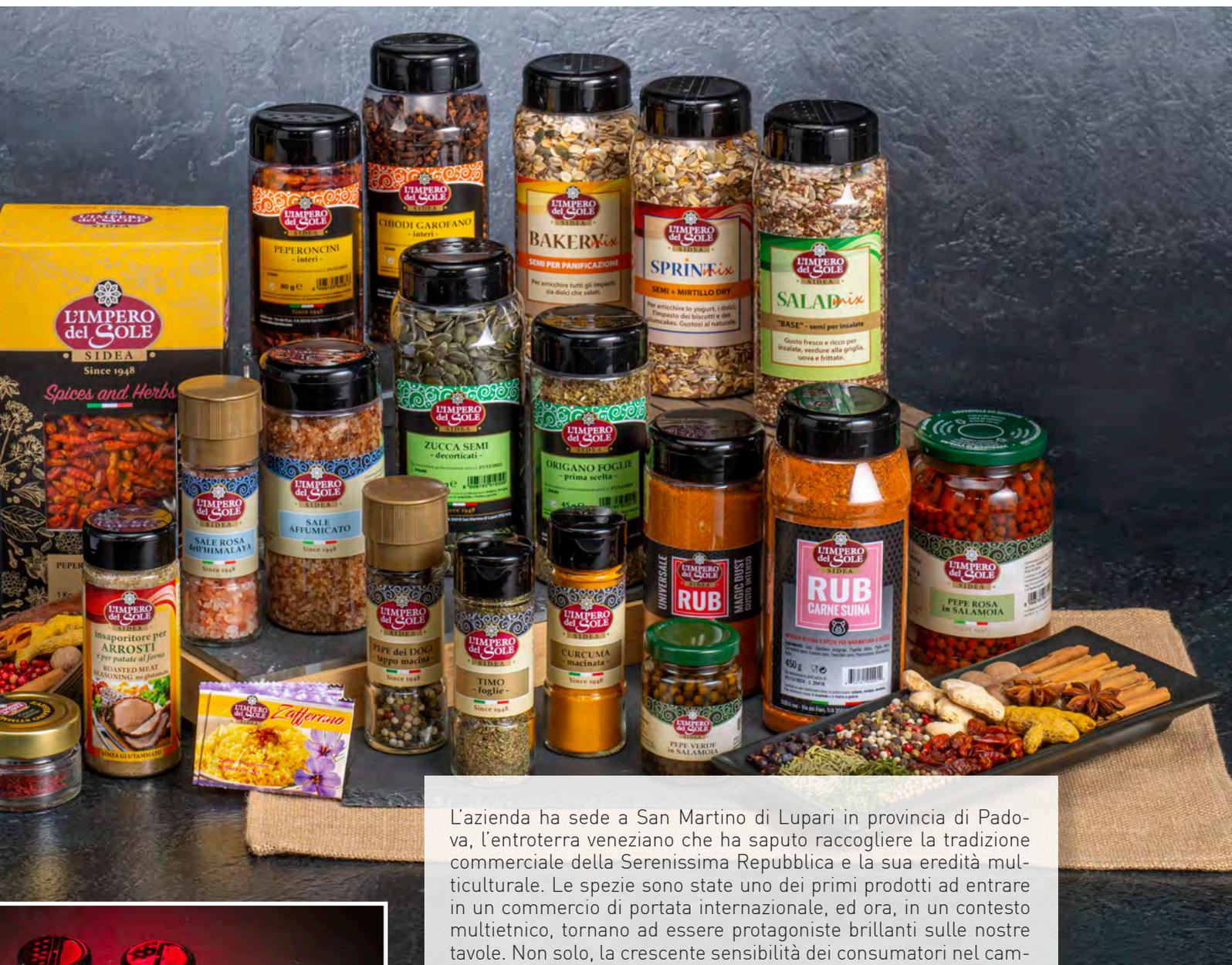
What does Total Quality mean for SIDEA?

It means to select suppliers carefully, to process raw materials with experience and attention, and to apply the artisan expertise to direct processes, combining traditional methods with modern technologies, such as the cryogenic grinding.

Total Quality also means to improve safety and protection of products, to create always-new blends and special formulas, to propose to the different segments of the market a huge range of references and packaging, and our personal commitment as a guarantee for the pre-and post-sales services. SIDEA has obtained the FSSC22000 for the food safety, a new certification to add to its quality system.

www.limperodelsole.it





L'azienda ha sede a San Martino di Lupari in provincia di Padova, l'entroterra veneziano che ha saputo raccogliere la tradizione commerciale della Serenissima Repubblica e la sua eredità multiculturale. Le spezie sono state uno dei primi prodotti ad entrare in un commercio di portata internazionale, ed ora, in un contesto multietnico, tornano ad essere protagoniste brillanti sulle nostre tavole. Non solo, la crescente sensibilità dei consumatori nel campo dell'alimentazione naturale, alternativa e del benessere ne ha determinato una maggiore diffusione ed un ampio utilizzo, accompagnato da una spiccata curiosità culturale.

Cosa significa per SIDEA offrire una Qualità Globale?

Innanzitutto selezionare accuratamente i fornitori alle origini e lavorare le materie prime con competenza ed oculatezza, avvalersi dell'esperienza artigianale nella trasformazione diretta (integrando i metodi tradizionali e le moderne tecnologie come la criogenia nella macinazione), progredire in termini di sicurezza e tutela dei prodotti, saper creare sempre nuovi blend e formulazioni dedicate, proporre ai vari segmenti di mercato un'ampia gamma di referenze e di confezioni, la serietà personale come garanzia pre e post vendita.

A conferma di tutto ciò, SIDEA ha ottenuto la certificazione FSSC22000 per la sicurezza alimentare, integrandola al sistema di qualità già presente.

www.sideaspezie.com





ERIK BANTI'S DOMAINE AND WINERY

The passion for wine is in Erik Banti's blood. As a child on his father's farm, La Bracesca, in Montepulciano, he watched with wide-eye wonder as the grown-ups worked in the vineyards, ageing and bottled the resulting nectar.

At those times Tuscan wines were bottled in fiasco's, handy blow and containing approximately 1,8 liter and wrapped with straw.

Few years on, after being graduate in economics, Erik drove racing cars and played golf, collecting Italian awards and Championships both on race tracks and golf courses.

As a photographer later on he worked for Vogue and Nat-Geo. And was a favourite of Fellini's and Zeffirelli's film sets and sought-after by the major advertising Co. for campaign for Esso, Shell etc. and has been official photographer during the construction of the CERN central in Geneva.

Still later, now as a tour operator, he discovered in 1971 the Maldives and built the first bungalows hotel for welcome tourists, rent charter boats in the Red Sea and in the Philippines, tracking in the Amazonas, flying safari tours in Kenya and visit oriental beauties as Thailand, Hong Kong, Java, Bali and much more.

Thousand passions a thousand profession, using all his energy and played at his best. But, as a wise man said, "when the ground shakes beneath your feet go back to your root. So one day, tired of queues and traffic lights, he moved to Maremma in his medieval Montemerano house.

In 1985 Erik opened a restaurant in Montemerano with the name "Enoteca dell'Antico Frantoio" restoring a building

ERIK BANTI E LA SUA CANTINA

Erik Banti la passione del vino ce l'ha nel sangue. Sin dalla prima infanzia, quando nella fattoria paterna La Bracesca di Montepulciano, con gli occhi con lo stupore del bambino guardava i "grandi" a lavorare la vigna, invecchiare e imbottigliare il nettare che all'epoca di faceva nei fiaschi da quasi due litri e coperti di paglia, non come ora in belle bottiglie e luccicanti etichette.

Qualche anno dopo, studente in economia, Erik corre in auto e gioca a golf, cogliendo allora i titoli italiani sia in pista quanto sui greens. Poi, fotografo, firma servizi per Vogue e National Geographic ed è prediletto sui set da Fellini e Zeffirelli.

Più tardi ancora, come tour operator, scopre per primo le Maldive nel 1971 ed altri paradisi tropicali.

Mille innamoramenti, mille mestieri, sempre giocati al meglio.

Ma quando senti la terra tremare sotto i piedi -dice un saggio- ritorna alle tue origini. Così stanco della code e dei semafori, Erik torna alle sue radici in Maremma e si stabilisce nella sua magione deviate a Montemerano, così Erik fonda la sua attività nel 1981 mettendo il tappo alla sua prima bottiglia di Morellino, allora vino sconosciuto, facendolo uscire dai suoi stretti confini per stupire il mondo grazie alla sua caparbia volontà di "Vikingo", come tutti lo conoscevano quaggiù in Maremma.

La cantina è ora a Scansano (500 s.l.m.) punto d'incontro tra tutti i vigneti.

I wine lovers troveranno la bottega con i vini delle ultime annate, oltre a qualche "vintage" venuto particolarmente bene e gadgets logati. All'attico c'è una sala degustazione capace di accomodare 60 persone per assaggi di vino e per merende dedicate, vicino ad una grande terrazza dove si può ammirare la vicina Scansano, la vallata ed la costa tirrenica.

Per appuntamento e relativamente alla stagione si possono fare gite nei vigneti e presenziare alle operazioni di cantina.





of the 1.700 with an oil mill in the basement, the enoteca was for years the meeting point of the grastro-wine culture in the Maremma, where Erik was pouring beside his wines, wines of his friend considered the best Italian producers. Erik established his winery in 1981, corking the first bottle of his own Morellino, a wine as yet unknown outside its local site which would astonish the world thanks to the strong-willed "viking" as they call him here. As a matter of fact Erik has been the first to introduce worldwide this wine appellation letting people know and appreciate the Morellino di Scansano for his amazing quality, with recognitions from the major wine guides, magazines and newspaper columns. The winery is located in Scansano (1.600 feet high) and a turnaround point of all our vineyards. Wine lovers will find a wine store with the current vintage selling wines, vintage bottles and wine gadgets. There is a penthouse meeting room up to 60 people for wine tastings with "merenda's" (light refreshments) and a large terrace with breaking view over Scansano, the valley and the sea coast.

By appointment and depending the year season it's possible touring vineyards and winery process operations. Currently the vineyards are extended for 51 acres and the winery buys grapes only from neighbours who offers guarantee of top grape quality. The mainly grapes production consist in sangiovese, the "King" of Tuscan grapes for a 65% of total production, French grapes varieties as Merlot, Cabernet Sauvignon, Petit Verdot and Syrah are also pro-

duced for approx. 35%. With the 2016 harvest the vineyards obtain the organic certification and starts to partially label his production with this State certification. All wine processing from fermentation, ageing and bottling is made totally in our winery. Since 2014 use "select Bio, Carbon zero" corks obtain from leaf sugar plants. Yearly total production it's around 30.000 cases, half of Morellino di Scansano DOCG and half of Maremma Toscana DOC, export it's a 40% of the turn-over. R; with the first three glasses for the Morellino di Scansano obtain on the "Gambero Rosso" guide, Erik has been acknowledged to be "The Profet" of the Morellino. Both Burton Anderson and Hugh Johnson wrote about Erik Banti's Morellino as the "New Brunello". Wine Spectator awards for "the Best Italian buy" with amazing article.

Der Feinschmecker in a Super Tuscan wine test the Ciabatta was classified as the best while the Poggio Maestrino, our vineyard close to Montiano became #3.

Wine Enthusiast on the annual article of the 100 world's best buy wines, ranked our regular Morellino di Scansano # 40 with 91 points, the only Italian wine mentioned.

Boston Globe, in a blind tasting of 50 wines under 20\$ our Carato has been classified the best by all four tastings experts.

James Suckling and Wine Advocate all wines scores from 89 to 93 points.

www.erikbanti.com



L'estensione dei vigneti per ora è di 21 ettari e la cantina acquista unicamente le uve dei vicini, potendo controllare ed essere garantiti per la loro qualità. La qualità dell'uva principalmente prodotta è il sangiovese, "Re" delle uve toscane per il 65% ed uve varietali francesi quale Merlot, Cabernet Sauvignon, Petit Verdot e Syrah per il rimanente 35%.

Con la vendemmia 2016 la maggior parte dei vigneti hanno avuto la certificazione Biologica e l'azienda ha imbottigliato parte delle sua produzione con il sigillo di Stato Bio. Tutte le operazioni vinicole sono fatte in cantina, dalla fermentazione, all'invecchiamento ed all'imbottigliamento finale. Dal 2014 la cantina usa tappi "selezione Bio, zero carbone" ottenuti dalle foglie di piante da canna da zucchero.

La produzione annuale si aggira su 340.000 bottiglie, metà di Morellino di Scansano DOCG e metà di Maremma Toscana DOC, l'export è di circa il 40% della produzione.

RICONOSCIMENTI: dopo i primi tre bicchieri ottenuti sul **Gam-**

bero Rosso, Erik è stato soprannominato "Il Profeta" del Morellino.

Burton Anderson e **High Johnson** hanno definito i suoi vini "il Nuovo Brunello".

Wine Spectator lo ha definito il suo Morellino il "Best Buy" tra i vini italiani dedicandogli un importante articolo.

Der Feinsckmecker ha messo come vincente su una classifica di Super Tuscan e # tre il Poggio Maestrino.

Wine Enthusiast un una classifica dei migliori 100 vini al mondo ha dato 91 al Morellino di annata, classificandolo # 40 e primo tra i vini italiani.

Boston Globe, in una degustazione cieca di 50 vini al di sotto dei 20\$ è stato classificato # uno da tutti e 4 i degustatori.

Nei rating di **James Suckling** e **Wine Advocate**, tutti i vini hanno punteggi dai 90 in poi.

www.erikbanti.com



Società Agricola Erik Banti Srl
58054 Scansano (GR) Italiatel. +39 (0)564 508006
E Mail info@erikbanti.com
Facebook : Erik Banti il Morellino di Scansano
Instagram: [morellinowinery_erik_banti](https://www.instagram.com/morellinowinery_erik_banti)
Vendita diretta nella nostra Bottega
Vendita online

www.erikbanti.com



Pensoinverde is online, the eCommerce dedicated to Sustainability

The new brand, born from an idea of the founders of ABenergie, ensures respect for the environment through the entire shopping experience, helping to promote a greener culture in Italy

E' live Pensoinverde, l'eCommerce dedicato alla Sostenibilita'

Il nuovo brand, nato da un'idea dei fondatori di ABenergie, assicura il rispetto dell'ambiente attraverso l'intera esperienza d'acquisto, contribuendo a promuovere una cultura sempre più green in Italia

From today is online Pensoinverde (www.pensoinverde.it), the new Italian digital market place, entirely dedicated to the sale of high-quality sustainable products and services, created by the founders of ABenergie, an Italian producer and supplier of renewable electricity and green gas, with headquarters in Bergamo and operating throughout the country. A start-up that will play an important role in the diffusion in Italy of a culture that focuses on respect for the environment, an increasingly strategic issue in the recovery phase.

The platform, which has a linear and attractive graphic look, proposes a diversified offer, which will be increasingly enriched over time, but with a common denominator: the different items on the site are inspired by the principles of environmental and social sustainability. All suppliers selected by Pensoinverde have international certifications that demonstrate their commitment to respect, throughout the supply chain, ethical and sustainable production methods.

The consumer, by purchasing on Pensoinverde, takes an active role in reducing environmental impact and promoting sustainable development, which inspires the entire customer journey. The site is zero impact, as certified by Climate Net-

Da oggi è online Pensoinverde (www.pensoinverde.it), il nuovo market place digitale italiano, interamente dedicato alla vendita di prodotti e servizi sostenibili di alta qualità, creato dai fondatori di ABenergie, produttore e fornitore italiano di energia elettrica rinnovabile e gas verde con sede principale a Bergamo e operante su tutto il territorio nazionale. Una start up che avrà un ruolo importante nella diffusione in Italia di una cultura che metta al centro il rispetto dell'ambiente, un tema sempre più strategico nella fase della ripartenza.

La piattaforma, che presenta una veste grafica lineare e accattivante, propone un'offerta differenziata, e che si arricchirà sempre più nel tempo, ma con un comune denominatore: i diversi articoli presenti sul sito si ispirano ai principi della sostenibilità ambientale e sociale. Tutti i fornitori selezionati da Pensoinverde hanno infatti certificazioni internazionali che dimostrano concretamente il loro impegno a rispettare, su tutta la filiera, metodi di produzione etici e sostenibili.

Il consumatore, acquistando su Pensoinverde, assume un ruolo attivo nella riduzione dell'impatto ambientale e nella promozione di uno sviluppo sostenibile, che ispira tutta la customer journey. Il sito è ad impatto zero, come certificato da Rete Clima - un aspetto importante se si considera che i siti web sono responsabili del 2% dell'inquinamento atmosferico mondiale - e ogni singo-



work - an important aspect if you consider that websites are responsible for 2% of global air pollution - and every single purchase generates the planting of a tree thanks to the partnership with OneTreePlanted, supporting a project in Brazil that aims to protect biodiversity and support the local economy. Also, for shipping, is used recycled paper packaging and along with each item purchased, Pensoinverde sends to customers a thank you card that can be planted, from which colorful flowers can grow. Finally, Pensoinverde's sales network is the first and only one in Italy composed of sustainability consultants who, thanks to specific training, are able to offer solutions that allow customers to adopt a totally green approach to their consumption of goods and services.

"Pensoinverde was born from an idea of Matteo Acerbis, CEO of ABenergie, and myself, and benefits from all our experience. This eCommerce

lo acquisto genera la piantumazione di un albero grazie alla partnership con OneTreePlanted, sostenendo un progetto in Brasile che si propone di proteggere la biodiversità e supportare l'economia locale. Inoltre, per la spedizione viene usato packaging in carta riciclata e insieme a ciascun articolo acquistato, Pensoinverde invia ai clienti una cartolina di ringraziamento piantabile, dalla quale potranno nascere fiori colorati. Infine, la rete vendita di Pensoinverde è la prima e unica in Italia composta da consulenti della sostenibilità che, grazie ad una formazione specifica, sono in grado di offrire soluzioni che permettono ai clienti di adottare un approccio totalmente green ai propri consumi di beni e servizi.

"Pensoinverde nasce da un'idea di Matteo Acerbis, Amministratore Delegato di ABenergie, e mia, e beneficia di tutta la nostra esperienza. Questo eCommerce è però in tutto e per tutto un'azienda e un brand autonomo, pur facendo parte della medesima



is, however, in all respects an autonomous company and brand, although it is part of the same family of companies of ABenergie, of which it shares the strong values and an important mission, that is to spread in Italy habits and choices that help to minimize our environmental impact, to realize the dream of a greener future,” said Alessandro Bertacchi, President of ABenergie.

The products available on Pensoinverde cover many different categories, including accessories, school, and office, cell phones, tech and audio, flasks and thermos, lighting, beauty, food. On Pensoinverde you can, for example, buy backpacks made of 100% recycled fabrics, Bluetooth on-ear headphones made of sustainable and recyclable materials, plastic-free water bottles, stylish and high-tech eco-friendly LED bulbs, certified organic body care products, and food specialties with natural ingredients and no additives. Many ideas that can give a touch more “green” to our Christmas, inspiring us in the purchase of upcoming gifts and leading us to choose beautiful products, “good” and offered at a fair price: a small, large contribution to support the recovery of consumption in a time still delicate for the country and all Italians.

famiglia di imprese di ABenergie, di cui condivide i forti valori e una missione importante, ossia quella di diffondere in Italia abitudini e scelte che contribuiscano a minimizzare il nostro impatto ambientale, per realizzare il sogno di un futuro più green,” ha dichiarato Alessandro Bertacchi, Presidente di ABenergie.

I prodotti disponibili su Pensoinverde coprono diverse categorie merceologiche, tra cui accessori, scuola e ufficio, cellulari, tech e audio, borracce e thermos, illuminazione, beauty, food.

Su Pensoinverde si possono ad esempio acquistare zaini dai tessuti riciclati al 100%, cuffie on-ear bluetooth realizzate con materiali sostenibili e riciclabili, borracce plastic free, lampadine LED di design e altamente tecnologiche ed ecosostenibili, prodotti per la cura del corpo biologici certificati e specialità alimentari dagli ingredienti naturali e prive di additivi.

Molte idee che possono dare un tocco più “verde” al nostro Natale, ispirandoci negli acquisti dei prossimi regali e portandoci a scegliere prodotti belli, “buoni” e offerti ad un prezzo equo: un piccolo, grande contributo a sostegno della ripresa dei consumi in un momento ancora delicato per il Paese e per tutti gli italiani.



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



EasyMontali®

Industrie Montali: the taste of typical Italian cuisine

Innovation and practicality of packaging, raw material with a strictly controlled supply chain made in Italy, bio-vegan products are just some aspects of a brand that in its 110 years of history has been able to interpret the trends of a consumer who is increasingly curious and attentive to processes. and the functional properties of the products. We are talking about Industrie Montali, the company led by Stefania Montali, marketing manager and owner of the Emilian company that created a line of ready-made sauces and pates with a high percentage of raw material dedicated to who want to combine eating well and eating in perfect harmony despite not having much time to devote to the stove.

The company was founded in Emilia-Romagna in 1910 and, for over 100 years, has been buying tomatoes grown, harvested and processed only in Italy, for a transparent supply chain, in order to guarantee the consumer a gluten-free product processed in the total absence of preservatives, dyes and antioxidants. The goal is to transfer the taste of typical Italian cuisine from the housewife's pot to industrial processing plants.

With an innovative packaging, the sauces are offered in an easy-to-use bag. The single-dose of 90g pack has the same characteristics as the



INDUSTRIE MONTALI : L'ESSENZA DELLA TRADIZIONE GASTRONOMICA ITALIANA

Innovazione e praticità nel packaging, materia prima a filiera controllata rigorosamente made in Italy, prodotti bio-vegan sono solo alcuni aspetti di un marchio che nei suoi 110 anni di storia ha saputo interpretare le tendenze di un consumatore sempre più curioso e attento ai processi e alle proprietà funzionali dei prodotti.

Parliamo di Industrie Montali, l'azienda guidata da Stefania Montali, marketing manager e titolare dell'impresa emiliana ideatrice di una linea di sughi pronti e paté a elevata percentuale di materia prima dedicata a tutti coloro che vogliono conciliare in per-



fetto accordo mangiare bene e mangiare sano pur non avendo molto tempo da dedicare ai fornelli.

L'azienda nasce in Emilia-Romagna nel 1910 e, da oltre 100 anni, acquista pomodoro coltivato, raccolto e lavorato solo in Italia, per una filiera trasparente, al fine di garantire al consumatore un prodotto senza glutine lavorato in totale assenza di conservanti, coloranti e antiossidanti. L'obiettivo è trasferire il gusto della cucina tipica italiana dalla pentola della massaia agli impianti della lavorazione industriale.

Con un packaging innovativo i sughi, vengono proposti in una busta di facile utilizzo. La confezione monodose da 90 gr ha le stesse caratteristiche del pomodoro fresco appena raccolto, in termini di genuinità e fragranza. Ogni sugo racchiude l'essenza della tradizio-

ne gastronomica italiana, con un'alta percentuale di polpa di pomodoro ed ingredienti genuini, come l'olio extravergine d'oliva, il parmigiano reggiano.

La busta in accoppiato di alluminio si apre a strappo, si versa senza la necessità di essere riscaldata, contiene la giusta monoporzione di prodotto contrastando lo spreco alimentare, riduce fino al 30% lo spazio a scaffale, i consumi energetici della catena logistica evita l'ossidazione dovuta alla luce e non genera frammenti.

Accanto alla linea sughi, presentiamo una splendida linea di patè in 6 differenti gusti, per soddisfare le esigenze dei palati più esigenti.

easyline-montali.it



freshly fresh picked tomato, in terms of genuineness and fragrance. Each sauce contains the essence of the Italian gastronomic tradition, with a high percentage of tomato pulp and genuine ingredients, such as extra virgin olive oil, Parmesan cheese.

The laminated aluminum bag opens by tear, is poured without the need to be heated, contains the right single portion of product fighting food waste, reduces shelf space by up to 30%, the energy consumption of the logistics chain avoids the oxidation due to light and does not generate fragments.

Next to the sauce line, we present a great line of pates in 6 different flavors, to satisfy the needs of the most demanding palates.

easyline-montali.it



LE FARINE DEL MOLINO BIOLOGICO BIO PER STARE BENE.



ANTICO
MOLINO
ROSSO

19 35
MILLENOVECENTOTRENTACINQUE

*certificata
ogni giorno*



*indicazione
della forza*



*fibre e minerali
sempre presenti*

THE ORGANIC FLOURS TO STAY HEALTHY.

WWW.MOLINOBIOLÓGICO.COM

GAETANO MIRANDOLA, FOUNDER AND CEO OF SPIGABUONA

SpigaBuona's target is to put excellent raw materials in the hands of competent professionals.

SpigaBuona places itself in the Organic Gluten-Free market as a serious and authoritative reference for all those food professionals who want to use organic flours with guaranteed origins and excellent nutritional characteristics. Flours and blends capable of respecting the best traditions, the Mediterranean ones in particular, and at the same time innovating with sensitivity and intelligence, responding to new market needs. From these principles comes a range of products that makes SpigaBuona a real partner for catering professionals: in the richness of application opportunities and in encouraging their creativity, their desire to experiment with new ways. With special attention to food intolerances.

"The collaboration with CAST Alimenti - underlines Gaetano Mirandola, founder, and CEO of SpigaBuona - is a source of pride for us and is a constant effort to put excellent raw materials, with the highest level of certification and free from synthetic chemicals, in the hands of passionate and competent professionals. We address ourselves to people who are not only lovers of true quality but also curious, willing to look ahead, who want to implement their traditional knowledge with new opportunities. Work by incorporating our organic alternative flours into their business. We have a wide range of products that allow you to indulge in creativity and satisfy the new sensibilities of the market; for example, sorghum, rice, quinoa, millet, amaranth, all gluten-free, whole grain, and organic. These are products that deserve information and training. That is to say to be understood in their real qualities, nutritional as well as functional, then in the use of specific preparations. In order to then transfer this information to those who will enjoy the results and, I am convinced, will appreciate them.

The same informative and educational discourse I think deserves the topic of "organic". We could talk about it at length, given the intense debate on the subject. An intensity to which, however, rarely corresponds the clarity on the many aspects that contribute to define the issue. It would be useful to understand, first of all, why there are still so many perplexities in recognizing and understanding what "organic farming" actually means. It is not enough to define oneself as "organic" to actively

participate in this true ethical project as well as entrepreneurial. It is a project that certainly places the environment at the center, but for the choices that characterize it, it also directly involves the welfare and health of people. From the point of view of companies and the market offer, we should not forget that "there is organic and organic...". Let me explain better. For SpigaBuona, organic is not an "extra" element, a small logo to be put in full view on some packages; or the simple decision to add some products to its range to be able to say "...we also have organic products". We have adopted the unique and univocal choice of organic as the core of our identity and our corporate commitment. For us, organic means 100% dedication to the sector; this is why we pay attention to every detail of the supply chain, starting from respect for the earth, to offer our customers concrete, witnessed, and traced food safety.

To confirm with facts this choice of values and market positioning, we have always adopted precise ethical decisions, indispensable to underline the seriousness and quality that we want to be our main plus.

An example for all: since 1993, the year of our foundation, we have chosen to use only organically grown cereals, legumes, and seeds. Of these, we know well the supply chain, who produces them, and how they are produced. Farms and small entrepreneurs who share our same principles and values.

Ours is therefore a story of business consistency made up of courageous and forward-looking choices. Our products are healthy, uncontaminated, and controlled. Our customers are passionate, professional, and aware.

We, therefore, believe that the dialogue with CAST Alimenti can be carried out along different educational paths, however, linked by a single thread: quality without compromise. We are convinced that professionals and students of CAST are ready to grasp the importance of what we have to say on the issues of sustainability in agriculture and organic food, also related to food intolerances. The future will see confirmation of what is already a growing attention to these topics, and the specific demand may be one of the most interesting components for the development of food professions."

www.molinorosso.com





**GAETANO MIRANDOLA,
FONDATORE E CEO DI SPIGABUONA**

Obiettivo di SpigaBuona è mettere materie prime eccellenti nelle mani di professionisti competenti. SpigaBuona si posiziona nel mercato del Gluten Free Biologico come riferimento serio e autorevole per tutti quei professionisti del food che vogliono utilizzare farine biologiche con origini garantite e caratteristiche nutrizionali d'eccellenza. Farine e miscele in grado di rispettare le migliori tradizioni, quelle mediterranee in particolare, e allo stesso tempo innovare con sensibilità e intelligenza, rispondendo alle nuove domande del mercato. Da questi principi nasce una gamma di proposte che fa di SpigaBuona un vero e proprio alleato dei professionisti della ristorazione: nella ricchezza delle opportunità di applicazione e nel favorire la loro creatività, il loro desiderio di sperimentare nuovi percorsi. Con un'attenzione particolare alle intolleranze alimentari.

"La collaborazione con CAST Alimenti - sottolinea Gaetano Mirandola fondatore e CEO di SpigaBuona - è per noi motivo di orgoglio e si concretizza in un impegno costante finalizzato a mettere materie prime eccellenti, con il più alto livello di certificazione ed esenti da prodotti chimici di sintesi, nelle mani di professionisti appassionati e competenti. Ci rivolgiamo a persone non solo amanti della qualità vera ma anche curiose, desiderose di guardare avanti, che hanno voglia di implementare le loro tradizionali conoscenze con nuove opportunità. Lavorare inserendo nella loro attività le nostre farine alternative bio. Abbiamo un'ampia gamma di prodotti che permettono di assecondare la creatività e soddisfare le nuove sensibilità del mercato; ad esempio sorgo, riso, quinoa, miglio, amaranto, tutti senza glutine, integrali e bio. Si tratta di prodotti che meritano informazione e formazione. Vale a dire essere capiti nelle loro reali qualità, di ordine nutritivo oltre che funzionale, quindi nell'utilizzo di specifiche preparazioni. In modo poi da trasferire queste informazioni anche a chi ne gusterà i risultati e, ne sono convinto, li apprezzerà.

Lo stesso discorso informativo e formativo penso meriti l'argomento del "biologico". Potremmo parlarne a lungo, visto il dibattito molto vivace sul tema. Un'intensità alla quale però non corrisponde quasi mai la chiarezza sui tanti aspetti che concorrono a definire la questione. Sarebbe utile invece comprendere, prima di tutto, perché sussistano ancora tante perplessità nel riconoscere e fare capire cosa significa effettivamente "agricoltura biologica". Non basta infatti definirsi "biologici" per partecipare attivamente a questo vero e proprio progetto etico oltre che imprenditoriale. Un progetto che certamente pone l'ambiente al centro, ma che per le scelte che lo caratterizzano, coinvolge



Gaetano Mirandola

anche direttamente il benessere e la salute delle persone. Dal punto di vista delle imprese e dell'offerta al mercato, è bene non dimenticare inoltre che "c'è biologico e biologico..." Mi spiego meglio. Per SpigaBuona il biologico non è un elemento "in più", un marchio da mettere in bella vista su alcune confezioni; oppure la semplice decisione di aggiungere alla propria gamma alcuni prodotti per poter dire "...abbiamo anche il biologico". Noi abbiamo adottato la scelta unica ed univoca del bio come cuore fondante della nostra identità e del nostro impegno aziendale. Per noi biologico significa impegno al 100% nel settore; per questo siamo attenti ad ogni particolare della filiera, cominciando dal rispetto per la terra, in modo tale da offrire ai nostri clienti una sicurezza alimentare concreta, testimoniata e tracciata. Per confermare con i fatti questa scelta valoriale e di posizionamento sul mercato, adottiamo da sempre decisioni etiche ben precise, indispensabili per rimarcare quella serietà e qualità che vogliamo siano il nostro principale plus.

Un esempio per tutti: dal 1993, anno della nostra fondazione, abbiamo scelto di utilizzare solo cereali, legumi e semi da agricoltura biologica. Di questi conosciamo bene la filiera, chi li produce e come vengono prodotti. Aziende agricole e piccoli imprenditori che condividono i nostri stessi principi e valori.

La nostra è quindi una storia di coerenza imprenditoriale fatta di scelte coraggiose e lungimiranti. I nostri prodotti sono sani, non contaminati e controllati. I nostri clienti appassionati, professionali e consapevoli.

Il dialogo con CAST Alimenti crediamo quindi si possa svolgere su diversi percorsi formativi, comunque fra loro collegati da un unico filo conduttore: la qualità senza compromessi. Siamo convinti che i professionisti e gli allievi di CAST siano pronti a cogliere l'importanza di quanto abbiamo da dire sui temi della sostenibilità in agricoltura e sull'alimentazione bio, anche legata alle intolleranze alimentari. Il futuro vedrà confermare quello che già oggi è una crescente attenzione per questi argomenti; e la specifica domanda può essere una delle componenti più interessanti per lo sviluppo delle professioni alimentari."

www.molinorosso.com



ACCADEMIA OLEARIA
— T E N U T E F O I S —

L'origine del gusto.

A PASSION THAT BOND US

For four generations our family has produced excellence in the olive oil industry because we are convinced that everything starts from the generous and fertile land of our territory. A passion that unites us in the search for the best oil that these places can express and the tradition we have been pursuing for 40 years.

THE ROOTS OF TASTE

The olive tree, a sign of strength and beauty, represents our territory in an exemplary way. Alghero, in the north-west of Sardinia, is a territory with a unique natural and scenic beauty. Oil has always been the protagonist of these places for thousands of years. Here our olive groves benefit from the





UNA PASSIONE CHE CI UNISCE

Da quattro generazioni la nostra famiglia produce eccellenze nel campo oleario perché siamo convinti che tutto inizi dalla terra, generosa e fertile, del nostro territorio.

Una passione che ci unisce alla ricerca del miglior olio che questi luoghi possono esprimere e della tradizione che portiamo avanti da 40 anni.

LE RADICI DEL GUSTO

L'ulivo, segno di forza e bellezza, rappresenta in maniera esemplare il nostro territorio.

Alghero, nel nord-ovest della Sardegna è un territorio con una bellezza naturale e paesaggistica unica. Da millenni l'olio è sempre stato protagonista di questi luoghi.

Qui i nostri oliveti beneficiano del clima marino e dell'aria pulita per crescere e dare ottimi frutti. È questa origine a fare la differenza, a dare un carattere e un gusto unico ai nostri prodotti.

IL SEGRETO DEL BUON VIVERE

Vivere bene significa anche mangiare bene.

Una dieta equilibrata e uno stile di vita sano, in un ambiente pulito e dai sani principi. Tutto questo fa della dieta mediterranea e della Sardegna uno scrigno di tesori gastronomici e luogo dove la vita dura più a lungo, potendola classificare tra le 5 Blue Zone del mondo. Per questo l'olio d'oliva sardo è uno dei segreti del buon vivere.

marine climate and clean air to grow and give excellent fruit. It is this origin that makes the difference, to give a unique character and taste to our products.

THE SECRET OF GOOD LIFE

Living well also means eating well. A balanced diet and a healthy lifestyle, in a clean environment and with healthy principles. All this makes the Mediterranean diet and Sardinia a treasure trove of gastronomic treasures and a place where life lasts longer, being able to classify it among the 5 Blue Zones of the world. This is why Sardinian olive oil is one of the secrets of good living.

IN THE LANDS OLIVE GROVES

A total extension of over 230 hectares all located in northern Sardinia with about 25,000 plants, most of which are Cultivar Bosana, supplemented by other Sardinian and national cultivars. The harvest takes place from mid-October until December, with the use of mechanical and manual means with the transfer of the olives to our mill within 12 hours.

TECNOLOGY AND PASSION

All the work done in the field is then finalized in our modern factory in Alghero, equipped with the most innovative technologies and machinery. This allows us to respect the olives at any stage of processing, keeping them under control to guarantee high quality standards. This is why our oils are appreciated and recognized as oils of excellence at national and international level.

www.accademiaolearia.com





NELLE TERRE DEGLI OLIVETI

Un'estensione totale di oltre 230 ettari tutti localizzati nel nord Sardegna con circa 25.000 piante, per la maggior parte della Cultivar Bosana, integrata da altre cultivar sarde e nazionali.

La raccolta avviene da metà ottobre fino al mese di dicembre, con l'utilizzo di mezzi meccanici e manuali con il conferimento delle olive nel nostro frantoio entro 12 ore successive.

TECNOLOGIA E PASSIONE

Tutto il lavoro fatto in campo viene poi finalizzato nel nostro moderno stabilimento di Alghero, dotato di tecnologie e macchinari tra i più innovativi.

Questo ci permette di rispettare le olive in qualsiasi fase della lavorazione, tenendole sotto controllo per garantire elevati standard di qualità. Per questo i nostri oli sono apprezzati e riconosciuti come oli di eccellenza a livello nazionale e internazionale.

www.accademiaolearia.com

K.BERNARDI

BRING GENUINE FLAVORS TO YOUR HEART AND PALATE!

It's our love for quality that allows us to embrace traditional production methods. Because our suppliers and farmers are carved from the same wood that we are carved from. And because we make no compromises concerning our choice of raw materials and preparation.

Meat and cold cuts specialties from South Tyrol
Our meat and sausage products come exclusively from our butcher shop. They are processed traditionally and are aged in our aging room with all the time in the world.

According to good old-fashioned manual labor, we process high-quality, species-appropriate meat to produce sausage products, hard sausage specialties, smoked meats, or our air-dried K.BERNARDI speck, which has made us known beyond the borders of South Tyrol. Since the founding of our butcher shop, we have relied on strictly secret spice blends with local herbs that have been passed down through the family for generations.

High-quality canned specialties of K.BERNARDI: excellent preservation in a can

Our great-uncle was the first to introduce this particularly gentle method of preserving butcher's products to South Tyrol around 1920. Today, our award-winning goulash dishes preserved in cans are the ambassadors of our homeland: the best beef goulash, goulash soup, wild boar goulash, or the noble venison goulash. Prepared exclusively with natural and genuine South Tyrolean ingredients and packed inside the can, they are just waiting to release their delicious taste when eaten.



**PORTATE I SAPORI GENUINI
NEL CUORE E SUL PALATO!**

È l'amore per la qualità che ci permette di adottare metodi di produzione tradizionali. Perché i nostri fornitori e agricoltori sono scolpiti nello stesso legno in cui siamo scolpiti noi. E perché non facciamo compromessi quando si tratta della scelta delle materie prime e la preparazione.

Specialità di carne e salumi dell'Alto Adige

I nostri prodotti a base di carne e insaccati provengono esclusivamente dalla nostra macelleria. Vengono lavorati in modo tradizionale e stagionati nella nostra sala di stagionatura con tutto il tempo del mondo.

Secondo il buon vecchio e antico lavoro manuale trattiamo carne di alta qualità, con un'attitudine appropriata alle specie, per produrre prodotti insaccati, specialità di salsiccia dura, affumicati o il nostro speck K.BERNARDI essiccato all'aria, che ci ha reso noti oltre i confini dell'Alto Adige. Fin dalla fondazione della nostra macelleria ci siamo affidati alle miscele di spezie, rigorosamente segrete con erbe aromatiche locali, che si tramandano in famiglia da generazioni.

Specialità in scatola di alta qualità di K. BERNARDI: eccellente conservazione in lattina

Il nostro prozio è stato il primo ad introdurre in Alto Adige, già intorno al 1920, questo metodo di conservazione particolarmente delicato per i prodotti di macelleria. Oggi i nostri pluripremiati piatti a base di gulasch conservati in lattina sono gli ambasciatori della nostra patria: il miglior gulasch di manzo, la zuppa di gulasch, il gulasch di cinghiale o il nobile gulasch di cervo. Preparati esclusivamente con ingredienti naturali e genuini dell'Alto Adige e sigillati all'interno della lattina, attendono solo di sprigionare il loro delizioso gusto quando vengono mangiati.

Grazie all'elevato grado della temperatura di conservazione è possibile mantenere inalterati per anni tutti gli ingredienti sani e gustosi senza ricorrere a conservanti artificiali o esaltatori di sapidità: l'ottimo gulasch già pronto.



Thanks to the high degree of temperature preservation, all of the healthy and tasty ingredients can be preserved for years without the use of artificial preservatives or flavor enhancers: the excellent ready-made goulash.

Val Pusteria smoked cheese from the cheese dairy Tre Cime - Dobbiaco

We give nature time. Our original Pustertal smoked cheese is made according to a traditional recipe from top-quality raw milk from small farms. A semi-hard, mild to slightly tangy cheese with a delicate, non-resinous smoky note, aged for at least 6 weeks. Our Puster Valley smoked cheese is smoked in a real smoking room. This special cold smoking process gives it a unique flavor.

Wine without pleasure is like love without heart! For us, good wine is pure devotion. A work of art in harmony between nature and passionate work in the cellar. A natural product with a unique soul and emotion.

In addition to our range of high-quality and selected Italian whites, reds, and spirits, we bring our personal taste into play with the K. BERNARDI selection.





