

# Ri10 & CONSUMI

ANNO II - NUMERO 6 - GIUGNO 2016  
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

FOCUS ON

a pagina 5

## 30 anni di grano khorasan Kamut



Storico anniversario per il marchio che tutela l'antico cereale. La coltivazione riscoperta nel 1986, per una felice intuizione dell'americano Bob Quinn.

# REPORTAGE CIBUS2016 FIERA BAGNATA, FIERA FORTUNATA



EDIZIONE RECORD PER L'EVENTO CHE SI È SVOLTO A PARMA, DAL 9 AL 12 MAGGIO. 3MILA ESPOSITORI, 72MILA VISITATORI. I COMMENTI DELLE AZIENDE. LE INTERVISTE AI BUYER ESTERI.

da pagina 7 a pagina 19

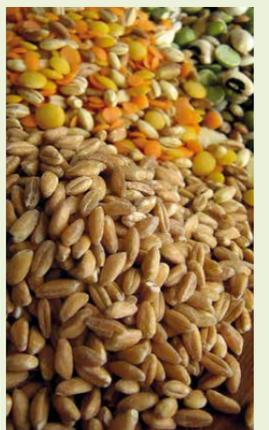


DATI & MERCATI

a pagina 6

## L'ITALIA HA FAME DI BIO

Cosa viene importato nel Bel Paese. Da dove e in quali quantità. Numeri e analisi per categorie.



# Veneto, una regione in ginocchio. Per colpa delle banche...

C'erano una volta le grandi casseforti del Veneto: Banca Popolare di Vicenza e Veneto Banca. Due realtà solidamente legate al territorio. Luoghi a cui la gente affidava i suoi "schei", spesso i risparmi di una vita, con la certezza che lì sarebbero stati al sicuro. D'altra parte come non fidarsi del direttore della banca o dell'impiegato con cui vai a bere il caffè tutti i giorni, che vedi sempre in chiesa, che incontri la domenica al campo sportivo. "Buongiorno Direttore, come sta? E la sua signora? E i bambini?"

Per non parlare poi di Gianni Zonin un autentico Doge che dispensava benedizioni a tutti e tutto, potentissimo e riverito. Sia dai notabili sia dai politici locali. Come pure dalla gente comune che vedeva in lui il geloso custode delle ricchezze sue e dei veneti. Forse qualche dubbio in proposito avrebbero dovuto averlo. Dice un vecchio proverbio veneto: "L'omo da vin no 'l vale on quattrin" ...

Tutto crollato, invece, tutto in frantumi, tutto spazzato via da uno tsunami che nessuno, tranne i diretti responsabili, avrebbe mai potuto prevedere. In un misto di "violazioni, connivenza, omertà sottotraccia, servilismo fantozziano e obbedienza ipocrita al grado gerarchico del capoufficio" come ha scritto bene Marco Alfieri su *Il Foglio*.

Eh sì perché chi era all'interno sapeva. Sapeva che la Popolare di Vicenza stava traballando. Che occorreva mettere degli argini forti. Che bisognava mettere tutto in sicurezza. Che occorreva spingere sull'acquisto delle azioni.

Così, per le aziende che andavano a battere cassa, la risposta era semplice: "Vuoi un fido? Non c'è problema: acquista delle azioni della Pop Vicenza. Sono una certezza. Valevano 48 euro, ora sono a 62. Cosa vuoi di più". E l'imprenditore, di fronte a un vero e proprio ricatto (ma allora non lo vedeva così) alè a comprare azioni.

Sicure, sicurissime come aveva confermato un professorone della Bocconi di Milano che, chiamato a ribadire il valore a 62 euro, dopo attenti calcoli aveva confermato: "Ok, il prezzo è giusto!"

Alla fine in 110mila avevano acquistato, a cuor leggero, le azioni della "loro banca". Invece no - come spiega bene Fabio Bolognini, blogger brillante ed esperto di sistemi bancari - c'erano: "dipendenti di vario livello e anzianità non sempre con la pistola del capoufficio alla tempia, a conoscenza, o persino firmatari di prestiti deliberati alle società dei consiglieri in conflitto d'interessi; uffici crediti in grado di sapere che la situazione dei prestiti deteriorati era valutata in modo sbagliato e priva di accantonamenti adeguati; processi gestionali e contabili non all'altezza; ispettori mansueti anche su operazioni d'investimento in fondi esteri con rischi elevatissimi". Una situazione esplosiva, scoperta solo grazie a una ispezione della Bce. Che ha fatto saltare il tappo. Come in un vaso di Pandora, da cui è uscito tutto il peggio. Oggi le azioni di Pop Vicenza hanno un valore compreso fra uno e tre euro.

Questa volta, però, non si può dare la colpa a "Roma ladrona" o ai soliti terroni scansafatiche. Sono i veneti che hanno fregato i veneti utilizzando un'arma di distruzione di massa che ha annichilito una regione. Con una gigantesca perdita di valore economico, capitale sociale, fiducia e reputazione.

Uno tsunami di cui non abbiamo ancora una percezione chiara. Soprattutto non sappiamo le condizioni al contorno. Per ora c'è solo tanta miseria, pianto e stridor di denti.

Raccontava una signora proprietaria di un negozio di fiori: "Il problema non sono solo i miei risparmi che ho perso, circa 50mila euro. Adesso non entra più nessuno in negozio. I soldi per adornare una tomba, abbellire una tavola, fare un regalo non ci sono più. E io sono cornuta e mazziata due volte".

C'è poi il caso dell'imprenditore vicentino che, con gli amici, si vantava di avere messo in cassaforte i suoi guadagni: "Sono tutti in azioni della Popolare di Vicenza. Le ho comprate a 40 euro, adesso sono a 62. Ma che affare ho fatto?" Per l'appunto, un magro affare. Nel giro di pochi giorni quel valore si è ridotto quasi a zero. Qualche settimana fa l'imprenditore ha radunato tutta la sua famiglia intorno a sé: "Ragazzi, non abbiamo più nulla. L'unica ricchezza è questa nostra azienda. Rimocchiamoci le maniche. E ripartiamo da zero".

Ma la tragedia non si è fermata solo ai soldi. Ci sono stati anche suicidi. Gente che pensava di aver messo da parte un gruzzolo per poter vivere serenamente gli ultimi anni della sua vita si è ritrovata con nulla fra le mani. Gente che aveva acceso il mutuo per la casa si ritrova con il conto azzerato e l'acqua alla gola, pressata dalle scadenze. Che fare poi se vedi svanire tutto a un tratto i risparmi di una vita?

Ci si chiede ancora: dov'erano i controllori? Quelli che paghiamo profumatamente per verificare che nel nostro sistema bancario sia tutto in ordine? Dov'era Banca d'Italia? Dov'era il Governo? Perché si sono mossi così in ritardo?

Domande retoriche. Conoscendo i veneti però ho una certezza. Di fronte a difficoltà e problemi non si sono mai fermati. Come quell'imprenditore di cui sopra, sanno che non devono aspettarsi nulla da nessuno. Si rimoccheranno le maniche, lavoreranno il doppio di prima, scateneranno la loro fervida fantasia e proverbiale abilità. Ne verranno fuori insomma. I loro antenati, ai primi del '900, sono dovuti andare oltre oceano per fuggire dalla miseria e dalla fame. Là hanno saputo ricostruirsi una vita. Oggi la sfida è sul territorio. Da vincere a tutti i costi. Per sé e le proprie famiglie.

Nessuna paura dunque. In fondo come si chiamava la loro repubblica? "Serenissima".

Angelo Frigerio

**Rio**  
& CONSUMI

Direttore Responsabile  
**ANGELO FRIGERIO**  
Direttore editoriale  
**RICCARDO COLLETTI**

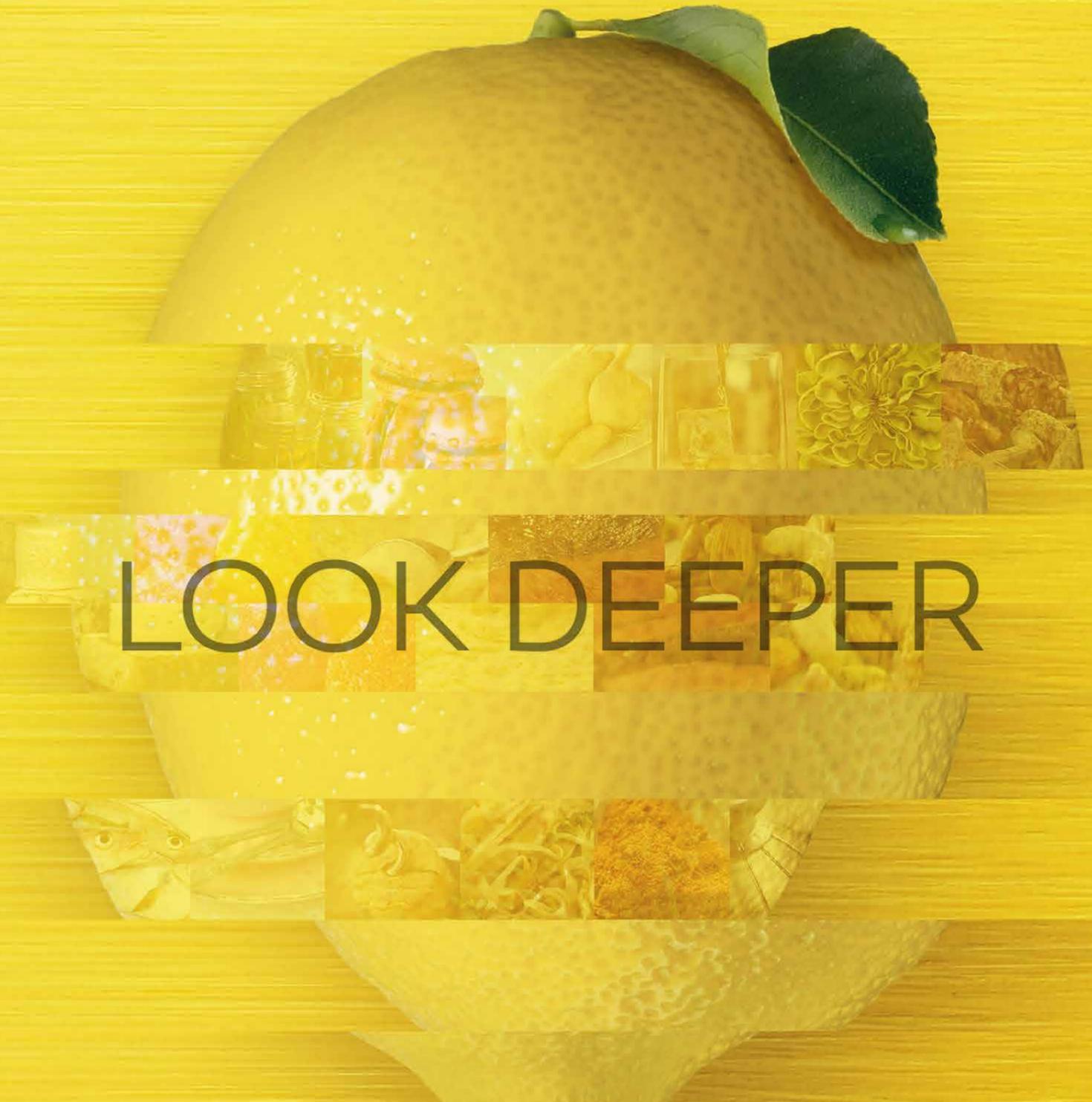
Editore: Edizioni Turbo Srl  
Palazzo di Vetro  
Corso della Resistenza, 23  
20821 Meda (MB)  
Tel. +39 0362 600463/4  
Fax. +39 0362 600616  
e-mail: info@tespi.net  
Periodico bimestrale  
Registrazione al Tribunale  
di Milano n. 323 del 19 maggio 2003.  
Poste Italiane SPA  
Spedizione abbonamento postale  
D.L. 353/2003 - Conv. in Legge 46/2004  
Art. 1 Comma 1 - LO/MI  
Stampa: Italgrafica - Novara (No)  
Periodico bimestrale  
Anno 11 - numero 6 - giugno 2016  
Stampa: Italgrafica - Novara (No)  
Una copia 1,00 euro - Poste Italiane SpA  
L'editore garantisce la massima riservatezza  
dei dati personali in suo possesso.  
Tali dati saranno utilizzati per la gestione  
degli abbonamenti e per l'invio  
di informazioni commerciali. In base  
all'Art. 13 della Legge n° 196/2003,  
i dati potranno essere rettificati  
o cancellati in qualsiasi momento  
scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.  
Responsabile dati:  
Riccardo Colletti

Questo numero è stato chiuso  
in redazione il 13 giugno 2016

# SIAL

INSPIRE FOOD BUSINESS

ORDINATE IL  
VOSTRO PASS  
D'INGRESSO SU  
[WWW.SIALPARIS.COM](http://WWW.SIALPARIS.COM)



LOOK DEEPER

## Parigi



La più grande fiera mondiale  
delle innovazioni alimentari

**16-20 OTTOBRE 2016**  
PARIS NORD VILLEPINTE - PARIGI

Oltre **7.000** espositori provenienti da **104** paesi

Il **100%** della distribuzione mondiale presente

Oltre **2.000** prodotti innovativi presentati

**WWW.SIALPARIS.COM**

Ritrovateci su    

Conception: bug

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

© Images by

an event by  
**comexposium**  
The place to be

SIAL, a subsidiary of Comexposium Group

Per ulteriori informazioni :  
Saloni Internazionali Francesi S.r.l.  
Tel.: 02/43 43 53 27 Fax : 02/46 99 745  
Email : [adelpriori@salonifrancesi.it](mailto:adelpriori@salonifrancesi.it)

# Il pagellone

Quinto appuntamento per la rubrica. Con "Il Pagellone" vogliamo aprire uno scorcio satirico nel paludato universo che gira intorno al food. Politici, presidenti di associazioni, volti noti al pubblico televisivo e non, rappresentanti dell'industria: chi più ne ha, più ne metta. Un angolo per sorridere e prendere in giro amabilmente registi, attori e comparse di questo meraviglioso palcoscenico. Laddove l'alimentare, in un modo o nell'altro, fa sempre bella mostra di sé.

Angelo Frigerio

## Stephanie Richard



In molti sostengono che gli insetti saranno il cibo del futuro, andando a sostituire la carne come fonte di proteine. L'idea sembra disgustosa, ma in molte parti del mondo gli insetti sono mangiati regolarmente da sempre. Tra quelli fortemente convinti di questa idea c'è la francese Stephanie Richard, produttrice artigianale di pasta, che ha deciso di realizzare una linea addizionata di insetti. L'idea le è venuta cercando di mettere a punto un formato speciale, ad alto contenuto proteico, per gli atleti, e parlando con un allevatore di insetti di Lione, è nata l'idea di aggiungere gli insetti, polverizzati, nella pasta. La ricetta prevede un mix di farina integrale a cui viene aggiunto un 7% di farina di insetti e uova intere per amalgamare al meglio il tutto. Stephanie non sapeva come sarebbe stata accolta dal mercato la nuova pasta, dato che indubbiamente parlare di insetti in molti non genera esattamente appetito. Eppure il successo è stato enorme, al punto che Stephanie deve ora ampliare l'azienda per soddisfare i numerosi ordini che arrivano. A quanto pare, il sapore della pasta agli insetti sarebbe decisamente buono, a detta di chi l'ha provata, e si presterebbe ad essere un sostituto della carne dato l'alto valore proteico. In disaccordo assoluto sarebbero sicuramente i genitori dei bambini di una scuola di un paese della Brianza, che scoprendo insetti nel menu della mensa scolastica, precisamente nel piatto di crema di legumi, hanno denunciato la ditta del servizio mensa. Sicuramente Stephanie Richard non vincerebbe l'appalto....

voto

3

evviva la Brianza

## The Bunyadi



È il primo ristorante per nudisti e aprirà a Londra, per soli tre mesi, a partire da giugno. In linea con il significato hindi della parola, l'intento è di puntare sul naturale, facendo sperimentare ai commensali "la vera liberazione". Un mondo senza cellulari, luce elettrica, gas e persino vestiti (ammessi, però, per i più timidi), in cui viene proposto un menu a base di ingredienti il più possibile a Km 0, cucinati su griglia e fuoco a legna. Posate commestibili, stoviglie di argilla fatte a mano e spazi con arredi essenziali in bambù e vimini, illuminati a lume di candela. Una trovata che ha già collezionato oltre 37.500 prenotazioni.

voto

4

ma per favore...

## Sam Chau



Ha solo cinque mesi di vita, ma è una food blogger già in carriera. Tutto ha inizio quando il padre, Michael Chau, ha cominciato a fotografarla con cibi di ogni tipo e a postare le foto su Instagram. La sua immagine sorridente accanto a dolci, pizze, gelati e pietanze di ogni tipo ha fatto il giro del mondo. E oggi la piccola newyorkese Sam è riuscita ad ottenere ben 100mila follower. Particolare interessante: pare non sia vegana...

voto

7

per la simpatia

## Jon Bon Jovi

Se hai i soldi, paghi. Se ne hai pochi, lasci quello che puoi. Se invece non hai un dollaro, non ti sarà negata la cena - d'altronde il menù non ha i prezzi - ma ti verrà chiesto di dare una mano servendo ai tavoli o lavando i piatti. Succede nel New Jersey, dove la rockstar dal cuore tenero Jon Bon Jovi ha inaugurato il suo secondo ristorante 'Soul Kitchen' (letteralmente, la cucina dell'anima). In una zona che, nel 2012, è stata duramente messa alla prova dall'uragano Sandy, creando una folta schiera di 'nuovi poveri'. Annessi al ristorante ci sono anche una banca del cibo per i senza tetto e un centro di formazione professionale e consulenza. Ben fatto, Jon.