Formaggio affumicato della Val Pusteria dal caseificio Tre Cime – Dobbiaco

Diamo alla natura il tempo necessario. Il nostro originale formaggio affumicato della Val Pusteria è prodotto secondo una ricetta tradizionale con latte crudo di prima qualità di piccole aziende agricole. Formaggio semiduro, da dolce a leggermente piccante, con una nota affumicata delicata e non resinosa, stagionato per almeno 6 settimane.

Il nostro formaggio affumicato della Val Pusteria viene affumicato in una vera sala di affumicatura. Questo speciale processo di affumicatura a freddo gli conferisce un sapore unico.

Il vino senza piacere è come l'amore senza cuore!

Per noi, il buon vino è pura devozione. Un'opera d'arte in armonia tra natura e lavoro appassionato, in cantina. Un prodotto naturale con un'anima e un'emozione unica.

Oltre alla nostra gamma di vini bianchi, rossi e liquori italiani di alta qualità e selezionati, mettiamo in gioco il nostro gusto personale con la selezione K.BERNARDI.

www.bernardi-karl.it

K.BERNARDI

www.bernardi-karl.it





POLARA SICILY ORGANIC RANGE

The wonderful history of Sicilian soft drinks enriched by the virtue of organic fruit

With experience spanning over sixty years, we are looking at the present and the future: Polara is representing the wonderful history of traditional drinks. Since Autumn, we have added value to our brand with the virtue of organic fruit, by turning Sicilian grown citrus fruits, iconic symbols of this land of light, into routine daily refreshment.

The recently launched Sicily organic range is firstly an activity linked to the culture of food, in accordance with Polara's mission. The company encourages a new way of drinking healthily, in part tethered to the quality of produce and traditions but now designed with modern consumers in mind, that is those who are even more attentive to wellness and who are always ready and willing to experience new flavours.

To do this, Polara employs an even more meticulous search of the best organic crops of citrus fruits from those with the Italian certification of quality DOP and IGP, regulated by strict procedural guidelines: fine varieties, that have reliable territorial origin and which are retraceable right back to the trustworthy hands of the island's farmers.

Careful selection to ensure the most authentic flavour; these soft drinks demonstrate a concen-





POLARA BIOSICILIA

la grande storia delle bibite siciliane si arricchisce della bontà della frutta biologica

Un'azienda che ha alle spalle un'esperienza lunga oltre sessant'anni può solo guardare alla contemporaneità e al futuro: lo sta facendo Polara, che rappresenta la grande storia delle bibite artigianali e che da quest'autunno aggiunge al valore del proprio marchio quello della bontà della frutta biologica, continuando a trasformare gli agrumi coltivati in Sicilia - vere e proprie icone di questa terra della luce - in una dissetante abitudine quotidiana.

La linea BioSicilia, appena lanciata, in continuità col lavoro di Polara rappresenta innanzitutto un'operazione legata alla cultura dell'alimentazione: attraverso di essa l'azienda vuole promuovere un modo di bere nuovo e sano, da una parte ancorato alla qualità dei prodotti e della tradizione, dall'altra pensato per le esigenze di un consumatore sempre più attento al benessere e sempre alla ricerca di nuove esperienze del gusto.

Per farlo, Polara ha reso ancor più meticolosa la propria ricerca delle migliori produzioni siciliane, cercando, tra quelle biologiche, quelle tutelate dai marchi di qualità DOP e IGP e dai loro rigorosi disciplinari: varietà pregiate, con un'origine territoriale riconosciuta e un percorso affidabile che risale fino alle mani sapienti dei contadini dell'Isola.



tration of juices which are of a much higher standard than average, preserving the richness of the sensorial properties that only our fruit can offer.

In this way, Polara values the beneficial nature of Sicilian citrus fruits, enhancing the nutritional quality of each fruit.

As in the Orange Soda with 22% of juice from the juicy pulp of delicate organic Dop certified Ribera oranges, rich in vitamins A, B1, B2 and C, mineral nutrients and sugars.

Or the one with 22% of intense and unmistakable juice of IGP certified Sicilian blood oranges, rich in the same vitamins, potassium, antioxidants and pectin, great for keeping cholesterol under control.

And we prepare our lemonade with 15% juice from organic IGP certified lemons from Siracusa, with the enchanting scent and the rich juice of Femminello variety, but also the Gassosa, stemming from the natural infusion of the same lemons, and also Cedrata and Chionotto.

Even here, Polara dedicates special attention to the traditions of Sicilian drinks vendors; such as, Mandarin and Lemon, and some even more ancient Mediterranean drinks, like Pomegranate juice.

www.polara.it





Un'attenzione necessaria a custodire i sapori più genuini: in queste bibite che esprimono una concentrazione di succo superiore alla media, si conserva tutta la ricchezza delle proprietà organolettiche degli agrumi siciliani.

Così Polara valorizza appieno l'essenza benefica degli agrumi di Sicilia, dando valore alle qualità nutraceutiche di ogni singolo frutto.

Così nascono l'Aranciata con il 22% di succo dalla polpa succosa e delicata delle arance biologiche di Ribera Dop, dense di vitamine A, B1, B2, vitamina C, sali minerali e zuccheri. O quella con il 22% del succo intenso e inconfondibile dell'Arancia Rossa di Sicilia IGP, anch'essa ricca delle stesse vitamine, di potassio, di preziosi antiossidanti e della pectina utile a tenere sotto controllo il colesterolo. E così nascono anche la limonata con il 15% di succo proviene dai Limoni biologici di Siracusa IGP, con l'incredibile profumo e il ricco sugo della varietà Femminello, la Gassosa che nasce dall'infuso naturale degli stessi limoni, e ancora la Cedrata e il Chinotto.

Anche in questo caso Polara non rinuncia a prestare un occhio di riguardo alla grande tradizione dei chioschi, con bibite come il Mandarino al limone, e a quella ancor più antica delle bevande del Mediterraneo, come il succo di Melograno.

www.polara.it



THE MAGIC OF A PLACE

Our supply chain produces Parmigiano Reggiano cheese in a mountainous area where our cattle are fed with organically certified fodder coming from local lands, near the production area.

ANIMAL WELL-BEING

Maximum care and attention are paid to the well-being of our animals from a nutritional point of view and in terms of hygiene and sanitary conditions. The structures housing the animals are excellent and respect the required space for freedom of movement, with access to outdoor pastures.

THE PROCESSING

Zero kilometre food products are processed on-site avoiding a significant impoverishment of milk due to transport: this process gives life to a product that can be qualified as **HOMEMADE**. As for the salting process, cheese wheels stay in the vats for a lower amount of time than traditional standards resulting in a lower amount of sodium. It's also worth mentioning the absence of lactose due to the cheesemaking process.

THE QUALITY OF MILK

Both the quality of our milk and its processing make **HOMEMADE** Parmigiano Reggiano DOP a product rich in omega-3 fatty acid, also thanks to the introduction of flax in cattle diets. Particular attention is also paid to the identification of contaminating elements to guarantee the maximum healthiness of the product. With no added preservatives



LA MAGIA DI UN LUOGO

Il Parmigiano Reggiano della nostra filiera è prodotto in zona montana e i nostri bovini sono alimentati con foraggi scelti prevalentemente a certificazione biologica e provenienti da terreni della zona di produzione.

IL BENESSERE DEGLI ANIMALI Massima cura e attenzione sono rivolte al benessere degli animali, non solo dal punto di vista nutrizionale ma anche grazie alla struttura che ospita gli animali in condizioni igienico-sanitarie ottimali, rispettando gli spazi necessari per la libertà di movimento e dando loro la possibilità di accedere a pascoli esterni.

LA LAVORAZIONE

La lavorazione a km zero permette una trasformazione in loco evitando, come invece spesso avviene, l'impoverimento del latte dovuto ai trasferimenti: per questo TUTTO IN CASA si chiama così.

La salatura delle forme avviene con una minore permanenza nelle vasche rispetto agli standard tradizionali, comportando un ridotto contenuto di sodio. Da non sottovalutare l'assenza di lattosio dovuta al processo di caseificazione del latte.

LA QUALITÀ DEL LATTE

La qualità del nostro latte e della sua lavorazione fanno del Parmigiano Reggiano Dop TUTTO IN CASA un prodotto con un alto livello di Omega 3, grazie ai semi di lino somministrati ai

i Formaggi D.O.P.



www.bonilauri-cantarelli.it

LA BONTÀ
DI CHI SA
COSA FA





and rich in nutrients, our cheese has a unique concentration of vitamins, proteins, calcium and mineral salts.

HOMEMADE Parmigiano Reggiano is very tasty and easy to digest because our quality comes from doing things right.

The features that make **HOMEMADE** Parmigiano Reggiano unique are:

- HIGH OMEGA-3 CONTENT
- LOW SODIUM LEVEL
- PARATUBERCULOSIS-FREE

HOMEMADE Parmigiano Reggiano DOP is the best product of Nonno Bruno's supply chain, made with great care by people who genuinely love nature and respect tradition. The long-standing experience in the cheesemaking sector has given life to a product of certified quality through all stages of the production process.

www.bonilauri-cantarelli.it

bovini. Particolare attenzione è rivolta anche alla ricerca di elementi contaminanti per garantire la massima salubrità del prodotto. Senza additivi e ricco dal punto di vista nutrizionale, il nostro formaggio ha una concentrazione unica di vitamine, proteine, calcio e sali minerali.

Il Parmigiano Reggiano **TUTTO IN CASA** è gustoso e assolutamente digeribile, perché la nostra è la bontà di chi sa cosa fa.

Le peculiarità che rendono unico il Parmigiano Reggiano **TUTTO IN CASA** sono:

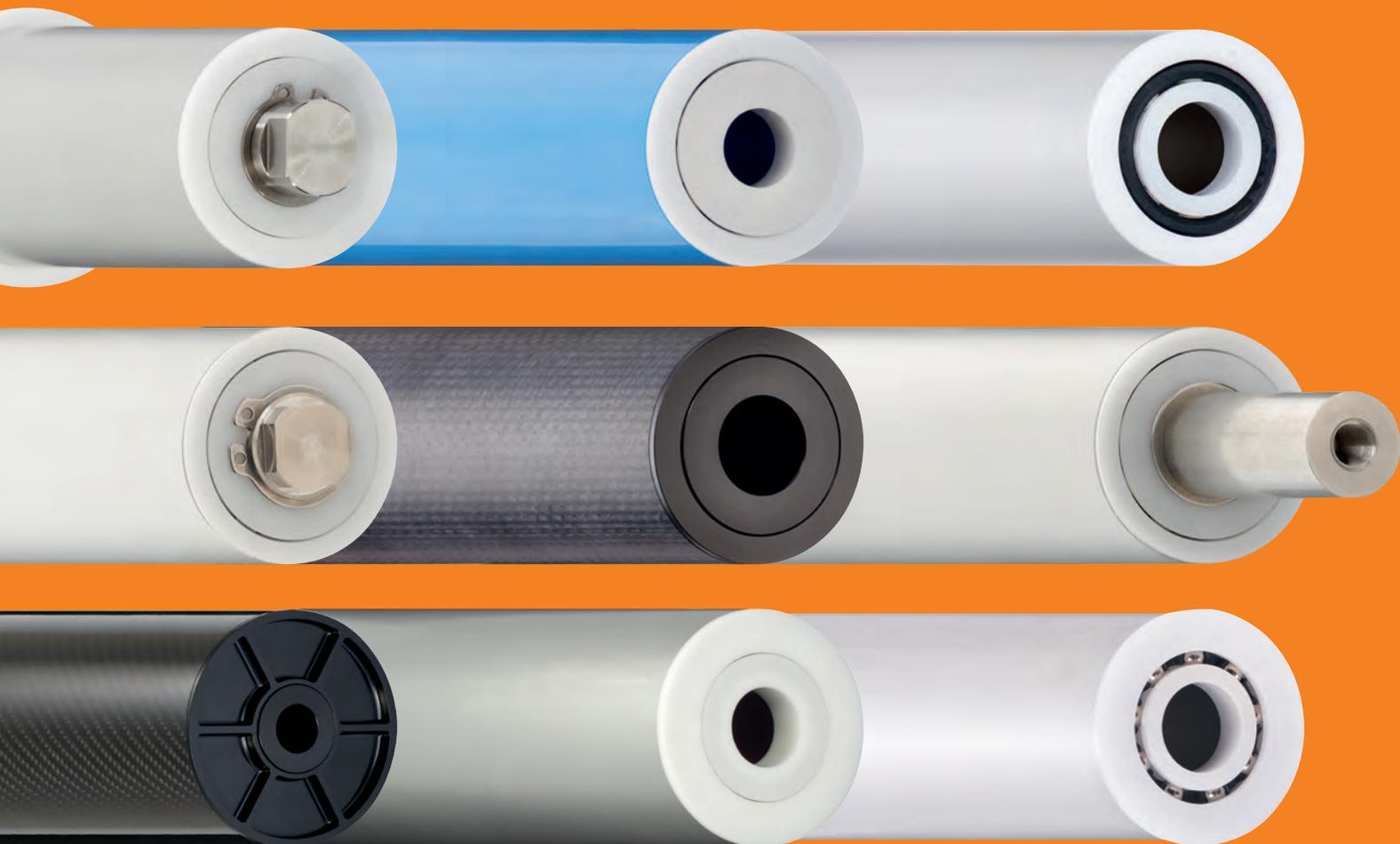
- ALTO CONTENUTO DI OMEGA 3
- IPOSONDICO
- PROVIENE DA UN ALLEVAMENTO INDENNE DA PARATUBERCOLOSI

Prodotto di vanto della Filiera di Nonno Bruno, il Parmigiano Reggiano Dop **TUTTO IN CASA** nasce dalle sapienti mani di chi ama la natura nel modo più autentico e nel rispetto assoluto delle proprie origini. La lunga esperienza nel settore ha dato forma a un prodotto di certificata qualità in ogni passaggio produttivo.

www.bonilauri-cantarelli.it

motion? plastics!

Rulli di guida xiros® BBT per il settore alimentare



igus® srl
Via delle Rovedine, 4
23899 Robbiate (LC)

Tel. 039 59 06 1
Fax 039 59 06 222
igusitalia@igus.it

igus®.it



FAST AND LUBRICATION-FREE: NEW XIROS FILM GUIDE ROLLER FOR LABELLING TECHNOLOGY

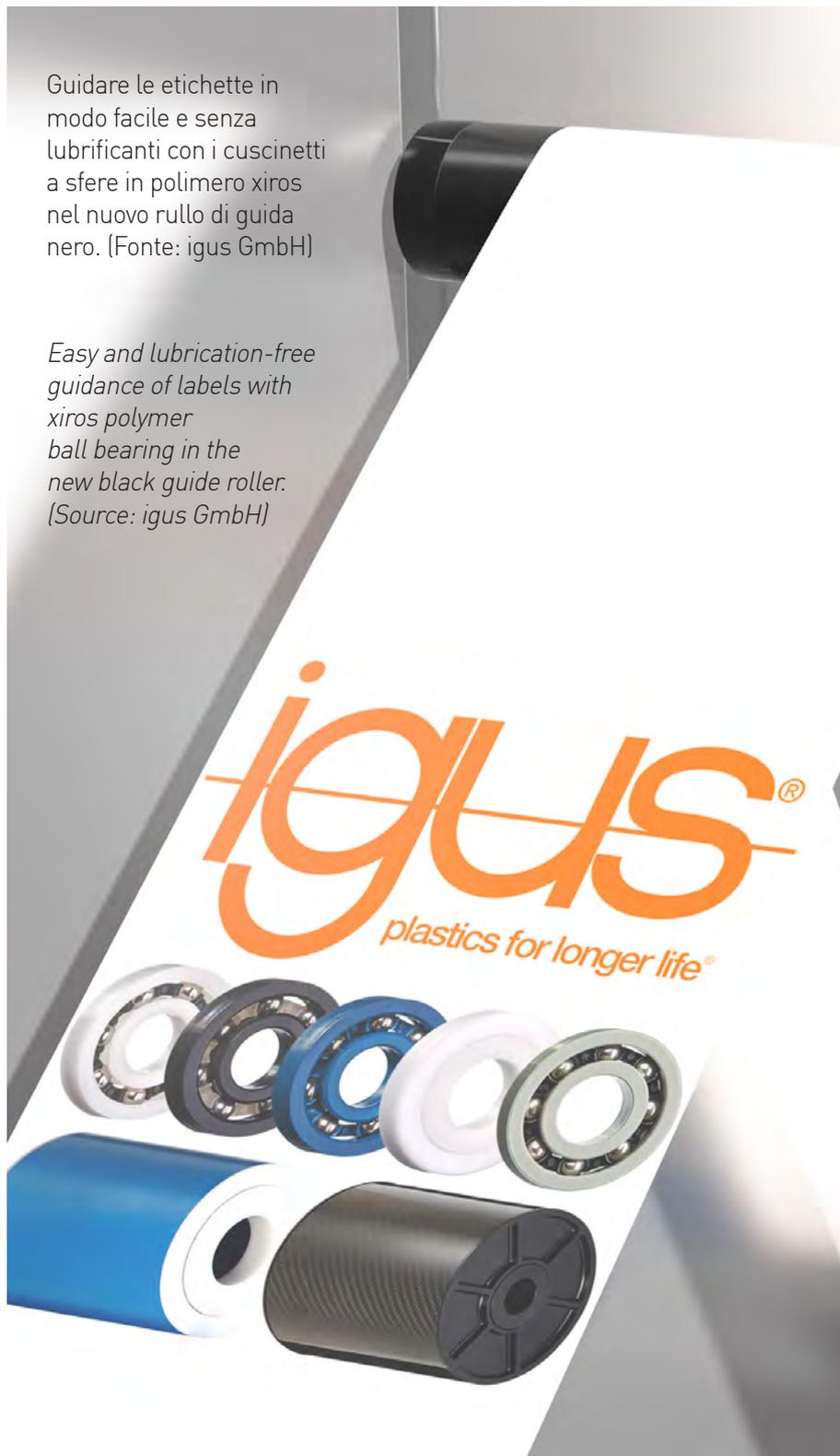
Black guide roller with smooth-running polymer ball bearings saves up to 48 per cent weight and 42 per cent mass inertia

They divert films or labels: guide rollers with ball bearings. Mainly used, so far, in clear anodised aluminium, the new black guide roller from igus now provides a real sensation in packaging and labelling technology. The ready-to-install system is convincing not only visually, but also technically. It consists of black anodised aluminium tubes and maintenance-free, smooth-running xiros polymer ball bearings.

xiros polymer ball bearings are lubrication-free, maintenance-free, hygienic and have a very low breakaway torque. Due to these specifications, they are mainly used in the field of packaging and food technology. As fully assembled systems with a tube made of aluminium, carbon or PVC, the ball bearings prove their worth as guide rollers for deflecting films and labels or for conveying goods. By using wear-resistant

Guidare le etichette in modo facile e senza lubrificanti con i cuscinetti a sfere in polimero xiros nel nuovo rullo di guida nero. (Fonte: igus GmbH)

Easy and lubrication-free guidance of labels with xiros polymer ball bearing in the new black guide roller. (Source: igus GmbH)



igus[®]
 plastics for longer life[®]



**VELOCI E SENZA LUBRIFICAZIONE:
 NUOVI RULLI DI GUIDA XIROS
 PER GLI IMPIANTI DI ETICETTATURA**

Essendo fino a 48% più leggero e opponendo fino a 42% meno resistenza, il nuovo rullo di guida con cuscinetti a sfere in polimero permette di ridurre peso e inerzia.

Negli impianti di lavorazione sleeve o nelle etichettatrici industriali, guidano pellicole o etichette: rulli di guida con cuscinetti a sfere.

Rispetto alle più comuni versioni in alluminio anodizzato chiaro, con il suo colore nero, il nuovo rullo di guida igus - appositamente sviluppato per le tecnologie dell'imballaggio e dell'etichettatura - non passa inosservato. Il sistema - fornito pronto per l'installazione - non convince solo per la sua particolarità estetica ma anche per le sue prestazioni tecniche. Si compone di tubi in alluminio

high-performance polymers and thin-walled tubes, they provide a weight saving of up to 48 per cent compared to metallic solutions.

Their mass inertia is 42 per cent lower, and therefore the energy required for acceleration is considerably lower and the rollers reach the conveying speed faster.

The igus range has now been expanded with a new black aluminium roller. "The idea for the black design arose from a customer enquiry. The technical specifications of our classic aluminium rollers were already very convincing, but black visible parts were desired for one labelling series", explains Marcus Semsroth, Head of the xiros polymer ball bearing division at igus GmbH.

The solution: black anodised aluminium for the roller and black xirodur S180 fixed flange ball bearings made of polymer. "This soon resulted in a product that met the customer's requirements in terms of technology, price and appearance", says Semsroth. In addition to this, the new black roller also offers further areas of application. This allows the roller to work easily together with camera systems, as it doesn't reflect light.

Custom guide roller configured in two steps

igus has developed the guide rollers expert for the quick selection of a suitable guide roller. In the online tool, the user only has to specify the outer and inner diameter as well as the length of the roller, the load, the load case and the ambient temperature.

By entering the acting force and the degree of wrap around, the online expert calculates the resulting force on the roller and recommends the appropriate tube materials. In the second step, the user can select their guide roller based on the deflection, weight and price data, download the configuration CAD data and order the roller directly online.

www.igus.it

anodizzato nero con cuscinetti a sfere xiros, esenti da manutenzione. I cuscinetti a sfere xiros sono in tecnopolimero e sono esenti da lubrificazione e da manutenzione. Sono puliti e hanno un'inerzia estremamente ridotta.

Queste particolari caratteristiche li rendono ideali soprattutto per le tecnologie del packaging e per l'industria alimentare. Difatti, sono particolarmente indicati nei sistemi per il rinvio di pellicole ed etichette o per trasportare merci. Nei sistemi preassemblati, questi cuscinetti vengono forniti con un tubo in alluminio, in carbonio o in PVC.

Grazie all'utilizzo di polimeri ad alte prestazioni resistenti all'usura e ai tubi a parete sottile, rispetto alle soluzioni in metallo, questi nuovi rulli di guida consentono un risparmio di peso fino al 48 per cento. Inoltre, il loro momento di inerzia è inferiore del 42 per cento, l'energia necessaria per accelerare è quindi sensibilmente ridotta e i rulli raggiungono prima la velocità di trasporto. igus aggiunge alla sua gamma di rulli, un nuovo rullo in alluminio nero. "L'idea di questo design nero ci è venuta dalla richiesta di un cliente.

Le proprietà tecniche degli altri rulli in alluminio erano già note e apprezzate dai clienti, ma - per tutti i particolari a vista di una nuova etichettatrice - al cliente servivano componenti neri", spiega Marcus Semsroth, Responsabile della divisione cuscinetti a sfere in polimero xiros presso igus GmbH. La soluzione: alluminio anodizzato nero per i rulli e cuscinetti a sfere flangiati xirodur S180 in plastica nera. "Così, in poco tempo, siamo riusciti a fornire un prodotto corrispondente alle esigenze del cliente oltre che dal punto di vista delle prestazioni tecniche, anche dal punto di vista economico ed estetico", afferma Semsroth. Questo rullo nero si presta anche a molti altri settori di applicazione. Infatti, limitando i riflessi, può essere usato senza problemi in prossimità di sistemi di visione.

Rulli di guida configurati su misura, in soli due passaggi

Per selezionare velocemente il rullo di guida più adeguato, igus ha sviluppato l'esperto per rulli di guida. Nel tool online l'utente deve solamente indicare il diametro esterno e interno nonché la lunghezza del rullo, il carico, la tipologia di carico e la temperatura ambiente. Indicando la forza applicata e il grado di avvolgimento, l'esperto online calcola la forza risultante sul rullo e individua i materiali più adatti per il tubo. Nel secondo passaggio l'utente può selezionare il suo rullo di guida in base ai dati relativi a flessione, peso e prezzo, scaricare i dati CAD della configurazione e ordinare il rullo direttamente online.

www.igus.it





for a better wine world

banfi.it



LA SASSELLESE THE EXCELLENCE OF THE TERRITORY

The history of ADR S.p.A., proprietor of La Sassellese, Isaia and Dea, is closely linked to the town of Sassello, an Apennine area in the Ligurian hinterland on the border with Piedmont. Since the mid-19th century, this area has become known for its artisanal confectionery production of the traditional Amaretto Morbido. La Sassellese was founded here in 1961, and from the very beginning, it wanted to link its name to the territory. A claim was chosen to underline this value, declaring the brand's vocation: "The Land of Sweetness".

This company has always worked to create a synergy between innovation and tradition. Canestrellino, an original creation of the founder, is an example of this.

This innovative new pastry, together with the classic Amaretto Morbido, was an extraordinary success and characterised the company's production from then onwards. Another innovation was the introduction of the flow-pack that allowed the worldwide distribution of Amaretto Morbido while maintaining its unique characteristics of quality, authenticity and fragrance, from production to retail.

Amaretto Morbido was made from the ancient traditional recipe, creating a product of the highest quality. The company uses only the finest ingredients to make this delicious pastry: the best almonds, apricot kernels, egg whites and sugar, in full compliance with the current regulations that protect





QUANDO IL TERRITORIO È UN'ECCellenza. NON A CASO CI CHIAMIAMO LA SAssELLESE.

La storia di **ADRS.p.A.**, proprietaria dei marchi **La Sassellese**, Isaia, Dea, è strettamente legata a quella del territorio in cui ha sede, Sassello, area appenninica dell'entroterra ligure al confine col Basso Piemonte, che fin dalla metà dell'Ottocento ha cominciato ad affermare la propria vocazione dolciaria con la produzione artigianale del tradizionale Amaretto Morbido. **La Sassellese** nasce qui, nel 1961 e fin da subito, la scelta di legare indissolubilmente il nome di questa realtà al proprio territorio, è sembrata naturale. Per sottolineare questo valore, è stato scelto un claim che dichiarasse la vocazione del brand: **"Il Paese delle Dolcezze"**.

Da sempre questa realtà ha lavorato per creare sinergia tra innovazione e tradizione. Un esempio è l'invenzione del Canestrellino, intuizione del fondatore. Sarà proprio il geniale e innovativo nuovo pasticcino, insieme ai classici Amaretti Morbidi, ad avere uno straordinario successo sul mercato e a caratterizzare da questo momento in poi, la produzione. Un'altra innovazione è stata l'introduzione del flow-

the best-known products of the Italian confectionery tradition. The company uses only eggs from free-range hens. Thanks to the so-called “rolling” phase, the baking and the wrapping phase, this traditional round and slightly flattened pastry is made with a soft, fragrant and gently bitter flavour.

Amaretto Morbido can also be gluten-free, thanks to the special care in the production process that avoid contamination. The chocolate-covered Amaretto Morbido is an innovative variation of the classic product; in this version, a delicate chocolate coating makes the taste even more distinctive.

Over the years, La Sassellese has gained recognition on the market thanks to its range of products: Amaretto Morbido, Baci di Sassello and Canestrellini, locally produced and distributed in Italy and abroad.

Only the best ingredients are used to guarantee consumers a high quality at all times, including “Nocciola Piemonte IGP” (Piedmont Hazelnut PGI) and

certified sustainable chocolate, grown with respect for the man and the environment.

Thanks to these characteristics, these products have been awarded the “Gustosi per Natura” (Tasty by Nature) award by the Beigua Park Authority, an area recognised as a UNESCO site within the prestigious list of UNESCO Global Geoparks.

Today La Sassellese is a modern and efficient company, with a global quality strategy: from the industrial process, with the most modern systems and plants, to the logistics. It works with minimal stocks with a daily production of 18,000 kg.

It’s a dynamic company that has enlarged its space to three production plants, with the last one acquired in 2019, modernising production methods while respecting environmental well-being, safety and health protection.

www.sassellese.it



pack, confezione che ha reso possibile l'internazionalizzazione dell'Amaretto Morbido mantenendo inalterate le caratteristiche uniche di qualità, genuinità e fragranza di questo prodotto, dal processo di produzione alla distribuzione.

L'Amaretto Morbido nasce dal rispetto dell'antica ricetta tradizionale, un prodotto di altissima qualità. Solo ingredienti di primissima scelta vengono impiegati per la realizzazione di questo goloso pasticcino: le migliori mandorle, armelline, albume d'uovo e zucchero, in piena osservanza di quanto previsto dal Decreto Ministeriale 22 luglio 2005, il quale tutela le più note specialità della tradizione dolciaria italiana. In questo prodotto vengono utilizzate solo uova da galline allevate a terra. Grazie alla fase cosiddetta di "arrotolamento", quella di cottura, e soprattutto di incarto, si ottiene questo tradizionale pasticcino dalla forma rotonda e un po' schiacciata, morbido, profumato e dal caratteristico sapore delicatamente amarognolo. Inoltre, l'Amaretto Morbido, è garantito **senza glutine**, grazie ad un'attenzione particolare nel processo produttivo che ne evita la contaminazione. Gli Amaretti Morbidi ricoperti al cioccolato sono un'innovazione dello storico prodotto; in questa versione, una delicata ricopertura al cioccolato, rende ancora più inconfondibile il gusto.

Nel corso degli anni **La Sassellese** riesce ad affermarsi sul mercato grazie alla gamma di prodotti, l'ABC della Dolcezza: **Amaretti Morbidi**, **Baci di Sassello** e **Canestrellini**, prodotti nati sul territorio e distribuiti in Italia e all'estero. Per garantire ai consumatori una qualità sempre elevata, vengono utilizzati solo i migliori ingredienti, tra i quali la "Nocciola Piemonte IGP" e il cioccolato sostenibile certificato, coltivato nel rispetto dell'uomo e dell'ambiente. Grazie a queste caratteristiche, i prodotti dell'ABC della Dolcezza, hanno ottenuto il marchio "Gustosi per Natura" da parte dell'Ente Parco del Beigua, comprensorio riconosciuto come sito UNESCO nell'ambito della prestigiosa lista degli UNESCO Global Geoparks.

Oggi **La Sassellese** è una realtà moderna ed efficiente, con una strategia di qualità globale: dal processo industriale, con i sistemi e gli impianti più moderni, fino alla cura della logistica. Lavora con stoccaggi minimali con un potenziale produttivo giornaliero di 18.000 Kg. Un'azienda attiva che ha ampliato gli spazi fino a tre stabilimenti produttivi, con l'ultimo acquisito nel 2019, modernizzando i metodi di produzione nel rispetto del benessere ambientale, della sicurezza e della salvaguardia della salute.

Per i prossimi anni, l'obiettivo è rafforzare le aree di mercato dove è già presente tra i leader di settore e parallelamente aumentare la presenza sul mercato estero. I tre valori chiave sui quali questo brand continuerà a far leva sono: **qualità**, **tradizione** e **innovazione**, valori che si concretizzano in un nome che attesta l'origine e la volontà di restare fedeli alla tradizione, continuando a guardare con ottimismo al futuro.

www.sassellese.it



AL PIOPPETO RESTAURANT

Sergio Dussin is a well-known restaurateur from Bassano, with years of experience in the catering sector. His passion began in 1972, at the Dalla Mena restaurant, where he started working as a waiter.

Shortly after, he moved on to the role of assistant chef, until he took over the restaurant in 1986, for two years. In 1988 he opened Al Pioppeto; in 1994 he bought a villa and turned it into a restaurant; in 2004 he took over the management of Dalla Mena again.

Al Pioppeto is a restaurant located in Romano d'Ezzelino. It can accommodate a large number of guests and guarantees the perfect atmosphere for a number of different events, such as weddings, ceremonies and birthdays. The menu is traditional Venetian and is prepared using mostly fresh, local ingredients.

Albergo Ristorante Dalla Mena, in Romano d'Ezzelino, is the most complete of the three activities. In addition to the restaurant and hotel, it also has a bar service. Its strong point is the valley, a suggestive place to plunge into nature. Its "homemade" cuisine and its location out of the city bustle are highly appreciated by its customers.

Villa Razzolini Loredan, located in Asolo, is a restaurant with a special location. Purchased in 1994 as an abandoned building, Sergio has brought it back to life, and now it is part of the Venetian Villas. The menu is based on the local culinary tradition, with a twist on the presentation.





RISTORANTE AL PIOPPETO

Sergio Dussin è un noto ristoratore bassanese, con alle spalle anni e anni di esperienza in questo settore. La sua passione inizia nel 1972, presso il ristorante Dalla Mena, dove inizia a lavorare come cameriere. Poco dopo passa al ruolo di aiuto cuoco, fino a prendere in gestione il ristorante nel 1986, per due anni. Nel 1988 apre il Pioppeto, nel 1994 acquista una villa e la trasforma in ristorante e, nel 2004 riprende in gestione Dalla Mena.

Ristorante Al Pioppeto è situato a Romano d'Ezzelino. La sua struttura permette di ospitare un numeroso afflusso di persone e garantisce l'atmosfera perfetta per varie occasioni, come matrimoni, cerimonie e compleanni. I piatti offerti sono tipici della tradizione veneta, preparati utilizzando per la maggior parte prodotti freschi e locali.

Albergo Ristorante Dalla Mena, a Romano d'Ezzelino, è il più completo delle tre attività. Oltre al servizio ristorante offre la possibilità di soggiornare nell'albergo, nonché il servizio bar. Il suo punto di forza è la Valle, un luogo suggestivo e ottimo per immergersi nella natura. È molto apprezzato dai clienti, per la sua cucina "casalinga" e la sua posizione fuori dal caos cittadino.

Villa Razzolini Loredan, situata ad Asolo, è un ristorante da una location particolare. Questa struttura, acquistata nel 1994, all'epoca era abbandonata, ma grazie a Sergio è rinata, entrando anche a far parte delle Ville Venete. I piatti serviti si basano sulla tradizione culinaria del posto, con una rivisitazione nella presentazione.



In addition to these three locations, the Dussin Group is also known for its catering service. This satisfies many needs with catering services at home or in prestigious villas of the area, such as Villa Ca' Erizzo and Villa Giusti Del Giardino, as well as in other well-known locations, such as Distilleria Poli, Palazzo Bonaguro and Palazzo Sturm.

Thanks to Sergio's organisational skills, the team has played a leading role in the events of Bassano da Sogno and Dinner on the Bridge of Bassano, as well as Vinitaly and Fiera Cavalli.

Since 2003 Dussin has also landed in the Vatican. In particular, he has repeatedly served the Pontifical Academy of Sciences and Caritas International at their conferences. Sergio also catered for the first lunch offered by Pope Francis to the poor on 19 November 2017, as well as for the event with the Queen of Sweden and various heads of state and government.

www.pioppeto.it



Hotel restaurant **Dalla Mena** - Romano d'Ezzelino - www.dallamena.it



Restaurant **Villa Razzolini Loredan** - Asolo - www.villarazzolini.it



Oltre ai tre punti, il gruppo Dussin è conosciuto anche per il servizio di catering. Questo soddisfa molte esigenze con servizi a domicilio o in prestigiose ville sparse nel territorio, come Villa Ca' Erizzo e Villa Giusti Del Giardino, nonché in altri luoghi molto conosciuti, come Distilleria Poli, Palazzo Bonaguro e Palazzo Sturm. Inoltre, grazie alle doti organizzative di Sergio, il team è stato protagonista agli eventi di Bassano da Sogno e cena sul Ponte di Bassano, oltre che Vinitaly e Fiera Cavalli.

In aggiunta, dal 2003 Dussin è approdato anche in Vaticano. In particolare, ha servito ripetutamente la Pontificia Accademia delle Scienze e la Caritas International, in occasione dei loro convegni. Inoltre, ha servito il primo pranzo dei poveri offerto da Papa Francesco il 19 novembre 2017, oltre che la Regina di Svezia e vari capi di Stato e di governo.

www.pioppeto.it



Focus: Industry 4.0 applied to the Food&Beverage sector

How digitization increases productivity and flexibility in industries

Approfondimento: l'Industry 4.0 applicata al settore del Food&Beverage

Come la digitalizzazione incrementa produttività e flessibilità nelle industrie

*a cura di
Sonia Bennati*



Massimo Bartolotta
Segment Marketing Manager
Machinery OEM of Eaton Italia

Digitization is an unavoidable path for the entire industry, as much for the OeM and machine building sector as for the food industry.

The last few years have been characterized by a significant process of these sectors towards digitalization, a trend also supported by the activity of many companies that have focused on the development of solutions and technologies, encouraged by the incentives approved by the government, which would facilitate the application of the concepts and paradigms of Industry 4.0.

Concerning the Food & Beverage sector, which has resisted the pandemic well, we consulted Massimo Bartolotta, Segment Marketing Manager Machinery OEM at Eaton Italia, to ask his opinion on the state of the Italian food industry in the digitalization process and to find out how Eaton Italia approaches this industrial reality.

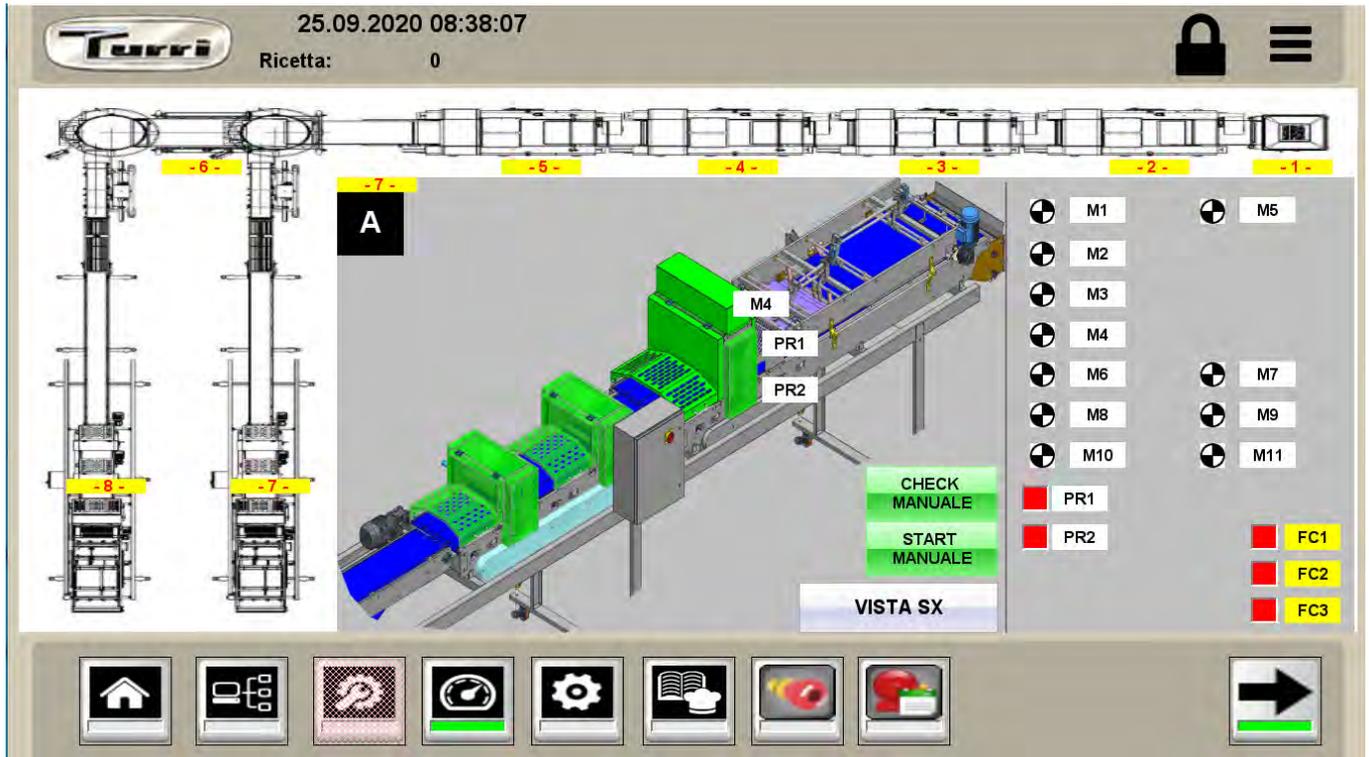
Headquartered in the U.S., Eaton Italia employs more than 96,000 people and operates



La digitalizzazione è un percorso imprescindibile per tutta l'industria, tanto per il settore degli OeM e dei machine building, quanto per quello dell'industria alimentare. Gli ultimi anni sono stati caratterizzati infatti da un significativo percorso di questi comparti verso la digitalizzazione, iter supportato anche dall'attività di molte aziende che si sono concentrate sullo sviluppo di soluzioni e tecnologie, incoraggiate anche dagli incentivi varati dal governo, che favorissero l'applicazione dei concetti e dei paradigmi dell'industry 4.0.

Rispetto al settore Food&Beverage che ha retto bene alla pandemia, abbiamo consultato Massimo Bartolotta, Segment Marketing Manager Machinery OEM di Eaton Italia per chiedergli un'opinione rispetto al punto in cui si trova l'industria alimentare italiana nel percorso di digitalizzazione e per farci raccontare come Eaton Italia si appropria a questa realtà industriale.

Eaton Italia, di casa madre americana, è composta da oltre 96.000 dipendenti e attiva in oltre 175 paesi, si articola in svariate divisioni e offre soluzioni a risparmio



in more than 175 countries. It has several divisions and offers energy-saving solutions that help its customers to manage energy more effectively, safely, and sustainably.

Massimo, how is it possible to combine supply chain efficiency and safety with a high degree of flexibility?

Eaton Italy offers to the operators the ability to gather information from multiple sources and convert it into decision-making tools through a two-sided action, which combines the potential offered by the Cloud to the new concept of plant engineering, integrating simple components that digitize the machines.

In your opinion, is the Italian food industry prepared to take full advantage of solutions like yours?

I would say yes.

Among the excellences of Made in Italy, the food industry is definitely witnessing a process of digitalization in which automation has become a key to meet the complex needs of the supply chain, as it allows to provide quality and traceability, improve productivity and reduce costs at the

energetico che aiutano i clienti a gestire l'energia in maniera più efficace, sicura e sostenibile.

Massimo, come è possibile combinare efficienza e sicurezza della filiera produttiva e un alto grado di flessibilità?

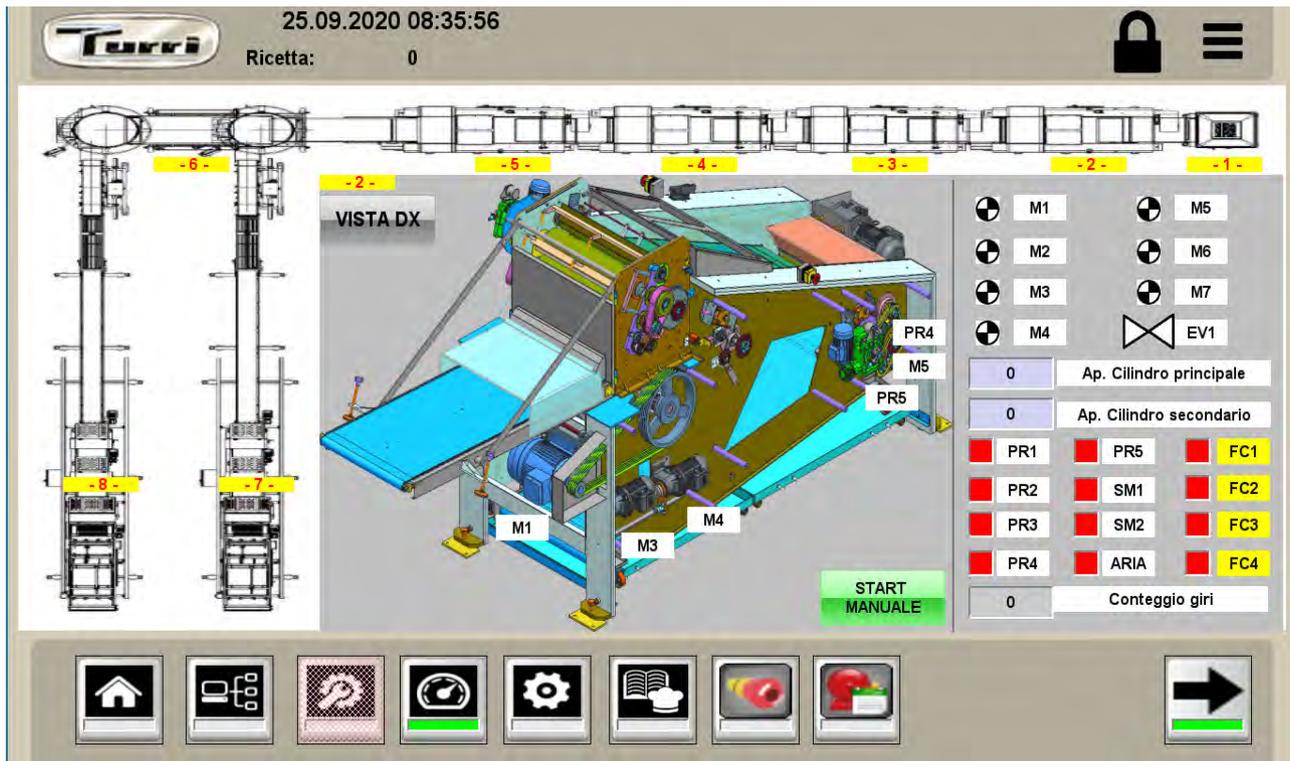
Eaton Italia offre agli operatori la capacità di raccogliere informazioni provenienti da più fonti e di convertirle in strumenti decisionali grazie ad un'azione su due fronti, che unisce le potenzialità offerte dal Cloud, all'impiantistica di nuova concezione, integrando semplici componenti che digitalizzano le macchine.

In questo modo, esse sono in grado di accedere ai dati ambientali disponibili e prendere decisioni autonome sfruttando i Big Data.

Secondo lei l'industria alimentare italiana è preparata a sfruttare appieno i vantaggi di soluzioni come le vostre?

Direi di sì.

Tra le eccellenze del Made in Italy, l'industria alimentare sta decisamente assistendo a un percorso di digitalizzazione dei processi in cui l'automazione



same time, ensuring the highest levels of safety in the management of machines, as well as high quality of the finished product.

From wine to pasta, passing through the production of baked goods, beer, coffee, sugar, and much more, automation solutions can support the most varied sectors, with multiple applications at the system level: from the man-machine interface to intelligent wiring solutions, command and motor control.

How much does an Industry 4.0-driven structure impact a food industry?

Very much so.

An example? In the field of pasta and bakery products, for example, it is possible to improve the processes of mixing, dosing, and waste recovery, in this way optimizing the production of pasta, whether dry or fresh.

An emblematic case of success has been a recent activity with one of our customers, Turri F.lli s.r.l. - an excellence in the Italian entrepreneurial panorama that designs and builds machines and systems for bakeries, pasta factories, pastry shops, and pizzerias - that had to give support to an important customer, operating in the pasta sector.

è diventata una chiave per soddisfare le complesse necessità della filiera, poiché consente di fornire qualità e tracciabilità, migliorare la produttività e ridurre al tempo stesso i costi, garantendo i massimi livelli di sicurezza nella gestione delle macchine, oltre ad un'alta qualità del prodotto finito.

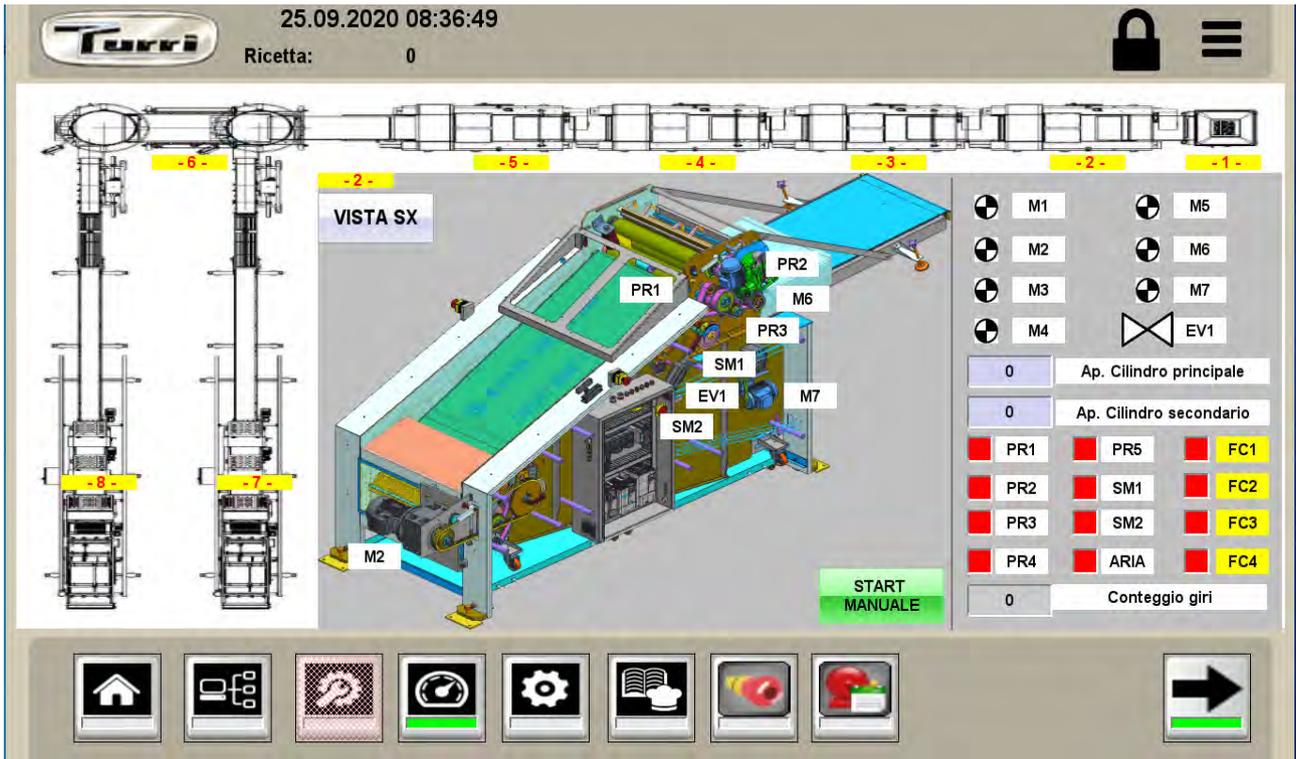
Dal vino alla pasta, passando per la produzione di prodotti da forno, birra, caffè, zucchero e molto altro, le soluzioni di automazione possono supportare i settori più svariati, con molteplici applicazioni a livello impiantistico: dall'interfaccia uomo-macchina alle soluzioni di cablaggio intelligente, comando e controllo motore.

Quanto incide in un'industria alimentare una struttura improntata sull'Industry 4.0?

Moltissimo.

Un esempio? Nell'ambito della pasta e dei panificati ad esempio, è possibile migliorare i processi di impasto, di dosaggio e di recupero scarti, ottimizzando così la produzione di pasta, secca e fresca che sia.

Un emblematico caso di successo è stata una recente attività con un nostro cliente, Turri F.lli s.r.l. - eccellenza del panorama imprenditoriale italiano che progetta e costruisce macchine e impianti per panifici, pasticci, pasticcerie e pizzerie - che doveva dare supporto a un importante cliente, che opera nel settore della pasta.



Our customer needed to create a flexible line adaptable to many circumstances within the production process.

The process was characterized by the production of many different types of pasta and depending on the recipe the machine had to be adaptable and produce accordingly.

The solution proposed by Eaton Italia was therefore able to manage this articulation in the production, simplifying and making the activity faster and more flexible.

The line has thus become totally flexible, the system was able to read the recipe and automatically adapt to it.

Il nostro cliente aveva necessità di creare una linea flessibile e adattabile a tante circostanze nell'ambito del processo di produzione. Il processo infatti era caratterizzato dalla produzione di tanti tipi diversi di pasta e a seconda della ricetta la macchina doveva essere adattabile e produrre di conseguenza.

La soluzione proposta da Eaton Italia quindi era in grado di gestire questa articolazione nella produzione semplificando e rendendo più rapida e agile l'attività.

La linea è diventata così totalmente flessibile, il sistema era infatti in grado di leggere la ricetta e in automatico di adattarsi ad essa.

Ora l'azienda, utilizzando una sola macchina, si serve di più ricette per produrre diversi tipi di pasta





Now the company, using just one machine, uses several recipes to produce different types of pasta and makes use of the technology to monitor the machine remotely and impose the recipe remotely. In this period especially it has proved to be very useful, I would almost say providential.

What are the concrete benefits and functionalities of applying EATON solutions?

Many.

The reliability of the Eaton Italia product is a guarantee for the companies' business, regardless of the sector and even more in this pandemic period. Another very important aspect is predictive maintenance. Companies can't afford downtime, and predictive maintenance allows them to predict component consumption and prevent failure from occurring.

What kind of support and advice do you provide when you enter into a partnership with a new client?

We provide total and complete support. We have articulated resources within the company that see the solution in the round, with a very high level of know-how.

Not only that. We also provide our network of System Integrators and specialized Solution Architects able to support the implementation of the system at 360°.

The study and design of our team, therefore, allow companies to optimize their activities, with an important improvement in terms of flexibility and savings.

e si avvale della tecnologia per il monitoring della macchina da remoto, nonché l'imposizione della ricetta da remoto. In questo periodo soprattutto si è rivelato utilissimo, direi quasi provvidenziale.

Quali sono i vantaggi concreti e le funzionalità dell'applicazione delle soluzioni EATON?

Tanti.

L'affidabilità del prodotto Eaton Italia è una garanzia per l'attività delle aziende, a prescindere dal settore e a maggior ragione in questo periodo di pandemia.

Un altro aspetto importantissimo è quello della manutenzione predittiva. Le aziende non possono permettersi un fermo macchina e la manutenzione predittiva consente di prevedere l'usura dei componenti ed evitare che il guasto si verifichi.

Che tipo di supporto e consulenza fornite nel momento in cui intraprendete una collaborazione con nuovo cliente?

Forniamo un supporto totale e completo. Disponiamo infatti di risorse articolate all'interno dell'azienda che vedono la soluzione a tutto tondo, con un know-how molto elevato.

Non solo, mettiamo anche a disposizione la nostra rete di System Integrator e di Solution Architect specializzati in grado di supportare l'implementazione dell'impianto a 360°.

Lo studio e la progettazione del nostro team consentono quindi alle aziende un'ottimizzazione delle proprie attività, con un importante miglioramento in termini di flessibilità e risparmio.



made in Italy

FOOD EVOLUTION



#ANALOGHIDELLACARNE



#SPEZZATINO GUSTO MANZO



#DADINI GUSTO PANCETTA



#STRACCETTI GUSTO POLLO

100% VEGETALE

SOLO AROMI NATURALI
ALTAMENTE PROTEICO
SENZA GLUTINE



JOY SRL
VOCABOLO SCARPIELLO 135/C
06066 PIEGARO (PG)
075 835 5635
FACEBOOK E INSTAGRAM:
FOOD EVOLUTION

Disponibili in formati da
165 gr, 2kg e 20kg



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 8 million liters**. The bottling plant consists of **5 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**.





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**, 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 8 milioni di litri c.ca.** L'imbottigliamento è costituito da **5 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**.



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 sales for **65%** on international markets, mainly consisting of **Germany, USA, Brazil**, France, Japan, China, Russia, England, Switzerland and **the remaining 35%** 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 technologies, 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 50% 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.



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 65%** su mercati internazionali, costituiti principalmente da **Germania, Stati Uniti, Brasile, Francia, Giappone, Cina, Russia, Inghilterra, Svizzera e il restante 35%** su mercati nazionali. Ad oggi, 2020, la produzione annuale **supera le 50.000.000 bottiglie tra private label e i tre marchi aziendali** ANTICO FRANTOIO, OLIVETA, FIORENTINI FIRENZE.

Obiettivo dell'azienda quello di **incrementare i volumi di esportazione del mercato estero fino al 70%**, attraverso prodotti sempre più mirati non solo a sottolineare la propria importanza nella grande distribuzione ma anche all'**acquisizione di un'identità sempre più forte agli occhi del consumatore finale**: i valori con cui Fiorentini Firenze cresce negli anni sono e saranno sempre garanzia di qualità. Qualità non solo nell'eccellenza e nel controllo della materia prima da usare ma anche **qualità della catena produttiva in sé**, improntata adesso più che mai sulle **nuove tecnologie, sull'ecosostenibilità e sulle responsabilità etiche e sociali**.

IL VALORE DELL' INNOVAZIONE

L'azienda Fiorentini Firenze S.p.A investe molto sull'innovazione tecnologica e sulle energie 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 50% 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

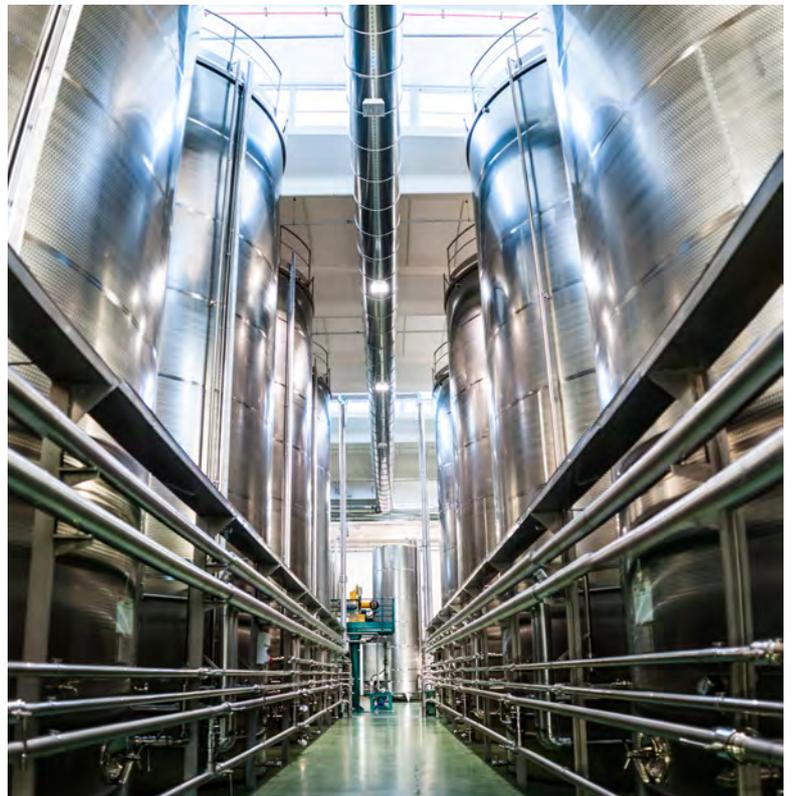
Per la prima volta in Europa un'azienda italiana **quantifica ed azzerare le emissioni di CO2** compensandole con il programma "PLANTING BIODIVERSE FOREST IN PANAMA" certificato **GOLD STANDARD**: sviluppato da **Forest Finance** e ampliato dai partner **Sustainable Timber** e **Isla Cebaco**, il progetto si basa



CLIMATE FRIENDLY PRODUCTS, AN ASSUMPTION OF RESPONSIBILITY

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

www.fiorentinifirenze.it





su un sistema che combina la **produzione di legname e cacao sostenibili di alta qualità con la protezione della biodiversità** e il ripristino dell'ecosistema. Con i prodotti Climate Friendly Fiorentini non mira esclusivamente a sensibilizzare l'utente finale attraverso la scelta di un prodotto ecosostenibile, ma si assume per prima la responsabilità di migliorare le proprie performance ambientali creando promozione sociale ed autosufficienza economica per le popolazioni locali nei paesi in via di sviluppo.

www.fiorentinifirenze.it



**OLEIFICIO
FIORENTINI
FIRENZE**

**ANTICO
FRANTOIO**
OLIO
EXTRA VERGINE
DI OLIVA
Prodotto grezzo, non filtrato
OLEIFICIO
FIORENTINI
MISCELA DI OLI DI OLIVA
ORIGINARI DELL'UNIONE EUROPEA 75 cl e

**OLEIFICIO
FIORENTINI
FIRENZE**
L'olio Amico
OLIO
EXTRA VERGINE
DI OLIVA
100% ITALIANO
ESTRATTO A FREDDO
L'ITALIANO
1 litro e

OLIVETA
OLIO
EXTRA VERGINE
DI OLIVA
OLEIFICIO
FIORENTINI
750 ml e
Biologico
100%
ITALIANO
ESTRATTO A FREDDO

**ANTICO
FRANTOIO**

SCOPRI I NOSTRI MARCHI SU
FIORENTINIFIRENZE.IT

OLIVETA



ITALIAN EXCELLENCE IN THE BAKERY MARKET

The company is a pioneer in the healthy segment and continues to innovate without compromising on quality.

Founded in 1938 in Northern Italy (Morbegno), still family owned to this day. The company counts:

- 700+ employees,
- 2 production plants
- 9 bakery production lines

It also have five business lines:

- **Health & Wellness:** leading player in the “better-for-you” bakery segment under the Galbusera brand.
- **Gourmet & Indulgence:** fast-growing player in wafers, cookies and cakes under the Tre Marie brand.
- **Seasonal:** value market leader in Christmas and Easter Cakes under the Tre Marie brand.
- **Retail:** 18 ownstores, a mixed “café+brandstore” concept, under the Tre Marie Antico Forno brand.
- **Private Label:** Leader in Italian PL supply of Crackers and Cookies under the Mavery name.

An extended assortment of pack sizes: 36/ 45g single serve, 140/175g full size sleeves and 200g bite-size bags.

Only top quality ingredients, no preservative, no artificial flavors, no colorings.

Indulgence Range - Tre Marie Gourmet cookies

350g and 300g size.

Only **PREMIUM** ingredients: butter, fresheggs, cane sugar, high chocolatecontent, etc.

Three recipes:

- Traditional Italian BUTTER COOKIE (Frollino).
- DARK COCOA with chocolate drops.
- With CHOCOLATE DROPLETS
- Gourmet Cookies With KRUMIRO-STYLE PASTRY





TRADIZIONE DOLCIARIA ITALIANA

Galbusera Tre Marie, punto di riferimento della tradizione dolciaria italiana, dopo essere approdata, nel periodo natalizio appena trascorso, **nel cuore di Milano**, cercando di guardare al futuro con ottimismo e aprendo le porte al temporary **"Christmas Store Tre Marie"** in piazza San Babila, si affaccia al nuovo anno con la positività che la caratterizza.

Non si arresta la crescita della rete negozi che, con l'apertura nell' hinterland milanese (presso il c/c Scalo Milano) di un **nuovo store** e del Galbusera Cafè, vanta 18 punti vendita, di cui 16 in Lombardia, 1 in Emilia Romagna (Piacenza) e 1 in Svizzera.

Il nuovo store a Scalo Milano, in linea con il mondo **Retail di Galbusera Tre Marie**, guidato dai prodotti a marchio Galbusera, Tre Marie e Cuor di forno, propone anche una selezione di eccellenze enogastronomiche italiane.

Sempre presente all'interno del centro, prende vita il **Galbusera Cafè**, un ristoro che presenta una proposta innovativa sia nel caffè fino alla vasta linea di gelateria, entrambi "ricettati" mixando le miscele di base con i prodotti della tradizione Galbusera.

Ed è proprio il **gelato** a guidare il nuovo progetto, "home-made", firmato con i nomi dei più famosi frollini dalle origini Valtellinesi, distintivo e unico nel panorama di riferimento, dove i gustosissimi biscotti, wafer, panettoni e colombe Galbusera e Tre Marie, danno vita ai gusti "Zalet" "RisosuRiso" "Wafer nocciolato" e molti altri, tutti assolutamente da provare.

Retail – A Unique Concept

- **20M € revenue**, 80+ FTEs
- Growing **network** in Galbusera's heartland: 14 stores in Northern Italy, 1 in Switzerland
- Strong **customer loyalty** – 200k+ active fidelity cards and 55k+ newsletter subscriptions

- A **unique concept** blending under one roof the Italia gourmet-café experience with a dedicated, convenience -focused Galbusera & Tre Marie brand store.

www.spacciogalbuseratremarie.it



Tre Marie Cookies

AGRATE BRIANZA (MB)

VIA G. MARCONI 20 - 20864 AGRATE BRIANZA
TEL. 03961741

FIGINO SERENZA (CO)

VIA NECCHI 65 - 22060 FIGINO SERENZA
TEL. 031782389

LALLIO (BG)

VIA PROVINCIALE 2 - 24040 LALLIO
TEL. 0356226089

MANDELLO EST (LC)

STRADA STATALE 36 DIREZIONE COLICO - 23826 MANDELLO DEL LARIO
TEL. 0341735135

MILANO (MI)

VIA G. CRESPI 9/11 - 20134 MILANO
TEL. 0245489801

SESTO S. GIOVANNI (MI)

VIALE ITALIA 623 - 20099 SESTO SAN GIOVANNI
TEL. 0236504841

MONTANO LUCINO (CO)

VIA VALTELLINA ANGOLO VIA ADDA 2 - 22070 MONTANO LUCINO
TEL. 0314972334

ANTICO FORNO

PARCO COMMERCIALE GRANCIA - C/O CENTRO CENTRO
VIA CANTONALE 22 - 6916 GRANCIA
TEL. 091-9800101

LOCATE DI TRIULZI (MI)

C/O SCALO MILANO - VIA MILANO 5 - 20085 MILANO
TEL. 345-5944443

COSIO VALTELLINO (SO)

VIALE OROBIE 9 - 23013 COSIO VALTELLINO
TEL. 0342609111

FORCOLA (SO)

STRADA STATALE DELLO STELVIO KM 22,3 - 23010 FORCOLA
TEL. 0342051580

LEGNANO (MI)

VIALE CADORNA 48 - 20015 LEGNANO
TEL. 0331547634

MANDELLO OVEST (LC)

STRADA STATALE 36 DIREZIONE LECCO - 23826 MANDELLO DEL LARIO
TEL. 0341733881

PERO (MI)

VIA MANZONI 2 - 20016 PERO
TEL. 023535087

VELLEZZO BELLINI (PV)

SP 35 DEI GIOVI ANGOLO VIA GIULIO NATTA
FRAZIONE TRIPOLI - 27010 VELLEZZO BELLINI
TEL. 03821802177

BUSNAGO (MB)

C/O CENTRO COMMERCIALE IL GLOBO VIALE ITALIA 197 - 20874 BUSNAGO
TEL. 0395966141

PIACENZA (PC)

VIA DON G. DIECI 10 - 29122 PIACENZA
TEL. 342 - 5642708

GALBUSERA CAFÉ (MI)

C/O SCALO MILANO - INGRESSO 6 - 20085 MILANO
TEL. 342-1849943



Galbusera Tre Marie muove inoltre i primi passi al di fuori del territorio nazionale, con un format totalmente nuovo, dallo stile elegante di una Pasticceria dei primi del '900, presentato in **Svizzera: Antico Forno Tre Marie**. Gastronomia, Bistròt e Market sono legati dal fil rouge del calore, qualità ed esperienza del "Forno", che caratterizza anche le raffinate proposte del menù.

Alla base dell'offerta e nell'ottica di rispondere ad un consumatore attento al rapporto qualità/prezzo, rimane il "marchio di fabbrica" dei negozi Galbusera Tre Marie, che si propone in una nuova veste grafica: il Formato Convenienza, nelle pratiche confezioni che rappresentano i valori con cui Galbusera e Tre Marie preparano i loro prodotti da sempre. Freschezza, qualità e convenienza sono di casa da Galbusera Tre Marie.

Non manca all'appello il sito di ecommerce, www.spacciogalbuseratremarie.it dove è presente un'ampia selezione di prodotti per ricevere comodamente a casa, la qualità e dolcezza di Galbusera Tre Marie.

www.spacciogalbuseratremarie.it



Filiera del grano Galbusera. Solo grano 100% italiano.

Coltivato in Lombardia, Piemonte e Emilia Romagna nel rispetto delle migliori pratiche agricole e della biodiversità.

THE GREAT LOVE FOR BITTER: ITALYCO, THE ITALIAN BITTER

**Sophisticated flavor, clean taste,
inebriating smell!**

This is how Amaro Italyco presents itself!

Noble among digestives, its ancient recipe requires the use of various herbs and spices such as cinchona, sweet orange, bitter orange, rhubarb, wormwood, cloves, chamomile which, wisely combined, give life to a bitter with a pleasant and harmonious taste. It is the bitter that takes its name from its country of origin, the country with a long liquor history, with roots that go back to the Middle Ages, when the rule of good customs "made in Italy" started to offer, always, liquors to guests.

It is the bitter of the country of fashion, beauty, good food, hospitality, conviviality and creativity.

It is the bitter, friend of coffee, to accompany meals.

It is the bitter, comfortably placed in a glass with lots of ice, to drink while conversing in good company.

A bitter for meditation, to make every occasion a special moment.

It is the bitter, produced in a handicraft company with more than half a century of history, where the only watchword is: to make excellent products.

Its markedly amber color seems to have stolen the colors of the sunset and by shaking the glass with the cold bitter, its full-bodied consistency is revealed.





Il **B**eneduce

LIQUORIFICIO

IL GRANDE AMORE PER L'AMARO: ITALYCO, L'AMARO ITALIANO

**Sapore raffinato, gusto pulito, odore inebriante!
Si presenta così l'Amaro Italyco!**

Nobile tra i digestivi, la sua antichissima ricetta prevede l'impiego di varie erbe e spezie tra cui china, arancio dolce, arancio amaro, rabarbaro, assenzio, chiodi di garofano, camomilla che, sapientemente unite, danno vita ad un amaro dal gusto gradevole ed armonico.

È l'Amaro che prende il nome dal suo paese di origine, il Paese con una lunga storia liquoristica, con radici che affondano nel lontano Medioevo, quando iniziava la regola del buon costume "made in Italy" di offrire, sempre, liquori agli ospiti.

È l'Amaro del Paese della moda, della bellezza, del cibo buono, dell'accoglienza, della convivialità e della creatività.

È l'Amaro, amico del caffè, per accompagnare i pasti.

È l'Amaro, comodamente alloggiato in un bicchiere con tanto ghiaccio, da bere conversando in buona compagnia.

È l'Amaro da meditazione, per rendere ogni occasione un momento speciale.

È l'Amaro, prodotto in un'azienda artigianale con più di mezzo secolo di storia, dove l'unica parola d'ordine è: realizzare prodotti eccellenti.



As it is common for bitters, little is needed. Just enough to inebriate the palate.

Ideal conditions for a proper tasting can be reached with the help of few ingredients: a moment of tranquility and a very cold bitter.

Tasting it, its taste moves through the body and after having reached the emotional heart it continues to propagate, it lights up with a flash the pupils, it floods the nose with an inebriating cloud of scents, it pervades the tongue with a rain of harmonic flavors and even the ears hear subtle music. Finally, it shows up with a smile on the face of the drinker which is reflected in the almost empty glass.

Here is Amaro Italyco, a magnificent bitter.

Amaro Italyco is produced by the ancient company Il Beneduce, a liquor factory that has always been particularly attentive to the meticulous selection of raw materials, to the control of production processes, which are essentially artisan and to the realization of excellent products.

www.liquoribeneduce.it



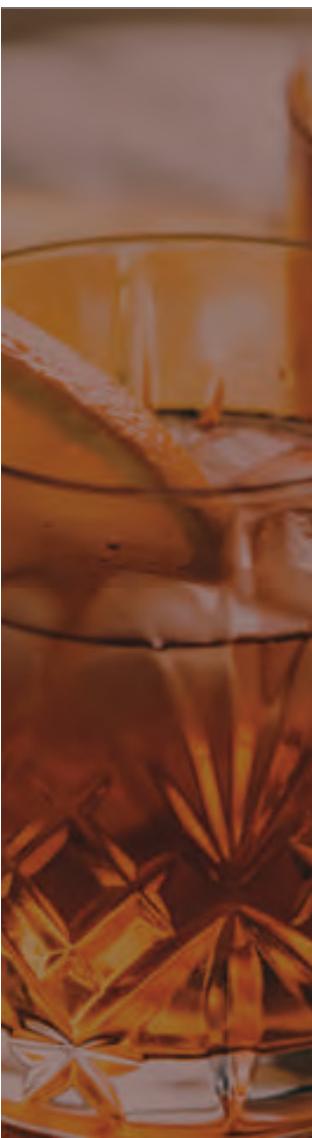


Il suo colore marcatamente ambrato sembra aver rubato le tinte al tramonto ed agitando in tondo il bicchiere col freddo amaro, si palesa la sua corposa consistenza. Come si suole per gli amari se ne serve poco. Quel poco che basta per inebriare il palato. Condizioni ideali per un'adeguata degustazione si raggiungono con l'ausilio di pochi ingredienti: un'istante di tranquillità e l'amaro ghiacciatissimo. Degustandolo, il suo sapore trasale attraverso il corpo e dopo aver raggiunto il cuore emotivo continua a propagarsi, illumina con un lampo le pupille, inonda il naso con una nube inebriante di profumi, pervade la lingua con una pioggia di sapori armonici e persino le orecchie odono una soave musica sottile. Infine si manifesta con un sorriso sul volto del bevitore che si riflette nel bicchiere oramai quasi vuoto.

Ecco l'Amaro Italyco, un amaro magnifico.

L'Amaro Italyco è prodotto dall'antica azienda Il Beneduce, liquorificio da sempre particolarmente attento alla minuziosa selezione delle materie prime, al controllo dei processi produttivi, sostanzialmente artigianali ed a realizzare prodotti di eccellenza.

www.liquoribeneduce.it



Il Beneduce
LIQUORIFICIO

www.liquoribeneduce.it



antico amaro
Italyco

vero gusto Italiano



JOE&CO. OFFER A RANGE OF 30 VARIETIES OF OILS

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

It all started with a family oil mill situated in Umbria and established in 1890 by Raniero Matticari. Then, in 1997, Giuseppe (CEO), his grandson, started specialized the business into vegetable oils, organic and vegan certified, encouraged by his focus and passion.

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

In 2017 we established the Crudolio GmbH in Germany to expand the distribution of Crudolio

brand in the country. Nowadays we count many sales points. Indeed, we just launch the new project of 100 ml handle-bottle oils, which gathers 23 different types of oils and sauces.

Starting from 2019 we import from Sri Lanka organic coconut milk, together with oils previously cited, in order to enlarge the range of traced products. Every item is certified organic and obtained exclusively by physical means without the use of solvents.

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

In 2019 we upgraded in our production plant and packaging, with an investment in the industry 4.0, which lead us to improve our manufacturing capacity from 20.000 bottles/day to 100.000 bottles/day. Thanks to 16 new stainless steel tanks we can guarantee that every step in the production is exclusively dedicated to organic, with an effective quality control system which take care of the traceability and certification of all production cycle.

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

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



Throughout these years the company had the chance to take part to some sectorial competitions and thanks to the ideas of our marketing & quality colleagues the company won:

- 2016, Innovation of the year with "Organic Extra Virgin Olive Oil with White Truffle Aroma"
- 2017, Innovation of the year with "Organic Omega 3•6•9 blend"
- 2018, Product of the year with "Organic Mix for salads seeds"
- 2019, Innovation of the year with "Organic coconut and curcuma extra virgin oil".

Started from the end of 2018 we refurbished the graphic of our Crudolio labels, to let the customer to get better the informations and utilization of our healthy oils. Also the brand doesn't appear no more engaged with the under draw square, but is free and attractive.

Afterwards, also one of our brand, Yes Organic, incurred in a restyle of the logo, that

result better at our major clients, since it appear clear, distinctive and recognizable. From 2020 we decided to invest in the digital sector, renovating at first our websites (www.crudolio.it / www.yesorganic.it / www.joeandco.it) as there was the necessity to completely modernized the communications with customers and clients, started from the products' description, to add a page dedicated to the recipes.

Last but not the least, during the covid-19, when our company was fortunately still working, we understood we could give something concrete to our clients. Some of them were unable to work due to the lockdown and once reopened they must adapt their businesses to the new hygiene-laws. We reply with the new line of single-doses for the Ho.Re.Ca. industries. Three items have been develop: Extra Virgin Olive Oil (10 ml) , White Wine Vinegar and Balsamic Vinegar From Modena I.G.P. (5 ml).

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



Check the new www.crudolio.it



AUTHENTICITY AND TRADITION: SALUMIFICIO L.C.S.

The Salumificio L.C.S., the acronym for Laboratorio Carni Suine, has its roots in the history of the Cremona area. In fact, its historical headquarters, Cascina Cà dell'Ora, was founded in the late Middle Ages as a rustic service area for the agricultural estates of the Benedictine monks.

In the Po Valley, pig breeding has always been linked to the farming tradition and to the production of the typical cold cuts of this area.

Although, with time, technology has allowed the quickening of some processes, the Salumificio L.C.S. continues to work since more than fifty years the best cuts of local meat strictly following the ancient Cremonese tradition, with particular attention to the seasoning, a procedure that, together with the microclimatic characteristics of the territory, guarantees to the produced cold cuts a taste and a genuineness that, during the years, have been able to conquer the most demanding and refined palates.





**GENUINITÀ E TRADIZIONE:
IL SALUMIFICIO L.C.S.**

Il Salumificio L.C.S., acronimo di Laboratorio Carni Suine, affonda le proprie radici nella storia del territorio cremonese. La sua sede storica, la Cascina Cà dell'Ora, nasce infatti nel basso Medioevo come area rustica di servizio per le possessioni agrarie dei monaci benedettini.

In Pianura Padana, l'allevamento dei suini è da sempre legato alla tradizione contadina e alla produzione dei salumi tipici di questa zona.

Sebbene, con il passare del tempo, la tecnologia abbia permesso la velocizzazione di alcuni processi, il Salumificio L.C.S. continua a lavorare da oltre cinquant'anni i migliori tagli di carne locale seguendo strettamente l'antica tradizione cremonese, con un occhio particolare per la stagionatura, procedimento che, insieme alle caratteristiche microclimatiche del territorio, garantisce ai salumi prodotti un gusto e una genuinità che, negli anni, sono stati in grado di conquistare i palati più esigenti e raffinati.

Tra i salumi stagionati, un prodotto particolarmente rappresentativo è il Salame Classico Bonemerse, primogenito dell'azienda, caratterizzato da una leggera presenza d'aglio come prevede la ricetta cremonese, adattata nella versione senz'aglio per i palati più delicati.

Da ricordare tra i diversi prodotti il classico Strolghino di culatello, elegante e leggero.



Among aged cold cuts, a particularly representative product is Salame Classico Bonemerse, the firstborn of the company, characterized by the light presence of garlic as the Cremonese recipe requires, adapted in the version without garlic for the most delicate palates.

Among the many products, it is worth mentioning the classic Strolghino di culatello, elegant and light.

Then there are the Salame Gentile; the Bonetto, and the traditional Cremonese IGP, characterized by a coarser grain and a longer seasoning than the classic Bonemerse salami which, according to local taste, is preferably eaten soft. Last but not least, let's not forget the products to be cooked, such as Cotechino Di Bonemerse, lightly spiced, Salame da Pentola, Zampone, and Cappello del Prete, typical of Christmas festivities with its traditional triangular shape and produced only during the Christmas season. To be tried are also the classic Luganega Arrotolata and the Salamella da griglia.

www.cadellora.net



Ci sono poi il Salame Gentile; il Bonnetto, e il tradizionale Cremonese IGP, caratterizzato da una grana più grossa e una stagionatura più lunga del classico salame di bonemerse che, secondo il gusto locale, viene preferibilmente consumato morbido.

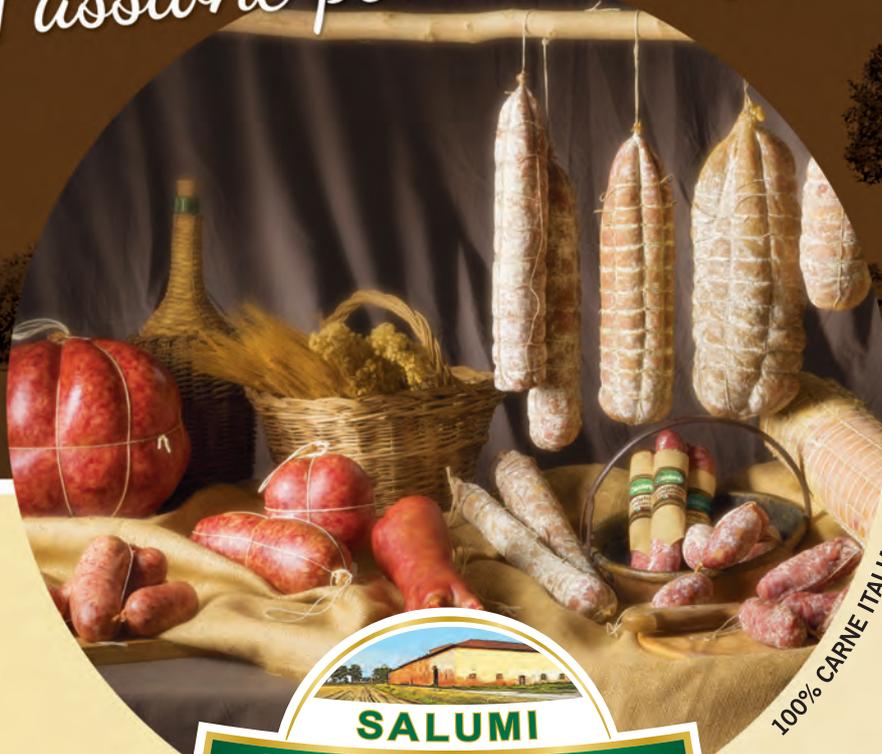
Non dimentichiamo infine i prodotti da cuocere, come il Cotechino Di Bonemerse, leggermente speziato, il Salame da Pentola, lo Zampone e il Cappello del Prete, tipico delle festività natalizie dalla tradizionale forma triangolare prodotto solo nel periodo delle festività natalizie.