voto

10

## Minu Pauline



Pappadavada è un ristorante molto popolare a Kochi, in India. Gestito dalla giovane ristoratrice Minu Pauline. Che ha avuto un'idea da 10 e lode. Ha recentemente collocato fuori dal proprio locale un frigo, funzionante 24 ore su 24, sette giorni su sette, e accessibile a tutti. Affinché clienti e gli altri ristoratori della zona possano lasciare avanzi e porzioni fresche invendute ai più bisognosi. Un gesto semplice ma concreto, immediatamente fatto proprio dall'intera comunità. "L'obiettivo" spiega Minu Pauline, "non è far acquistare altro cibo da donare, ma educare le persone a condividere quanto possiedono in eccesso e che non mangeranno, invece di gettarlo via".

voto

10

e lode

## Donald Trump



"Credetemi, se diventerò presidente, passeranno dei problemi. Dei seri problemi". Musulmani? Messicani? Forse le donne? Niente affatto. Questa volta Donald Trump, candidato alla Casa Bianca per il Partito Repubblicano, se l'è presa con quelli di Amazon. E in particolare con il suo Ceo, Jeff Bezos, accusato dal magnate Usa di aver comprato il Washington Post nel 2013 per influenzare l'opinione politica e avvantaggiarsi fiscalmente. "Amazon la sta passando liscia sulle tasse. Sta usando il Washington Post come arma di potere, in modo che i politici a Washington non lo tassino come dovrebbero", ha commentato in un'intervista a Fox News. "Bezos mi teme perché sa di avere un enorme problema con l'Antitrust. Quello che ha è un monopolio e vuole essere certo che io non possa interferire".

voto

7

per il coraggio

## Il biologico negli Usa segna un nuovo record: ora vale 43,3 miliardi di dollari

Si attesta a 43,3 miliardi di dollari (circa 39 miliardi di euro), in crescita dell'11% rispetto all'anno precedente – un tasso di gran lunga superiore alla media mondiale del 3% – il valore del mercato biologico degli Stati Uniti nel 2015. È quanto emerge dai risultati dell'Organic Industry Survey 2016, realizzata dalla Organic Trade Association Usa. Rispetto al volume d'affari complessivo, 3,6 miliardi provengono dal comparto non-alimentare (+15%) e ben 39,7 miliardi di dollari provengono invece da quello alimentare (+11%). Il 5% circa di tutti i prodotti alimentari venduti negli Usa sono infatti biologici.

## M5S: "Stop olio di palma per tutelare salute, ambiente ed economie locali"

"Eliminare l'olio di palma in Italia nei vari settori produttivi in cui è attualmente utilizzato, dal cibo ai cosmetici fino ai biocarburanti, bandendolo in via prioritaria dalla dieta di bambini e adolescenti, e avviare le misure necessarie per sostituire l'olio tropicale con alternative sostenibili, come l'olio d'oliva o di semi, che incentivano le filiere produttive del made in Italy". È questa, in sintesi, la proposta del Movimento 5 Stelle contenuta in una serie di provvedimenti presentati lo scorso 25 maggio alla Camera durante il convegno 'Olio di palma insostenibile'. Tra i quali: una proposta di legge per sancire lo stop all'olio di palma in tutti i settori produttivi; una proposta di legge contro il sovrappeso e l'obesità infantile che prevede, tra le altre misure, l'eliminazione dell'olio di palma e dei grassi vegetali raffinati da mense scolastiche e distributori; e un'interrogazione al ministro della Salute Lorenzin per sospendere l'autorizzazione sanitaria all'olio di palma alla luce del recente parere dell'Efsa.

## In Messico verrà creato un registro dei produttori di alimenti biologici

Il governo del Messico sta per creare un registro dei produttori di alimenti biologici. Tale database, che dovrebbe essere pronto il prossimo dicembre, è ancora *work in progress*: le autorità stanno negoziando i dettagli con i paesi potenziali importatori, per stabilire degli standard bio che siano compatibili con quelli esteri. Il mercato biologico messicano sta crescendo di circa il 25% l'anno, secondo i dati diffusi da Sagarpa (il Segretariato nazionale all'agricoltura, allevamento, sviluppo rurale, pesca e alimentazione) che evidenziano un buon aumento in caffè, latte, spezie e carne. La sola produzione di carne bovina biologica conta oltre un milione di capi di bestiame, di cui solo il 10% viene consumato localmente: il resto è tutto export.

## In crescita il bilancio 2015 delle tre cooperative di Coop Alleanza

Bilancio 2015 positivo per le tre cooperative che dal primo gennaio 2016 si sono unite in Coop Alleanza 3.0: Coop Adriatica, Coop Consumatori Nordest e Coop Estense. Le vendite aggregate hanno raggiunto i 4,4 miliardi di euro, con un incremento dell'1,6% rispetto al 2015. Promettenti i risultati anche per la prima parte di quest'anno, con vendite in crescita del 2,5% fino al mese di aprile. Coop Alleanza ha avviato nel 2016 un vasto piano di sviluppo della rete, con un investimento complessivo di 104 milioni di euro, destinati alla ristrutturazione di oltre 10 negozi, soprattutto al Centro Sud.

## Gluten Free Expo (Rimini, 19-22 novembre): è boom di adesioni

È boom nelle vendite di prodotti gluten free. Questo quanto indicano gli ultimi dati raccolti sul mercato del senza glutine, resi noti dagli organizzatori di Gluten Free Expo, fiera di riferimento per il segmento, in scena a Rimini Fiera dal 19 al 22 novembre prossimi. In una nota, evidenziata tanto la forte crescita per la categoria negli ultimi anni, quanto come il trend positivo prosegua anche nel 2016. La conferma arriva dai produttori stessi: come evidenzia l'indagine dell'Osservatorio sul mercato senza glutine commissionata da Gluten Free Expo e come segnala anche l'incremento nelle adesioni alla manifestazione riminese, che al 30 aprile 2016 registra un significativo +109% di area espositiva venduta rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. La kermesse, giunta alla sua quinta edizione, si conferma dunque il punto d'incontro principale per tutti i componenti della filiera produttiva.

## Firmato un accordo fra Veronafiere e Fiera Milano

Veronafiere e Fiera Milano hanno firmato il 6 maggio, in occasione di Fruit&Veg System, un accordo a favore del settore enogastronomico. Le due società collaboreranno per la costituzione di un unico appuntamento internazionale annuale dedicato all'ortofrutta, puntando su innovazione e mercati esteri. La manifestazione, nata dall'unione di Fruit Innovation (Milano) e Fruit&Veg System (Verona), si svolgerà alternativamente nella città veneta negli anni pari, con enfasi su filiera e tecnologie agricole, e nel capoluogo lombardo negli anni dispari, con focus sul prodotto finito. La prima edizione di Fruit&Veg Innovation si svolgerà a Milano, dall'8 all'11 maggio 2017, in concomitanza con Tuttofood, kermesse in cui verranno organizzate iniziative congiunte anche nel settore del vino, che dal 2017 vedrà un programma di eventi dedicato, come "Wine Discovery", gestiti da Veronafiere e uno spazio curato dalla Vinitaly International Academy.

## Fiere 2017, Peraboni. "Quattro esposizioni in due mesi. Un favore a tedeschi, francesi e spagnoli"

"Dall'8 all'11 maggio 2017 avremo, a Milano, Tuttofood (con, all'interno, Fruit&Veg Innovation, ndr); dal 10 al 12 maggio Macfrut a Rimini; in aprile il Vinitaly a Verona; mentre a cavallo di questi due eventi Parma si inserisce con CibusConnect. In due mesi quattro esposizioni. Così facciamo solo un favore alle fiere agroalimentari tedesche, francesi e spagnole". Così Corrado Peraboni, amministratore delegato di Fiera Milano, in una intervista rilasciata il 25 maggio a *Il Sole 24 Ore*, esprime le sue preoccupazioni rispetto alla concentrazione di fiere, in Italia, tra aprile e maggio 2017. Un quadro che rende sempre più difficile, per le kermesse nostrane, competere con i colossi tedeschi e francesi: Anuga e Sial. Secondo Peraboni, la soluzione è una sola e richiede che tutti gli attori del settore fieristico si uniscano e comincino a pensare in ottica di "sistema Paese".

## Accordo Ue-Cile sul commercio di prodotti biologici

L'Unione Europea e il Cile hanno concluso le trattative per un accordo sul commercio dei prodotti biologici, in base al quale le due parti riconosceranno reciprocamente l'equivalenza delle rispettive norme di produzione bio. A segnalarlo è l'agenzia Ica di Santiago del Cile, che spiega come quanto sancito consentirà a tutti i prodotti ottenuti e controllati secondo le norme Ue di essere collocati direttamente sul mercato cileno, e viceversa. Quello tra Unione Europea e Cile è il primo di una serie di accordi "di nuova generazione" sul commercio di prodotti biologici. Intese di cui beneficeranno gli operatori, che vedranno ridursi i costi di certificazione e aumentare le opportunità di business.