Da provare anche la classica Luganega Arrotondata e la Salamella da griglia.

www.cadellora.net



Passione per la tradizione



Salumificio LCS S.r.l.
Via degli Orti, 4
San Giacomo Lovara
26030 Malagnino (CR) - Italy
Tel. +39 0372 494901
info@cadellora.com

www.cadellora.net



100% CARNE ITALIANA

Ca' dell'Ora shop





DOLCI EVASIONI: TYPICAL SICILIAN ORGANIC AND SOLIDARITY PRODUCTS

Dolci Evasioni (sweet escapes in Italian) are **typical Sicilian products** resulting from a **solidarity project** managed by **L'Arcolaio**, a social cooperative that for over 15 years has been building social and work integration paths for prisoners, young immigrants and other disadvantaged people.

In our laboratory located inside the Syracuse prison a team including about ten inmates produces with passion and care **organic** and **gluten-free** confectionery products. The ingredients used come from **local farms** and from **fair trade**. Our recipes are genuine and are based on a few quality ingredients, free from preservatives and artificial colors. What also makes our Dolci Evasioni so delicious are the excellences of our territory that we include and enhance in our product line: almonds, citrus fruits, carobs, Ispica sesame (slow food presidium), wild fennel ... each of our products preserves and tells our Sicily.

Dolci Evasioni also uses raw materials from **Frutti degli Iblei**, the social agriculture project by L'Arcolaio that managed to recover some uncultivated land located in the heart of the Iblei Mountains. On these uncontaminated hills we organically cultivate **Mediterranean aromatic plants**, such as thyme, sage, and oregano, and carefully harvest wild fennel, calendula and other spontaneous varieties typical of the Iblei. In the nearby laboratory we dry and pack our herbs, but also **vegetables and fruit from small local farmers**, whose work we aim to promote by building collaborative networks.

Dolci Evasioni include natural and toasted almonds, baked products such as almond pastes and gluten-free cookies, dried herbs and vegetables, and condiments such as flavored salts and pesto. Among the latest products included in the catalog, cookies with carob flour and cinnamon, gomasio with Ispica sesame Slow Food presidium and aromatic herbs, and wild fennel pesto.

www.arcolaio.org





DOLCI EVASIONI: PRODOTTI TIPICI DI SICILIA BIOLOGICI E SOLIDALI

Le Dolci Evasioni sono **prodotti tipici di Sicilia**, frutto di un **progetto solidale** della cooperativa sociale **L'Arcolaio** che, dal 2003, mira a costruire percorsi di inserimento socio-lavorativo per detenuti, giovani immigrati e altre persone svantaggiate.

Nel nostro laboratorio presso la Casa circondariale di Siracusa un team che comprende una decina di detenuti realizza con passione e cura prodotti dolciari **biologici** e **senza glutine**. Gli ingredienti impiegati provengono da **aziende agricole del territorio** e dal commercio equo-solidale.

Le nostre **ricette sono genuine** e si basano su pochi ingredienti di qualità, senza l'uso di conservanti nè coloranti artificiali. La bontà dei nostri prodotti è garantita anche dall'impiego e valorizzazione delle **eccellenze del nostro territorio**: le mandorle, gli agrumi, le carrube, il sesamo di Ispica (presidio slow food), il finocchietto selvatico...ogni nostro prodotto custodisce e racconta la nostra Sicilia.

Le Dolci Evasioni impiegano anche materie prime provenienti dal progetto di agricoltura sociale **Frutti degli Iblei**, con cui L'Arcolaio ha recuperato alcuni terreni incolti situati nel cuore dei Monti Iblei. Su queste colline incontaminate coltiviamo in regime biologico **piante aromatiche mediterranee**, come timo, salvia, e origano, e raccogliamo con cura finocchietto selvatico, calendula e altre varietà spontanee tipiche degli Iblei. Nel laboratorio allestito a pochi chilometri di distanza essichiamo e confezioniamo le nostre erbe, ma anche **ortaggi e frutta** provenienti da **piccoli agricoltori locali**, di cui puntiamo a valorizzare il lavoro attraverso la costruzione di **reti collaborative**.

Le Dolci Evasioni comprendono mandorle naturali e tostate, prodotti da forno come paste di mandorla e biscotti senza glutine, erbe e ortaggi essiccati e condimenti come sali aromatizzati e pesti. Tra gli ultimi prodotti inseriti a catalogo, i biscotti con farina di carruba e cannella, il gomasio con sesamo di Ispica presidio Slow Food ed erbe aromatiche, il pesto di finocchietto selvatico.

www.arcolaio.org

L'insalata dell'ORTO

L'INSALATA DELL'ORTO CAME ABOUT FROM A PASSION AND AN IDEA

L'Insalata dell'Orto came about from a **passion** and an **idea**: a **passion** for the land, which led our family to dedicate ourselves to cultivating vegetables for generations; and an **idea** dating back to 1990, when we decided to expand production to greenhouse cultivation and commit to processing, transforming and packaging IV-range products and which in 2000 saw the birth of L'Insalata dell'Orto Srl.

Our customers are from Veneto up to the whole of Italy and beyond.

The passion which led L'Insalata dell'Orto from the beginning and the constant task to innovation have allowed us to go one step further by leveraging the creativity of the consumer and experiencing in the kitchen, offering modern fresh-cut products that can be used as they are or revisited according to needs.





L'INSALATA DELL'ORTO NASCE DALL'INCONTRO TRA UNA PASSIONE E UN'IDEA.

La **passione** è quella per la terra, che per generazioni ha spinto la nostra famiglia a dedicarsi alla coltivazione di ortaggi. L'**idea** è quella che nel 1990 ci ha portati ad allargare la produzione alle coltivazioni in serra e a dedicarci alla lavorazione, trasformazione e confezionamento di prodotti di IV gamma e che nel 2000 ha visto nascere L'insalata dell'Orto Srl.

La nostra clientela parte dal Veneto fino all'Italia intera e all'estero.

La passione che accompagna L'insalata dell'Orto fin dagli esordi e la tendenza costante all'innovazione ci hanno permesso di spingerci ancora un passo più in là facendo leva sulla creatività del consumatore e sull'esperienza in cucina, proponendo prodotti di IV gamma moderni che possano essere utilizzati tali e quali o rivisitati secondo le esigenze.

Accanto all'offerta aziendale di prodotti classici di I e IV gamma convenzionali e BIOLOGICI riconosciuta dalle principali insegne italiane ed europee, nasce **"L'OFFICINA DI CUCINA CREATIVA"** un incubatore di idee in cucina che trova il suo riscontro positivo nella creazione di prodotti che sono portatori della sperimentazione di gusti e necessità.

"OFFICINA DI CUCINA CREATIVA" nasce per interpretare le esigenze della clientela con prodotti che rispettano i bisogni di un pubblico attento alla qualità e ai gusti del momento. In questi anni la gamma di prodotti si è allargata alla produzione di tisane di erbe e radici fresche, pensata per i momenti di relax, alle ciotole con coperchio richiudibili e con ricette vegetali ricercate, per i buffet e gli uffici, ai sughi e zuppe freschi 100% vegetali biologici e gluten free per chi ama cucinare e vuole un aiuto salutare tra i fornelli.

Alongside the company's offer of classic vegetables and fresh-cut conventional and organic products is recognized by the main Italian and European brands, **"L'OFFICINA DI CUCINA CREATIVA"** was born as an incubator of ideas in the kitchen that finds its positive feedback in the creation of products that are bearers of the experimentation of tastes and needs.

"L'OFFICINA DI CUCINA CREATIVA" was created to understand the needs of customers and to reply with products that reflect the needs of quality and tastes of the moment.

In recent years the range of products has expanded to the production of herbal teas and fresh roots, designed for moments of relax, to bowls with resealable lids and refined vegetable recipes, for buffets and offices, to fresh sauces and soups 100% organic vegetables and gluten free for those who love to cook and want a healthy help in the kitchen.

Finally, we have enhanced the products of the Veneto region with the line of Radicchio I.G.P. Salads which this year had a further expansion leading to a total of 5 products: Radicchio di Chioggia I.G.P. Salad, Radicchio di Verona I.G.P. Salad, Radicchio Variegato di Castelfranco I.G.P. Salad, "Trittico" of Radicchi Salad Mix and "Bis" of Radicchio Variegato di Castelfranco I.G.P. and Radicchio Rosso di Treviso I.G.P. Salad Mix.

www.linsalatadellorto.it



Infine abbiamo valorizzato i prodotti del territorio veneto con la linea dei radicchi I.G.P. che quest'anno ha avuto un ulteriore ampliamento portando ad un totale di 5 referenze: Insalata di Radicchio di Chioggia I.G.P., Insalata di Radicchio di Verona I.G.P., Insalata di Radicchio Variegato di Castelfranco I.G.P., "Trittico" di Radicchi I.G.P. e il "Bis" Insalata di Radicchio Variegato di Castelfranco I.G.P. e Radicchio Rosso di Treviso I.G.P.

www.linsalatadellorto.it

SETTORE IG 19% DEL VALORE AGROALIMENTARE NAZIONALE,
EXPORT DA 9,5 MILIARDI DI EURO

DOP IGP da 16,9 miliardi di euro +4,2% per la #dopeconomy

Bellanova: DOP IGP spina dorsale di tenuta sociale ed economica dei nostri territori. Al lavoro per rafforzare l'export e tutelare le nostre eccellenze dalla contraffazione

L'analisi del XVIII Rapporto Ismea-Qualivita attesta la solidità e la forza di un sistema capace di promuovere lo sviluppo nell'intero territorio italiano e che, in questa fase di difficoltà legata all'emergenza Covid-19, può puntare sugli aspetti che si confermano pilastri strategici per le Indicazioni Geografiche e per il settore agroalimentare italiano. I dati economici della #DopEconomy, relativi al 2019, delineano infatti un settore di primaria importanza e in crescita: 16,9 miliardi di euro di valore alla produzione (+4,2% in un anno), un contributo del 19% al fatturato complessivo dell'agroalimentare italiano e un export da 9,5 miliardi di euro (+5,1% in un anno) che corrisponde al 21% delle esportazioni nazionali di settore, grazie al lavoro di oltre 180.000 operatori e l'impegno dei 285 Consorzi di tutela riconosciuti.

#DopEconomy: quasi 17 miliardi di contributo all'economia agricola italiana. Il valore di 16,9 miliardi di euro della produzione certificata DOP IGP agroalimentare e vinicola nel 2019 evidenzia un +4,2% rispetto all'anno precedente (che aveva segnato a sua volta un +6,0%) e confermando un trend di crescita ininterrotto negli ultimi dieci anni. La #DopEconomy fornisce un contributo del 19% al fatturato complessivo del settore agroalimentare nazionale, grazie soprattutto alle grandi produzioni certificate, ma anche con il contributo delle nuove filiere DOP IGP: solo nel comparto del Cibo, mezzo miliardo di valore alla produzione è da attribuire a Indicazioni Geografiche certificate dal 2010 in poi. L'agroalimentare DOP IGP vale 7,7 miliardi di euro alla produzione e il vitivinicolo imbottigliato raggiunge 9,2 miliardi di euro.

Export DOP IGP: qualità e origine alla guida delle esportazioni nazionali. Le DOP e IGP agroalimentari e vitivinicole consolidano il ruolo guida della qualità "made in Italy" agroalimentare all'estero. L'export del settore, pari a 9,5 miliardi di euro, ha messo a segno nel 2019 una crescita del +5,1% mantenendo una quota del

21% sul fatturato all'estero dell'intero agroalimentare. Il contributo maggiore a questo risultato è fornito dal comparto dei vini con un valore di 5,6 miliardi di euro, ma cresce anche il segmento del Cibo DOP IGP che si attesta sui 3,8 miliardi di euro per un +7,2% annuo.

Impatto territoriale: cresce il valore in 17 regioni, traina il Nord Italia. L'analisi degli impatti economici delle filiere agroalimentari e vitivinicole DOP IGP attesta la positiva ricaduta sull'intero territorio nazionale, con 17 Regioni che contribuiscono, seppure con intensità diverse, alla crescita del comparto. A fare da traino è il Nord Italia con Veneto, Emilia-Romagna, Lombardia e Piemonte che concentrano il 65% del valore produttivo delle filiere a Indicazione Geografica.

CIBO DOP IGP STG: grandi e piccoli, il valore cresce del +5,7%. Il Cibo italiano DOP IGP STG nel 2019 raggiunge i 7,7 miliardi di euro di valore alla produzione e cresce del +5,7% in un anno, con un trend del +54% dal 2009. Bene anche il valore al consumo pari a 15,3 miliardi di euro per un +63% sul 2009. Prosegue anche nel 2019 la dinamica positiva delle esportazioni: +7,2% in un anno, +162% dal 2009 e un valore che ha raggiunto i 3,8 miliardi di euro. Mercati principali si confermano Germania (786 mln €), USA (711 mln €), Francia (525 mln €) e Regno Unito (273 mln €).

Vino DOP IGP: 9,2 miliardi di euro valore record imbottigliato. Nel 2019 la produzione di vino IG certificata supera la soglia dei 25 milioni di ettolitri, risultato di tendenze opposte tra le DOP (+6,2% grazie anche all'introduzione di nuove produzioni) e le IGP (-1%). Il valore della produzione di vini a IG sfusa è di circa 3,5 miliardi di euro, mentre all'imbottigliato raggiunge i 9,2 miliardi di euro: di questi, 7,6 miliardi sono rappresentati da vini DOP, che ricoprono un peso economico pari all'82% del vino IG. Le esportazioni raggiungono 5,6 miliardi di euro (+4%) su un totale di 6,4 miliardi di euro (+3%) dell'export vitivinicolo italiano nel suo complesso.



2020 HAS BEEN A YEAR OF BOTH CHANGES AND CHALLENGES

2020 has been a year of both changes and challenges that have required a reorganization of company decisions, even during the course of work.

This is the context in which Emilia Foods, an entrepreneurial reality founded by Ivan Manfredi in 2013 with a strong predisposition for export, has modulated its choices without disrupting them.

If large-scale international distribution, with particular emphasis on the United States market, has always been the focus of the Modenese company, 2020 has also brought along with it new strategic choices that have enabled the launch of three new lines under the Via Emilia brand in Italy.





**IL 2020 È STATO UN ANNO
DI CAMBIAMENTI E SFIDE**

Il 2020 è stato un anno di cambiamenti e sfide che hanno richiesto una ripianificazione delle scelte aziendali spesso anche in corso d'opera.

Ed è proprio questo il contesto in cui Emilia Foods, realtà imprenditoriale fondata da Ivan Manfredi nel 2013 da sempre dotata di una spiccata predisposizione per l'export, ha modulato le proprie scelte senza stravolgerle.

Se la grande distribuzione internazionale, con una particolare attenzione per gli USA, è sempre stata il target dell'azienda modenese, il 2020 ha portato con sé anche nuove scelte strategiche che hanno permesso il lancio in Italia di tre nuove linee con il brand Via Emilia.

Frozen Foods

The IDEALE line with 100% vegetable burgers, hotdogs, nuggets, meatballs and strip — all of which pea protein-based - is ideal for any type of diet without giving up taste and sustaining the environment. The IR-RINUNCIABILE line of desserts from Italy and around the world is an exciting journey of flavors and delicious treats among which you can find a refined selection of macarons in two variants, truffles, and lava cakes with creamy chocolate center. Not forgetting, of course, the wide range of new products to which the company always pays great attention.

In 2021, the IMMANCABILE joins the family. This line is dedicated to value-added vegetables, which is the core of the flagship product to be launched: 100% organic riced cauliflower; by now a must in the USA, designed to provide a less caloric alternative with a lower intake of carbohydrates compared to traditional rice. In the same range, it will also be possible to find Veggie Fries, a product similar to French Fries, but made with vegetables, an excellent alternative to be used as a side dish or a simple snack, to vary one's diet, and increase the intake of fiber.

Additionally, Emilia Foods ascertains itself to be the ideal partner in the development of Food & Beverage innovations also for private labels. In fact, among its foreign clients it includes important names in large-scale retail trade, wholesale, and brands of international caliber. All for which the Modena-based company has been able to develop new products, and support its clients in the launch of the same. Always in synch with the newest trends, Emilia Foods has also been ranked as a leader in 2021 in terms of business growth, alongside more than 400 small and medium-sized Italian companies (Statista for Il Sole 24 Ore and by ITQF and La Repubblica Affari & Finanza). Growth that it expects to maintain thanks to the constant commitment and dedication that have always characterized it.

www.emiliafoods.it
www.viaemiliafoods.com





La linea IDEALE con burger, würstel, nuggets, polpette e straccetti 100% vegetali, a base di proteine di piselli, ideali per ogni tipo di dieta senza rinunce e sostenibili per l'ambiente. La linea IRRINUNCIABILE, costituita da dessert provenienti dall'Italia e dal mondo, per un viaggio itinerante tra prelibate delizie tra le quali è possibile trovare una raffinata selezione di macarons in due varianti, tartufi e tortini al cioccolato dal cuore morbido; senza dimenticare l'ampliamento di gamma a cui l'azienda pone sempre grande attenzione.

Ad esse nel 2021 si aggiunge IMMANCABILE, la linea dedicata ai vegetali ad alto valore aggiunto, al cui interno il prodotto di punta è il Cavolfiore 100% biologico a forma di riso; ormai un must negli USA, studiato per fornire un'alternativa meno calorica e con un minor apporto di carboidrati rispetto al classico riso. Nella stessa gamma sarà inoltre possibile trovare le Veggie Fries, un prodotto simile alle patatine fritte, ma realizzato con verdure, un'ottima alternativa da impiegare come contorno o semplice snack, per variare la propria dieta, aumentando l'apporto di fibre.

Inoltre Emilia Foods si conferma essere il partner ideale nello sviluppo di innovazioni nel mondo del Food & Beverage anche per il Private Label; tra i propri clienti esteri annovera infatti importanti nomi della grande distribuzione e brand di taratura internazionale per i quali l'azienda di Modena è stata in grado di sviluppare nuovi prodotti, supportando i propri clienti nel lancio degli stessi. Sempre al passo con le novità, e alla ricerca di nuovi trend da intercettare, Emilia Foods è stata inoltre inserita tra i leader di crescita 2021 tra più di 400 piccole e medie imprese italiane nei ranking redatti da Statista per Il Sole 24 Ore e dall'ITQF e da La Repubblica Affari & Finanza. Crescita che conta di mantenere grazie all'impegno e la dedizione costanti che l'hanno sempre caratterizzata.

www.emiliafoods.it
www.viaemiliafoods.com



CECCHIN ANDREA AND CARLO FOOD LABORATORY

The taste is that of fresh pasta. The secret is a passionate love that has kept all the genuine characteristics of the homemade product, made with fresh ingredients that remind forgotten flavours.

The doughs are the result of exclusive recipes developed within the company: durum wheat semolina, water, seasonal vegetables and the culinary tradition of Veneto - all this contributes to exalt the product up to our tables for a tasty and rich daily menu.

Choosing the best flours, which help the pasta to be compact and rough, fresh eggs and the most genuine ingredients, Pastificio



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, acqua, verdure di stagione e la tradizione culinaria veneta contribuiscono 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 tutta veneta, eseguita con sapiente arte ai massimi livelli di qualità e servizio.

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

Si va dalla pasta fresca all'uovo, ai tortellini e ravioli ripieni con le verdure di stagione. Dai cappelletti e fagottini al prosciutto crudo, alle crespelle pronte da mettere in forno, 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 vent'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.



Cecchin is a symbol of a homemade production all over Veneto, made with skilful art at the highest levels of quality and service.

Managed by Andrea and Carlo Cecchin, the esteemed family-run artisan laboratory- which nonetheless makes use of modern production processes - boasts a varied and carefully selected range of homemade products, carefully selected with some specialities of the house.

They range from fresh egg pasta to tortelloni and ravioli filled with seasonal vegetables.

From cappelletti and dumplings filled with ham to ready-to-bake crespelle with a variety of delicious fillings. From potato or pumpkin gnocchi to sweet tortelli stuffed with custard and jams. Everything is made in the name of genuineness.



I due fratelli gestivano tutto da soli, seguendo sia la parte della produzione che quella del commercio; in seguito, grazie al buon successo riscosso, entrarono a far parte dell'azienda anche alcune persone di fiducia.

I prodotti, inizialmente, venivano commercializzati soprattutto nei negozi, gastronomie e ristoranti della zona, successivamente, anche la grande distribuzione li ha apprezzati ed ecco che ora, si trovano anche presso le migliori catene di iper e supermercati.

Da qualche anno, la sede storica di Galliera Veneta si è spostata a Tezze sul Brenta, vicino all'unità produttiva già presente.

In ambedue gli stabilimenti, 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; entrambi gli stabilimenti sono certificati IFS.

www.pastacecchin.it



The business began twenty years ago, when two brothers, Andrea and Carlo Cecchin, decided to start a new adventure in a sector that had always fascinated them and that they knew very well.

The two brothers ran the business on their own, following both the production and the commercial side; later on, thanks to the success they achieved, some trusted people joined the company.

At first, the products were sold mainly in shops, delicatessens and restaurants of the area, but later on, also the big distribution started to appreciate them and now they can be found also in the best supermarkets.

Some years ago, the historical headquarters of Galliera Veneta moved to Tezze sul Brenta, near the production plant.

In both plants, there are cutting-edge equipment and machinery, which allow artisanal processing, with the best working standards in total respect of HACCP and hygiene requirements.

Both plants are IFS certified.

www.pastacecchin.it





IL BUON PESCE SPOSA LA SEMPLICITÀ

MEDI PRODUCTS: the ally in the kitchen at the time of Covid-19

A careful selection of recipes and quality raw materials to meet the needs of the global pandemic from Covid-19.

In this period of health emergency, frozen foods represent one of the most used foods in Italian kitchens.

More and more families are choosing this solution, due to the increasing quality of the raw materials used and above all due to the simplicity of preparation.

Fish, thanks to the essential nutrients it contains, is an important health ally, which helps to keep fit and raise the general level of immune defenses.





**I PRODOTTI MEDI:
l'alleato in cucina ai tempi del Covid-19**

Un'accurata selezione di ricette e materie prime di qualità per rispondere alle esigenze dovute alla pandemia globale da Covid-19.

In questo periodo di emergenza sanitaria, i surgelati rappresentano uno degli alimenti più utilizzati nelle cucine italiane. Sempre più famiglie scelgono tale soluzione, per la crescente qualità nelle materie prime impiegate e soprattutto in virtù della semplicità della preparazione.

Il pesce, grazie agli essenziali nutrienti contenuti, è un importante alleato della salute, che aiuta a mantenersi in forma e ad alzare il livello generale delle difese immunitarie.

A tali utilità e proprietà si allineano le specialità Medi, che offrono un'ampia scelta di antipasti, primi e secondi pratici e veloci da cuocere.

I piatti pronti surgelati Medi preservano tutte le caratteristiche nutrizionali e il gusto del pesce appena pescato. Le materie prime provengono da mari puliti e sono lavorate secondo rigide normative di riferimento.

Oggi il surgelato rappresenta quindi una scelta consapevole di qualità, purchè si scelgano i prodotti migliori, che rispondono alle varie esigenze in cucina.

Tutte le linee sono accurate selezioni di ricette della tradizione italiana, che rispondono alle necessità di single e famiglie.

Per gli amanti del buon cibo Medi propone "Invito", la linea di secondi piatti a base di pesce. Per godere del sapore

The Medi specialties are aligned with these utilities and properties, offering a wide choice of appetizers, first and main courses that are practical and quick to cook.

Medi frozen ready meals preserve all the nutritional characteristics and taste of freshly caught fish.

The raw materials come from clean seas and are processed according

to strict reference regulations. Today frozen food therefore represents a conscious choice of quality, as long as the best products are chosen, which meet the various needs in the kitchen.

All lines are accurate selections of traditional Italian recipes, which meet the needs of singles and families.

For lovers of good food, Medi offers "Invito", the line of fish-based main courses.

To enjoy the flavor of the freshly caught product, there is the "Medimare" line.

For starters, clams or mixed seafood, Medi recommends the line "Mangiarmi... per il tuo piacere".

For sauces and main courses there are the tasty recipes of the Ondaviva line.

For those who need a unique product, with which to prepare all courses, the innovative "Menu di Pesce" line was born.

The variety of recipes, the versatility of the preparations and the practicality in cooking allow us to satisfy any need, especially in this period of health emergency.

Medi, the practical solution to combine taste and health!

www.medisurg.it





del prodotto appena pescato, c'è la linea "Medimare". Per antipasti, vongolate o misti mare Medi consiglia la linea "Mangiami... per il tuo piacere". Per sughi e secondi piatti ci sono le ricette gustose della linea Ondaviva. Per coloro che hanno bisogno di un prodotto unico, con cui preparare tutte le portate è nata l'innovativa linea "Menù di Pesce".

La varietà delle ricette, la versatilità delle preparazioni e la praticità nella cottura, permettono di soddisfare qualsiasi esigenza, soprattutto in questo periodo di emergenza sanitaria.

Medi, la soluzione pratica per coniugare gusto e salute!

www.medisurg.it



PRODOTTI medi, UNA SCELTA CONSAPEVOLE DI QUALITÀ

Come rispondere alle necessità alimentari date dalla pandemia globale da Covid-19

QUALITÀ DELLE MATERIE PRIME

VARIETÀ DELLE RICETTE

SEMPLICITÀ NELLA PREPARAZIONE

PRATICITÀ NELLA COTTURA





96% of italians want take-away packaging to be sustainable and easy to recycle

This was revealed by a new study by Pro Carton, the European association of cardboard and carton manufacturers

Il 96% degli italiani chiede che il packaging da asporto sia sostenibile e facile da riciclare

A rivelarlo un nuovo studio di Pro Carton, associazione europea che riunisce i produttori di cartone e cartoncino

Covid has brought an increase in takeaway food consumption and consequently an increase in the amount of packaging to be eliminated, not only in Italy but all over the world. The new research, commissioned by Pro Carton - the European association of cardboard and carton manufacturers - conducted on a sample of 1005 interviewed, wanted to investigate what Italians think about take-away packaging.

What emerges is undoubtedly the almost unanimous (96%) demand by the population that take-away packaging should be not only sustainable but also easy to recycle. Of this 96%, 54% are willing to pay a higher price as long as it is recyclable.

The good intentions of Italians are confirmed by the fact that 56% of the interviewees clean and recycle take-away packaging if possible. For 10%, on the other hand, it is a real torment, the thing they hate to do most, while 34% do not recycle it or do it rarely.

Among the reasons that lead to throw the packaging used for take-away - and possible to recycle - in the undifferentiated bin are: too complicated to clean up (55%), high encumbrance (18%), not knowing what can be recycled and what cannot (17%), while 12% admit that the aim of take-away is just to save time in cleaning up and 11% that it is too much of a problem to clean the containers.

Il Covid ha portato ad un aumento del consumo di cibo d'asporto e di conseguenza un incremento di packaging da smaltire, non solo in Italia, ma in tutto il mondo. La nuova ricerca, commissionata da Pro Carton - associazione europea che riunisce i produttori di cartone e cartoncino - condotta su un campione di 1005 intervistati, ha voluto approfondire cosa pensano gli italiani sull'imballaggio d'asporto.

Quello che emerge è senza dubbio la richiesta, quasi unanime (96%) da parte della popolazione che il packaging da asporto sia, non solo sostenibile, ma anche facile da riciclare. Di questo 96%, il 54% è disposto a pagare un prezzo maggiore purché sia riciclabile.

La buona volontà degli italiani è confermata dal fatto che il 56% degli intervistati pulisce e ricicla l'imballaggio d'asporto se possibile. Per il 10% invece è un vero tormento, la cosa che più odiano fare, mentre il 34% non lo ricicla o la fa raramente.

Tra le motivazioni che portano a buttare il packaging usato per l'asporto - e possibile da riciclare - nell'indifferenziata figurano: troppo complicato da ripulire (55%), ingombro elevato (18%), il non sapere cosa può essere riciclato e cosa invece no (17%), mentre il 12% ammette che l'obiettivo dell'asporto è proprio quello di risparmiare tempo nel ripulire e l'11% che è troppo trambusto dover pulire i contenitori.

The research also surprisingly revealed that the city in which the most takeaway food is ordered is Reggio Calabria (with an average of about 5.5 times per month), followed by Cagliari (5.1 times/month) and Catania (4.8 times/month). At the back of the queue are Livorno (1.3 times/month), Trieste (2.2 times/month), Turin (2.5 times/month) and Milan (2.7 times/month).

The age group most interested in takeaways is between 35 and 44 (4.5 times a month), followed by 22-28 and 29-34, with an average of 4.3 times a month. Those who consume less are instead the over 65s, with an average of 2.2 times a month.

Although there is not a great difference between men and women, the former order more: 3.7 times a month versus 3.3 for women.

Tony Hitchin, Managing Director of Pro Carton said, "Demand for takeaway food has increased in 2020 due to various national lockdowns. This research provides insights for brands aiming to reduce their environmental impact, which depends in part on the choice of packaging to deliver their food. Italians are willing but often confused about what and how to differentiate takeaway packaging. Today, more and more takeaway containers are made of cardboard, from glasses to ice cream cups, to containers for salads or sandwiches, and therefore easily recyclable if cleaned of food residues".

La ricerca ha inoltre sorprendentemente rivelato che la città in cui si ordina più cibo d'asporto è Reggio Calabria (con una media di circa 5,5 volte al mese), seguita da Cagliari (5,1 volte/mese) e Catania (4,8 volte/mese). Fanalini di coda nell'asporto risultano invece Livorno (1,3 volte/mese), Trieste (2,2 volte/mese), Torino (2,5 volte/mese) e Milano (2,7 volte/mese).

La fascia d'età più interessata al takeaway è quella tra i 35 e i 44 anni (4.5 volte al mese), seguita da quella 22-28 e 29-34, con una media di 4,3 volte al mese. A consumarne meno sono invece gli over 65 con una media di 2,2 volte al mese

Nonostante non ci sia una grande differenza tra uomini e donne, i primi ordinano di più: 3,7 volte al mese contro 3,3 delle donne.

Tony Hitchin, Direttore Generale di Pro Carton ha dichiarato: "La domanda di cibo d'asporto è aumentata nel 2020 a causa dei diversi lockdown nazionali.

Questa ricerca fornisce uno spunto di riflessione per i brand che mirano a ridurre l'impatto ambientale, che dipende in parte dalla scelta del packaging per confezionare i loro cibi. Gli italiani si mostrano volenterosi ma spesso confusi su cosa e come differenziare l'imballaggio d'asporto. Oggi sempre più contenitori per il takeaway sono in cartone, dai bicchieri, alle coppette del gelato, ai contenitori per insalate o panini, e dunque facilmente riciclabili se puliti dai residui di cibo".



PRO CARTON
PACKAGING FOR
A BETTER WORLD

- Milan among the last cities in the ranking for take-away packaging
- In first place: Reggio Calabria, followed by Cagliari and Catania
- To order takeaway are more men than women

- Milano tra le ultime città in classifica per l'asporto
- Al primo posto: Reggio Calabria, seguita da Cagliari e Catania
- Ad ordinare il takeaway sono più uomini che donne

WHAT IS CARDBOARD?

Cardboard is a multilayer paper-based material, usually with three or more layers of fiber derived from wood or recycled materials such as paper or cardboard. It is often used in packaging to make packages for everyday products such as breakfast cereals, frozen foods, and pharmaceuticals as well as for premium fragrances and high-quality beverages.

EXAMPLES OF PACKAGING MADE FROM CARDBOARD:



CHE COS'È IL CARTONE?

Il cartone è un materiale multistrato a base di carta, di norma con tre o più strati di fibra derivati dal legno o materiali riciclati come carta o cartone. Viene spesso utilizzato nel packaging per realizzare confezioni per prodotti d'uso quotidiano, come i cereali da colazione, gli alimenti congelati e i farmaci nonché per fragranze pregiate e bevande di alta qualità.

ESEMPI DI CONFEZIONI REALIZZATE IN CARTONE:

Is cardboard a generic or specific material?

Cardboard is a specific material, different for example from corrugated cardboard, a more rigid and durable paper-based material commonly used for transportation (such as Amazon packages). In contrast, cardboard boxes are always printed, often with high-quality graphics as well as special colors and finishes. Liquid packaging material (e.g. Tetra Pak) used for milk and juices is not classified as cardboard.

EXAMPLES OF PACKAGES NOT MADE OF CARDBOARD:



Il cartone è un materiale generico o specifico?

Il cartone è un materiale specifico, diverso ad esempio dal cartone corrugato, un materiale a base di carta più rigido e resistente comunemente usato per il trasporto (come i pacchetti di Amazon). Per contro, le scatole di cartone sono sempre stampate, spesso con grafica di alta qualità nonché tinte e finiture speciali. Il materiale delle confezioni per liquidi (ad es. Tetra Pak) utilizzato per latte e succhi di frutta non è classificato come cartone.

ESEMPI DI CONFEZIONI NON REALIZZATE IN CARTONE:



TRADIZIONE DI FAMIGLIA E IL SENSO D'APPARTENENZA A QUESTA TERRA, I NOSTRI VALORI

ESSERE IN MEZZO A QUESTE VITI FACENDO CIÒ CHE AMIAMO FARE

TENUTA I GELSI

TENUTA I GELSI S.r.l.s.

C.da Paduli Monticchio Bagni | 85028 Rionero in Vulture (PZ) | BASILICATA | ITALY

Tel +39 0972 080289 | Fax +39 0972 080288 | info@tenutaigelsi.com | www.tenutaigelsi.com



LATEST NEWS

INSIGHTS

LATEST NEWS

MOLINO SPADONI

PRESENTA LA BASEPIZZA NEL FORMATO FAMIGLIA DA 3, PERFETTA DA FARCIRE A PIACERE O DA CONSUMARE COME FOCACCIA

Una base artigianale di qualità gourmet, come appena sfornata da mani esperte. Ottima a pasto o porzionata per merende e aperitivi in compagnia

Molino Spadoni propone la nuova BasePizza alla pala surgelata in confezione famiglia: si tratta del pratico formato da 3 pezzi da 690g (230gx3) che permette a tutti di preparare direttamente in casa un prodotto da forno artigianale con una base stesa da mani esperte. Una soluzione "furba", perché consente di avere subito disponibili delle basi gourmet da farcire e infornare a piacere con grande rapidità e in ogni occasione della giornata, dal pranzo alla merenda fino all'aperitivo e alla cena, anche quando arrivano ospiti senza preavviso.

Queste basi, infatti, sono comodissime sia da dividere in due persone come piatto unico, sia da tagliare in più tranci piccoli come snack. Per la sua versatilità, inoltre, la BasePizza alla pala Molino Spadoni risulta ideale per

un doppio uso: come pizza da farcire a piacere liberando la creatività in cucina, o come focaccia, da completare anche solo con un filo d'olio e sale grosso.

Facilmente riconoscibile per la forma rettangolare, la BasePizza è pensata per consumatori che desiderano concedersi prodotti di alta qualità, garantiti dal controllo di tutta la filiera, nel caso di Spadoni già a partire dalla macinatura della farina nel molino aziendale. Questa base è realizzata con farina di grano tenero tipo '0', biga e pasta madre, olio extravergine di oliva, lievito di birra e farina di cereali maltati. La lievitazione è di ben 24 ore, processo che garantisce la massima digeribilità. Il bordo rimane croccante, il cuore morbido, l'alveolatura ottimale. Un prodotto talmente gustoso e fragrante che sembra sfornato da un esperto. www.molinospadoni.it

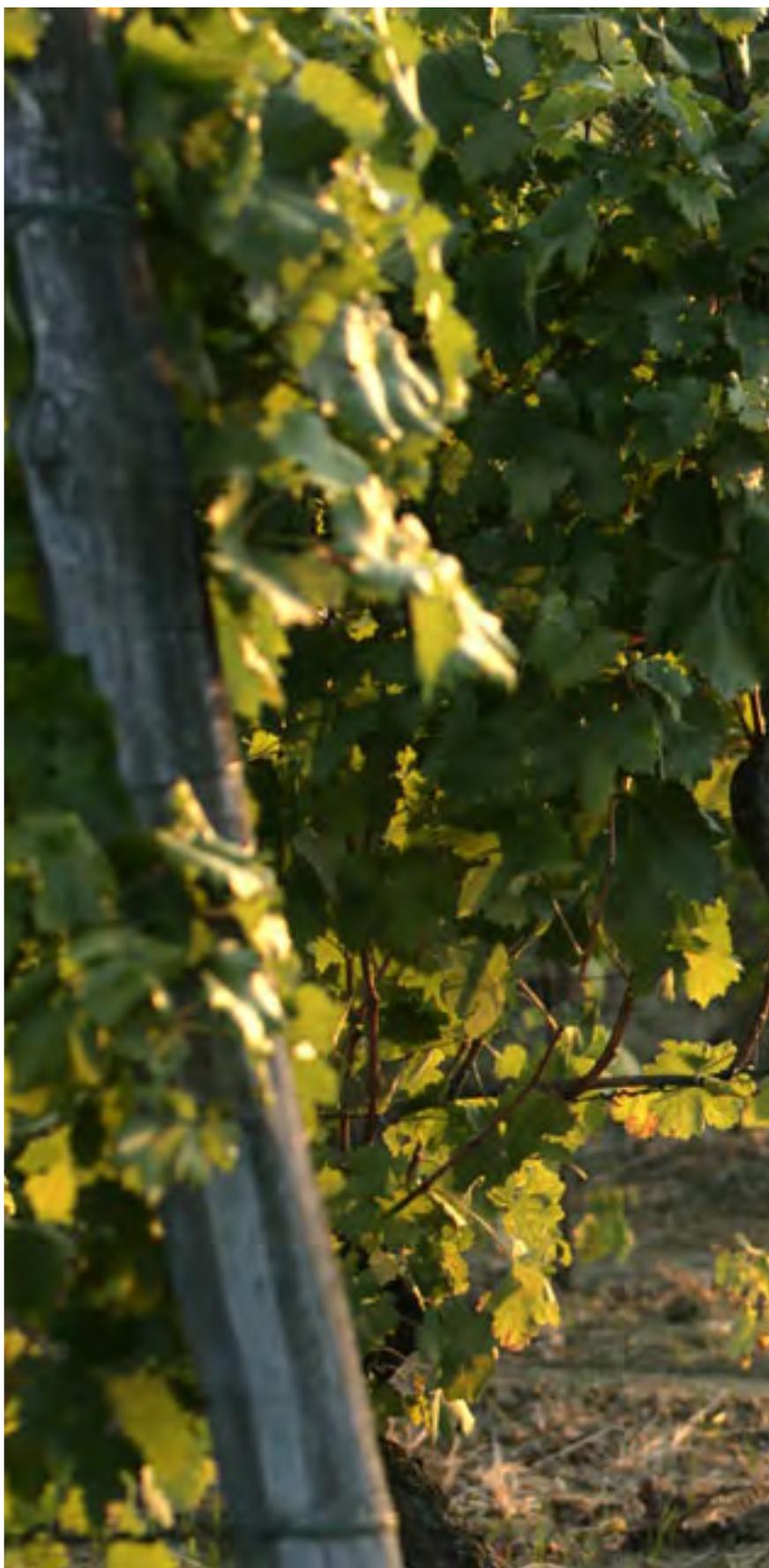


EXCELLENCE, STYLE AND DYNAMISM THAT TRANSCENDS TIME, TRENDS AND BORDERS

This year La Scolca will reach its 102nd harvest! The company continues to look toward the future, to new projects and new investments.

“The past few weeks have been very difficult and I consider it important in this New Year to launch positive and innovative messages to our market and our stakeholders about all that we are doing - about our product, how we communicate and how we are serving our market.

The past 102 years bear witness to our identity - commitment, courage and unconventional choices...looking ahead and arriving at the future, without betraying our origins - as we have always done since 1919, the year the company was founded. A century of investments in the Gavi region of Piedmont, an area in which we have firmly believed, without compromise and with the desire to innovate and grow. And it is in this way that we will go forward.





**ECCELLENZA, STILE, DINAMISMO E PASSIONE
OLTRE IL TEMPO, LE MODE E I CONFINI.**

La Scolca quest'anno raggiunge la 102esima vendemmia e guarda sempre al futuro, con nuovi progetti e investimenti.

“Considero le settimane difficili, ormai alle spalle e ritengo importante per questo nuovo anno lanciare al mercato e a tutti gli stakeholders messaggi positivi e di grande innovazione in tutto ciò che facciamo, dal prodotto alla comunicazione e al marketing.

I 102 anni della nostra storia raccontano il Dna profondo della nostra identità, fatta di tanta passione, scelte coraggiose e mai convenzionali per guardare lontano e anticipare i tempi senza tradire le nostre origini, come abbiamo sempre fatto dal 1919, anno di fondazione dell'azienda. Un secolo di investimenti nel nostro territorio, il Gavi, in cui abbiamo creduto fermamente, senza compromessi e con il desiderio di sperimentare e crescere sempre. Anche adesso.

L'obiettivo di La Scolca è quello di emozionare attraverso i suoi vini, far entrare il consumatore in un mondo pieno di fascino. La nostra Famiglia ha trasformato il Cortese in un'importante risorsa per un territorio povero e aspro che, da quattro generazioni, abbiamo reso unico e generoso, grazie ad intuizioni che nel tempo hanno premiato un approccio imprenditoriale che pareva visionario.

Per noi il vino è passione, attesa, cura dei dettagli e per questo motivo nascono Vini che emozionano, che stupiscono, perché al profumo delicato contrappongono un carattere forte, una grande personalità: sono prodotti unici.”

L'azienda agricola La Scolca® ha i suoi vigneti nelle zone più belle di Rovereto. L'aria marina asciutta, il pieno sole dall'alba al tramonto, la freschezza costituiscono un alternarsi di atmosfere ideali per una completa maturazione dell'uva, premessa indispensabile per un buon vino.

The goal of La Scolca is to excite and enchant our customers through its wines.

Over the past four generations our family has transformed the Cortese grape into an important resource for Gavi, a region with many agricultural challenges. We have worked around these difficulties and have rendered the territory unique and generous. This entrepreneurial approach has led to a visionary outcome.

Wine is passion, waiting, and attention to detail – when put together, the wines that result are truly amazing because of how the delicate scent contrasts with strong character, a great personality, exceptional and unique. “

The La Scolca® estate vineyards are found in the most beautiful areas of Rovereto.

Dry sea air, full sun from sunrise to sunset, fresh air – these are the atmospheric elements in our region that, when combined correctly, lead to the ideal conditions for the ripening of the grapes, an indispensable prerequisite for good wine.

Gavi Dei Gavi® is the maximum expression of the wine produced in this area, awarded countless times by international authorities such as Wine Spectator, Decanter and James Suckling.

At the time of the purchase of the Estate, 100 years ago, it was a well-studied intuition to plant Cortese vineyards in an area exclusively dedicated to the cultivation of red grape vineyards: production soon became a leading agricultural and business activity.

Today La Scolca is the oldest company in the area, due to the continuity of management by the Soldati family. At the same time, it is also the most contemporary and innovative producer. 102 years, 101 harvests - genuine Italian excellence.

La Scolca is an internationally renowned company and its wines can be found in 64 countries around the world. It continues to grow and evolve and looks forward to its fifth generation.

www.lascolca.net

Il suo Gavi Dei Gavi® è la massima espressione del vino prodotto in questa zona, premiato innumerevoli volte da parte di autorità internazionali come Wine Spectator, Decanter e James Suckling.

Infatti al momento dell'acquisto della Tenuta, 100 anni fa, fu un'intuizione ben studiata piantare vigneti di Cortese in un territorio esclusivamente vocato alla coltivazione dei vigneti a bacca rossa: la produzione ben presto divenne una primaria attività tecnica ed imprenditoriale.

Oggi La Scolca è l'azienda più antica della zona, per la continuità di gestione da parte della famiglia, ma allo stesso tempo è la più "contemporanea". Centodieci anni, 101 vendemmie all'insegna del made in Italy d'eccellenza.

La Scolca è un'azienda di fama internazionale, presente in 64 paesi nel mondo, in continua crescita ed evoluzione guardando già alla quinta generazione

www.lascolca.net



Prodotti a marchio

**PARMIGIANO
REGGIANO**



**Catalogo ufficiale
2020 / 21**



by **CHEESTYLE**
CHEESETOOLS ITALIAN DESIGN 

ANOTHER GOOD REASON TO LOVE PARMIGIANO REGGIANO

Parmigiano-Reggiano is synonymous with many things: naturalness, quality and genuineness.

It has been part of our tradition for almost 1000 years, accompanying us in the most important moments of our life. But the Parmigiano Reggiano brand does not only mean cheese. This is a universe filled with meaning, passion and dedication. This is the reason why what moves around this universe signifies more than cheese itself. Selling, giving or tasting Parmigiano-Reggiano means being part of a completely Italian story.

Un altro buon motivo per amare il Parmigiano Reggiano

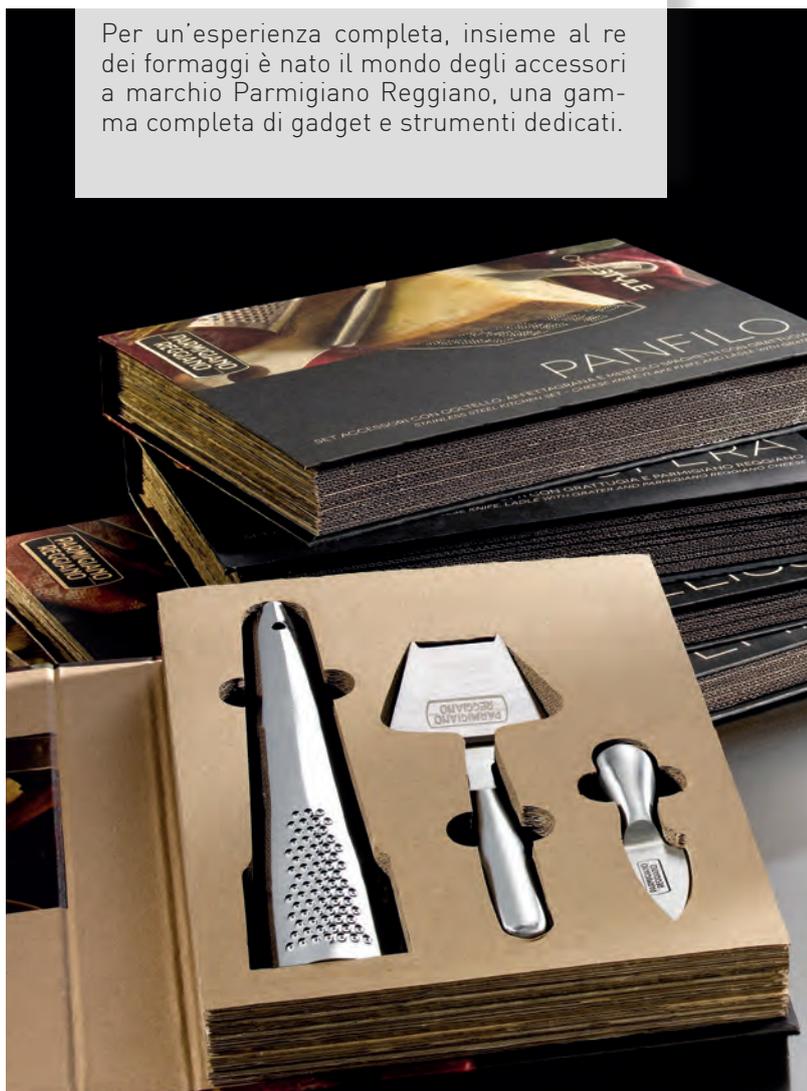
Parmigiano Reggiano è sinonimo di tante cose: naturalità, qualità e autenticità.

Da quasi 1000 anni fa parte della nostra tradizione, accompagnandoci nei momenti più importanti della nostra vita.

Ma il marchio Parmigiano Reggiano non vuol dire solo formaggio. È un universo carico di significati, di passione e dedizione. Ecco perché tutto ciò che gravita attorno a questo universo va ben oltre il formaggio in sé. Vendere, regalare o assaporare Parmigiano Reggiano significa far parte di una storia tutta italiana.



Per un'esperienza completa, insieme al re dei formaggi è nato il mondo degli accessori a marchio Parmigiano Reggiano, una gamma completa di gadget e strumenti dedicati.





In order to allow everyone to experience the world of Parmigiano-Reggiano, CHEESTYLE, in cooperation with the Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano (Parmigiano-Reggiano cheese consortium), selects the best accessories for the King of cheeses, choosing only high-quality and high-design products. In this manner you will be able to enjoy a complete experience in your home table as well as in the promotion or sale of Parmigiano-Reggiano.

For a complete experience, along with the king of cheeses the world of Parmigiano Reggiano brand accessories was born, a complete range of gadgets and dedicated tools. Thanks to our strong experience in the sector, we offer all dairies and specialized shops the opportunity to enter into this universe, making all accessories completely customizable with your brand.

Per permettere a tutti di vivere appieno il mondo Parmigiano Reggiano, CHEESTYLE, in collaborazione con il Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano, seleziona i migliori accessori per il re dei formaggi, scegliendo solo prodotti di alta qualità e di design. In questo modo potrete vivere un'esperienza completa, sia nella tavola di casa sia nella promozione o vendita del Parmigiano Reggiano.

Grazie alla nostra forte esperienza nel settore offriamo a tutti i caseifici e i negozi specializzati la possibilità di entrare in questo universo, rendendo quindi tutti gli accessori completamente personalizzabili con il vostro marchio.


 by **CHEESTYLE**
CHEESTOOLS ITALIAN DESIGN
cheestyle.com



PISTACHIO IN THE CART:

MARULLO SOON IN ITALY'S BEST SUPERMARKETS

2021 promises to be an important year for Pistacchio S.p.a., the company located in Bronte specialized - as its name suggests - in the processing of pistachios, hazelnuts and nuts.

The company in fact, famous for the production of quality semi-finished pistachio products, has decided to trade its finished products with the Marullo brand, a name known to ice-cream and confectionery industries throughout Italy.

Two lines have been conceived for this purpose, one aimed at the Food Service market and one designed for the Large-Scale Distribution.

And it was precisely this second range that was announced a few months ago by an exciting and rhythmic television campaign that introduced its main references to the general public: Salty





**IL PISTACCHIO NEL CARRELLO:
MARULLO PRESTO NEI MIGLIORI
SUPERMERCATI D'ITALIA**

Il 2021 si preannuncia un anno importante per Pistacchio S.p.a., realtà brontese specializzata – come il suo nome suggerisce – nella lavorazione di pistacchio, nocciola e frutta a guscio. L'azienda infatti, famosa per la produzione di semilavorati al pistacchio di qualità, ha deciso di commercializzare i suoi prodotti finiti a marchio Marullo, nome noto alle industrie gelatiere e dolciarie di tutta Italia.

Due le linee concepite in tale senso, una diretta al settore Ho.Re.Ca. e una concepita per la GDO. E proprio questa seconda gamma è stata annunciata, pochi mesi fa, da una campagna televisiva avvincente e ritmata che ha introdotto al grande pubblico le sue referenze principali: il Pesto di Pistac-



Pistachio Pesto sauce, Sweet Pistachio Spread Cream and Pistachio Pate in tubes.

Three true gastronomic excellences, designed to give a "Made in Sicily" touch to any kind of sweet or savoury preparation, from the most elaborate dishes to the quickest appetizers, passing through desserts and snacks of sure success.

Pistachio Cream, the queen of the confectionery world, is ideal as a filling for delicious confectionery preparations, although it is also delicious on its own, spread on a simple slice of bread.

Pistachio Pesto, much appreciated with pasta, is increasingly used for savoury dishes of rare refinement, giving them a strong, creamy flavour. Pistachio

Pâté, especially recommended for starters and finger food, is a real concentration of flavour, capable of creating unsurpassable delights.

Each product is the result of careful, almost maniacal, control of the supply chain, carried out from the moment the raw material enters the company. The HPLC instrumentation, microbiological analysis, colorimetric tests and the final X-ray check, allows Pistacchio S.p.A. to always guarantee product quality and food safety. For this reason the Marullo line dedicated to Large-Scale Distribution, promises to surpass the competition in goodness and quality, offering its consumers excellent and qualitatively certified products.

www.pistacchiospa.it



chio, la Crema di Pistacchio spalmabile e il Paté di Pistacchio in tubetto. Tre vere e proprie eccellenze gastronomiche, pensate per dare un tocco made in Sicily, a ogni tipo di preparazione dolce o salata, dai piatti più elaborati agli antipasti più veloci, passando per dessert e snack di sicuro successo.

La crema di pistacchio, regina del mondo dolciario, è ideale come farcitura di golose preparazioni dolciarie, sebbene sia buonissima anche da sola, spalmata su una semplice fetta di pane.

Il pesto di pistacchio, apprezzatissimo con la pasta, è sempre più impiegato per piatti salati di rara raffinatezza, dando loro un sapore deciso e cremoso. Il paté di pistacchio, indicato soprattutto per antipasti e finger food, rappresenta un vero concentrato di

gusto, capace di dare vita a delizie insuperabili.

Ogni referenza è frutto di un attento, quasi maniacale, controllo di filiera, effettuato sin dall'ingresso della materia prima in azienda.

La strumentazione HPLC, le analisi microbiologiche, i test colorimetrici ed il check finale a raggi X, consentono alla Pistacchio S.p.A. di garantire sempre la qualità del prodotto e la sicurezza alimentare.

Per tale motivo la linea Marullo dedicata alla G.D.O., promette di superare la concorrenza in bontà e qualità, offrendo ai propri consumatori prodotti eccellenti e qualitativamente certificati.

www.pistacchiospa.it



MORE FLAVOR TO THE TIME

The Menchetti Family has over 70 years of experience in baking and produces a line of authentic traditional Italian products. In the heart of Tuscany, the Menchetti family has achieved an excellent reputation for the quality of its products and the attention to detail in every stage of production, from the use of traditional recipes and preparation methods to the constant search for local products.

POLO RISTORAZIONE PARTNER OF MENCHETTI

The valuable collaboration with Polo Ristorazione was established to meet the needs of customers, starting from logistics to the assortment of all the ingredients needed for a true gourmet pizza.

ADVANTAGES?

High digestibility, fragrance, versatility, uniformity of the product, and fixed food cost!
Choose the Menchetti base, a whiteboard where you can design your own Gourmet Pizza!

Register to the site and discover in real-time the formats and doughs available:

07112391 pizza round base 250 gr - 07112316 integral verna grain round base pizza 250 gr -
07112396 white base pizza 30 x 60 gr 650 07112397 white base pizza 30 x 60 gr 900 - 07112393
verna grain base pizza 30 x 60 gr 650 07112394 verna grain base pizza 30 x 60 gr 900 - 07112322
precooked mini tongues 180 gr

www.poloristorazione.it

PIÙ SAPORE AL TEMPO

La Famiglia Menchetti ha più di 70 anni di esperienza nella panificazione e produce una linea di prodotti inconfondibili della tradizione italiana. Nel cuore della Toscana, la famiglia Menchetti ha raggiunto un'ottima reputazione per la qualità dei prodotti e per l'attenzione ai dettagli in ogni stadio della produzione, dall'utilizzo di ricette tradizionali e dei metodi di preparazione alla ricerca costante di prodotti del territorio.

POLO RISTORAZIONE PARTNER DI MENCHETTI

La preziosa collaborazione con Polo Ristorazione nasce per soddisfare le esigenze dei clienti, partendo dalla logistica fino all'assortimento di tutti gli ingredienti che occorrono ad una vera Pizza Gourmet.

I VANTAGGI?

Alta digeribilità, fragranza, versatilità, prodotto sempre uguale e food cost certo! Scegli la base Menchetti, una tavola bianca dove disegnare la tua Pizza Gourmet!

Registrati al sito e scopri in tempo reale i formati e gli impasti a disposizione:

07112391 base pizza tonda 250 gr - 07112316 base pizza verna integrale tonda 250 gr - 07112396 base pizza bianca 30 x 60 gr 650 07112397 base pizza bianca 30 x 60 gr 900 - 07112393 base pizza grano verna 30 x 60 gr 650
07112394 base pizza grano verna 30 x 60 gr 900 - 07112322 mini lingue precotte 180 gr

www.poloristorazione.it

Menchetti
DAL 1948
Più sapore al tempo

POLO
insieme a te in cucina

Cercaci su:



www.poloristorazione.it



QUALITY ON YOUR TABLE

After the first lockdown, sales have got stable but continue to remain positive. Families who have become accustomed to new shopping categories are still buying a lot of frozen food.

Alternative product categories to fresh products, including frozen food, grew by 24%, due to their feature of allowing planned spending with less frequency.

Food will continue to play a central role in this scenario. 30% of Italians will spend more time preparing food, and 33% will be experimenting more. 1 in 3 will eat 'healthy things'.

The food supply chain is also shortening, and for one Italian out of 2, the Italian origin of a product is far more important than it was in the pre-Covid period.

Packaged food is also growing in terms of safety, with easy-to-use packaging and convenient storage in the freezer, while gourmet, vegan and healthy or enriched products are regaining strength.

Covid has not swept away the attention to sustainability.

Clean labels are becoming more and more popular: short ingredient lists, free of additives, are convincing an increasingly wide range of consumers in search of natural products.

Deep-freezing technology encourages this demand because it makes the use of preservatives unnecessary.

Many products follow the trend of 'lightness' with recipes that contain no added fats and address to those with great attention to diet and weight control.

More and more subzero companies, including ours, have developed specific product lines for coeliacs.

The aim is to satisfy a growing target group, which needs to vary its diet by looking for products that go beyond basic needs and that include hedonistic and delicious solutions.

www.visindustrie.com



LA BONTÀ IN TAVOLA

Dopo il primo lockdown le vendite si sono stabilizzate ma continuano a mantenersi positive. Le famiglie ormai abituate a nuove categorie di spesa, comprano ancora molti surgelati. Le categorie di prodotto alternative al fresco, fra cui rientrano i surgelati sono cresciute del 24%, per la loro caratteristica di permettere una spesa programmata con una frequenza minore.

Il cibo manterrà un ruolo centrale in questo scenario.

Il 30% degli italiani dedicherà più tempo alla preparazione del cibo e il 33% esplorerà di più.

1 su 3 lo farà per mangiare 'cose salutari'.

Si accorcia anche la filiera del cibo e per un italiano su 2 l'italianità e la provenienza dal proprio territorio acquistano ancora più importanza di quanto ne avessero in periodo pre Covid. Sempre per questioni di sicurezza cresce il food confezionato, con imballi facili da utilizzare e comodi per lo stoccaggio nel freezer domestico, riacquista forza il gourmet, il vegan ed i prodotti ricchi o arricchiti di composti benefici per la salute.

E tra le costanti che il Covid non ha spazzato via, riemerge l'attenzione prestata ai temi della sostenibilità.

La scelta di percorrere la strada del clean label è sempre più in voga, liste di ingredienti corte, prive di additivi convincono target di consumatori sempre più ampi alla ricerca di prodotti percepiti come naturali.

La tecnologia della surgelazione favorisce questa richiesta perché rende non necessario l'uso di conservanti.

Molti prodotti seguono la tendenza alla 'leggerezza' con ricette che non contengono grassi aggiunti e sono rivolti a chi è attento alla dieta e al controllo del peso.

Sempre più aziende del sottozero fra cui la nostra, hanno dedicato ai celiaci delle linee di prodotto specifiche; l'obiettivo è quello di soddisfare un target in crescita, che ha la necessità di variare la propria dieta ricercando prodotti che vadano oltre alle esigenze di base, prodotti che includano soluzioni edonistiche e sfiziose.

Alla luce di queste tendenze non potevamo non farci trovare pronti, valorizzando con le materie prime scelte, i processi ed i pack, ciò che facciamo da sempre.

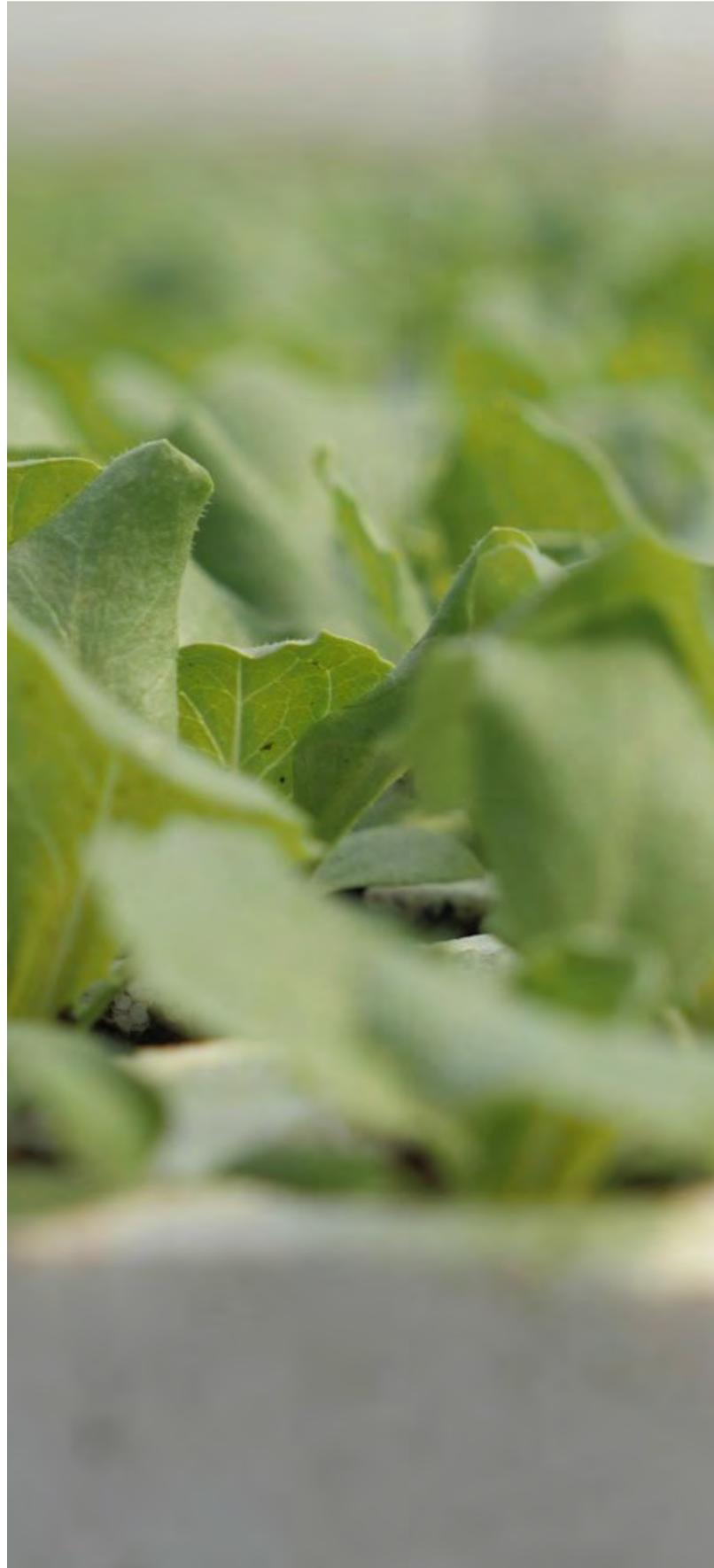
www.visindustrie.com



BEING NATURAL: ORTI DI PUGLIA'S PHILOSOPHY

Orti di Puglia represents an excellence in the production and packaging of fresh vegetables. It operates with the brand **Jentu** through which the Company reaches the market mainly with fourth-range fresh salads, ready for consumption. The salads are grown both directly and through the network of external suppliers. Jentu history starts in Salento where more than one-handed people are employed in different company's departments.

Today Jentu, with its wide range of salads certified as "**Prodotti qualità Puglia**" is highly appreciated by large retailers. The value of the limited editions is largely recognized, they consist of a mix of local seasonal and typical products: the **Fi-schetta** with flask tomato from the Torre Guaceto natural reserve, the Fantaviva with red onion from Acquaviva delle Fonti, a Slow Food presidium, **Leccina** with "Lu Cucumarazzu" (Salento's cucumber) and Leccine olives. They come in practical bowls which collected a wide success from the public and will be proposed again next summer. By keeping a constant attention to the market, in the summer of 2020 Orti di Puglia has launched some new productions: **the line of pre-made rice, spelled, barley and couscous salads, dressed with vegetables**. For autumn, Jentu offers the innovative **Jentu Gourmet risottos** and the **Tuttobuono minestrone**.



ESSERE NATURALI: LA FILOSOFIA DI ORTI DI PUGLIA

Orti di Puglia è un'azienda di eccellenza nel settore della produzione e confezionamento di verdure fresche. Sotto il marchio **Jentu**, l'azienda serve il mercato principalmente con insalate di quarta gamma, pronte per il consumo, nate sia da coltivazione diretta che da produttori esterni. La storia di Jentu si ambienta in Salento dove sono occupate oltre cento unità nei diversi reparti.

Oggi Jentu con la sua vasta gamma di insalate certificate "**Prodotti qualità Puglia**" è fortemente apprezzata dalla grande distribuzione. Viene largamente riconosciuto il valore delle limited edition, composte da un mix di prodotti stagionali e tipici del territorio: si pensi alla **Fiaschetta** con pomodoro fiaschetto della riserva naturale di Torre Guaceto, la **Fantaviva** con cipolla rossa di Acquaviva delle Fonti, presidio Slow Food, la **Leccina** con "Lu Cucumarazzu" (cetriolo salentino) e olive leccine. Si presentano in pratiche ciotole che hanno riscosso un enorme successo di pubblico e che verranno nuovamente proposte la prossima estate. Con l'orecchio volto al Mercato, Orti di Puglia ha avviato alcune nuove produzioni: nell'estate 2020, la linea di **insalate pronte di riso, farro, orzo e cous cous, condite con verdure**. Per l'autunno, accende i fuochi con gli innovativi **risotti Jentu Gourmet** e con il **minestrone Tuttobuono**. Il risotto,



Risotto is one of the first courses Italians love the most, it is prepared by Jentu in the flavors consumers prefer: with porcini mushrooms, asparagus, pumpkin, shrimp and zucchini.

The rice is stirred in its sauté and cooked in a genuine vegetable broth. The product is completely natural and free from dyes, preservatives and glutamate.

Jentu Gourmet Risottos are ready to be eaten after just two minutes in microwave or pan. TUTTOBUONO – a project against food waste to which the company commits – is instead a soup with a traditional taste, it is made with pre-cooked mixed vegetables ready for use.

The company selects vegetables that are not suitable for display and ensures their quality and traceability. The philosophy of Orti di Puglia keeps Future as its goal.... naturally.

www.ortidipuglia.com



tra i primi piatti più amati dagli italiani, viene preparato nelle referenze preferite dai consumatori: ai funghi porcini, agli asparagi, alla zucca, mazzancolle e zucchini. Il riso viene mantecato nel suo soffritto e cotto in un brodo vegetale genuino. Il prodotto è completamente naturale: banditi coloranti, conservanti e glutammato. I Risotti Gourmet Jentu rinvergono in microonde e padella in soli due minuti. TUTTOBUONO - Progetto anti spreco alimentare al quale l'azienda ha aderito - è invece il minestrone, dal gusto della tradizione, di verdure miste cotte pronto all'uso, dove vengono scelte verdure non adatte all'esposizione, garantendone la qualità e la tracciabilità. La filosofia di Orti di Puglia ha il Futuro come meta con naturalezza.

www.ortidipuglia.com



**DALLA TERRA PIÙ BELLA
LA NATURA PIÙ BUONA**



JENTU.IT

JENTU È UN MARCHIO



coffee

NESPRESSO COMPATIBLE CAPSULES

On Caffè is an important Italian company that produces coffee capsules compatible with the main systems on the market.

The company, founded in 2017, is based on the know-how of its founding members with a considerable experience in the sector since the early 1990s.

Thanks to the recent establishment of the company, the production plants are among the most recent and technological machinery in the sector.

This allows the company to serve the most important customers in Europe. Our technology is based on the Degasing System, a vacuum degassing system for coffee designed by BMM Technology.

The core business is the third party packaging of Nespresso compatible capsules in the Aluminum, Compostable Biodegradable and IML versions. The last two variants can also be customized on the body of the capsule itself, becoming an important marketing tool. All this is achieved maintaining the best qualities and properties of the coffee, for an optimal result in the cup.



oncaffè

*Accendi
la tua pausa*

www.oncaffè.com

In addition to the Nespresso compatible capsules, we offer the possibility of packaging Lavazza compatible Capsules in the variants A Modo Mio, Firma and Blue.

All of our capsules are oxygen barrier.

For more information contact:
commerciale@oncaffè.com



CAPSULE COMPOSTABILI & BIODEGRADABILI
EN 13432

Capsula biodegradabile e 100% compostabile, ad alta barriera all'ossigeno e personalizzabile.

L'intera capsula (corpo, coperchio superiore, caffè) è certificata Biodegradabile, Compostabile e Bio 3 stelle.

COMPOSTABLE CYCLE FOR PLANTS, NOT PLASTIC!

ECO MANUFACTURE | RECYCLE CAPSULES | ADD SUNSHINE | COMPOST

oncaffè

*Accendi
la tua pausa*

Compatibili NESPRESSO®

On Caffè esegue lavorazioni conto terzi.

*NESPRESSO® è un marchio di titolarità di terzi, senza alcun collegamento con ON CAFFÈ s.r.l.

www.oncaffè.com

Made in Italy



Affida a noi le tue miscele di caffè,
scegli le nuove capsule compatibili Nespresso® in Alluminio.
Dalla forma unica, riconoscibile ed elegante, garantiscono la massima protezione
contro ossigeno, umidità e luce per il tuo caffè.

CAPSULE IN ALLUMINIO compatibili Nespresso®*



On Caffè esegue lavorazioni conto terzi.

*NESPRESSO® è un marchio di titolarità di terzi, senza alcun collegamento con ON CAFFÈ s.r.l.

 Made in Italy



CAPSULE COMPATIBILI NESPRESSO

On Caffè è una realtà italiana che produce capsule per il caffè compatibili con i principali sistemi presenti sul mercato.

La compagnia, fondata nel 2017, si basa sul know-how dei membri fondatori con alle spalle una considerevole esperienza nel settore a partire dagli anni '90.

Grazie alla sua recente costituzione, l'azienda vanta di stabilimenti produttivi e macchinari tra i più recenti e tecnologici del settore. Ciò permette di servire una clientela tra le più importanti d'Europa.

La nostra tecnologia si basa sul Sistema di Degasaggio, ossia, un impianto di degasaggio sottovuoto del caffè progettato da BMM Technology.

Il core business è il confezionamento conto terzi di capsule compatibili Nespresso nelle versioni Alluminio, Compostabili Biodegradabili e IML. Le ultime due varianti possono essere personalizzate anche sul corpo della capsula stessa, diventando un importante strumento di marketing. Tutto ciò viene ottenuto mantenendo le migliori qualità e proprietà del caffè, per un risultato in tazza ottimale. Oltre alle capsule compatibili Nespresso, offriamo la possibilità di confezionare le Capsule compatibili Lavazza nelle varianti A Modo Mio, Firma e Blue.

Tutte le nostre capsule sono a barriera d'ossigeno.

Per info: commerciale@oncaffe.com

pasta

Laila

NONSOLOPASTA

NON SOLO PASTA DA LAILA: BETWEEN TRADITION AND FUTURE

The company Non solo pasta da Laila has experience in the production of fresh egg pasta for three generations of master pasta makers in Macerata.

By continually investing in research and the study of high-quality raw materials, the owner Laila Nonni has been able to renew tradition without distorting it. Using the most advanced production processes and techniques, she has obtained preservative-free pasta with the authentic flavor of the past, handmade or bronze-drawn, with a shelf-life of several weeks.

From agri-food collaborations with several universities, we have also created a new type of fresh egg pasta with a high nutritional con-





**NON SOLO PASTA DA LAILA:
TRA TRADIZIONE E FUTURO**

La ditta "Non solo pasta da Laila" vanta un'esperienza nella produzione di pasta fresca all'uovo di tre generazioni di mastri pastai a Macerata.

Investendo continuamente nella ricerca e nello studio di materie prime di alta qualità, la titolare Laila Nonni è riuscita a rinnovare la tradizione senza stravolgerla. Utilizzando i processi produttivi e le tecniche più evolute ha ottenuto la pasta senza conservanti dal sapore autentico di una volta, fatta a mano o trafilata al bronzo, con una shelf-life di svariate settimane.

Da collaborazioni agroalimentari portate avanti con alcune università abbiamo inoltre ideato un nuovo tipo di pasta all'uovo fresca dall'alto contenuto nutritivo, la Pasta Funzionale LAILA MANGIA BENE che unisce il piacere di un piatto di pasta al bilanciamento del profilo nutrizionale. Un prodotto equilibrato che garantisce un corretto apporto di carboidrati, fibre, vitamine e proteine.

tent, LAILA MANGIA BENE Functional Pasta, which combines the pleasure of a plate of pasta with a balanced nutritional profile. A balanced product that guarantees a correct intake of carbohydrates, fiber, vitamins, and proteins.

Also, thanks to the high standards of hygiene and processing systems with controlled temperatures, our pasta can be maintained for 20 days without a modified atmosphere or pasteurization.

All our passion characterizes us also in the other section of our laboratory where we create healthy, vegetarian, and classic gastronomy dishes to provide our customers with a convenient but above all healthy and balanced food offer with an eye to health and one to the taste.

Always working with selected raw materials of our territory and exclusively fresh, all our products can also be frozen to reach maintenance of 90 days at -18°C .

nonsolopastadalaila.it





Inoltre grazie agli elevati standard di igiene e sistemi di lavorazione con temperature controllate riesce ad ottenere un mantenimento di 20 giorni senza atmosfera modificata né pastorizzazione.

Tutta la nostra passione ci caratterizza anche nell'altra sezione del nostro laboratorio dove creiamo piatti di gastronomia salutista, vegetariana e classica per fornire ai nostri clienti un'offerta alimentare comoda ma soprattutto sana e bilanciata con uno sguardo alla salute e al gusto.

Lavorando sempre con materie prime selezionate del nostro territorio ed esclusivamente fresche, tutti i nostri prodotti possono essere anche surgelati per arrivare ad un mantenimento di 90 giorni a -18°C.

nonsolopastadalaila.it



**PASTA ALL'UOVO
FUNZIONALE**

MADE IN MARCHE

Laila

NONSOLOPASTA
LA PASTA ALL'UOVO DI MACERATA

**Mangiare è una necessità.
Mangiare Sano è una scelta.**

**Da tre generazioni di Mastri
Pastai, rinnoviamo la tradizione.**

Laboratorio artigianale di Pasta Fresca all'Uovo e Gastronomia Salutista
Via Carducci 31, Macerata • nonsolopastadalaila.it • nonsolopasta@gmail.com


Marcel Zanolari

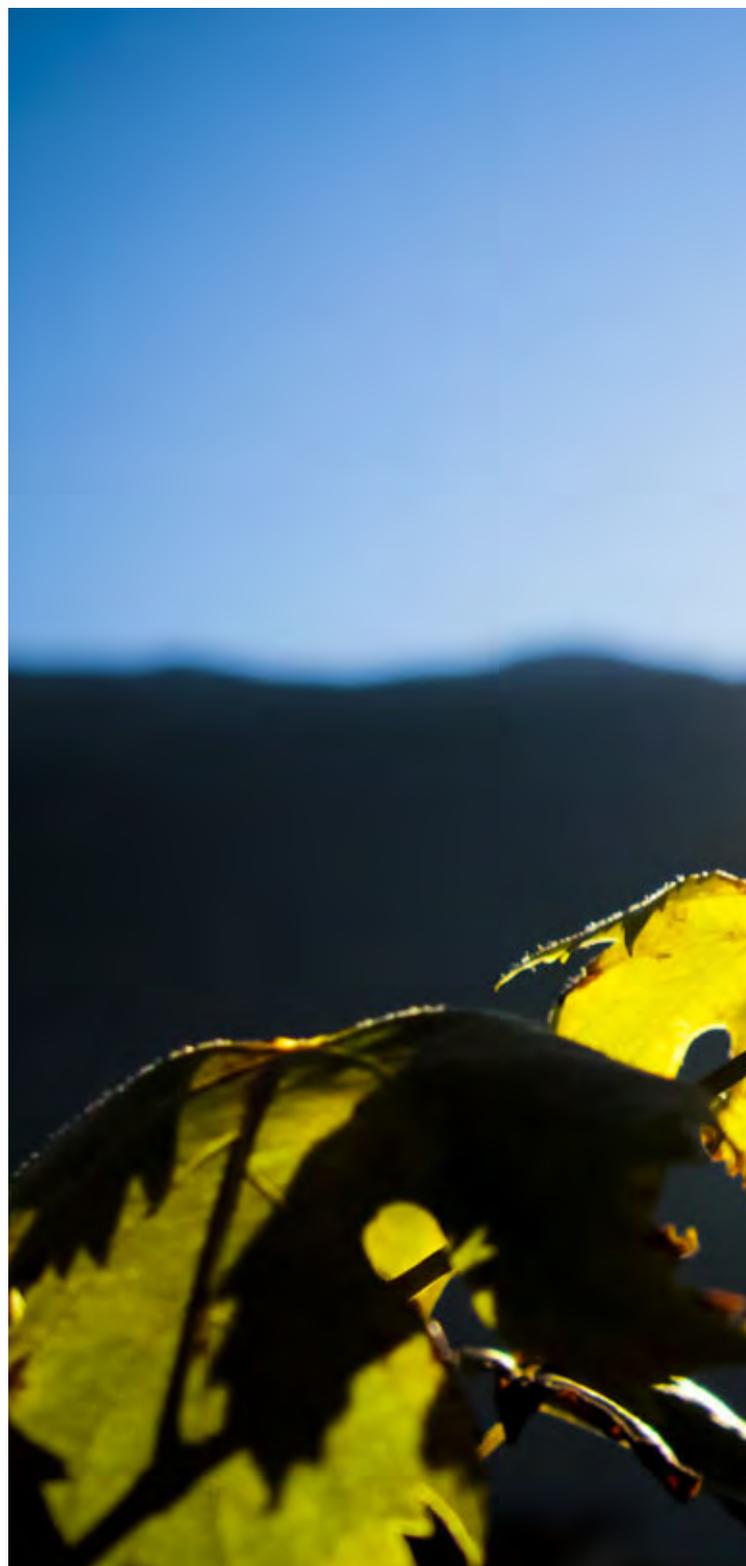
Once upon a time... in Valtellina... a dreamer

That dreamer is Marcel Zanolari, a wine grower from Valtellina with an unbridled passion for his work, for nature and for his land.

We are in the splendid Valtellina where Marcel, first a pioneer of organic and then of BIODYNAMIC winemaking in this territory, works in the family business and continues the work begun in the 1980s by his parents. Some define him as an “experimenter”, others as an “artist”, but perhaps the expression that best defines and identifies him is “crazy dreamer”.

In addition to the classic Nebbiolo, other varieties more unusual for the Valtellina are also cultivated on the estate: Pinot Noir, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Blanc, Moscato, Traminer, as well as around 115 resistant varieties (PIWI).

The aim that animates the company is to express in their wines the AUTHENTIC flavours and EMOTIONS of their land, preserving as much as possible what it has to offer. For Marcel and his team, sustainability in agriculture is not a word to be “sold” or a pretext for approval, but a concrete and unavoidable reality.





C'ERA UNA VOLTA... IN VALTELLINA... UN SOGNATORE

Quel sognatore è Marcel Zanolari viticoltore valtellinese dalla passione sfrenata per il suo lavoro, per la natura e per il suo territorio.

Siamo nella splendida Valtellina dove Marcel pioniere del biologico prima e successivamente del BIODINAMICO in questo territorio, lavora nell'azienda di famiglia e prosegue il lavoro iniziato negli anni 80 dai suoi genitori. C'è chi lo definisce "sperimentatore", chi "artista", ma forse l'espressione che meglio lo definisce e identifica è "sognatore pazzarello".

Nell'azienda oltre al classico Nebbiolo vengono coltivate anche altre varietà più insolite per la Valtellina: Pinot Nero, Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Bianco, Moscato, Traminer, oltre a circa 115 varietà resistenti (PIWI).

Lo scopo che anima l'Azienda è esprimere nei vini i sapori e le EMOZIONI AUTENTICHE della propria terra, preservando il più possibile quello che essa offre. Per Marcel e il suo team la sostenibilità in agricoltura non è una parola da "vendere" o pretesto per ottenere approvazione, ma una realtà concreta e imprescindibile.

Gli esperimenti di Marcel non riguardano solo "la vigna" con l'adozione della filosofia Biodinamica sul terreno e l'introduzione di diverse varietà di viti, ma coinvolge anche

Marcel's experiments do not only concern "the vineyard" with the adoption of the Biodynamic philosophy on the soil and the introduction of different vine varieties, but also involve the winery where perhaps his "artistic flair" has its highest expression.

This is where Marcel pampers his wines; the ageing takes place not only in used barriques, but also in cement and clay ANFORE which give the wine its uniqueness and particularity without affecting its ORIGINAL CHARACTER, but enhancing its expression.

In the cellar, too, there is the utmost respect for natural times; no process is forced: fermentation with natural yeasts, long maceration with the skins, minimal addition or no addition of sulphur.

To be of quality, Marcel Zanolari wine must first of all be "ALIVE" and maintain its vitality and originality in the bottle.