## Iri:Végé, Selex, Esselunga e Conad guadagnano quote di mercato

Crescono del 2,6%, a quota 60,7 miliardi di euro, le vendite nella Grande distribuzione italiana nel 2015, come è riportato, sulla base dei dati Iri, nell'edizione del 4 maggio de *Il Sole 24 Ore*. Un trend positivo che, negli ultimi tre anni (gennaio 2013-2016) ha visto molte insegne del Bel Paese guadagnare terreno rispetto ai competitor. Nel dettaglio: Végé (+2,1%), Selex (+1,5%), Esselunga (+1,4%) e Conad (+1,2%) sono le insegne che hanno aumentato le loro quote di mercato. Sigma (-1,6%), Auchan e Sisa (-1%), Carrefour e Despar (-0,8%) hanno invece perso terreno. Il leader di mercato Coop ha contenuto le perdite (-0,2%), così come gli ipermercati Finiper e Pam (-0,4%). Risultati positivi per tutti i canali (+4,5% i super, +0,6% le superette e +1,1% i discount), eccetto gli iper (-1,1%).

## Germania: supermercati e discount canali preferiti per chi acquista bio

Segnala l'agenzia Ica di Berlino che, nonostante il continuo aumento di rivenditori specializzati di prodotti biologici, in Germania i dati confermano che rimangono il supermercato e il discount i canali preferiti da parte dei consumatori tedeschi che acquistano bio. Le uova rappresentano l'articolo biologico alimentare più ricercato, seguite da prodotti ortofruttili e patate. In forte incremento il consumo di carne bio, che supera quello di prodotti lattiero caseari. In graduatoria, seguono i prodotti da forno, pesce, pasta, riso e farina, mentre a fondo classifica si trovano bibite bio, alcoliche e analcoliche, dolci e alimenti per neonati.

## 30 ANNI DI GRANO KHORASAN KAMUT



Bob Quinn e famiglia al Natural Products Expo West di Anaheim, in California (Usa), nel 1986



Bob Quinn è uno dei più attivi pionieri dell'agricoltura biologica e sostenibile. Da sempre attento alle tematiche ambientali, l'agricoltore americano è ancora oggi un protagonista del mondo bio. A lui si deve, infatti, la felice intuizione, 30 anni fa, che ha riportato in vita un'antica coltivazione dimenticata da tempo: il grano khorasan. Nasce così il progetto Kamut. Il debutto ufficiale avviene nel 1986, quando Bob Quinn e suo padre decisero di presentare quest'antica tipologia di cereale alla fiera "Natural Products Expo West" di Anaheim, in California (Usa). L'occasione rappresentava la loro "prima" all'esposizione. Obiettivo della presenza: promuovere la propria produzione biologica, così diversa da tutte le altre presenti alla manifestazione. E l'interesse del pubblico fu tale, che i due decisero di andare oltre la semplice sperimentazione. Avendone riscontrato la straordinarietà rispetto ad altri tipi moderni, soprattutto nelle qualità nutrizionali essenziali, puntarono con decisione sulla coltivazione di grano antico. Ne sarebbe conseguito uno dei risultati più interessanti nel campo dell'agricoltura biologica.

Nel 1990, per proteggere e tutelare l'antico grano khorasan, la famiglia Quinn decide di compiere un ulteriore e fondamentale passo: registrare il termine 'Kamut'. Un marchio che diventa sinonimo di qualità garantita, adottato per contraddistinguere questo cereale coltivato secondo il sistema dell'agricoltura biologica. Una garanzia, innanzitutto, per i consumatori: la conferma che i prodotti a base della pura e antica varietà contengono grano khorasan Kamut, mai ibridato né incrociato, e con elevati standard qualitativi. Nel corso degli anni, Kamut Enterprises of Europe, hanno sviluppato in merito un rigoroso programma di controllo, che va dal campo alla tavola. Un'attenta verifica dell'intero processo di filiera, che include un sistema di commercio equo nella coltivazione e nella vendita. Perché mantenere dei rapporti proficui tra coltivatori e produttori è estremamente importante per Kamut International. In Italia e in Europa, ogni trasformatore di prodotti a base di grano khorasan Kamut firma un contratto di licenza gratuita con Kamut Enterprises of Europe. Mentre i coltivatori ricevono un prezzo fisso e adeguato per compensare la piccola resa del cereale: così i loro guadagni non dipendono dalle leggi variabili del mercato. E oggi, a 30 anni dall'intuizione di Bob Quinn, sono più di 2mila i prodotti a base di grano khorasan Kamut commercializzati in tutto il mondo, per la maggior parte in Italia. "Ciò che mi sento di dire è semplicemente grazie", dichiara Quinn. "A tutti i produttori che credono nel marchio Kamut e in tutto quello che facciamo. E ai milioni di consumatori in tutto il mondo che scelgono prodotti a base di grano khorasan Kamut ogni giorno. Senza la vostra fedeltà, non saremmo mai arrivati a festeggiare il nostro 30esimo anniversario. Vi sono infinitamente riconoscente".

# L'Italia ha fame di bio

Cosa viene importato nel Bel Paese. Da dove e in quali quantità. Numeri e analisi per categorie.

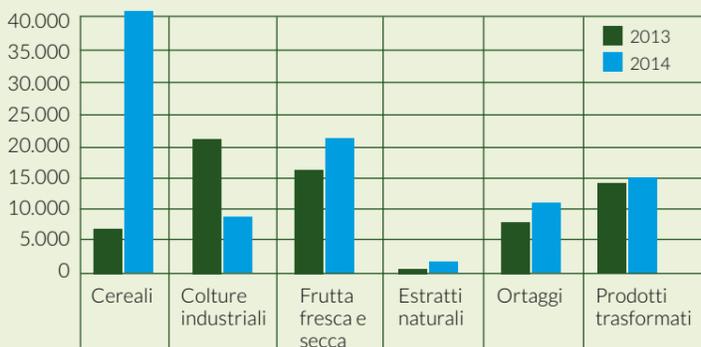
Cresce in maniera decisa l'import di prodotti biologici da Paesi terzi, che tra 2013 e 2014 ha segnato un incremento percentuale del 47,3%, per un volume totale complessivo che ha raggiunto le 91.931,7 tonnellate. Sono incluse nel calcolo le seguenti categorie: cereali, colture industriali, frutta fresca e secca, estratti naturali, ortaggi e prodotti trasformati. A far da traino alla crescita sono in particolare i cereali, di cui si segnala il +545,68% registrato nel

2014 sui numeri dell'anno precedente. Molto bene anche gli estratti naturali, incluse spezie ed erbe aromatiche: +176,64% sul dato 2013. Mostrano una flessione importante, al contrario, le colture industriali, che comprendono soia, girasole, lino, sesamo e pannello di soia: -62,79%, nel 2014, sui 12 mesi precedenti (da 21.169,63 a 7.877,26 tonnellate complessive). Tra le aree di provenienza dei prodotti, crescono in maniera importante i numeri dei paesi

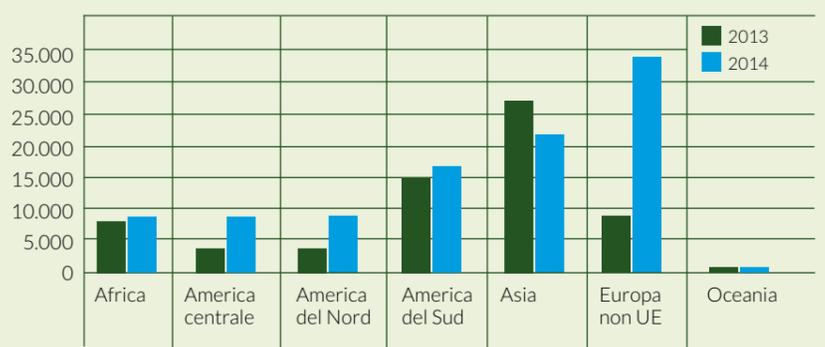
dell'Europa non Ue (+303% sul 2013), che oggi rappresentano più di un terzo del totale nei volumi delle forniture. Analizzando i dati provenienti dai singoli paesi, si segnala un aumento delle importazioni di olio di oliva dalla Tunisia (+10,75% sul 2013), la crescita degli arrivi dei cosiddetti 'pseudocereali', quali la chia e la quinoa, dagli Usa, mentre il Messico si conferma principale fonte di approvvigionamento per l'Italia di aloe vera e succo d'agave.