"With our LIVE WINES, we want you to discover our world, our philosophy, our way of understanding viticulture".

www.marcelzanolari.com





la cantina dove forse il suo "estro artistico" ha la massima espressione.

Qui Marcel coccola i suoi vini; l'affinamento avviene non solo in barrique esauste, ma anche in ANFORE di cemento e argilla che conferiscono unicità e particolarità al vino senza intaccarne il CARATTERE ORIGINARIO, ma esaltandone l'espressione.

Anche in cantina regna il massimo rispetto per i tempi naturali; nessun processo viene forzato: fermentazione con lieviti naturali, macerazioni lunghe con le bucce, aggiunta minima, o nessuna aggiunta di solforosa.

Per essere di qualità il vino Marcel Zanolari deve anzitutto essere "VIVO" e mantenere anche in bottiglia la sua vitalità e originalità.

"Con i nostri VINI VIVI vogliamo farvi scoprire il nostro mondo, la nostra filosofia, il nostro modo di intendere la Viticoltura".

www.marcelzanolari.com




VINI • VIVI

www.marcelzanolari.com



Conversion project to ORGANIC: biodynamic production techniques

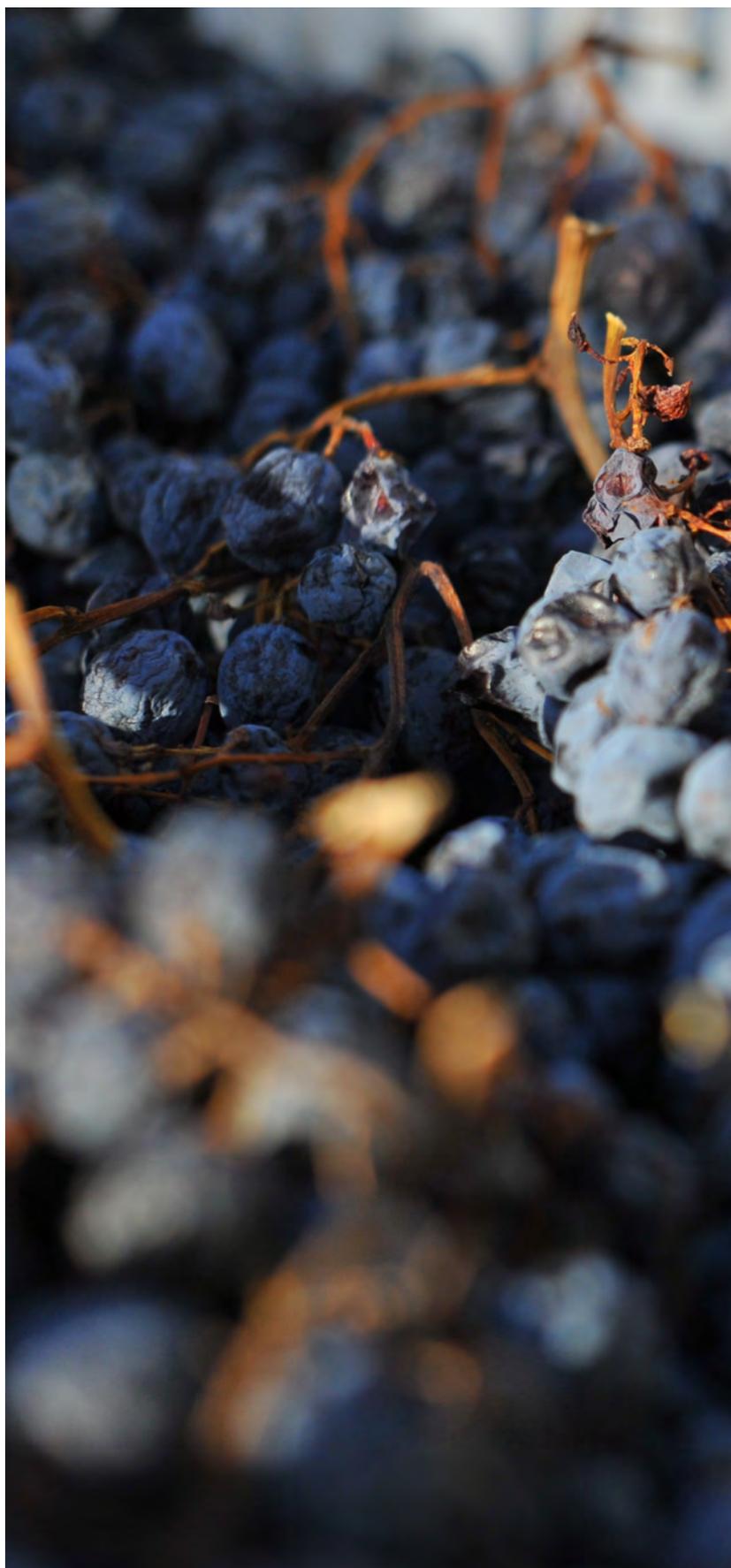
50 years ago Giancarlo and Valentina bought the estate that has now become the Azienda Agricola Valentina Cubi. The hills of Valpolicella, where the vineyards are located, are one of the most important wine territories in Italy and one of the most valuable in the region. The visit to the cellar is a real experience since all the production phases are followed internally, from the vineyard to the bottle and all the grapes are harvested by hand.

The conversion project to organic was strongly desired by Valentina, who believes in respecting the environment and the vineyard and protecting them. Now each wine is certified organic and, in the vineyards, we work using biodynamic production techniques.

Valentina and Giancarlo's goal has remained the same from the beginning: to market excellent Valpolicella, Ripasso, Amarone, Recioto, strictly organic certified, aiming to quality while respecting tradition and territory, in bottle and with their own brand. Every strategic choice made from the year of its foundation until today, has been made with this vision.

The wines have always stood out for their fresh and fruity style, for their great drinkability and for their authenticity, characteristics due to the decision to use only their own grapes and only the typical varieties of Valpolicella (Corvina, Corvinone, Rondinella, Molinara).

Since 2007, Valentina has started converting her vineyards to organic farming, starting from an en-





**CONVERSIONE AL BIOLOGICO:
TECNICHE DI PRODUZIONE
BIODINAMICHE**

Sono trascorsi 50 anni da quando Giancarlo e Valentina hanno acquistato la tenuta che ora è diventata l'Azienda Agricola Valentina Cubi.

Le colline della Valpolicella, dove si trovano i vigneti, sono uno dei territori del vino più importanti d'Italia e di maggiore pregio della regione. La visita in azienda è una vera esperienza dato che tutte le fasi di produzione sono seguite internamente, dalla vigna alla bottiglia e che tutte le uve sono vendemmiate a mano.

Il progetto di conversione al biologico è stato voluto fortemente da Valentina, che crede nel rispetto dell'ambiente e del vigneto e nella loro salvaguardia. Ora ogni vino è certificato bio e in vigna si lavora utilizzando tecniche della produzione biodinamica.

L'obiettivo di Valentina e Giancarlo era ed è rimasto lo stesso: mettere sul mercato ottimi Valpolicella, Ripasso, Amarone, Recioto, rigorosamente certificati biologici, ricer-

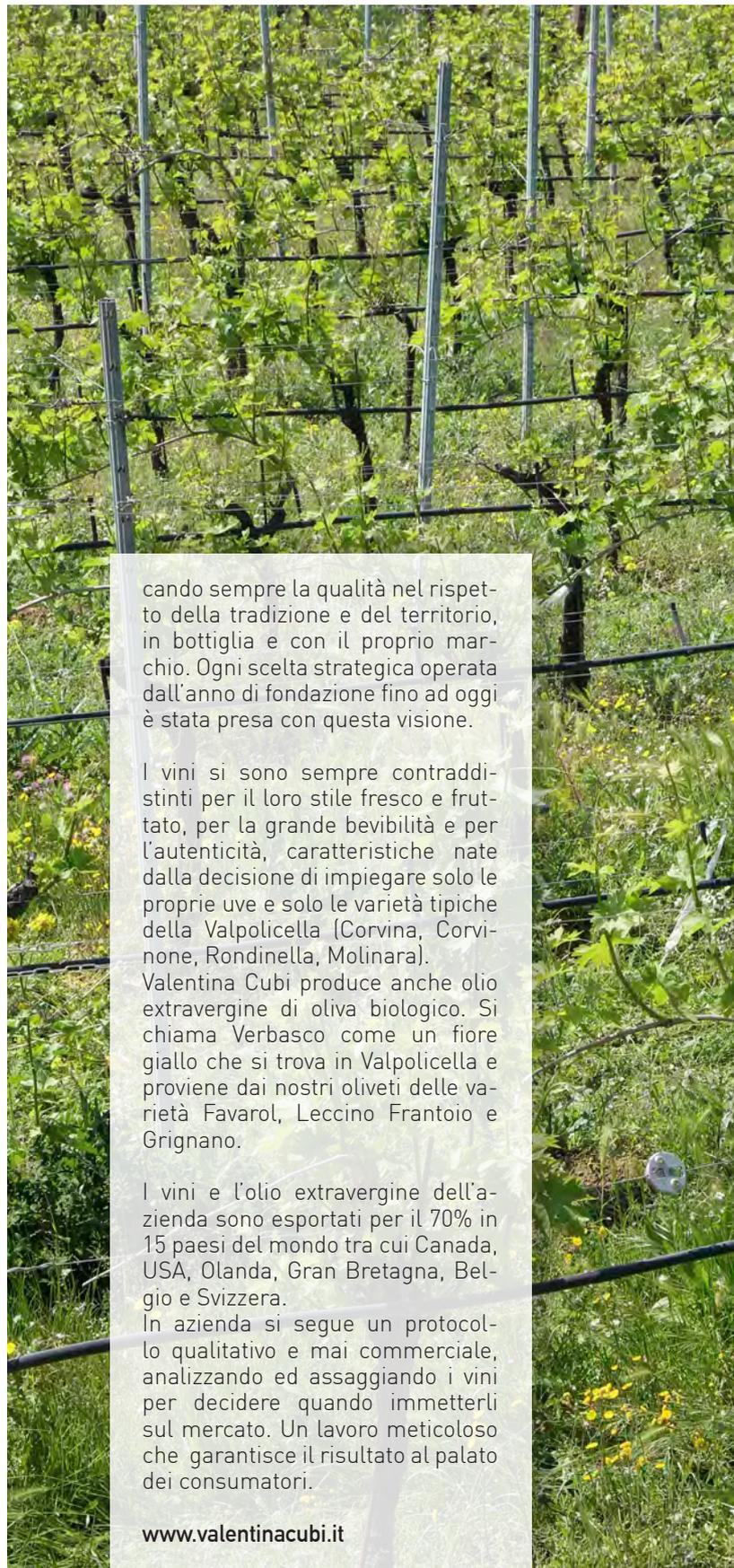




environmentally friendly protocol in which the vineyards and the territory have always been safeguarded, rather than yield and total quantity. The first certification arrived in 2010 and the general one in 2014. Valentina Cubi also produces organic extra virgin olive oil. It is called Verbasco, as the yellow flower that grows in Valpolicella, and it comes from our olive tree varieties Favarol, Leccino Frantoio and Grignano. 70% of the company's wines and extravirgin olive oil are exported to 15 countries around the world including Canada, USA, Holland, Great Britain, Belgium and Switzerland.

The winery follows a qualitative and never commercial protocol, analyzing and tasting wines in order to decide when to place them on the market. A meticulous work for the pleasure of the palate.

www.valentinacubi.it



cando sempre la qualità nel rispetto della tradizione e del territorio, in bottiglia e con il proprio marchio. Ogni scelta strategica operata dall'anno di fondazione fino ad oggi è stata presa con questa visione.

I vini si sono sempre contraddistinti per il loro stile fresco e fruttato, per la grande bevibilità e per l'autenticità, caratteristiche nate dalla decisione di impiegare solo le proprie uve e solo le varietà tipiche della Valpolicella (Corvina, Corvione, Rondinella, Molinara).

Valentina Cubi produce anche olio extravergine di oliva biologico. Si chiama Verbasco come un fiore giallo che si trova in Valpolicella e proviene dai nostri oliveti delle varietà Favarol, Leccino Frantoio e Grignano.

I vini e l'olio extravergine dell'azienda sono esportati per il 70% in 15 paesi del mondo tra cui Canada, USA, Olanda, Gran Bretagna, Belgio e Svizzera.

In azienda si segue un protocollo qualitativo e mai commerciale, analizzando ed assaggiando i vini per decidere quando immetterli sul mercato. Un lavoro meticoloso che garantisce il risultato al palato dei consumatori.

www.valentinacubi.it



THE BONAPARTE WINERY AND THE LONG HISTORY OF THE ASPRINIO DI AVERSA TREES

“This is the promised land, in the countryside you can see festoons of vines attached to trees with scattered bunches of grapes much more beautiful than those that the Jews brought to Moses.”

It was in 1808 that Carolina Bonaparte, Napoleon Bonaparte’s last sister, wrote these words from the countryside to her husband Giocchino Murat.

The history of the Asprinio vines attached to up to 20-meter-high elms and poplars, is however much older and goes back to the cultivation of vines among the Etruscan populations.

In fact, these populations used to cultivate vines by leaning them against tall trees. The vines twisted around the trunks of the trees and grew in height.

The production of sparkling wines can be traced back to Robert of Anjou (1277- 1343) who asked the cellarman of the Royal House Louis Pierrefeu to find in the Aversano countryside a place where to grow grapes for the production of champagne without importing them from France.





LE CANTINE BONAPARTE E LA LUNGA STORIA DELLE ALBERATE DI ASPRINIO DI AVERSA

“Questa è la terra promessa, nella campagna si vedono festoni di viti attaccati agli alberi con sparsi grappoli di uva assai più belli di quelli che gli Ebrei portarono a Mosè.”

Correva l'anno 1808 e Carolina Bonaparte, ultima sorella di Napoleone Bonaparte, scriveva dall'agro aversano queste parole al suo consorte Gioacchino Murat.

La storia delle viti di Asprinio maritate con olmi e pioppi, alte fino a 20 metri, è però storia ben più antica risalente alla coltivazione della vite presso le popolazioni etrusche.

Questi popoli erano soliti infatti coltivare le viti appoggiandole ad alberi di alto fusto. Le viti si attorcigliavano attorno ai fusti degli alberi (“maritavano”) e crescevano in altezza.

La stessa produzione di spumanti va fatta risalire a Roberto d'Angiò (1277- 1343) che avrebbe chiesto al cantiniere della Casa Reale Louis Pierrefeu di individuare nell'agro aversano un luogo dove coltivare uve per la produzione di vini champagne senza farli pervenire dalla Francia.

A metà dell'ottocento la famiglia Cosentino acquisì alcuni ettari in territorio di Casal di Principe di queste antichissime piantagioni e tutt'oggi con Cantine Bonaparte



In the mid-nineteenth century, the Cosentino family bought some hectares in the Casal di Principe area of these ancient plantations and still today with the Bonaparte Winery (Cantine Bonaparte) they take care of these bicentennial plants and from some of them they even give life to new plants.

The harvest is obviously done by hand by skilled workers.

These men climb up very narrow customized ladders, placing the golden bunches of Asprinio in ancient baskets, as it has been done since the dawn of time.

These men have been nicknamed "Spiderman" long before the famous comic book superhero was created.

The famous Italian author Mario Soldati defined Asprinio di Aversa with these words: "Asprinio has a little scent that almost reminds of lemon: but, on the other hand, it is of such a substantial dryness, which you cannot imagine if you don't taste it ... What a great little wine!"

www.cantinebonaparte.com



curano queste piante bicentinarie e da alcune di esse danno vita a nuovi impianti.

La vendemmia avviene, ovviamente assolutamente a mano con manodopera specializzata.

Questi uomini che si arrampicano su scale strettissime fatte su misura per ciascuno di loro mettendo in antichi cesti, come si fa dalla notte dei tempi, i grappoli dorati dell'Asprinio.

Questi uomini hanno il soprannome di "uomini ragno" da ben prima che esistesse il famoso super eroe dei fumetti. Mario Soldati, grande scrittore italiano, definiva l'Asprinio di Aversa con queste parole "L'Asprinio profuma appena, e quasi di limone: ma, in compenso, è di una secchezza totale, sostanziale, che non lo si può immaginare se non lo si gusta... Che grande piccolo vino!"

www.cantinebonaparte.com



BONAPARTE
CANTINE

La terra non è mai stata così in alto.

ASPRINIO
D'AVERSA

da alberata storica maritata

www.cantinebonaparte.com



CIBUS 2021 : dates confirmed 1st week of september

CIBUS 2021 si terra' nella prima settimana di settembre

Following the monitoring the evolution of the pandemic on international scale and the involvement of all stakeholders, italian and international buyers and agrifood companies, Fiere di Parma in agreement with Federalimentare – the Italian Food & Drink Industry Federation- is confirming the dates of Cibus 2021: the show is scheduled from Tuesday August 31st to Friday September 3rd. The evaluation of the vaccine campaign and air travel bubbles for overseas professionals have been taken into account for the final decision.

The XX edition of Cibus, the International Food Exhibition, will be the restart of the italian food industry, the first showcase for the domestic food & beverage sector. On show, new products will haul the recovery of domestic consumption and international exports for all categories: cured meats, cheese, pasta, tomato based products, oil, bakery, beverage, grocery, frozen local specialties and more...

The re-opening of Cibus (the 2020 edition was cancelled as a result of the pandemic) corresponds with a revival in food exports: Istat – Italian National Institute for Statistics- elaborated by Federalimentare indicate a substantial stability in 2020 (+0,1% in the first 10 months of 2020), that should evolve into significant increase in the first half of 2021.

This data gives a glimpse of a large inflow of international buyers, so much so that a huge budget has been allocated to promote their incoming (travel and accommodation).

The dialogue with the overseas buyers has never stopped, even during the harshest months of the pandemic, thanks to the reinforcement of the B2B platform My Business Cibus, the

Al termine di due sondaggi, uno tra le aziende espositrici e l'altro tra i buyer nazionali ed esteri, Fiere di Parma e Federalimentare hanno fissato le date di Cibus 2021: si terrà nella prima settimana di settembre, da martedì 31 agosto a venerdì 3 settembre. Alla decisione ha concorso anche una valutazione sul processo di vaccinazione in Italia e l'organizzazione dei corridoi aerei per i buyer esteri.

La XX° edizione di Cibus 2021, Salone Internazionale dell'Alimentazione, sarà la fiera della ripartenza dell'agroalimentare italiano, la prima vetrina dell'anno per il food&beverage nazionale. Saranno esposti i nuovi prodotti che traineranno la ripresa dei consumi interni e dell'export internazionale, in tutte le merceologie: dai salumi ai formaggi, dalla pasta al pomodoro, dall'olio ai prodotti da forno, dal beverage al grocery, dai surgelati ai prodotti locali, e altro ancora.

La riapertura di Cibus (l'edizione del 2020 è stata cancellata a causa della pandemia) coincide con una ripresa dell'export dell'agroalimentare: i dati Istat, elaborati da Federalimentare, già riferiscono di una sostanziale tenuta nel 2020 (+0,1% nei primi 10 mesi del 2020), che dovrebbe evolvere in una crescita significativa nel primo semestre 2021.

Un dato che lascia ben sperare su un cospicuo afflusso di buyer internazionali, tanto che è stato allocato un budget record per favorire l'incoming (viaggi e permanenza dei buyer esteri).

Un dialogo, quello con i buyer esteri, che non si è mai interrotto nei mesi più difficili della pandemia: grazie al consolidamento della piattaforma B2B My Business Cibus, ai webinar di Cibus



Cibus Lab webinars, the participation of Cibus to Food Hotel China last November and to the next Gulf Food in Dubai (February 21 -2021).

Around 3000 Italian companies will attend Cibus 2021 together with the food sector main players.

The show will therefore be a not to be missed occasion to analyze the great changes accelerated by the pandemic, both for production and consumption.

A program of dedicated conferences will be organized in the unique and coherent frame of "Cibus Forum" pointing out the continuity with the event presented in September 2020.

www.cibus.it

Lab, e alla partecipazione di Cibus alla fiera Food Hotel China di Shanghai (lo scorso novembre) e al prossimo Gulfood di Dubai (21 febbraio 2021).

A Cibus 2021 sono attese circa tremila aziende espositrici italiane e saranno presenti tutti gli attori della filiera agroalimentare.

La fiera rappresenterà dunque un'occasione per analizzare i grandi cambiamenti accelerati dalla pandemia, sia a livello produttivo sia a livello di consumi.

I convegni saranno organizzati in una cornice unica e coerente, chiamata "Cibus Forum", anche per sottolineare la continuità con quanto elaborato nello scorso Cibus Forum del settembre 2020.

www.cibus.it

WE BAKE GOOD THINGSEVERY DAY, FOR OVER 80 YEARS

In the heart of Rome, just a few steps from Castel Sant'Angelo, Forno Pasticceria Colapicchioni has been offering its customers high-quality sweets and baked goods for over eighty years. The tradition, experience and creativity of Angelo Colapicchioni, master of craftsmanship, offer everyday flavors of other times. We have always chosen top-quality ingredients to create the best bread and cakes in Rome.

PANGIALL'ORO

Our flagship

The flagship of the Forno Colapicchioni: the Pangiall'Oro, the family jewel, born from the reinterpretation of a recipe of imperial Rome, which has been patented in major countries around the world.

Produced with only natural ingredients of the highest quality, Pangiall'Oro has its origins in the ancient Capitoline tradition of Pangiallo. It is a sweet obtained by cooking a mixture of dried fruit, honey and candied citron then covered with a thin layer of egg batter that gives it that golden color that characterizes it. Produced with only natural foods, it has an unforgettable flavor that makes it

SFORNIAMO BONTÀ OGNI GIORNO, DA OLTRE 80 ANNI

Nel cuore di Roma, a pochi passi da Castel Sant'Angelo, il Forno Pasticceria Colapicchioni da oltre ottant'anni offre ai suoi clienti prodotti dolciari e da forno di altissima qualità. La tradizione, l'esperienza e la creatività di Angelo Colapicchioni, maestro dell'artigianato, regalano ogni giorno sapori d'altri tempi. Scegliamo da sempre ingredienti di prima qualità, per creare il pane e i dolci più buoni di Roma.

PANGIALL'ORO

Il nostro fiore all'occhiello

Il fiore all'occhiello del Forno Colapicchioni: il Pangiall'Oro, il gioiello di famiglia nato dalla rivisitazione di una ricetta della Roma imperiale, brevettata nei maggiori Paesi del mondo.

Prodotto con soli alimenti naturali di primissima scelta. Il PANGIALL'ORO affonda le sue origini nell'antica tradizione capitolina del Pangiallo.

Si tratta di un dolce ottenuto dalla cottura di un impasto di frutta secca, miele e cedro candito poi ricoperto da un sottile strato di pastella d'uovo che gli dona quel colore dorato che lo caratterizza.

Prodotto con soli alimenti naturali ha un sapore indimenticabile che lo rende unico.



unique. A pleasure to be enjoyed all year round at any time of day.

Ingredients: raisins, Italian honey, walnuts, almonds, pine nuts, hazelnuts, candied citron, candied orange, almond flour, chocolate drops (cocoa paste, sugar, cocoa butter), cocoa, eggs, wheat flour, wafer, flavorings. Without any preservative.

PANPEPATO IMPERIALE

The sweet union between the traditions of East and West. Imperial Panpepato, with Malaysian Black Pepper, is the sweet encounter between two different cultures. The Panpepato, typical of the Roman tradition, is combined with traditional Malaysian ingredients to create a unique mix of flavors. Roman hazelnuts and Italian honey combine with exotic fruits and cinnamon in a soft and sweet taste. The typical Malaysian black pepper makes the product special, giving it that spicy aftertaste that characterizes it. No additives or colorants are added.

Ingredients: honey, almond flour, raisins, hazelnuts, walnuts, wheat flour, dehydrated papaya, dehydrated pineapple, dehydrated ginger, coconut milk, sesame, cocoa, dark chocolate, pepper, cinnamon.

www.colapicchioni.it

Un piacere da gustare tutto l'anno in qualsiasi momento della giornata.

Ingredienti: uvetta, miele italiano, noci, mandorle, pinoli, nocciole, cedro candito, arancia candita, farina di mandorle, cioccolato in gocce (pasta di cacao, zucchero, burro di cacao), cacao, uova, farina di grano, ostia, aromi. Senza conservanti.

PANPEPATO IMPERIALE

La dolce unione fra le tradizioni di Oriente ed Occidente. Il PANPEPATO IMPERIALE con Pepe nero della Malesia è il dolce incontro tra due culture diverse. Il PANPEPATO, tipico della tradizione Romana, si fonde con ingredienti tradizionale della Malesia per dar vita ad un mix di sapori unico.

Nocciole Romane e Miele Italiano si uniscono a frutti esotici e cannella in un morbido e dolce gusto. Il tipico pepe nero della Malesia rende il prodotto speciale dandogli quel retrogusto piccante che lo caratterizza. Non vengono aggiunti additivi o coloranti.

Ingredienti: miele, farina di mandorle, uva sultanina, nocciole, noci, farina di frumento, papaia disidratata, ananas disidratato, ginger disidratato, latte di cocco, sesamo, cacao, cioccolato fondente, pepe, cannella.

www.colapicchioni.it

Antico Forno Pasticceria

Angelo Colapicchioni

Nel cuore di Roma dal 1934

Panpepato Imperiale



Pangiall' Oro



www.colapicchioni.it



SINCE 1962, THE VINI DI ROMAGNA

Since 1962, the **Vini di Romagna** Wine Consortium has been the association that brings together independent wineries, cooperative wineries and bottlers to safeguard the production of Romagna wines having a Protected Designation of Origin (PDO) and a Protected Geographical Indication (PGI). It has always upheld and promoted the quality of its wines, the fairness of its prices, and the value of the wine itself as well as its territory.

Over time, the Consortium's activity has grown significantly to include an increasing number of associated wineries and today it is seen as the protagonist of oenological growth in Romagna.

Wine speaks the language of a land, Romagna; a lush blanket that extends from the Adriatic Sea to the Apennines, rippling with hills and valleys painted by the contours of orchards and vineyards, speckled with farmhouses, hamlets, towers and fortresses. Its hospitality is felt when entering its inland, far from mass tourism, where every corner echoes an inviting call, from the estates and fortresses, from the markets and fairs, and especially from the hills covered with vineyards and their unforgettable flavours.

Romagna is a territory of great beauty, where it is easy to come across some of the most beautiful hamlets of Italy. Romagna is synonymous to good food, starting with the Piadina Romagnola and Crescione (true world street food icons), to pasta dishes such as Tagliatelle al Ragù, Cappelletti, Lasagna, as well as traditional sweets like Zuppa Inglese, classic Donuts or the sweet Zuccherini biscuits that always accompany a glass of Sangiovese, Albana or Cagnina.





DAL 1962 I VINI DI ROMAGNA

Dal 1962 il Consorzio Vini di Romagna è una realtà associativa che riunisce aziende vitivinicole, cantine cooperative ed imbottiglieri, per tutelare le produzioni di vini a Denominazione d'Origine Protetta e a Indicazione Geografica Protetta della Romagna. Opera da sempre per sostenere e promuovere la qualità dei vini, l'equilibrio dei prezzi e la valorizzazione del prodotto e del suo territorio. Oggi il Consorzio è protagonista della crescita enologica della Romagna, che ha raggiunto soprattutto negli ultimi anni livelli di eccellenza qualitativa con riconoscimenti suffragati da menzioni e premi in selezioni nazionali e internazionali.

Il vino parla la lingua di una terra, la Romagna, un fazzoletto rigoglioso che corre tra il mare e gli Appennini, increspandosi in poggi e colli disegnati dalle geometrie di frutteti e vigneti alternati a case coloniche, borghi, torri e rocche.

Il senso dell'ospitalità si coglie soprattutto lontano dal turismo di massa, addentrandosi nell'entroterra romagnolo, dove a ogni angolo si incontra un invitante richiamo, dalle ville alle rocche, dai mercati alle fiere, dai colli costellati di vigneti agli indimenticabili sapori.



Romagna has a rich wine-growing history, and its territory includes 60% of the Emilia-Romagna vineyards. The production area of Romagna DOC wines extends south of the Via Emilia and north of the Tuscan-Romagnolo Apennines.

Viticulture is concentrated at altitudes between 100 and 300 meters above sea level, with some exceptions reaching 500 meters above sea level, in soils with a matrix of mainly sedimentary clay.

Romagna's wine par **excellence** is Romagna Sangiovese DOC which not only reflects the strength and the warmth of Romagna, but also includes notes of softness which reflect the sensitivity of its people. Romagna Sangiovese DOC reflects the character of the people of Romagna. It is a strong wine with vibrant acidity, with robust tannins yet round; a wine with a strong fruit flavour, characteristically ready to drink but also refined and harmonious especially with a prepared refined match.

It is a red wine with a floral scent and hints of red berry fruit, a good structure and a tannins fine texture, produced in the basic, superior and sub-area types. After appropriate refinement, all three types can bear the reference of reserve. The 12 sub-areas embody the wealth of the lands in the fullness and features of their

wines, outlining the multifaceted identity of Romagna Sangiovese DOC through the interpretations of its soils.

Another distinctive wine from Romagna is Romagna Albana DOCG, the first white wine from Italy to have obtained the DOCG designation in 1987.

Romagna Albana DOCG is a golden coloured wine which finds its strengths in a very balanced structure, and its softness with freshness and tannins, which is quite rare in a white wine. For some time now, the wines that have been obtained from the native Romagna vine are remarkable for their personality and peculiar characteristics, something completely different from other white wines present on the national territory. Albana, in its variations of dry, sweet, straw and straw reserve, surprises with truly original and unexpected notes.

Romagna Trebbiano DOC is one of the most common white wines on household tables of Romagna as well as in its taverns and trattorias. Its grapes are cultivated in 60 municipalities whose boundaries are established by DOC specification.

Romagna Trebbiano DOC is a white wine with a pleasant fragrance and freshness, produced in sparkling variants

www.romagnavini.it



La Romagna è sinonimo di buona tavola, a partire da Piadina Romagnola e Crescione - vere icone mondiali dello street food - per proseguire con Tagliatelle al ragù, Cappelletti, Lasagne al forno, fino ai dolci tipici come la Zuppa inglese o la semplice Ciambella e gli Zuccherini, sempre accompagnati al Sangiovese, all'Albana o alla Cagnina. La Romagna ha una grande storia vitivinicola, e il suo territorio annovera il 60% dei vigneti dell'Emilia-Romagna. La zona di produzione dei vini Romagna DOC si estende a sud della via Emilia e a nord dell'Appennino Tosco-Romagnolo, occupando l'area collinare e pedecollinare. La viticoltura si concentra tra i 100 e i 300 metri sul livello del mare, con alcune eccezioni fino ai 500 metri s.l.m., in terreni di matrice principalmente sedimentario-argillosa.

www.romagnavini.it

ROMAGNA SANGIOVESE

Heart of Italy



— COLLIS — *Cantina Veneta*

COLLIS, PASSION FOR QUALITY

HISTORY

Collis is a group of men with great ideas. Collis became a leading player on the Italian wine-growing and wine-producing scene thanks to their strong commitment to work, their enthusiast passion for their territory and their tireless quest for excellence.

The heart of our group is represented by 1,800 wine-growing members who take care of more than 6,100 hectares of vineyards in all the main wine-growing areas of Veneto daily. Row after row, Collis has extended its vineyards from the hills of Soave to the provinces of Vicenza and Padua - the home of Prosecco - to the lands of Valpolicella north of Verona.

Our winemakers' passion and modern winemaking systems allow us to prepare a wide variety of wines ranging from DOC and DOCG wines from the Veneto region to IGT and international varieties. We intend to produce high-quality products that can meet the expectations of our customers and the needs of the target markets.

The main grapes grown by our members are Garganega, Trebbiano di Soave, Pinot Grigio, Chardonnay and Glera for the white grape varieties; Corvina, Rondinella, Croatina, Merlot and Cabernet Sauvignon for the red grapes. Our most popular wines are Prosecco, Soave, Valpolicella, Ripasso and Amarone.





COLLIS, PASSIONE PER LA QUALITÀ

LA STORIA

Collis è un Gruppo fatto di uomini e di grandi ideali. La dedizione per il lavoro, la passione per il proprio territorio, la ricerca dell'eccellenza hanno permesso a Collis di diventare una delle realtà più importanti del panorama vitivinicolo italiano.

Il cuore pulsante del nostro Gruppo è rappresentato dai **1.800 soci viticoltori** che quotidianamente curano oltre **6.100 ettari di vigneto** distribuiti su tutte le principali zone vitivinicole del Veneto. Filare dopo filare Collis ha esteso le proprie coltivazioni dalle colline del Soave, alle province di Vicenza e Padova - culla del Prosecco, fino alle terre del Valpolicella a nord di Verona.

La passione dei nostri conferitori unita a moderni sistemi di vinificazione rende possibile la preparazione di un'ampia varietà di vini che spaziano dalle DOC e DOCG venete, alle IGT, fino ai varietali internazionali, con l'obiettivo di generare valore aggiunto attraverso la realizzazione di prodotti di qualità in grado di soddisfare le aspettative dei nostri clienti e le esigenze dei mercati di riferimento.

Le principali uve coltivate dai nostri soci agricoltori sono Garganega, Sauvignon ed Traminer, Pinot Grigio, Chardonnay e Glera per i vitigni a bacca bianca; Corvina, Rondinella, Croatina, Merlot e Cabernet Sauvignon per le uve rosse. Le denominazioni più prodotte sono Prosecco, Soave, Valpolicella, Ripasso e Amarone.

Collis, Cantina Veneta

PROSECCO ROSÉ BY COLLIS

An official and historical moment for the Prosecco DOC area.

This year was finally approved, by the National Wine Committee of the Ministry of Agriculture, the proposal of modification of the production disciplinary by introducing the Rosé variety.

A sparkling wine with a fresh and pleasantly fruity bouquet obtained by a blend of Glera and Pinot Noir grapes, Prosecco Rosé by Collis, in Brut version, can already be found on the shelves of our stores.

It will be hard to resist it, elegance and seduction are the protagonists of this new bubble!

www.cantinaveneta.com





PROSECCO ROSÉ DI COLLIS

Un momento ufficiale e storico per l'area del prosecco Doc. Quest'anno è stata finalmente approvata, dal Comitato Nazionale vini del Ministero delle Politiche Agricole, la proposta di modifica del disciplinare di produzione introducendo la varietà Rosé.

Uno spumante dal profumo fresco e piacevolmente fruttato ottenuto da un blend di uve Glera e Pinot Nero, Prosecco Rosé di Collis, in versione Brut, lo potete già trovare sugli scaffali dei nostri punti vendita. Sarà difficile resistergli, l'eleganza e la seduzione sono protagoniste di questa nuova bollicina!

www.cantinaveneta.com



— COLLIS —
Cantina Veneta

**VUOI DISTINGUERTI E
FARTI RICORDARE?**

CANTINA VENETA CON I SUOI VINI E
LE CONFEZIONI REGALO TI OFFRE QUESTA OPPORTUNITÀ

Per scoprire i nostri punti vendita, visita il nostro sito www.cantinaveneta.com
Puoi anche acquistare online su shop.cantinaveneta.com



La montagna nei formaggi. Dal 1902.

BERGADER

The Bergader story is a story of the mountains. It began in 1902 in the alpine village of Waging am See, where Basil Weixler worked in his small dairy with passion and dedication using only the best milk from the surrounding pastures. The name Bergader, which literally means “mountain vein” reflects the origins of this cheese produced in the high Alpine peaks with the finest quality milk. It also indicates a profound respect for nature and for mountain traditions.

In line with the creativity and attention to flavour that have long been Bergader’s hallmarks, in the 1920s Weixler decided to produce Bergader Edelpilz which firmly established the brand’s popularity and which still uses the original recipe today. In the 1960s the company entered the Italian market, finding its way onto delicatessen cheese counters and quickly becoming a leader in its field. The launch of Bavaria Blu in 1972 confirmed Bergader as an international reference brand in the blue cheese sector and in 1979 the company received the “Goldener Zuckerhut”, a coveted award in the food industry.





BERGADER

La storia di Bergader è una storia di montagna. Ha inizio nel 1902 nel paesino alpino di Waging am See, dove Basil Weixler lavora con passione nel suo piccolo caseificio, rifornendosi del latte più buono dei pascoli circostanti. Il nome Bergader – letteralmente vena di montagna – racconta l'origine di questo formaggio, prodotto sulle alte vette con latte di altissima qualità. Un nome che significa rispetto per la natura e per la tradizione montana. Con la creatività e l'attenzione al gusto che da sempre caratterizzano Bergader, Weixler decide di produrre negli anni Venti il Bergader Edelpilz, che ha consacrato la popolarità del marchio e che conserva ancora oggi la sua ricetta originale. Negli anni Sessanta l'azienda sbarca sul mercato italiano, facendosi strada nel settore dei formaggi da banco e diventando in poco tempo una realtà leader del suo ambito. Nel 1972 il lancio del Bavaria Blu conferma Bergader come marchio di riferimento internazionale



2006 saw the introduction in Italy of Cremosissimo, a soft cheese that became a firm favourite with the public and quickly established itself as the second-best seller in the national market for this type of cheese. At the end of 2018, Bergader Italia decided to launch Almkäse slices, whose unique quality and taste was created to satisfy demand in the new "ready-made" market, an increasingly expanding trend in recent years. Finally, at the end of 2019, the innovative Bavaria Blu appeared on the Italian market in three versions. This brand-new product entered the market as a new variety of soft blue cheese thanks to the unprecedented combination of two types of mould: white mould on the outside (penicillium camembert) and blue mould on the inside (penicillium Roquefort). This style of innovation immediately intrigued and then firmly convinced the Italian consumer, who is able to find this speciality cheese increasingly available on the shelves of both super- and hyper-markets.

www.bergader.it

nel settore dei formaggi erborinati e le consente di ottenere nel 1979 il "Goldener Zuckerhut", ambito premio del settore alimentare.

In Italia è stato introdotto il Cremosissimo nel 2006, un formaggio a pasta molle che ha conquistato il palato del pubblico imponendosi velocemente come il secondo player sul mercato nazionale di questa tipologia casearia.

Poi, a fine 2018, Bergader Italia ha voluto proporre le fettine Almkäse per impreziosire con la sua qualità e gusto il nuovo mercato dei "subito pronti", tendenza sempre più in crescita negli ultimi anni. A fine 2019 arriva anche in Italia l'innovativo Bavaria Blu in tre varianti, che entra come segmento nuovo dei pasta molle erborinati grazie all'inedita convivenza di due muffe: la muffa bianca esterna (penicillium camemberti) e la muffa blu all'interno (penicillium roqueforti). Tale livello di innovazione ha subito incuriosito e poi convinto il consumatore italiano, che troverà questa specialità sempre più presente sugli scaffali di super e ipermercati.

www.bergader.it



alimentec

08-11
JUNE 2021

The international food, beverage
and hospitality trade fair

Come, visit us!

Bogotá, Colombia
International Business
& Exhibition Center
www.feriaalimentec.com

**PROFIT FROM
THE NO. 1!**

The leading trade fair for the food,
beverage and hospitality industry in
Latin America and the Caribbean

Contact for more information:

— Daniel Leal Caicedo
d.leal@koelnmesse.co

Powered by



Organisers





MILLING PROCESS OF DURUM WHEAT SINCE 1877

It all started in 1877, in Altamura, when Pietro Mininni, a wise and determined landowner, decided to industrialise the milling process of durum wheat in order to fulfil the increasing request of his clientele.

Since then, five generations have been successively preserving the same positive spirit, relying always on new technologies, and **achieving today a daily 480 tons milling process of durum wheat**. This outcome ranks the company among the bigger player of the Italian market in the production of semolina and re-milled semolina.

From the perfect combination of the milling art of the Mininni family and the long tradition of Altamura bakery, the company has foreseen the expansion of its business into a new market.

The chosen sector is that of the production of frozen or refrigerated bakery products preserved in a protective atmosphere, made entirely of re-milled durum wheat semolina.



MOLITURA DEL GRANO DURO DAL 1877

L'industria Molitoria Mininni srl, è operante nel settore della molitura del grano duro dal 1877, quando Pietro Mininni, decise di aprire ad Altamura, in provincia di Bari, uno dei primi impianti industriali di macinazione nel meridione. L'attenzione e la cura nelle fasi di classificazione, conservazione, pulitura e molitura del grano, hanno fatto del molino Mininni un punto di riferimento del settore per la produzione di semola rimacinata e semola per pasta di alta qualità. Oggi l'azienda dispone di un complesso molitorio sempre aggiornato alle migliori tecnologie offerte dal mercato che gli permette di macinare **480 tonnellate di grano duro al giorno**.

Dal perfetto connubio tra l'arte molitoria della famiglia Mininni e la lunga tradizione della panificazione di Altamura, l'azienda, gestita dalla quinta generazione, ha previsto l'espansione del suo business in un nuovo mercato. Il settore prescelto è quello della produzione di prodotti da forno surgelati o refrigerati conservati in atmosfera protettiva, totalmente di semola rimacinata di grano duro.