Quantità di prodotto biologico importata in Italia negli anni 2013-2014, per categoria di prodotto (valori in tonnellate)



Quantità di prodotto biologico importata in Italia negli anni 2013-2014, per area geografica (valori in tonnellate)



## ANALISI PER SINGOLA CATEGORIA DI PRODOTTO

### CEREALI

Importati in Italia negli anni 2013-2014 (valori in tonnellate)

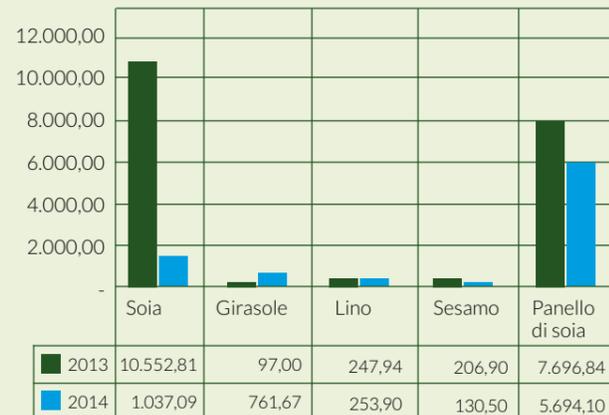


Importatori effettivi (numero)  
Totale 2013: 18  
Totale 2014: 32

Quantitativi (t)  
Totale 2013: 6.116,41  
Totale 2014: 39.492,14  
Var %: +545,68

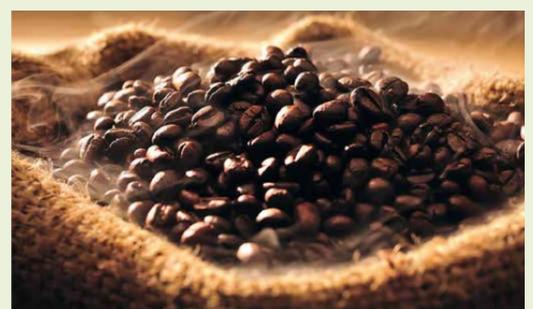
### COLTURE INDUSTRIALI

Importate in Italia negli anni 2013-2014 (valori in tonnellate)



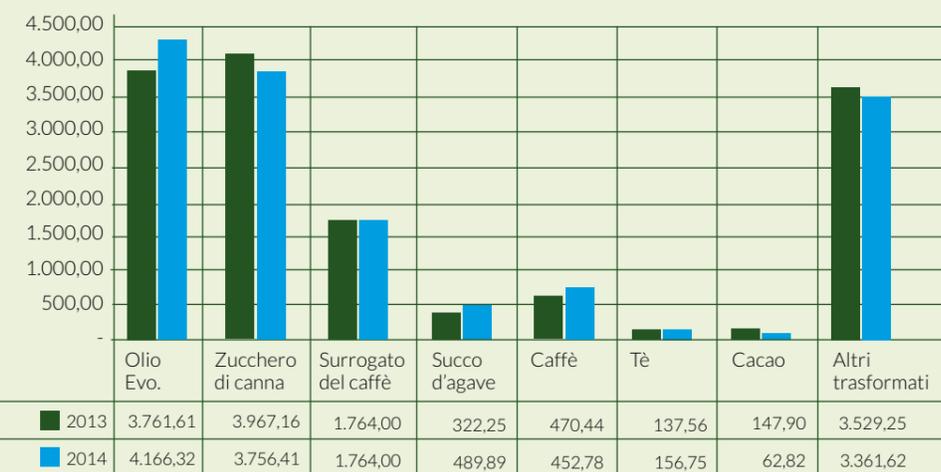
Importatori effettivi (numero)  
Totale 2013: 13  
Totale 2014: 8

Quantitativi (t)  
Totale 2013: 21.169,63  
Totale 2014: 7.877,26  
Var %: -62,79



### PRODOTTI TRASFORMATI

Importati in Italia negli anni 2013-2014 (valori in tonnellate)



Importatori effettivi (numero)  
Totale 2013: 58  
Totale 2014: 75

Quantitativi (t)  
Totale 2013: 13.214,69  
Totale 2014: 14.210,57  
Var %: +7,5

Principali prodotti trasformati importati in Italia nell'anno 2014: principali paesi di provenienza (valori in tonnellate)





# Fiera bagnata, fiera fortunata

Edizione record per l'evento che si è svolto a Parma, dal 9 al 12 maggio. 3mila espositori, 72mila visitatori. I commenti delle aziende. Le interviste ai buyer esteri.

Dai nostri inviati a Parma: Angelo Frigerio, Paolo Frettoli, Matteo Borrè, Matteo Napolitano, Alessandro Rigamonti, Federica Bartesaghi, Alice Realini e Marco Taverna



"Il miglior Cibus di sempre": questo il giudizio a caldo di un espositore che ha partecipato all'evento, andato in scena a Parma dal 9 al 12 maggio. Un'affermazione confermata dai numeri e malgrado il brutto tempo. Così la 18ª edizione di Cibus, la fiera internazionale dell'alimentazione organizzata da Fiere di Parma e Federalimentare, ha raccolto 3mila aziende espositrici, su 130mila metri quadri, con 72mila visitatori di cui 16mila operatori esteri e 2.200 top buyer (nel 2014 i visitatori erano stati 67mila, gli operatori esteri 13mila).

"Siamo veramente contenti," sottolinea Elda Ghiretti, Cibus brand manager: "Il comparto agroalimentare italiano si è presentato in fiera con circa mille innovazioni di prodotto, pronte a conquistare i mercati esteri e recuperare posizioni in quello interno. Abbiamo notizia di un alto volume di affari conclusi o ben avviati, con la piena soddisfazione delle aziende e dei buyer esteri e italiani".

Tutto vero. Le nostre interviste a più di 500 espositori confermano le parole di Elda Ghiretti. Molti i buyer italiani, un po' meno quelli esteri ma di qualità. Un esempio fra tutti: in fiera girava una folta delegazione di Wal Mart che ha visitato Cibus per la prima volta.

Tutto bene, tutto bello? No, in molti sottolineano che il nodo viabilità rimane il tallone di Achille della fiera. Il tempo passato in coda non si è contato e soprattutto martedì 10 maggio ci sono volute due ore per arrivare dall'autostrada ai parcheggi: "È vero ma ci stiamo lavorando", spiega Antonio Cellie, Ad di Fiere di Parma. "Grazie alla collaborazione con il Comune, verranno attuate, per l'edizione 2018, delle importanti variazioni alla viabilità fra cui il sottopasso di collegamento con l'autostrada. Spero per quella data che i problemi vengano risolti nel modo più adeguato".

Sulla scorta del successo ottenuto, la dirigenza di Fiere Parma ha presentato un progetto che trasforma Cibus in un evento a cadenza annuale. Negli anni pari, la fiera continuerà a svolgersi nel mese di maggio (salvo anticipi).

Negli anni dispari, invece, e già a partire dal 2017, si terrà Cibus Connect. "Un formato 'leggero' della manifestazione", specifica Cellie. "Che andrà in scena il 12 e 13 aprile, in concomitanza con la chiusura di Vinitaly". Lo scopo è quello di ottimizzare l'incoming dei buyer, soprattutto esteri, creando una settimana interamente dedicata al food and wine italiano: "Crediamo si tratti di un evento conforme alle esigenze delle aziende alimentari, che negli anni dispari investono già nella fiera di Colonia, Anuga, e desiderano quindi un appuntamento in Italia dedicato solo al made in Italy, con un format sullo stile del Plma olandese, con desk modulari. In più offriremo alle aziende la possibilità di una vip lounge per ricevere ospiti".

Un bel siluro a Tuttofood, la manifestazione di Fiera Milano che aprirà i battenti il prossimo 8 maggio 2017, un mese dopo Cibus Connect. La guerra continua dunque, con un Cibus ancora più determinato grazie all'accordo tra Fiere di Parma e Federalimentare, rinnovato, per altri dieci anni. L'annuncio è arrivato martedì 10 maggio nel corso di una conferenza stampa che si è tenuta all'interno degli spazi fieristici e che ha visto protagonisti Luigi Scordamaglia, presidente di Federalimentare, e Antonio Cellie. La partnership decennale siglata tra i due enti, che sono comproprietari del marchio Cibus al 50%, a differenza del precedente accordo quadriennale prevede la possibilità che l'evento fieristico possa svolgersi anche in una sede diversa dalla città emiliana. "La manifestazione", ribadisce Scordamaglia, "sarà sempre più identificativa della tipicità del food and beverage italiano in Italia e nel mondo".

E, a sottolineare che la guerra con Milano continua, un piccolo particolare. Nel depliant di presentazione di Cibus Connect si trova un calendario con le più importanti manifestazioni fieristiche dei prossimi mesi, a partire da Sial Parigi fino ad arrivare ad Anuga 2017. Manca in maggio, un appuntamento importante che si svolgerà a Milano. Ma forse è un errore del tipografo...

## IL PAGELLONE DELLA FIERA

Nel corso della fiera abbiamo intervistato circa 500 operatori dei diversi settori: salumi, formaggi, dolci e salati, bio. Abbiamo chiesto loro un giudizio e un voto su Cibus evidenziando le problematiche in merito all'organizzazione, alla viabilità, alla presenza di buyer italiani ed esteri. La Fiera è stata sostanzialmente promossa. La sola materia in cui è stata "rimandata" è la viabilità. Problema annoso che sembra verrà risolto per l'edizione 2018.

### VOTO GLOBALE



### IL VOTO DEI SETTORI



## MASTER



PRODOTTO NOVITÀ

Gnocchetti bio con spirulina



Adriano Bianco

"A Cibus 2016 in vetrina c'è un ulteriore allargamento della nostra linea 'Mamma Emma'. In cui sono stati inseriti gli gnocchetti bio con farina integrale e quelli con spirulina. I primi sono una novità assoluta per il mercato, mentre i secondi possiedono notevoli proprietà salutistiche", sottolinea Adriano Bianco, Ceo dell'azienda veneta Master. Entrambe le novità di prodotto si caratterizzano per il valore aggiunto di essere anche vegan, oltre che realizzate senza uova. "La linea biologica è in forte crescita e ipotizziamo incrementi nelle vendite fino al 50% sull'anno passato entro fine 2016", conclude Bianco.