Un'offerta di prodotti tipici della tradizione italiana e pugliese come Focaccia, Ciabatte, Basi per pizza, Pinsa, Panzerotti, compongono la linea Mininni Buéne.



An offer of typical products of the Italian and Apulian tradition such as Focaccia, Ciabatte, Pizza bases, Pinsa, Panzerotti, compose the Mininni Buéne line.

A diversified offer in order to fulfil all the needs of the consumers.

The main goal is to wrap goodness and offer a healthy, tasty and nutritious alternative, the characteristics of an authentic baked product.

All the ingredients used are carefully selected to ensure the product high quality and standardization.

The re-milled durum wheat semolina gives the product greater shelf life thanks to the ability to absorb water in the dough and therefore a favorable extension of the shelf life of the products.

Both the frozen and the refrigerated line are available in various formats, packaged for the GDO channel or the FOOD SERVICE channel.

Currently the company has certifications: IFS, BRC, VEGAN, KOSHER AND BIO.

www.molinomininni.com

www.buene.it



Ideati per venire incontro a tutte le esigenze dei consumatori e con l'obiettivo principale di proporre un'alternativa sana, gustosa e nutriente, ovvero le caratteristiche di un prodotto da forno autentico. Tutti gli ingredienti utilizzati sono selezionati con attenzione per garantire al prodotto elevata qualità e standardizzazione.

La semola rimacinata di grano duro conferisce al prodotto maggiore conservabilità grazie alla capacità di assorbimento di acqua negli impasti e quindi un favorevole prolungamento della shelf life dei prodotti. Sia la linea surgelata che quella refrigerata sono disponibili in vari formati, confezionati per il canale GDO o per il FOOD SERVICE.

Attualmente l'azienda possiede certificazioni: IFS, BRC, VEGAN, KOSHER E BIO.

www.molinomininni.com
www.buene.it

IL NOSTRO SEGRETO? CI FACCIAMO IN 4 PER CONSERVARE LA TRADIZIONE

L'ORIGINALE FOCACCIA DI ALTAMURA PRETAGLIATA SURGELATA

CON OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA
 100% SEMOLA RIMACINATA DI GRANO DURO



MININNI
Buene



Il Made in Italy a favore del food processing ucraino

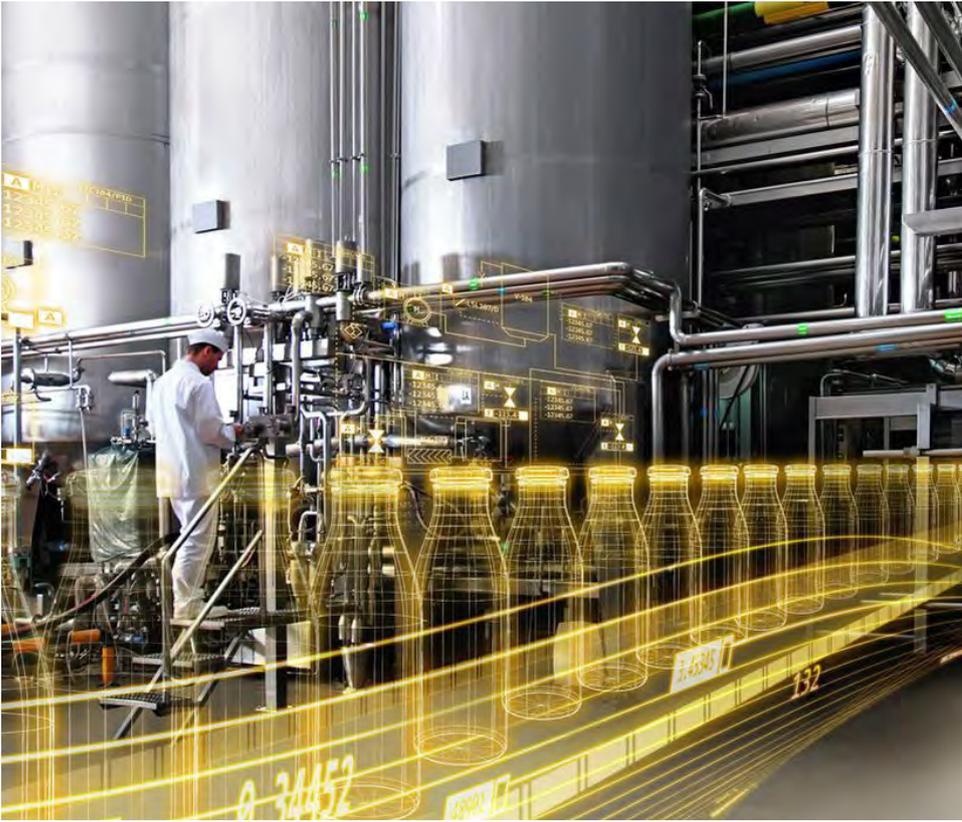
Made in Italy in favour of Ukrainian food processing



Ukraïne is one of the countries that, since the beginning of 2020, has most increased the volume of imports from the European Union. This is revealed by the latest report on trade in agricultural products prepared by the European Commission. Defined for centuries the granary of Europe, Ukraine is famous for having one-third of the richest soil in the world and for being among the top ten major producers of soft commodities. These are considerations not to be underestimated when you start thinking about internationalization.

Choosing this country as the recipient of an export action in the food processing sector, means contributing to the development of the mechanization of a territory with a strong agricultural vocation, in which definitely stimulating scenarios are outlined and in which there is huge space for Italian exports' placement. In fact, the Made in Italy of food processing offers highly innovative systems and pioneering equipment, able to meet the needs of Ukrainian SMEs, always looking for Italian business partners, also facilitated by an important and consolidated import-export, which is constantly growing. We recall that there are more than forty types of products meant for the food processing industry in Ukraine, including the sector of processed vegetable oils, vegetable and fruit processing, with the production of tomato and apple concentrate, flour products, confectionery and dairy products. From all this, a high demand for food processing equipment and machinery comes, which some Italian entrepreneurs have already begun to fill, gaining benefits. According to data provided by the Ukrainian Statistics Service, Italy is in first place for the supply of dryers. Currently, most of those used in the country are obsolete and do not cover the needs of Ukrainian users, so the mar-

L'Ucraina è uno dei paesi che, dall'inizio del 2020, ha aumentato di più il volume delle importazioni dall'Unione Europea. Lo rivela l'ultimo rapporto riguardante il commercio di prodotti agricoli elaborato dalla Commissione. Definita per secoli il granaio d'Europa, l'Ucraina è famosa per avere un terzo del suolo più ricco del mondo ed essere tra i primi dieci principali produttori di soft commodities. Considerazioni da non sottovalutare nel momento in cui si inizia a pensare in un'ottica di internazionalizzazione. Scegliere tale paese come destinatario di un'azione di export, nel settore della trasformazione di prodotti alimentari, significa contribuire allo sviluppo della meccanizzazione di un territorio a forte vocazione agricola, in cui si delineano scenari decisamente stimolanti e in cui vi è ampio spazio d'inserimento per le esportazioni italiane. Infatti, il Made in Italy del food processing offre sistemi altamente innovativi e attrezzature all'avanguardia in grado di andare incontro alle necessità delle PMI ucraine, da sempre alla ricerca di partner commerciali italiani, facilitati anche da un importante import-export già consolidato sul piano europeo, ma in costante crescita. Ricordiamo che sono più di quaranta le tipologie di prodotto destinate all'industria del food processing in Ucraina, tra cui il settore degli oli vegetali lavorati, il vegetable and fruit processing, con la produzione di concentrato di pomodoro e quello di mela, i farinacei, i prodotti dolciari e i caseari. Da tutto ciò deriva un'alta domanda di apparecchiature e macchinari per la trasformazione alimentare, che alcuni imprenditori italiani hanno iniziato a colmare, ricavandone benefici. Secondo i dati offerti dal Servizio della Statistica Ucraina, l'Italia è al primo posto per la fornitura di essiccatoi. Attualmente, la maggior parte di quelli utilizzati nel paese sono obsoleti e non coprono le necessità degli utilizzatori ucraini per cui il mercato sarà sempre più ricettivo per tali impianti. Discorso che vale anche nel



ket will be increasingly receptive to such facilities. This is also true in the agricultural machinery sector, in which local producers point out the lack of new technologies. For this reason, the need for these tools is met by imports, in which Italy ranks fourth as a supplier. The opportunities that arise from this scenario are therefore several and push more and more Italian companies to approach Ukraine, but a failed planning of a correct strategy of action does not always lead to the achievement of the fixed goals.

For years, the Italian Chamber of Commerce for Ukraine has



supported companies in establishing business relationships with companies in the country of destination and promotes informed internationalization processes. For 2021, the Chamber Institution has designed the Food Processing Ukraine program which, in addition to training through a course about internationalization of sales, aims at three main goals, which mark the phases of the project: promotion, web contact and definition. Subscription to an online platform by all participating companies will be a window for the products and services that will be internationalized. It will give business managers the opportunity to get in touch with Ukrainian realities with whom they will be able to dialogue, maximizing the opportunities of concluding business, thanks to the online trade expo, which will be held from 2nd to 5th March 2021. Four days in which participants will be engaged in enjoying B2B meetings, conferences, exhibitions and seminars, just like they did at physical expositions. This event will open doors to following digital events with the aim of providing entrepreneurs with right tools for achieving success. With the arrival of summer and the hoped decrease in infections, the Chamber of Commerce will be happy to guide the protagonists on a business mission in Ukraine, with personal meetings with the companies with which they have come into contact in the preliminary phases of the project: the deserving conclusion of this rich program.

settore delle macchine agricole, in cui i produttori locali segnalano la carenza di nuove tecnologie. Per questo motivo, il fabbisogno di questi strumenti è soddisfatto dalle importazioni, in cui l'Italia si posiziona al quarto posto come fornitore. Le opportunità che derivano da questo scenario sono quindi molteplici e spingono sempre più realtà italiane ad approcciarsi all'Ucraina ma la mancata pianificazione di una corretta strategia d'azione non porta sempre al raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Da anni la Camera di Commercio Italiana per l'Ucraina supporta le imprese nell'instaurare rapporti commerciali con aziende del paese destinatario e promuove processi di internazionalizzazione consapevoli.

Per il 2021, l'ente camerale ha ideato il programma Food Processing Ucraina che, oltre alla formazione, mediante un corso di internazionalizzazione delle vendite, punta a tre obiettivi principali, che scandiscono le fasi del progetto: promozione, contatto web e definizione. L'iscrizione a una piattaforma online da parte di tutte le aziende partecipanti costituirà una vetrina per i prodotti e servizi che si vorranno internazionalizzare. Darà la possibilità ai manager aziendali di entrare in contatto con realtà ucraine con cui si potrà dialogare, massimizzando le possibilità di concludere affari, grazie soprattutto alla fiera online di settore, che si terrà dal 2 al 5 marzo 2021. Quattro giorni in cui i partecipanti saranno impegnati nel partecipare a incontri B2B, conferenze,

esposizioni e seminari, proprio come avveniva in una fiera. Questa manifestazione aprirà le porte a successivi eventi digitali con il fine di dotare gli imprenditori di strumenti per il successo. Con l'arrivo della bella stagione e la diminuzione, tanto sperata, dei contagi, l'ente camerale sarà lieto di accompagnare i protagonisti in una missione d'affari in loco, con incontri personali con le aziende con cui si è entrati in contatto nelle fasi preliminari del progetto, la degna conclusione di questo ricco programma.





YOUR CHANCE TO GENERATE BIG BUSINESS AT A GLOBAL STAGE



**BOOK YOUR STAND NOW!
AND GET A WIDER REACH**

Annapoorna - ANUFOOD India

6-8 September 2021 | Bombay Exhibition Centre, Mumbai

#B-SAFE
4business

In cooperation with:

Organiser:

For more information:

info@koelnmesse-india.com
+91-22-62044800

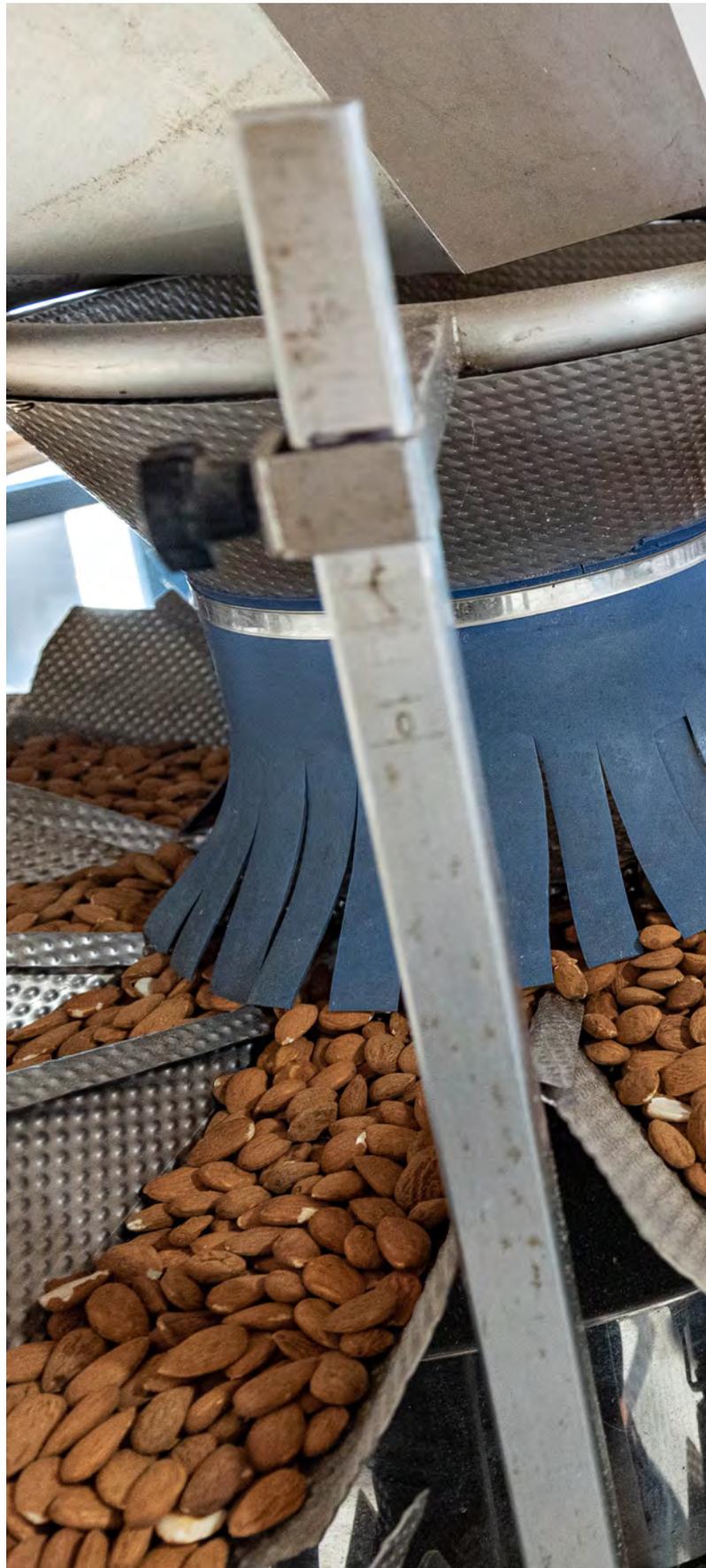




CASA DELLA MANDORLA: THE HOME OF WELLBEING

This casa is home to the professionalism, dynamism and competence of the Casa della Mandorla company. Nuts and almonds form our cornerstone and our pillars are the various aspects of wellbeing, namely the vitality of company life and the quality of our products, which meet the customer's requirements for a correct balanced diet. The windows in our house look out onto the world of retail, the HoReCa universe of food and drink and, last but not least, industrial and artisan ice cream.

Casa della Mandorla has processed and marketed nuts in various product lines since it was set up more than thirty years ago thanks to the passion of a family from Padua. It initially produced sugar-coated and salted almonds, hazelnuts and peanuts, mainly for fruit and vegetable markets and artisan companies. Today, after years of investment in research and development, it is now a modern business that enjoys well-established relationships with important Italian and international companies in the food sector. Its nuts are the key ingredient for many everyday dishes, from antipastos to dessert, and focus is now firmly on the future, with the aim of meeting new challenges and achieving new objectives.





**CASA DELLA MANDORLA:
IL BENESSERE ABITA QUI**

È una casa dove si respira professionalità, dinamismo e competenza quella dell'azienda Casa della Mandorla. La frutta secca è il suo cuore, i suoi pilastri sono il benessere - declinato in vari contesti - la vitalità nella vita aziendale e la qualità dei suoi prodotti, che vanno a soddisfare un corretto equilibrio alimentare del cliente finale. Una casa dalle finestre che si affacciano sul mondo della vendita al dettaglio (Retail), sull'universo che gravita attorno ai cibi e alle bevande (HoReCa) e, infine, alla gelateria industriale e artigianale.

Casa della Mandorla è un'attività di trasformazione e commercializzazione di frutta secca con diverse linee di prodotto, che si avvia più di trent'anni fa dalla passione di una famiglia padovana. L'inizio vedeva una produzione di mandorle, nocciole e arachidi pralinate o salate, destinate principalmente ai mercati ortofrutticoli e ai laboratori artigianali. Oggi - dopo anni di investimenti in ricerca e sviluppo - è una moderna realtà imprenditoriale, con rapporti consolidati con aziende del settore alimentare di rilevanza nazionale ed estera. La sua frutta secca si propone come ingrediente chiave di molte preparazioni quotidiane, dall'antipasto al dolce e lo sguardo è rivolto al futuro, per accogliere nuove sfide e raggiungere nuovi traguardi. Casa della Mandorla ruota intorno alla vitalità! La frutta secca è buona, sfiziosa e salutare: un mix ideale e un piacere della vita.



Casa della Mandorla is all about vitality! Nuts are good, tasty and healthy: an ideal mix and one of life's pleasures.

They are a truly healthy everyday snack, not only for those who do sport or follow a vegetarian or vegan diet, but also for anyone who wants to stay fit while treating their tastebuds. In the right amount and when properly combined with other foods, nuts are a great ally for our health and they play a primary role in our diet, thanks to their many beneficial properties and the energy boost they give our organism.

Casa della Mandorla has made its name for thanks to the many properties and possibilities offered by nuts, becoming a versatile player in various segments of the food sector. Careful attention to different market needs and great in-company flexibility, achieved through precision, method and experience means that our company has always been open to dialogue with clients, experimentation of new products and pursuit of tangible, prompt, customised solutions. We can also package our products under clients' brand names and to their recipes and guarantee consistent production standards.

www.freesnack.com





È un vero toccasana per il consumo quotidiano, non solo degli sportivi o delle persone che seguono una dieta vegetariana o vegana, ma anche di tutti coloro che vogliono rimanere in forma, senza rinunciare al gusto. Con le giuste dosi ed abbinamenti con i cibi, la frutta secca è un grande alleato della salute e gioca un ruolo di primo piano nell'alimentazione, grazie alle numerose proprietà benefiche e alla riserva di energie che garantisce all'organismo.

Casa della Mandorla fa sue le tante proprietà e possibilità che offre la frutta secca, misurandosi con elasticità in vari segmenti del settore alimentare. Grazie all'ascolto delle varie esigenze e alla sua grande flessibilità interna, raggiunta con rigore, metodo ed esperienza, l'azienda è sempre aperta al confronto con il cliente, per sperimentare nuovi prodotti e realizzare soluzioni concrete, puntuali e personalizzate. È inoltre possibile confezionare il prodotto a marchio del cliente, secondo le proprie ricette e garantendo standard continuativi nella produzione.

www.freesnack.com

Trenta grammi al giorno!

La proposta studiata per una settimana intera: una confezione da 210 grammi garantisce la dose giornaliera consigliata, ovvero *Trenta grammi al giorno*, per 7 giorni!





Despar e' "l'insegna dell'anno"



Despar è insegna dell'anno, la più amata dagli italiani nella categoria supermercati. Lo ha attestato la speciale ricerca che dal 2003 sottopone al giudizio dei consumatori il commercio al dettaglio per ogni nazione, secondo un'ampia serie di parametri come prezzo, assortimento, assistenza, servizio, competenza, informazioni, aspetto e facilità d'acquisto.

Oltre 200mila italiani hanno partecipato nel 2020 al sondaggio per scegliere, nelle diverse categorie merceologiche, i propri marchi preferiti e Despar è risultata al primo posto nella speciale classifica che paragona il gradimento tra i supermercati in Italia.

"In questo particolare anno, in cui i supermercati hanno avuto un ruolo ancora più centrale, questo premio ha un valore ancora più importante - ha dichiarato Harald Antley Amministratore delegato di Aspiag Service Despar Nord-Est -. Questo riconoscimento mette in luce la nostra capacità di eccellere in quello che noi consideriamo strategico: essere vicini ai nostri territori e a tutti i bisogni dei nostri clienti, avere prezzi bassi, qualità del servizio e dei prodotti, ma anche essere buoni cittadini, capaci di rispondere alle richieste della comunità e garantire sviluppo economico, temi sui quali ci siamo concentrati quest'anno nel Nord Est e in Emilia Romagna.

Un ruolo importante e strategico lo hanno ricoperto anche i nostri imprenditori affiliati Despar che, presenti capillarmente nei nostri territori, sono riusciti a rispondere prontamente alle numerose esigenze dettate da questo particolare periodo, riuscendo anche

ad aprire 11 nuovi negozi, ristrutturandone 8 e migliorando così la qualità del servizio e la presenza sul territorio."

Il tema del lavoro è centrale in questa fine 2020: "In un anno il mondo è cambiato - ha dichiarato Harald Antley Amministratore de-



legato di Aspiag Service Despar Nord-Est - ma Aspiag Service ha continuato e continuerà a investire.

Nell'anno della pandemia abbiamo avuto tre direttrici di investimento: apertura di punti vendita e supporto all'occupazione, valorizzazione dei prodotti tipici e delle filiere locali come aiuto allo sviluppo delle produzioni autoctone, investimento nel settore ambientale e in quello della sicurezza, impegno, quest'ultimo, che ci ha permesso di ottenere, con largo anticipo rispetto alla normativa, la certificazione ISO 45001 che ha consentito all'azienda di migliorare ulteriormente gli standard precedenti.

Questi elementi ci legano ai territori e ci legano ai nostri clienti, e questo premio è collegato a quello che vendiamo, a come lo vendiamo, ma anche e soprattutto a chi siamo".

Nel 2020 Aspiag Service Despar Nord-Est ha infatti aperto 9 nuovi punti vendita diretti (nelle prossime settimane sarà inaugurato il Despar di Crespellano in Emilia Romagna) e continuando ad assumere personale. Sono circa 200 i nuovi colleghi che quest'anno sono entrati a far parte della nostra famiglia grazie all'apertura di nuovi punti vendita: di questi, 110 sono persone già esperte, integrate in azienda nell'ambito del consistente impegno, che ha riguardato in particolare il Veneto, a recuperare e ristrutturare due punti vendita preesistenti e destinati alla chiusura a seguito della crisi del gruppo cui precedentemente appartenevano.

Aspiag Service conta a oggi circa 8.480 dipendenti e 85 punti vendita di proprietà in Veneto, 79 in Friuli Venezia Giulia, 23 in Emilia Romagna e 60 nelle province autonome di Trento e Bolzano, cui si sommano 323 negozi associati.





OLIO LUGLIO, SINCE 1953

Great expanses of olive trees, table-lands furrowed by the man's hand and bright chromatisms are the frame of the characteristic town of TERLIZZI, in the north of Bari. It's here that our family's roots are and where the family started the manufacture of a "nectar" called extravirgin olive oil in 1953. Their attachment to tradition and the attention to the changings of time make the Luglio's firm a point of reference for the working process of the Baresan oil, the most esteemed in the world by experts. The control of the countryside cultivation, the bottling process and the finished products trade are the pride of the Luglio's.

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

Medsol srl is one of the biggest bottler companies in PDO Terra di Bari Extra Virgine olive





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,

oil PDO "TERRA DI BARI" EXTRA VIRGIN OLIVE OIL.

(The Protected Designation of Origin) is the important recognition for the value and the quality by which the European Community assures customers about the geographical area of origin and the uniqueness of olive oil production methods in "Terra di Bari".

Environmental conditions and the cultivation methods make our "Terra di Bari" PDO extravirgin olive oil a precious oil. Luglio considers very important the traditional ways of cultivating and pruning olives in order to preserve all their original characteristics.

Medsol provides Italian and international customers with the same attention to quality, ensuring full traceability of products. We are certified IFS, BRC, Kosher and Halal.

www.olioluglio.it





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 spicca per la sua autenticità e per le sue note proprietà benefiche, l'olio EVO D.O.P. (denominazione di origine protetta).

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.

www.olioluglio.it



Legumi Schioppi: a wide range of products, selected and of high quality, with the taste of an ancient tradition

Legumi Schioppi is a modern reality that makes of its history and tradition the key points to interpret present and future.

It all began at the beginning of the 1900s, when Pasquale Schioppi and his son Luigi, among many difficulties, started the commercialization of cereals and dried legumes, collecting the product from the best production areas at a national level. Luigi Schioppi, thanks to his strong entrepreneurial intuition and his high knowledge of the product, has always set as the primary objective of his activity that of offering to the consumers a product selected with love and competence in order to guarantee on the table products of indisputable quality and without compromises.

In over 80 years, the brand has gone through continuous changes and implementations, demonstrating, with facts in hand, that it has been able to adapt to market changes, with





LEGUMI SCHIOPPI: UN'AMPIA GAMMA DI PRODOTTI, SELEZIONATI E DI ALTA QUALITÀ, DAL SAPORE DI UNA TRADIZIONE ANTICA

Legumi Schioppi è una realtà moderna che fa della sua storia e tradizione i punti cardine per interpretare presente e futuro. Tutto ebbe inizio agli inizi del '900 quando Pasquale Schioppi e il figlio Luigi, tra non poche difficoltà cominciarono la commercializzazione di cereali e legumi secchi, ritirando il prodotto dalle migliori zone di produzione a livello nazionale. Luigi Schioppi, grazie al suo spiccato intuito imprenditoriale e alla sua elevata conoscenza del prodotto, ha sempre posto come obiettivo primario della sua attività quello di offrire ai consumatori un prodotto selezionato con amore e competenza per garantire in tavola prodotti qualitativamente indiscutibili e senza compromessi.

In oltre 80 anni, il brand ha attraversato continui cambiamenti ed implementazioni dimostrando, fatti alla mano, di aver saputo adeguarsi ai cambiamenti del mercato, con continua ricerca della materia prima a livello internazionale, adottando sempre gli ultimi ritrovati della tecnica, sia di lavorazione che di confezionamento. Tante e notevoli sono state le novità e le trasformazioni aziendali, tranne una: la passione per un prodotto povero ma non semplice e mai scontato.

L'approvvigionamento delle materie prime, oggi più di ieri, avviene tramite canali nazionali ed internazionali sulla base dei più elevati standard qualitativi. Grandi investimenti e risultati si sono ottenuti nel controllo qualità che oggi è ormai costante in ogni fase di lavorazione, dall'ingresso della merce sino al confezionamento finale. Nulla è lasciato al caso. Nel 2004 il brand ha ricevuto il prestigioso premio Mercurio D'oro a testimonianza dei meriti imprenditoriali.

Dal 2008 l'azienda, ormai a carattere industriale, è certificata ISO:9001/2000 e successivamente ISO:9001/2008 tramite il TUV ITALIA che ne certifica l'inappuntabilità di tutte le fasi di lavorazione: dall'acquisto della materia prima fino alla consegna nei punti vendita del prodotto finito.

I tanti apprezzamenti dei consumatori che ogni giorno portano in tavola i prodotti di Legumi Schioppi, la cui gamma è costantemente arricchita da diverse novità, gratificano l'impegno quotidiano dell'azienda, oltre ad un costante aumento di fatturato, di innovazione di prodotto e di processo.



conti-nuous research of raw materials at an international level, always adopting the latest technology, both in processing and packaging.

Many and remarkable have been the novelties and the business transformations, except one: the passion for a poor but not simple and never obvious product.

The supply of raw materials, today more than ever, takes place through national and international channels based on the highest quality standards.

Great investments and results have been obtained in the quality control that today is constant in every phase of processing, from the entry of the goods until the final packaging. Nothing is left to the case. In 2004 the brand received the prestigious Mercurio D'oro award as a testimony of its entrepreneurial merits.

Since 2008 the company, now an industrial company, is certified ISO:9001/2000 and then ISO:9001/2008 by TUV ITALY that certifies the impeccability of all processing phases: from the purchase of raw materials to the delivery of the finished product to the stores.

The many appreciations of consumers who every day bring to the table the products of Legumi Schioppi, whose range is constantly enriched by several new products, gratify the daily commitment of the company, as well as ensuring a constant increase in profit, product and process innovation.

Nowadays, the product line is remarkably wide and deep regarding the brand's core-business: dried legumes, cereals, soups, "insalariso", special flours and pop-corn. From a spin-off of the brand was then born in 2016 a project of range expansion that allowed the brand the fulfillment of the references with bronze-drawn pasta, special salts and fine spices.

In 2020, with great confidence towards the future, the brand renews itself with a new packaging and corporate identity project that will end in 2021 with the launch of a new e-commerce project aimed at supporting a process of bringing the customer closer to the brand and a change in distribution channels.

Who loves eating well, chooses Schioppi products!

www.legumischioppi.com



Ad oggi la linea di prodotti è notevolmente ampia e profonda per quanto riguarda il core-business del brand: legumi secchi, cereali, zuppe, "insalariso", farine speciali e popcorn. Da uno spin-off del brand è poi nato nel 2016 un progetto di ampliamento di gamma che ha permesso al brand il completamento delle referenze con pasta trafilata al bronzo, sali speciali e spezie di pregio.

Nel 2020, con grande fiducia verso il futuro il brand si rinnova, con un nuovo progetto di packaging e di corporate identity che si concluderà nel 2021 con il lancio di un nuovo progetto e-commerce volto ad assecondare un processo di avvicinamento del cliente al brand e di cambiamento nei canali distributivi.

Chi ama mangiar bene, sceglie i prodotti Schioppi!

www.legumischioppi.com

Bontà e salute in tavola



Dal 1930, Schioppi è sinonimo di tradizione e amore per la terra

Era circa il 1930 quando abbiamo iniziato a selezionare i migliori legumi provenienti dalle migliori aree di produzione nazionali. Oggi Schioppi, a distanza di 90 anni e con immutata passione, continua a seguire gli stessi ideali, importando cereali e legumi dalle migliori zone di produzione mondiali con l'obiettivo di offrire ai consumatori sempre prodotti sicuri di elevata qualità.

LEGUMI DAL 1930

www.legumischioppi.com



MULINO DEI BIANCHI A 700 YEARS LONG HISTORY

The farm on which it rised up the Mulino dei Bianchi belonged to one such madonna Liuccia, not better identified. From the historical documents it can be deduced that it was practiced actively agriculture of cereals at least from 1377, when, perhaps as a result of the testament of madonna Liuccia, the farm results in property of the hospital of the Bianchi of Gubbio until the year 1655. Subsequently, it was acquired by a noble Umbrian family, the Zitelli, owners until 1845, when it was in possession of the marquis Antonio Benveduti. At the beginning of the 1900s, the Silvioli family moved from the Marches to Gubbio and began to work for the Marquis from whom they bought the farm in the 1960s.

Agriculture, is a far back in time vocation in the Silvioli estate of Vocabolo Mulino dei Bianchi in Gubbio. An agricultural tradition accepted and renewed by new generations, with the production of agricultural handcrafted beers made of barley and wheat from our lands.

Tradition and modernity for a non-filtered, non-pasteurized, and non-bottle re-fermented craft beer; a product of excellence for refined and spartan tables, in combination with products of the land but also of the sea.

www.mulinodeibianchi.it



IL MULINO DEI BIANCHI. UNA STORIA LUNGA 700 ANNI

Il podere su cui sorgeva il Mulino dei Bianchi appartiene ad una tale madonna Liuccia, non meglio identificata. Dai documenti storici si può dedurre che si praticasse attivamente agricoltura di cereali almeno dal 1377, quando, forse in seguito al testamento di madonna Liuccia il podere risulta in proprietà dell'ospedale dei Bianchi di Gubbio fino all'anno 1655. Successivamente fu acquistato da una nobile famiglia umbra, gli Zitelli proprietari fino al 1845, quando risulta in possesso del marchese Antonio Benveduti. Ai primi del '900 la famiglia Silvioli si trasferisce dalle marche a Gubbio e comincia a lavorare per il marchese dal quale poi acquisterà il podere negli anni '60.

L'agricoltura, una vocazione lontana nel tempo nella tenuta Silvioli di Vocabolo Mulino dei Bianchi a Gubbio.

Una tradizione agricola accolta e rinnovata dalle nuove generazioni, con le produzioni di birre agricole artigianali di orzo e frumento delle nostre terre.

Tradizione e modernità per una birra artigianale non filtrata, non pastorizzata e non rifermentata in bottiglia; un prodotto di eccellenza per tavole raffinate e spartane, in abbinamento ai prodotti della terra ma anche del mare.

www.mulinodeibianchi.it





La start up toscana lancia il concetto di transizione digitale in uno dei prodotti più tradizionali

PASTA ITALIANA: dall'1.0 al 4.0, il cloud e' realta'

La qualità del prodotto finale raggiunta con minimo sforzo e massimo controllo da parte del produttore. Ecco come cambia l'industria della pasta italiana con l'innovazione del sistema "Airlight" un brevetto studiato in Toscana, a Pistoia, da un gruppo di giovani progettisti

"Tradizione e innovazione". Una delle frasi sempre più ricorrenti di questo secolo che i giovani progettisti di AMT, start up di Pistoia, in Toscana, hanno preso alla lette-

ra dettando quello che nel settore della produzione di pasta potrebbe diventare il verso passaggio dal tradizionale al digitale. Nasce sotto l'ombra del 4.0 infatti la prima trafila a temperatura





controllata gestibile nella quasi totalità dei processi da smartphone e tablet. Il salto è quindi presto fatto: si va dall'1.0 al 4.0 in un settore in cui ancora i sistemi guardano alla tradizione.

«Le aziende stanno affrontando la nuova rivoluzione industriale e come tutti i grandi cambiamenti c'è sempre un periodo di transizione difficile dal vecchio al nuovo – spiega il CEO di AMT, Daniele Foto – ma le imprese hanno compreso la necessità di adottare le nuove tecnologie digitali per ottimizzare i processi produttivi ed essere più efficienti».

Industria 4.0 e Cloud. Le trafilatrici Airlight sono dotate di alcuni sensori che comunicano

Quando una storia è sincera, diventa universale.

È così che il nostro vino, dal cuore di Verona e della Valpolicella, ha viaggiato per il mondo, sulle tavole dei ristoranti, degli hotel prestigiosi, ma anche delle case; ha abbracciato dialetti diversi, incontrando gusti e intrecci di sapore inaspettati.

È il vino di Verona, ma lo conoscono tutti.
Sartori. Vini da condividere dal 1898.



www.sartorinet.com



SARTORI
DI VERONA

molto flessibile e ci permette di creare un prodotto personalizzato in base alle preferenze del cliente e non è necessario effettuare alcuna modifica alla pressa, in alcuni casi si tratta di un vero Plug&Play mentre in altri è necessario effettuare un minimo di progettazione.

AMT: tecnologia italiana per uno dei prodotti simbolo del Made in Italy. AMT nasce il 31 luglio del 2019 a Pistoia, sotto forma di start up innovativa, con l'obiettivo di portare sul mercato un rivoluzionario metodo di fare pasta.

La tecnologia Airlight rappresenta il futuro dei pastifici, un nuovo metodo di fare un prodotto tradizionale aumentandone qualità, genuinità e sicurezza portando sulle tavole degli italiani un piatto di pasta ancora più buono.

LA NOSTRA TRAFILA 4.0

Verso l'ottimizzazione del processo

Le alte pressioni di esercizio possono causare un surriscaldamento delle trafile e del prodotto compromettendone la qualità e le proprietà organolettiche stesse.

Gli impianti più avanzati contengono il calore con dei sistemi di raffreddamento ad acqua ma non prevedono un controllo della temperatura efficace sulla trafilata stessa che è il componente più sollecitato.

Per la prima volta, grazie al sistema Airlight™, si ha un'ottimizzazione del processo produttivo grazie ad un completo controllo della temperatura in tutte le fasi di estrusione. Anche gli impianti meno recenti possono adottare la tecnologia Airlight™ e fare un valido upgrade alle linee di produzione. È inoltre possibile rivisitare i componenti mecca-



acquainbrick

PACKAGE WITH A
HIGH PERCENTAGE
OF RENEWABLE
RAW MATERIALS



A different and modern way of drinking water, to shape new patterns for on-the-go consumption. Good water in a fully sustainable and customizable carton package, made of over 70% of plant-based materials.

@acquainbrick



eco-friendly
choice



recyclable
packaging



more nature
less plastic



safe for consumption
in pediatric age

Ready to change?

Be part
of the change on
acquainbrick.it

nici ed elettrici delle presse per incrementare la produttività.

La temperatura ideale in pochi minuti

Le trafilare Airlight™ raggiungono la temperatura selezionata in pochi minuti con un solo e semplice tocco da remoto oppure direttamente da bordo macchina. Con il sistema Airlight™ il calore si distribuisce in modo omogeneo e viene mantenuto costante nel tempo. Le trafilare tradizionali, prima di essere installate nella pressa, richiedono un preriscaldamento iniziale in vasche d'acqua calda, seguito successi-

vamente da un tempo limitato di estrusione di setup. Con il sistema Airlight™ non è più necessario preriscaldare le trafilare e non serve più estrarre prodotto per portare le temperature a regime. In pochi minuti la trafilare, una volta installata nella pressa, sarà pronta per la produzione e permetterà di risparmiare:

- Tempo
- Acqua
- Gas

Per informazioni sul progetto
www.amt-srl.net

INSIGHTS





VERY IMPORTANT CHEESE

The gift box "Very Important Cheese", encloses three musts of the sicilian dairy tradition. The cheeses are produced by Nebrolat, a dairy which lies in the NATURAL PARK OF THE NEBRODI mounts at 1,200 metres above sea level. It is an unpolluted oasis where fresh air is the secret ingredient of the Nebrolat cheeses.

- **Sicilian pdo (protected designation origin) pecorino**, in cuts of about 300 grams. It is hard half-cooked cheese, produced with whole and raw ovine milk, coming from animals bred in the area of the NEBRODI MOUNTS exactly where Nebrolat produces its cheeses.
- **Terra mia cheese (my homeland cheese) with pystachios** inside the cheese and pystachios in grains on the cheese rind, it's a Sicily-shaped cheese (with patent no. Mise aoo...) It is a pressed primo sale cheese in a new shape: the shape of Sicily. Produced with ovine and caprine milk, all of which rigorously sicilian. Inside the cheese there are large quantities of pystachios into pieces and the rind is covered with pystachios in grains. It is a fresh cheese which does not contain neither preservatives nor lactose.
- **Matured sicilian provola with verdello lemon**. It is a hand-made flaky cheese. During the molding phase a verdello lemon, which matures along with the provola, is added inside the cheese. The cheese has got a taste of lemon, very pleasant and delightful for the palate.

The cheeses inside the box are very versatile, they can be used natural or for cooking.





VERY IMPORTANT CHEESE

La confezione regalo "Very Important Cheese", racchiude al suo interno tre must della tradizione casearia siciliana. I formaggi sono prodotti da Nebrolat, nel PARCO NATURALE DEI MONTI NEBRODI a mt. 1200. Un'oasi incontaminata, dove l'aria pura è l'ingrediente segreto dei formaggi Nebrolat.

- **Pecorino siciliano dop**, in trancio da gr. 300 Ca. È un formaggio a pasta semicotta e dura, prodotto con latte ovino intero e crudo, proveniente da animali allevati nella zona dei MONTI NEBRODI, luogo in cui l'azienda Nebrolat produce i suoi formaggi.
- **Formaggio terra mia al pistacchio** con pistacchio in pasta e granella di pistacchio in crosta a forma di Sicilia, (con brevetto nr. Mise aoo_pit. Registro ufficiale U.0382590.05.11.2018). È un formaggio primo sale a pasta pressata, prodotto con latte ovino e con latte caprino tutto rigorosamente siciliano in una forma Nuova, la forma della Regione Sicilia. La pasta leggermente occhiata viene addizionata generosamente con pistacchi spezzettati e ricoperta in crosta con granella di pistacchi. Formaggio fresco senza conservanti e naturalmente privo di lattosio.
- **Provola stagionata siciliana con limone verdello**, è un formaggio a pasta sfoglia lavorato a mano, durante la fase di formatura della provola viene aggiunto al suo interno un limone verdello che matura man mano che stagiona la provola, il formaggio rilascia un retrogusto di limone, molto gradevole al palato.

I formaggi contenuti nella scatola sono molto versatili, possono essere utilizzati tal quali o impiegati per uso culinario.



RECIPES:

1) VALTELLINA AIR-CURED BEEF (BRESAOLA) WITH FLAKES OF LEMON PROVOLA:

Place bresaola in slices on a plate, grate some lemon provola in flakes or strips, sprinkle with evo oil, lemon juice and ground black pepper.

2) TERRA MIA CHEESE WITH PYSTACHIOS

Place the sicily-shaped cheese "terra mia" on a chopping board.

Cut the cheese in thin slices vertically, keeping the shape of sicily.

"Enjoy a slice of sicily" for a very important sicilian happy hour tasting it together with raw vegetables with an oil dipping sauce.

3) PDO SICILIAN PECORINO CHEESE

Place the pdo sicilian pecorino cheese in cuts on a chopping board and enjoy it with honey or marmalade of tropea onions.

www.nebrolat.it



RICETTE

1) Bresaola della valtellina con scaglie di provola al limone:

Disporre le fette di bresaola su un piatto, grattugiare a scaglie o a filetti julienne la provola al limone verdello, cospargere con olio evo, succo di limone e pepe nero. Buon appetito.

2) Terra mia al pistacchio:

Adagiare il pezzo di formaggio **Terra Mia al pistacchio a forma di Sicilia** su un tagliere. Tagliare la forma a fette sottili in senso verticale, mantenendo intatta la forma della Sicilia. "Gustare una fetta di Sicilia" per un **very important aperitivo siciliano** oppure accompagnatelo con pinzimonio di verdure fresche;

3) Pecorino siciliano dop:

Adagiare il trancio di **pecorino siciliano dop** su un tagliere e gustatelo accompagnato con del miele o con composta di cipolle di tropea.

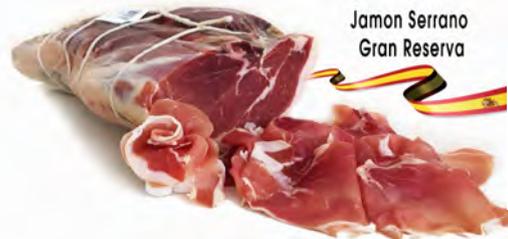
www.nebrolat.it



Since 1980

Tracciabilità e filiere uniche, sono il nostro primo ingrediente

FOOD SPECIALITIES



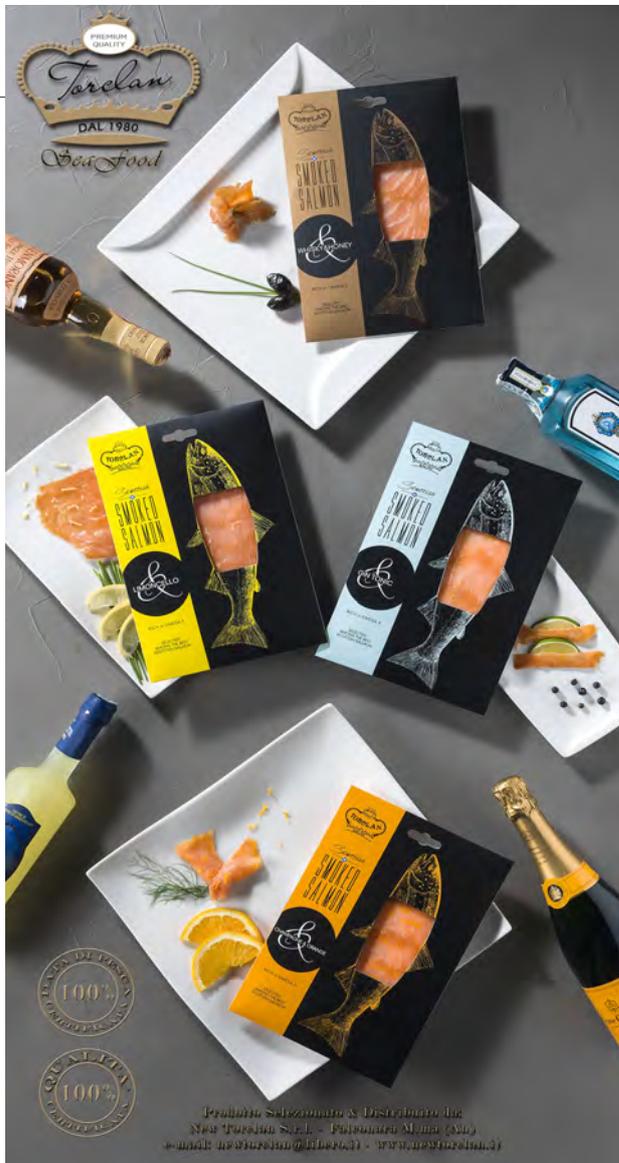
New Torclan S.r.l. is a food import company, transmitted for generations.

After several years of impeccable service with most of the supermarket chains in Italy, is renewed with a new company type younger and fresher. The tradition of service and teaching have not changed, but we are doing everything to improve every day using innovative technologies and instruments that the market requires, to give our customers always the best.

Nowadays we try to be at the forefront of all products with all possible examinations to avoid problems to our customers, from prevention to examinations related to European Health regulations, to FSC certification of packaging to avoid environmental impacts. Soon all our products will be correlated with QrCode traceability, to allow anyone to check the true origin and stock of each product.

www.newtorclan.com





Prodotto, Selezionato & Distribuito da
New Torclan S.r.l. - Falconara M.ma (An) Italia
e-mail: newtorclan@libero.it - www.newtorclan.it

catalogue

SPECIALITÀ ALIMENTARI

La New Torclan S.r.l. è un'azienda importatrice di specialità alimentari, tramandata per generazioni.

Dopo vari anni di servizio impeccabile fatto con la maggior parte delle catene di supermercati in Italia, si rinnova con una nuova tipologia aziendale più giovane e fresca, la storicità del servizio dato e l'insegnamento non sono cambiati, ma stiamo facendo di tutto per migliorare ogni giorno avvalorandoci di tecnologie e strumentazioni innovative che il mercato richiede, per dare ad i nostri Clienti sempre il massimo.

Ad oggi cerchiamo di essere all'avanguardia su tutti i prodotti con tutti gli esami possibili per evitare problemi ai nostri clienti, dalla prevenzione agli esami legati alle normative Sanitarie Europee, alla certificazione FSC degli imballi per evitare impatti ambientali. Presto tutti i nostri prodotti saranno correlati di QRCode di tracciabilità, per permettere a chiunque di controllare la vera origine e storia di ogni singolo prodotto.

www.newtorclan.com



New Torclan S.r.l.

Via Del Consorzio n.34

60015 Falconara M.ma (An) Italia

P.I. 02563700422

Tel.-Fax: +39 0719188657



I nostri imballi
pensano alla natura



Scottish King
GENUINE SCOTTISH SALMON



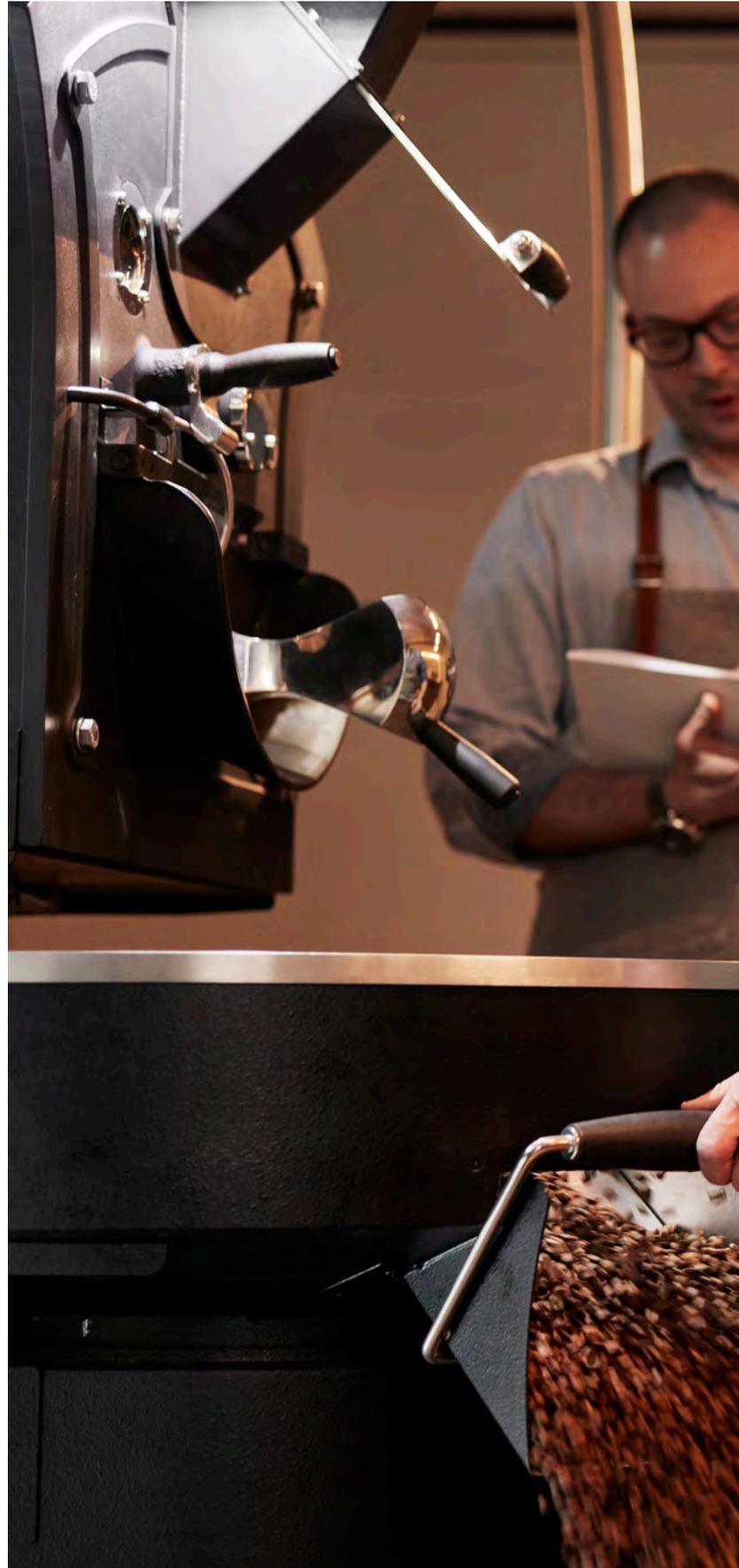


DIEMME EXPANDS ITS COFFEE PREMIUM LINE

A broad and complete high-profile coffee offer is what the historical roasting company Diemme is proposing today, by developing dedicated projects in the horeca, retail and OCS.

Founded in Padova in 1927 by Romeo Dubbini, the company is today run by the grandchildren Giannandrea and Federico: a business grounded on roots, yet looking to the international panorama. Widespread by its own brand in bars, restaurants and facilities in the Northern-Central part of Italy and in more than 40 countries in the export, Diemme can rely on a full-fledged knowledge of the **Ho.Re.Ca**: Diemme is in fact part of a Group which includes the direct management of some coffee-shops and of an up-to-date format of cafeterias Caffè Diemme Italian Attitude.

Such know-how has been recently implemented by strongly investing in technology and professional training. **Diemme Academy** is the result of this, as a new hub for the operators in the sector holding multi-level training courses on the world of cafeteria, including the **SCA** programme (Specialty Coffee Association) and the **LAGS** (Latte Art Grading System), but also courses on food&pastry, bartending and fast food.





DIEMME ESPANDE LA GAMMA PREMIUM PER IL SETTORE CAFFÈ

Un'offerta ampia e completa di caffè di alto profilo è quanto propone oggi la storica torrefazione Diemme, che ha sviluppato progetti dedicati sia al settore del fuori casa, sia al **mercato retail e OCS**.

Fondata a Padova nel **1927** da Romeo Dubbini, l'azienda è oggi guidata dai nipoti Giannandrea e Federico: una realtà legata quindi alle radici, ma con uno sguardo rivolto agli scenari internazionali. Presente con i propri marchi in bar, ristoranti e strutture ricettive del Nord e Centro Italia e di oltre 40 Paesi esteri, Diemme può contare su una conoscenza a tutto tondo del canale **Ho.Re.Ca.**: fa parte infatti di un Gruppo che vanta la gestione diretta di locali e del format di caffetteria evoluta Caffè Diemme Italian Attitude.

Tale know-how è stato di recente rafforzato anche investendo in crescita tecnologica e formazione professionale. Ne è la prova **Diemme Academy**, il nuovo polo di specializzazione per gli operatori del settore, che organizza percorsi didattici a più livelli sul mondo caffetteria, compresi i moduli del **programma SCA** (Specialty Coffee Association) e **LAGS** (Latte Art Grading System), ma anche su food&pastry, bartending e ristorazione veloce.

Just in the heart of the Academy is the **Roastery&Research** lab, dedicated to the control of the entire supply chain, the analysis, the selection of the beans and the development of new products through high-precision tools and a real artisanal approach. This is the department where all the lines for retail, OCS and the special tailor-made projects for the Diemme's partners are devised and finalised.

The high-quality standard is even more guaranteed by a last-generation roasting facility, which allows to obtain the maximum uniformity and quality of the final product. Among these facilities, **Cimbria Sea Chromex** is worth mentioning, as it can eliminate the primary and secondary flaws in the green coffee, as well as decrease the discrepancy of the beans until the 0%.

www.diemmeattitude.com





Nel cuore dell'Academy si trova anche il **laboratorio Roastery&Research**, dedicato al controllo dell'intera filiera produttiva, all'analisi e selezione dei chicchi e allo sviluppo di nuovi prodotti con strumenti di precisione e un approccio di tipo artigianale. Proprio qui vengono studiate le linee per il settore retail e OCS, nonché i **progetti speciali tailor-made** per i partner Diemme.

L'alto standard qualitativo è inoltre garantito da un impianto di tostatura di ultima generazione, che consente di ottenere il massimo livello di uniformità e qualità del prodotto finale. Tra le tecnologie utilizzate spicca la **Cimbria Sea Chromex**, in grado di eliminare difetti primari e secondari del caffè crudo, nonché di abbassare la percentuale di difformità dei chicchi fino allo 0%.

www.diemmeattitude.com



We treat every single **coffee bean**,
like it's **the only one**

Diemme[®]
Coffee roasters in Italy since 1927

Peru is the guest country of honor at "Asia Fruit Logistica on 2020"

- *Asia is the third biggest market for the Peruvian agri-food export industry.*
- Grapes, cranberries, avocados and mandarins are the top fresh Peruvian products imported by Asia

Peru will once again be the Official Partner Country at the virtual edition of the 'Asia Fruit Logistica ON' fresh food trade fair, considered to be the most important fair of its kind in Asia, which takes place from 18 to 20 November, according to PROMPERÚ, the Peruvian Commission for the Promotion of Exports and Tourism (PROMPERÚ).

The Peruvian delegation's challenge will be to reach both the retail industry and

the final consumer, and to do so it will roll out a variety of promotional campaigns in conjunction with the sector's brand names: 'Super Foods Peru', 'Coffees from Peru' and 'Pisco, Spirit of Peru', thus firmly positioning Peruvian products in consumers' minds.

The planned activities will include show-cooking sessions to promote Peruvian gastronomy along with its food sector, and demonstrations of pisco-based cocktails.





IL NOSTRO ZUCCHERO È AMARO PER CHI SFRUTTA

Altromercato da oltre 30 anni crea filiere equosolidali, una di queste è la **filiere etica dello zucchero**.

UNA FILIERA:

AD ALTO IMPATTO SOCIALE



A BASSO IMPATTO AMBIENTALE



DI CUI FIDARSI



CHE DISTRIBUISCE VALORE



Migliaia di coltivatori in 8 paesi del Mondo danno vita alla gamma degli zuccheri Altromercato, **simbolo di biodiversità e sostenibilità**:

Zuccheri di canna integrali biologici:
MASCOBADO, DULCITA, DORADA



Zuccheri di canna grezzi centrifugati biologici:
PICAFLOR, DEMERARA, MANDUVIRÀ



Zucchero integrale di cocco biologico:
FIORDICOCCO



🐦 @ f 📺 in | WWW.ALTROMERCATO.IT



In addition, a strategic partnership will be closed between the Singapore firm KOL and the 'Super Foods Peru' brand to develop recipes that feature Peruvian foodstuffs, which will be promoted by influencers Fiona Loh and Jamie Yeo to give consumers a closer insight in to Peruvian products, to encourage them to try out new flavors and show them how to make exciting new dishes.

This campaign will be replicated with all the KOLs: Mr. Tao, Mr. Nhong, Mr. Fahsai Fitness Trainer, Mr. Phatsakorn, Dr. Aut, Mr. Prot, Mr. Boat and Mr. Mike in Thailand, and with KOLs Tan Chia Yong and Clarence Wong in Malaysia.

The Peruvian delegation taking part in Asia Fruit Logistica ON will comprise Agrícola Chapi (grapes, asparagus, avocados, pomegranates), POMICA (pomegranates), AGUALIMA (cranberries, tangerines, avocados and asparagus), ASGLOBALFRES (mangos, mandarins, grapes, avocados, ginger and

cranberries) and VISON'S PERU (cranberries, avocados, snow peas, pomegranates, citrus fruits, and mangos), the same companies that meet all the phytosanitary regulations demanded by the Asian nations and boast extensive experience in fresh food markets.

Peru has been taking part in this Asian trade fair for the last ten years, which has enabled it to penetrate this market with a number of products, including grapes, cranberries, avocados, mandarins and pomegranates, among others.

The Peruvian delegation enjoys the support of PROMPERÚ's trade offices in Asia which work to increase the demand for Peruvian produce by opening up new markets by means of establishing strategic partnerships, signing new export protocols, and implementing tactical promotional campaigns aimed at both retailers and end consumers.





EUROAGRUMI: quality thanks to a sustainable and advanced agriculture

The Consorzio Produttori Ortofrutticoli Euroagrumi was founded in 1986 for the offer of citrus productions and the relative commercialization on the national and foreign market, both through traditional distribution channels (wholesale markets) and through the points of sale of some large-scale retail chains.

The number of cooperatives joining the consortium has progressively increased over the years and currently, the sale of products uses the commercial brand of the Consortium, combined with that of individual cooperatives whose products covered by accredited brands, enjoy considerable appreciation on different consumer markets.





**EUROAGRUMI: LA QUALITÀ GRAZIE
AD UN'AGRICOLTURA SOSTENIBILE
E ALL'AVANGUARDIA**

Il Consorzio Produttori Ortofrutticoli Euroagrumi nasce nel 1986 per l'offerta delle produzioni agrumarie e la relativa commercializzazione sul mercato nazionale ed estero, sia attraverso canali distributivi di tipo tradizionale (mercati all'ingrosso), sia attraverso i punti vendita di alcune catene della GDO.

Il numero di cooperative aderenti al consorzio è progressivamente aumentato negli anni e attualmente la vendita dei prodotti impiega il marchio commerciale del Consorzio, abbinato a quello delle singole cooperative le cui produzioni coperte da marchi accreditati, godono di un notevole apprezzamento sui diversi mercati di consumo.

Il Consorzio in massima parte si dedica alla coltivazione degli agrumi e del fico d'India, pianta che sintetizza date le sue intrinseche caratteristiche le logiche della economia circolare tanto care al Consorzio, non solo infatti del fico d'India si recupera tutto, persino la buccia, ma sono anche sufficienti solo 20 litri d'acqua per ottenere 1 kg di raccolto, mentre per lo stesso quantitativo ad esempio di arance ne servono ben più di 200 litri.

Euroagrumi investe molto nella ricerca, dedicando grandi sforzi a pionieristici studi per individuare soluzioni di irrigazione che consentano un minore stress idrico e innovative metodologie di coltivazione a basso impatto ambientale, che favoriscano un risparmio energetico e la raccolta di un prodotto di maggior qualità.

Grazie ad uno studio ormai quasi completato, svolto in collaborazione con l'istituto di idraulica agraria dell'Università di Catania, l'impiego di queste nuove metodologie consente un risparmio di oltre il 30% di acqua di irrigazione e a parità di quantitativo di prodotto raccolto, un incremento della qualità dello stesso.

È invece in fase di sperimentazione un sistema di agricoltura compatibile per la coltivazione di piante ortive, che applica un concetto di agricoltura ispirato alla fisica quantistica che consentirebbe di evitare ad esempio l'impiego di stallatico, rame e zolfo nelle coltivazioni.

Grazie a studi fatti sulla frequenza d'onda elettroma-

The Consortium is mainly dedicated to the cultivation of citrus fruits and prickly pears, a plant that synthesizes, given its intrinsic characteristics, the logic of circular economy so important to the Consortium. Not only of prickly pears everything is recovered, even the peel, but only 20 liters of water are needed to obtain 1 kg of crop, while for the same amount of oranges, for example, it takes more than 200 liters.

Euroagrumi invests a considerable amount in research, dedicating great efforts to pioneering studies to identify irrigation solutions that allow less water stress and innovative cultivation methods with a low environmental impact, which favor energy savings and the harvesting of a higher quality product.

Thanks to a study now almost completed, carried out in collaboration with the Institute of Agricultural Hydraulics of the University of Catania, the use of these new methodologies allows a saving of more than 30% of irrigation water and, with the same quantity of collected product, an increase in the quality of the same.

It is currently being investigated a system of compatible agriculture for the cultivation of vegetable plants, which applies a concept of agriculture inspired to quantum physics that



would allow avoiding, for example, the use of manure, copper, and sulfur in crops. Thanks to studies carried out on the electromagnetic wave frequency of the soil and that of the seed, in fact, it has been observed a great-





er speed in the growth of plants, which would grow healthier and immune to attacks by parasites.

The effort of Euroagrumi in research is consistent and the intent is always to find a system of sustainable agriculture, which is carried out with respect for the environment, and for this reason, all plants are equipped with electrical energy systems, powered by photovoltaic energy, which not only make the companies self-sufficient but allow them to produce surplus energy to be fed into the network, in what is the logic of circular economy.

An example of excellence, therefore, that of Euroagrumi, which combines technology with respect for the environment to deliver to the consumer a product of the highest quality.

www.euroagrumi.it

genetica del terreno e quella del seme infatti, è stata constatata una maggior velocità nella crescita delle piante, che addirittura crescerebbero più sane e immuni agli attacchi dei parassiti. L'impegno di Euroagrumi nella ricerca insomma è consistente e l'intento è sempre trovare un sistema di agricoltura sostenibile, che si attui nel rispetto dell'ambiente, anche per questo tutti gli stabilimenti sono dotati di impianti di energia elettrica, alimentati da energia fotovoltaica, che non solo rendono le aziende autosufficienti, ma consentono loro di produrre energia in esubero da immettere in rete, in quella che è la logica della economia circolare.

Un esempio di eccellenza dunque quello di Euroagrumi, che unisce la tecnologia al rispetto dell'ambiente per consegnare al consumatore un prodotto di altissima qualità.

www.euroagrumi.it



www.euroagrumi.it



Made in Nature: Il biologico italiano continua a crescere anche nel 2020, ma e' sempre piu' importante diffondere i suoi valori

Nel suo secondo anno di attività il progetto Made in Nature, finanziato da CSO Italy e Unione Europea, continua nella promozione del biologico made in Italy coinvolgendo influencer e consumatori



Anche nel 2020, l'ortofrutta bio Made in Italy ha proseguito la sua crescita costante grazie anche a una conoscenza e un interesse sempre più diffuso fra i consumatori europei che si confermano alla ricerca di prodotti salutari e rispettosi dell'ambiente.

È sempre più importante oggi approfondire le conoscenze sul biologico e coinvolgere i consumatori in modo diretto, attraverso azioni sui punti vendita, eventi ma anche e soprattutto in questo periodo, attraverso i canali digitali.

Oggi l'Europa sta mettendo a punto la strategia From Farm to Fork che vedrà il biologico sempre più protagonista in termini di superficie coltivata con l'obiettivo di raggiungere il 25% dell'intera superficie agricola a biologico nel 2030.



Oggi l'Europa ha 15,6 milioni di ettari che rappresentano il 7,7% della superficie agricola per un valore di 40 miliardi di euro. È evidente che ci attende una svolta vigorosa in termini produttivi ed è molto importante differenziare l'offerta e qualificarla sempre di più.

Per questo Made in Nature, progetto finanziato dall'Unione Europea e CSO Italy per 1,7 milioni di euro, che raccoglie i big dell'ortofrutta italiana (Brio, Canova, Conserve Italia, Lagnasco Group, RK Growers, Veritas Biofrutta e Mazzoni Surgelati), anche nel corso del secondo anno di attività, ha continuato a realizzare iniziative di sensibilizzazione e promozione del biologico italiano sul mercato nazionale e sul mercato tedesco e francese.

L'Italia è la culla produttiva del biologico europeo e, grazie ad una cultura che si avvantaggia di oltre trent'anni di attività ha un'offerta caratterizzata da altissima qualità organolettica.

Le restrizioni imposte dalla pandemia di Covid-19 hanno comportato, inevitabilmente, una necessaria riconfigurazione delle azioni di comunicazioni, portando Made in Nature ad avviare iniziative più smart che hanno puntato sulle potenzialità della comunicazione online, attraverso i social network, collaborando con food blogger e influencer e organizzando webinar in cui sono state presentate le aziende protagoniste e l'importanza del biologico in fase di acquisto e consumo.

Queste attività, unite allo sviluppo del sito internet (www.madeinnature.org) che ha visto il lancio dell'albero della Stagionalità, diventato un contenuto visualizzato da oltre 30.000 utenti hanno mostrato l'importanza della comunicazione del biologico e il ruolo fondamentale dei nuovi mezzi di comunicazione. Il secondo anno ha visto crescere le pagine Facebook (oggi 7.448 follower, con più di 1 milione di utenti di copertura) e Instagram con oltre 3.500 follower e una copertura di oltre 305.000 utenti, portando il sito internet a 17mila utenti unici nel solo 2020.

Dopo il successo della campagna estiva, influencer e food blogger sono tati coinvolti di



nuovo per creare nuovi contenuti, questa volta, legati alle singole aziende protagoniste di Made in Nature. Ognuna delle personalità scelte per questa attività ha quindi ricevuto i prodotti biologici realizzando ricette e contenuti social in cui sono stati descritti i valori del biologico e le mission delle differenti aziende.

Questo tipo di attività ha permesso una diffusione capillare dei valori del biologico fra persone interessate e nuovi utenti che hanno potuto scoprire le attività e il mondo di Made in Nature.

Il biologico italiano è sempre più importante, come evidenziano i dati del report 2020 di Ismea-Sinab che rendono l'Italia il primo Paese europeo per numero di aziende agricole impegnate nel biologico, con oltre 80mila operatori coinvolti e una superficie destinata di quasi 2 milioni di ettari (15,8% della Superficie Agricola Utilizzata) di gran lunga sopra la media UE (circa 8%), superiore a competitor come Spagna (10,1%), Germania (9,07%) e Francia (8,06%), con un valore superiore ai 3,3 miliardi di euro e un peso del 4% sul carrello degli italiani.

Queste tendenze sono state confermate dalle aziende protagoniste di Made in Nature, intervenute nel corso della webinar che ha presentato i risultati del secondo anno di attività del progetto e dell'ultima azione social che ha visto la partecipazione di influencer e food blogger.

Massimo Perotto di Lagnasco Group mette in evidenza un periodo molto brillante per il mirtillo biologico nella prima fase dell'anno, proseguita molto positivamente soprattutto in Germania e Nord Europa con l'offerta anche del mirtillo certificato Demeter come biodinamico.

L'Italia ha una domanda meno brillante, confermata anche per le mele Gala che quest'anno hanno quotazioni minori e prezzi più bassi in GDO ma nonostante questo in Italia i consumi non stanno crescendo. Molto soddisfacente invece il mercato europeo.

Per quanto riguarda il marchio Veritas del Gruppo Mazzoni si conferma un mercato molto altalenante principalmente a causa del Covid.

L'estero continua a crescere mentre in Italia sono andati molto in affanno tutti gli operatori che lavoravano con mense bio e ristorazione. Nel complesso l'annata è comunque positiva.

Sul fronte dell'ortofrutta trasformata a marchio Valfrutta bio del Gruppo Conserve Italia Stefania Costa tratteggia una fotografia dell'andamento dell'annata che vede il costante trend di crescita ma con una fase, soprattutto estiva autunnale con i consumi stagnanti. Il prodotto top performer della gamma sono i ceci bio cresciuti a doppia cifra costante negli ultimi due anni. Mauro Panzani, responsabile succhi di frutta bio del gruppo evidenzia un calo tendenziale dei consumi di succhi di frutta convenzionali in Italia ma una costante crescita dell'offerta bio che richiederebbe maggiore comunicazione al consumatore.

Anche per Luca Zocca Direttore Marketing di Brio Alce Nero si conferma un grande interesse dei mercati europei verso i prodotti a marchio. L'innovazione di prodotto e la scelta di packaging sostenibile ad alto impatto comunicativo hanno dato risultati eccellenti in questa annata difficile. Manca la possibilità di fare azioni dirette nei punti vendita e partecipare a fiere e realizzare incontri con i buyer che erano previsti da progetto ma quest'anno sono stati frenati.

Il Direttore di Almaverde Bio Paolo Pari evidenzia la positività dell'annata per il biologico, che è comunque un prodotto richiesto e performante. In Italia, dopo gli acquisti vivaci dei mesi del primo lockdown ci sono stati atteggiamenti diversi da parte dei consumatori con un approccio all'acquisto meno decifrabile. Sull'estero le potenzialità sono ottime, soprattutto sui prodotti altorotanti e presenti per l'intero arco stagionale con i quali è possibile fare economie di scala aumentando i volumi di vendita e arrivando a prezzi molto competitivi.

Il valore dell'export del biologico italiano è passato da 1.186 milioni di euro del 2011 ai 2266 milioni di euro rilevati nel 2019 (Fonte: IFOAM)

La crescita è esponenziale ma le potenzialità sono ancora elevate sia sul mercato europeo dove per esempio la Francia importa oltre il 60% dell'ortofrutta bio o la Germania che presenta analoghe percentuali (Fonte: Agence Bio).

Made in Nature – Scopri i valori del Biologico europeo, continuerà anche nel 2021 le sue attività di promozione, proponendo format di comunicazione innovativi, molto legati ai social e che coinvolgeranno i consumatori di Italia, Francia e Germania con il prodotto fresco e trasformato biologico delle aziende leader della produzione nazionale.



GL.MA.TRANS

❄️ TRASPORTO ❄️ MAGAZZINO ❄️ RIPARAZIONE PALLET

GL.MA. TRANS S.r.l. – Via Niccolò Copernico 1, 20060, Pozzo d'Adda (MI) – Tel. +39 02.90981069 – E-mail: info@gimatrans.it - www.gimatrans.it

LATEST NEWS

INSIGHTS

LATEST NEWS

Petit melo takes silver at ism new product showcase

At the ISM trade show in Cologne, Belgian Chocolatier Vandebulcke won the second place in the New Product Showcase award with its latest creation: Petit Melo. The award rewards the most innovative product or packaging. The independent jury takes into account design, taste and sustainability. There were 189 participants in the New Product Showcase. Other winners are Dr. Karg's Bio Linsen-Snacks and Lakritz Cooky.

SUSTAINABILITY IS KEY

With Petit Melo, Chocolatier Vandebulcke focuses on quality, originality and sustainability. This is fully in line with their new strategy. For example, they only use sustainable and responsible chocolate. Moreover, the chocolatier created Bulckies World, a series of initiatives that benefit the chocolate product, environment, people and society. For example, the chocolatier strives for 100% recyclable and ecological packaging and all

cardboard bears the FSC label, as is the case with Petit Melo. In addition, the company limits waste and production surpluses to an absolute minimum.



"We are very proud to be in second place at the ISM fair's New product Showcase. This is one of the most important events of the year for us and the chocolate business," said Jelle Vandebulcke, CEO of Chocolatier Vandebulcke. "It is the reward for our team's hard work over the past year.

It is also a confirmation for us that with our new strategy, which is fully committed to the quality and sustainability of the product and the world around it, we made the right decision."

we've talked about...

A.D.R. SPA **I COV-62/65**

Via G. Badano, 44
17046 Sassello
Italy

ACCADEMIA OLEARIA SRL **I COV-42/45**

Loc. Ungias Galantè
07041 Alghero - SS
Italy

ACQUAINBRICK SRL **197**

Viale Muratori, 185/1
41124 Modena - Italy

AL PIOPPETO RISTORANTE **I COV-66/69**

Via S. Gregorio Barbarigo, 13
36060 Romano d'Ezzellino - VI Italy

ALTROMERCATO **IMPRESA SOCIALE - SOC. COOP.** **209**

Viale Francia 1/C
37135 Verona - Italy

ANTICO FORNO PASTICCERIA **ANGELO COLAPICCHIONI SRL** **156-157**

Via Tacito 76-78 - Zona Prati
00193 Roma - Italy

ANTICO MOLINO ROSSO SRL **39/41**

Via Bovolino, 1
37060 Buttapietra - VR
Italy

ARGIANO SRL SOCIETÀ AGRICOLA **I COV**

Loc. Sant'Angelo in Colle
53024 Montalcino - SI
Italy

AZIENDA AGRICOLA LA SCOLCA S.S.A **118/120**

Strada per Rovereto 170/R
15066 Gavi - AL - Italy

AZIENDA AGRICOLA OFANTO SRL **117**

C.da Paduli snc Fraz. Monticchio Bagni
85028 Rionero in Vulture - PZ
Italy

AZIENDA AGRICOLA SCRIANI **I COV-10/15**

Via Ponte Scrivan, 7
37022 Fumane - VR
Italy

AZIENDA AGRICOLA VALENTINA CUBI **146/149**

Località Casterna, 60
37022 Fumane di Valpolicella - VR - Italy

BANFI SRL **61**

Castello di Poggio alle Mura
53024 Montalcino - SI - Italy

BERGADER ITALIA SRL **I COV-166/168**

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

BIBITE POLARA SRL **50/53**

Contrada Margi
97015 Modica - RG - Italy

BONILAURI & CANTARELLI SRL **54/56**

Via L. Ariosto, 2
42021 Bibbiano - RE - Italy

C.V.L.T. COOPERATIVA AGRICOLA ZANOLARI **142/145**

Via Teglio, 10
23030 Bianzone - SO - Italy

CALUGI SRL **3**

Via A. Cerbioni, 38
50051 Castelfiorentino - FI - Italy

CAMERA COMMERCIO ITALO-UKRAINA **174/176**

Via San Pio V, 30
10125 Torino - Italy

CANTINE AGRIVERDE SRL **I COV**

Via Stortini, 32/A
66026 Ortona - CH - Italy

CANTINE BONAPARTE **150/153**

Via San Carlo, 163
81100 Caserta - CE
Italy

we've talked about...

CASA DELLA MANDORLA SRL

178/181

Via C.A. dalla Chiesa, 10
35020 Campagnola di Brugine - PD - Italy

CASA VINICOLA SARTORI SPA

195

Via Casette, 4 - Loc. S.Maria
37024 Negrar in Valpolicella - VR - Italy

COLLIS VENETO WINE GROUP SCAC

162/165

Via Cappuccini, 6
37032 Monteforte d'Apole - VR
Italy

CONSORZIO VINI DI ROMAGNA

158/161

Via Tebano, 45
48018 Faenza - RA
Italy

DIEMME INDUSTRIA CAFFÈ TORREFATTI SPA

204/207

Via Battaglia, 69
35020 Albignasego - PD
Italy

EATON ITALIA SRL

70/74

Via San Bovio, 3
20090 Segrate - MI
Italy

ECOLBIO SRL

I COV-6/9

Via Mar Bianco, 18/20
00122 Roma - Italy

EMILIA FOODS MODENA SRL

I COV-102/105

Via Emilia Est, 903
41122 Modena - Italy

FIERE DI PARMA SPA

154-155

Viale delle Esposizioni, 393 A
43126 Parma
Italy

FIorentini FIRENZE SPA

I COV-76/81

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

GALBUSERA SPA

82/85

Viale Orobie, 9
23013 Cosio Valtellino - SO - Italy

GI.MA. TRANS SRL

217

Via Bellotti, 19
24018 Villa d'Almè - BG - Italy

IGUS SRL

57/60

Via delle Rovedine, 4
23899 Robbiate - LC - Italy

IL BENE DUCE LIQUORIFICIO

86/89

Via Raffaello, 16
80029 Sant'Antimo - NA - Italy

INDUSTRIA MOLITORIA MININNI SRL

I COV-170/173

Via Graviscella C.s.
1448 70022 - Altamura - BA - Italy

INDUSTRIE MONTALI SRL

I COV-35/38

Strada per Aiola n°5/G
42027 Montecchio Emilia - Italy

JOE&CO. SRL

90-91

Via della Tecnica 94
36043 Camisano Vicentino - VI - Italy

JOY SRL

75

Via Vocabolo Scarpiello 135/C
06066 Piegara - PG - Italy

K. BERNARDI GMBH

46/49

Via Stuck 6A
I-39031 Brunico - BZ - Italy

KOELNMESE SAS

169

Calle 36 # 25 - 15
Bogotá - Colombia

KOELNMESE YA TRADEFAIR PVT. LTD.

177

Office # 1102, 11th Floor, DLH Park,
Opp. MTNL office, S. V. Road, Goregaon (West)
400062 Mumbai - India

we've talked about...

L.C.S. SRL

92/95

Via degli Orti, 4
26030 Malagnino - CR - Italy

L'ARCOLAIO SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE

I COV-96-97

Via Teracati, 51/b
96100 Siracusa
Italy

L'INSALATA DELL'ORTO SRL

1-98/100

Via Giare 144/A
30034 Mira - VE
Italy

LABORATORIO ALIMENTARE CECCHIN ANDREA E CARLO SRL

106/109

Via Maglio, 23
35015 Galliera Veneta - PD - Italy

MEDI SRL

110/113

Contrada Piane Tronto, 52
64010 Controguerra - TE - Italy

MEDSOL SRL

I COV-184/187

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

MERIDIONAL LEGUMI SRL

188/191

Area P.I.P. - Località Sepano Lotto 17,
80027 Frattamaggiore - NA - Italy

MULINO DEI BIANCHI BIRRIFICIO

192-193

Frazione San Martino in Colle
06024 Gubbio - PG - Italy

NEBROLAT SRL

I COV-198/201

Via San Antonio, SN
98043 Santa Domenica Vittoria - ME - Italy

NEW TORCLAN SRL

202-203

Via del Consorzio, 34
60015 Falconara M.ma - AN - Italy

NON SOLO PASTA

DI LAILA DI LAILA NONNI

138/141

Corso Cavour, 95
62100 Macerata
Italy

ON CAFFE' SRL

I COV-136-137

Via Piave, 79
23879 Verderio - LC - Italy

ORGANIZZAZIONE DEI PRODUTTORI CONSORZIO EUROAGRUMI O.P

210/213

Via C.Colombo, 124
95033 Biancavilla - CT - Italy

ORTI DI PUGLIA SOC. AGR. A R.L.

132/135

S.p. 104 KM 3+300
73010 Guagnano - LE - Italy

PENSOINVERDE

32/34

Via della Guastalla, 5
20122 Milano - Italy

PISTACCHIO SPA

2-124/127

Via F. Sforza, 14
20122 Milano - Italy

POLO SPA

128-129

Via San Benedetto, 44/A - Z. I.
35037 Teolo - PD - Italy

RISPO FROZEN FOOD SRL

16/19

Via Lima, 48
81024 Maddaloni - CE - Italy

SIDEA SNC DI CASTELLAN GIAMPAOLO & C.

I COV-24/27

Via dei Fiori, 1/A
35018 San Martino di Lupari - PD - Italy

SMERALDA SRL

20/23

Via del lavoro, 8
09122 Cagliari - Italy

SOCIETÀ AGRICOLA ERIK BANTI SRL

28/31

Loc. Fosso dei Molini
5805 Scansano - GR - Italy

TARONI SRL

121/123

Via dell'Industria, 4/C/D/E
42019 Scandiano - RE - Italy

VIS INDUSTRIE ALIMENTARI SPA

130-131

Via degli Ongari, 37
30033 Noale - VE - Italy

NETWORK WITH POTENTIAL BUYERS AT A GLOBAL STAGE



**BOOK YOUR STAND NOW!
AND GET EARLY BIRD RATES**

ANUTEC - International FoodTec India

15-17 September 2021 | IECC, Pragati Maidan, New Delhi

#B-SAFE
4business

Co-located with:



Organiser:



For more information:

info@koelnmesse-india.com
+91-22-62044800

www.editricezeus.com



www.allfoodonline.com • www.horeca-online.com