## TARALL'ORO



Antonello Di Bari

"È stato un 2015 positivo, in cui è proseguito il trend di crescita che ha caratterizzato gli ultimi anni", spiega Antonello Di Bari, responsabile commerciale del Pastificio Di Bari Tarall'oro. "A Cibus 2016 portiamo diverse novità, tra cui spicca un prodotto di qualità superiore: i garganelli all'uovo, nelle versioni con spinaci e con farro". In aggiunta, l'azienda ha lanciato anche le 'Trecce in carta pane' e gli 'Orecchioni', una forma più grande delle tradizionali orecchiette, oltre a presentare un nuovo packaging per i Tarallini bio.

## BENEBIO



PRODOTTO NOVITÀ

Fusilli Bio di piselli verdi e lenticchie rosse



Virginia Maschio

"BeneBio è una start up, nata a inizio 2015, che propone la più completa e trasversale offerta di prodotti alimentari biologici presente in Grande distribuzione: a oggi, sono 158 le referenze, tra ambient e fresche", spiega Virginia Maschio, responsabile marketing e comunicazione. "A Cibus, un focus particolare è dedicato ai fusilli di piselli verdi bio e a quelli di lenticchie rosse bio. Referenze vegan realizzate con sola farina di legumi, frutto di ricerche volte a individuare fonti proteiche di origine vegetale da integrare facilmente nella dieta di tutti i giorni. I fusilli bio di piselli verdi e di lenticchie rosse sono ricchi di fibre e proteine. Con i primi che sono anche senza glutine: perfetti, dunque, per tutti i consumatori celiaci". A caratterizzare il nuovo prodotto, le modalità di produzione: "I fusilli di legumi bio BeneBio sono realizzati con metodi artigianali, che non prevedono pre-gelatinizzazione, ovvero il processo utilizzato dalle industrie che producono pasta senza glutine. Inoltre, l'essiccazione avviene a bassa temperatura, permettendo di preservare i valori nutrizionali degli ingredienti naturalmente contenuti nelle materie prime e consentendo di ottenere, sotto il profilo organolettico, una consistenza naturale della pasta", sottolinea Virginia Maschio.

## ALCE NERO



PRODOTTO NOVITÀ

Linea della pasta senza glutine



Gianluca Puttini

"Il 2015 di Alce Nero si è chiuso con una crescita nel fatturato del 42%. Con incrementi positivi in Gdo e buoni riscontri dall'export", spiega il marketing e trade marketing manager Gianluca Puttini. "Quest'anno si è poi aperto con la novità di una nuova grafica per il nostro packaging: in cui sono inseriti anche elementi a spiegazione del nostro quotidiano impegno". Diverse le novità presentate a Cibus 2016 da Alce Nero: la linea delle farine macinate a pietra, la quinoa real, le tavolette di cioccolato al sale e al caffè, la pasta senza glutine, cui presto si aggiungeranno anche biscotti e sostitutivi del pane gluten free, la composta fichi e limoni, oltre allo yogurt, nelle versioni alla banana, ai mirtili, al caffè e bianco, con cui il marchio entrerà nei prossimi mesi nel segmento del fresco.

## PROBIOS



PRODOTTO NOVITÀ

Cous cous di grano saraceno linea Altri Cereali



Fernando Favilli

Probios si è presentata a Cibus con due diversi stand: il primo dedicato allo storico marchio, cui fanno capo la maggior parte delle linee di prodotto commercializzate, e un secondo che ospita le referenze della controllata Il Nutrimento. Il gruppo toscano ha chiuso il 2015 con un fatturato record di 37 milioni di euro, in crescita del 21,3% rispetto all'esercizio 2014. "Lo scorso anno abbiamo registrato anche un forte incremento nell'export", evidenzia Fernando Favilli, presidente e amministratore delegato. Tante le novità portate a Cibus. "In primis, il cous cous di grano saraceno, senza glutine, della linea Altri Cereali", spiega Favilli. "Ma anche i pesti di canapa nelle tre versioni con basilico, con zucchine e curry e con pomodori secchi firmati Il Nutrimento, selezionati tra le migliori innovazioni a Plma". In fiera, in vetrina anche i nuovi cous cous aromatizzati, nei gusti marocchino e mediterraneo, e il cono gelato vegan e gluten free Rice&Rice.

## FREEG



PRODOTTO NOVITÀ

Base per pizza



Enzo Marini

La base per pizza senza glutine e senza allergeni, Vegan Ok. Formulata per le persone intolleranti al glutine, ma anche perfetta per i consumatori che soffrono di altre intolleranze alimentari (latte e lattosio, soia, uova) o che seguono una dieta vegana. Rigorosamente cotta su pietra, disponibile a scaffale fuori frigo. È questa la referenza su cui FreeG ha puntato per Cibus 2016. "Un prodotto made in Italy con tanti plus, tra cui la possibilità di un'elaborazione personale da parte di chi lo acquista, che sta riscuotendo grande successo sui mercati di tutto il mondo", sottolinea Enzo Marini, titolare dell'azienda.

## VALBONA



PRODOTTO NOVITÀ

Linea 'Veganette'



Federico Masella

"A Cibus 2016 lanciamo la novità assoluta delle 'Veganette' Magie della Natura. Un prodotto fresco davvero rivoluzionario, che tende a fornire un'ulteriore risposta alla crescente domanda di servizio nel mondo vegetale", spiega Federico Masella, responsabile marketing. "Si tratta di una gamma di affettati 100% vegetali, realizzati con verdure italiane con l'aggiunta di superfood come i semi di lino o di canapa. Con certificazione vegana, senza glutine e senza allergeni, ricche di Omega 3 e una shelf life totale di 45 giorni, le 'Veganette' si prestano a qualsiasi momento di consumo e sono destinate a svariati utilizzi". Altra novità portata in fiera da Valbona è la linea vegan di pesti e salse, che si compone di quattro ricette 100% naturali, senza glutine e senza formaggio: in primis i pesti vegan con tofu, nelle varianti verde e rosso, cui si aggiungono le creme vegan con tofu alle zucchine e ai peperoni e carote.

## THE BRIDGE



PRODOTTO NOVITÀ

Bio Almond Drink



Eva Christina Pfeffer

L'azienda vicentina di proprietà della famiglia Negro Marcigaglia, che dal 1994 produce bevande 100% vegetali bio, ha presentato a Cibus 2016 il rinnovamento della propria immagine. "Era importante sviluppare un rebranding che rispecchiasse ancor più la nostra realtà", evidenzia Eva Christina Pfeffer, marketing & sales director. "Cominciando dal marchio, che si fa più essenziale e pulito: uno standard bianco e verde a rappresentare la naturalità dei prodotti, una goccia a simboleggiare l'acqua di sorgente, e due spighe stilizzate per comunicare al consumatore l'accurata selezione dei cereali". Plus dei nuovi packaging: un design studiato per attrarre l'attenzione a scaffale e che evidenzia le caratteristiche di ciascuna referenza. Novità di prodotto: un drink all'avena senza glutine e la bevanda alla mandorla tostata al 3%, in versione con e senza zucchero.

## FONTE PLOSE



PRODOTTO NOVITÀ

BioPlose Melagrana



Davide Gregorini

A Cibus, Fonte Plose ha presentato l'ampliamento della linea BioPlose, con il primo nettare di melagrana biologica studiato per rispondere alle esigenze dei consumi della clientela Horeca. "BioPlose Melagrana piace per la sua versatilità, perché si adatta a ogni momento di consumo", spiega Davide Gregorini, responsabile vendite Italia. "Altra novità è il cambio di colore, nelle bibite Plose Vintage, del ginger: che passa dal caratteristico rosato a trasparente per la volontà di evitare il ricorso ai coloranti chimici". Grande successo anche per Acqua Plose: +15% nelle vendite lo scorso anno. "I consumatori scelgono sempre più le fonti di alta montagna", evidenzia Gregorini. "E la nostra acqua si caratterizza per la sua leggerezza, un pH di 6,6 che la rende ideale per essere assimilata dal corpo umano, oltre a un contenuto di ossigeno molto alto, pari a circa 10,2 mg/l: proprietà che hanno portato la Federazione italiana delle associazioni e dei medici omeopatici a consigliarla".

In foto, da sinistra, Emilia Banzi, Davide Gregorini, responsabile vendite Italia, ed Erica Tagliavini

## FIORE DI PUGLIA



PRODOTTO  
NOVITÀ

Taralli da agricoltura biologica, Prodotti di Qualità Puglia



Giuseppe Fiore

"A Cibus 2016 abbiamo proposto un nuovo prodotto premium, vegano e biologico, realizzato interamente con materie prime bio di qualità, da filiera controllata e provenienti esclusivamente dalla Puglia", spiega Giuseppe Fiore, titolare. "Si tratta dei Taralli certificati 'Prodotti di Qualità Puglia', con solo olio extra vergine di oliva e lievito madre, privi di additivi artificiali e che si caratterizzano per la loro alta digeribilità". Un prodotto che sostiene la Lega italiana per la lotta contro i tumori (Lilt), a cui è devoluta parte del ricavato delle vendite. "Una referenza che si contraddistingue anche per un packaging elegante, già pensato in ottica export: su cui sono inserite informazioni che comunicano la cultura del tarallo, suggerendone modalità d'utilizzo in cucina e di consumo", sottolinea Giuseppe Fiore.

## FRACCARO



PRODOTTO  
NOVITÀ

Panettone alle bollicine trevigiane



Luca Fraccaro

"Il 2016 si è aperto positivamente, con incrementi nelle vendite attorno al 6%", spiega Luca Fraccaro, sales & marketing director. A Cibus 2016 presentata una duplice novità. In sinergia con la storica azienda trentina Villa De Varda, lanciato il panettone farcito dopo cottura con una morbida crema alla grappa. Mentre in collaborazione con il produttore veneto Redoro, realizzato un panettone all'olio extra vergine d'oliva. "Tra le referenze biologiche, in vetrina lo speciale panettone alle bollicine trevigiane, realizzato con il migliore Prosecco Docg bio", evidenzia Fraccaro.

## PUGLIA SAPORI



PRODOTTO  
NOVITÀ

Squik snack salati



Pier Roberto Renna

"Il 2015 è stato caratterizzato da un aumento vertiginoso nelle vendite delle nostre produzioni bio e dal crescente interesse dimostrato da trade e consumatori verso le novità senza glutine", spiega Pier Roberto Renna, direttore operativo. "Proprio per questo anche per l'anno in corso proseguiremo gli investimenti su queste due tipologie di gamme, che vogliamo portare sempre più all'interno della Gdo". Il 2016 rappresenta il 25esimo anno di attività per l'azienda pugliese. Traguardo importante, che coincide anche con l'avvio di progetti che sono sintesi del suo impegno negli ultimi anni: in particolare nello sviluppo di referenze e snack gluten free. "A Cibus 2016, presentiamo gli Squik", sottolinea Renna. "Linea di snack panificati aromatizzati che nascono seguendo lo stesso processo produttivo del tarallo ma con una connotazione di gusto e fragranza unici. Quattro le varianti: classico all'olio d'oliva, bacon, gusto pizza e al rosmarino".

## TEDESCO GROUP



Luca Alessandro Ceriani

"Per il nostro Gruppo il 2015 si chiude con un fatturato di oltre 50 milioni di euro, realizzato grazie alla crescita delle PI, del marchio Piselli e grazie al lancio di ben 50 nuovi prodotti, per la maggior parte senza olio di palma e bio. Oltre a un incremento del nostro business internazionale", commenta Luca Alessandro Ceriani, international business developer per il Gruppo Tedesco, che racchiude i brand Piselli e Granart. E proprio di novità si parla nel corso di Cibus: "Abbiamo reinventato l'idea del panettone con la creazione di Trix, una confezione regalo che racchiude tre panettoni mignon. Una soluzione che piace molto all'estero, in quanto permette di degustare tre diverse tipologie di panettoni in una sola occasione. Particolarmente performante anche il comparto dei biscotti e dei croissant, in particolar modo la Linea Benessere".

## PARMA IS



PRODOTTO  
NOVITÀ

Linea di succhi di frutta Frù



Simone Finetti

"Per un'azienda innovativa come Parma Is, Cibus rappresenta una vetrina fondamentale per proporre le novità di prodotto. Su tutte la nuova linea di succhi di frutta Frù, realizzati con sola frutta italiana, senza l'aggiunta di acqua o zuccheri. Tutto questo è possibile grazie all'utilizzo della tecnologia dell'alta pressione, che consente di prolungare fino a 30 giorni la shelf life del prodotto, mantenendolo fresco e preservandone le caratteristiche nutrizionali e organolettiche. La linea si compone attualmente di quattro gusti: uva, kiwi, mela e fragola. Altra novità, l'ampliamento della gamma de 'il Pagnotto', con un assortimento bio che conta tre referenze: prosciutto cotto, pollo e olive e una panino vegano con tofu e pomodoro. Il giudizio positivo sui lanci è stato univoco, anche da parte di importanti realtà della distribuzione europea che hanno manifestato interesse ad inserire in assortimento questi prodotti. Per il mercato italiano, poi, la linea Frù rappresenta una novità assoluta e sarà presto presente sugli scaffali delle principali catene distributive".

In foto, da sinistra, Igor Furlotti e Simone Finetti, commerciali

## AD CHINI



PRODOTTO  
NOVITÀ

Barretta bio 100% mela



Valentina Chini

AD Chini, azienda specializzata nella trasformazione delle mele e concessionaria del marchio Melinda, a Cibus ha lanciato diverse novità prodotte all'insegna del biologico e del benessere. "In primis, la nuova Bio barretta 100% mela che, grazie a una tecnologia di produzione brevettata, è unica nella sua composizione e viene realizzata con sole mele biologiche disidratate e succo di mela biologico", spiega Valentina Chini, responsabile marketing. "Ma in vetrina anche la nuova linea Chini BenEssere, che arricchisce l'offerta di ben 12 referenze con la prima mousse agrumata mela e bergamotto e con tre nuove mousse Grand Frutta nelle versioni Antiossidante, Energizzante e Vitalità disponibili con topping a base di frutta, cereali, semi e bacche".

## MANGIARSANO GERMINAL



PRODOTTO  
NOVITÀ

Nuove referenze linea Germinal Bio Vegan



Paolo Pisano

"Grazie al boom che il mercato del biologico sta vivendo oggi in Italia, il 2015 si è chiuso in modo molto positivo per Mangiarsano Germinal, con un fatturato in crescita del 20%, a 30 milioni di euro", commenta Paolo Pisano, direttore vendite per l'azienda di Treviso. "Un trend che trova conferma anche nei primi mesi di quest'anno, grazie all'interesse dimostrato dalla Grande distribuzione per la crescita di questo comparto". Le molte novità presentate in fiera dall'azienda cercano di rispondere alle nuove esigenze dei consumatori: "Fra tutte spicca la gamma dei freschi, che si compone di 18 referenze bio, gluten free e vegan. Inoltre, alla fine del secondo semestre saremo in grado di poter proporre una nuova gamma di prodotti salati biologici e senza glutine".

## SARCHIO



PRODOTTO  
NOVITÀ

Plum cake con grano saraceno



Sandra Mori

A Cibus, Sarchio ha presentato le nuove merendine e tante altre novità bio, senza glutine e vegan. "In totale, sono sette le nuove referenze", spiega Sandra Mori, responsabile marketing. "In vetrina, in particolare, c'è la linea di merendine bio che comprende muffin di farro o con gocce di cioccolato e plum cake senza glutine e senza latte in due versioni a base di riso e mais o con grano saraceno". Tra gli altri prodotti lanciati: la quinoa real, dal sapore più delicato e con un chicco più grande, che arricchisce la gamma dei cereali. E nella linea vegan, i semi di canapa decorticati, ricchi di proteine vegetali, ma anche i ceci lessati in vaso. "Il 2016 si è aperto con crescita in doppia cifra, sulla linea dello scorso anno", spiega Sandra Mori. "E in vista di Sana Bologna, in agenda abbiamo tante importanti novità".

In foto, da sinistra, Sandra Mori, responsabile marketing, con Eleonora Pregheffi, marketing e comunicazione, e Licia Pignatti, import export.

## ALMAVERDE BIO



PRODOTTO  
NOVITÀ

Frollini ai cereali, al farro e integrali



Adriana Cicoria

"Il 2015 è stato un anno positivo: il primo per Almaverde Bio Ambiente, la società di distribuzione dei prodotti a marchio Almaverde Bio appartenenti alla categoria 'ambient'. Un'unica ed efficiente piattaforma per garantire una logistica ottimizzata al servizio dei vari canali commerciali. Cinque aziende produttrici (Besana Group, Fruttage, Fila Saclà, Molino Spadoni e Natura Nuova). Una rete commerciali di 15 collaboratori specialisti del biologico", spiega Adriana Cicoria, responsabile marketing e sviluppo di Almaverde Bio Ambiente. Tra le diverse novità di prodotto 2016, a spiccare proprio i lanci di Cibus. "Presentiamo nuove referenze ambient", aggiunge Adriana Cicoria. "In primis, le farine macinate a pietra e semi integrali, Tipo 1 e Tipo 2, meno raffinate delle '0' e '00', nel formato da 1 kg; poi, tre diverse varianti di biscotti frollini, ai cereali, al farro e integrali, senza lattosio, palm oil free, con zucchero di canna e miele; infine, lanciate le barrette croccanti, con grano saraceno e semi di canapa, con miglio e con bacche di goji: una tipologia di snack che arricchisce la nostra offerta di superfood".

## BIOEAT YUKYBIO



Giovanni Pennelli

“YukyBio è un nuovo brand dedicato alla distribuzione nel normal trade, per tutti i punti vendita che vogliono iniziare col biologico”, spiega Giovanni Pennelli, responsabile commerciale. “Qui a Cibus il debutto assoluto con 60 referenze”. L’offerta del marchio comprende tre linee di biscotti: vegan, senza lieviti e integrale. A cui si aggiungono la pasticceria vegana, il pane con lievito di pasta madre e i suoi sostituti, oltre ai prodotti super colazione, con i soffiati e i fiocchi, le composte e i dolcificanti, i condimenti, i chicchi e le farine, i legumi e le zuppe. “Tutto in linea con quanto richiede il mercato”, sottolinea Pennelli. “Yukybio va ben oltre il concetto di bio. Il biologico, infatti, è un prerequisito che va a braccetto con il concetto di cibo salutistico: 100% vegan, senza uova e senza latte, palm oil free, solo con olio extravergine di oliva e dolcificanti naturali”.

**PRODOTTO NOVITÀ**

Linea biscotti biologici Vegan



## EUROVERDE



Franco Rollè

Azienda con oltre 60 anni di esperienza nel settore orticolo, Euroverde si è presentata a Cibus 2016 con diverse novità. “La nostra offerta si amplia con ‘Armonia di cereali’, una linea di prodotti a marchio ‘Bontà di stagione’ vegan e gluten free. Ma anche con tre piatti pronti con shelf life 12 mesi: la minestra di riso rosso e quinoa, la vellutata di zucchine con patate e grano saraceno e il purè di patate senza latte”, spiega Franco Rollè, direttore commerciale e R&S. “Tutte referenze con 100% verdure fresche italiane”. Seguendo la stagionalità delle materie prime, lanciate cinque vellutate estive e sei zuppe invernali. Oltre all’innovativa linea di hummus: prodotti freschi, per sei ricette a base di ceci e una con fagioli cannellini che si caratterizzano per digeribilità e delicatezza.

## RIZZOLI EMANUELLI



Federica Siri

L’azienda di Parma, specializzata dal 1906 nella produzione di conserve ittiche di qualità, ha presentato a Cibus la nuova linea di prodotti biologici. “Si tratta di filetti e tranci di tonno, filetti di sgombrò e ‘Le Rizzoline’, filetti di alici del mar Adriatico. Tutte conserve che maturano in olio extra vergine d’oliva bio”, spiega Federica Siri, responsabile marketing e trade marketing. “Referenze certificate Ccqb e Craega, che rappresentano una novità importante per il settore. E anche la conferma della scrupolosa attenzione di Rizzoli Emanuelli nella selezione delle materie prime e nelle successive fasi di lavorazione e conservazione dei prodotti”.

**PRODOTTO NOVITÀ**

Filetti di alici ‘Le Rizzoline’, in olio extravergine d’oliva biologico



## GRUPPO DONELLI



Angela Giacobazzi

“Siamo presenti a Cibus con tutte le etichette del nostro gruppo, tra cui figurano anche i succhi d’uva bio Gavioli Antica Cantina, gamma di bevande analcoliche lanciata a inizio 2014 e dedicata ai mercati esteri”, spiega Angela Giacobazzi, Asia area manager. “Le risposte rispetto a questa tipologia di prodotto da parte di trade e consumatori, a livello internazionale, sono molto positive, facendo ben sperare per il prosieguo del progetto. Bene soprattutto gli Usa, ma si stanno aprendo diversi altri mercati”. Non solo biologico, però. “In Medioriente, con le diverse varianti di gusto del tradizionale succo d’uva frizzante a marchio Donelli siamo presenti nel 95% delle catene della Gd di Abu Dhabi e Dubai. Oltre a essere leader in Arabia Saudita”, sottolinea Angela Giacobazzi.

## VIVIBIO



**PRODOTTO NOVITÀ**

Quinoa Real Bio coltivata in Bolivia



“Sono molte le novità poste in vetrina dall’azienda a Cibus”, spiega Fabio Ardillo, dall’ufficio comunicazione e marketing. “Tra le 40 nuove referenze presentate, meritano sicuramente una citazione particolare i prodotti a base di quinoa real biologica, perché fonte di fibre e di proteine: si tratta di una varietà proveniente dalla zona di produzione specifica compresa tra la salina di Uyuni e il lago salato Coipasa, situati nell’altopiano meridionale della Bolivia, nelle provincie di Potosí e Orur, ad altitudini superiori ai 3.600 metri”.

## FELICIA BIO – ANDRIANI



**PRODOTTO NOVITÀ**

Sedanini 100% farina di lenticchie rosse Felicia Bio



Andriani ha presentato a Cibus una novità prodotta realizzata all’interno di uno stabilimento esclusivamente dedicato al gluten free, tecnologicamente all’avanguardia. Si tratta della pasta di legumi Felicia Bio, ricca di proteina e fibre, nelle varianti sedanini 100% farina di lenticchie rosse e fusilli 100% piselli verdi, cui si aggiungerà a breve un ampliamento di gamma che prevede nuovi formati. Referenze senza glutine, biologiche e vegan, disponibili in formato da 250 g. “L’accoglienza per questa novità è stata positiva tanto dal trade, quanto dal consumatore”, spiega Patrizia Stano, marketing communication manager. “Le certificazioni sono il plus decisivo: è indicata per chi è intollerante o sensibile al glutine, ideale per chi segue una dieta vegana, ma anche per gli sportivi e per chi conduce uno stile di vita sano ed equilibrato”.

In foto, lo chef Francesco Capriati

## DI LEO



Ezio Pinto

“Dopo cinque anni di crescita ininterrotta, anche nel 2015 il fatturato dell’azienda ha mostrato segno positivo, con un incremento dell’11% rispetto all’anno precedente. Un risultato reso possibile da un’offerta di prodotti caratterizzata da un alto valore aggiunto per i consumatori, oltre che dai molti investimenti fatti in comunicazione”, spiega Ezio Pinto, responsabile marketing per Di Leo, ottavo player di mercato a livello nazionale e secondo in Puglia e Basilicata. “A Cibus presentiamo le nuove referenze Fattincasa: una linea che da ben 25 anni vanta l’assenza di olio di palma e che ora si arricchisce dei Fattincasa con farro e farina macinata a pietra 100% di origine italiana, e dei Fattincasa Delicato con avena, orzo e con gocce di cioccolato. Inoltre, presentiamo l’estensione della linea bio Fiorbi con una nuova referenza realizzata con farina integrale di farro”.

**PRODOTTO NOVITÀ**

Fiorbi con farina integrale di farro



## TASTE ITALY – GUSTAMENTE



Antonio Montanini

A Cibus 2016, presente anche l’azienda emiliana Taste Italy, con il suo nuovo brand ‘GustaMente’. Un marchio che nasce per rispondere alla richiesta dei mercati mondiali, sempre più orientati verso una domanda di cibi funzionali e privi di allergeni. “Qui a Parma lanciamo il primo tortellino biologico, senza glutine e lattosio. Il connubio tra alcuni dei migliori ingredienti dell’eccellenza made in Italy: il parmigiano reggiano Dop, il prosciutto crudo di Modena Dop e la mortadella di Bologna Igp”, spiega Antonio Montanini, presidente di Taste Italy. Ma l’offerta dell’azienda si compone di diverse altre specialità. Tra cui spiccano le novità della pasta all’uovo non ripiena, biologica e gluten free, proposta in vari formati, e ‘Grazie Mamma’, linea con ingredienti naturali studiata per i bambini.

**PRODOTTO NOVITÀ**

Tortellini Bio



## NATURELLO



**PRODOTTO NOVITÀ**

Pesto alla genovese, linea ‘Naturello Bio’



Azienda vicentina specializzata nella produzione di pesti e sughi freschi, Naturello ha portato a Cibus 2016 la nuova linea biologica ‘Naturello bio’. “Sughi freschi vegetali, da ingredienti selezionati, che si caratterizzano anche per un packaging che fa risaltare il posizionamento premium del prodotto”, sottolinea Fabio Sinigaglia, sales manager retail – food service. La gamma è composta da sughi in formato retail da 120 g: pesto alla genovese con olio extra vergine di oliva, sugo pomodoro e basilico con olio extra vergine di oliva e sugo ai quattro formaggi con emmentaler, provolone e gorgonzola. “In fase di sviluppo anche un sugo alle verdure grigliate. Disponibili inoltre i formati food service”, spiega Sinigaglia.

In foto, Michela Dinello, responsabile marketing

## MARTINO



A Cibus 2016, per il suo debutto alla manifestazione, Martino ha presentato un ampliamento della propria già ricca gamma di couscous. "Una serie di novità che rispondono alle richieste provenienti dal mercato", spiega Emma Martino, export sales manager. "In vetrina, su tutte, i couscous naturali di mais, ceci e riso: proposte per gli intolleranti al glutine, oltre che referenze altamente digeribili. Una gamma che costituisce la nuova linea 'Al naturale', perfetta anche per gli amanti del vegan o dei prodotti kosher. Ma in primo piano, qui in fiera, anche i couscous conditi pronti da gustare. Si tratta di piatti pronti ambientati della linea 'Happy couscous': tutti bio e vegani, in alcuni casi anche integrali".

In foto, da sinistra, Emma Martino e Valentina Menga

## SOSIO



Alessandra Sosio

"Ottima fiera, con una grande partecipazione di operatori specializzati, sia dall'Italia, sia dall'estero. Nel corso della manifestazione abbiamo presentato alcune novità di prodotto. Su tutte la nostra bresaola bio. Questa referenza viene realizzata con materie prime provenienti da una filiera interamente certificata che risponde a stringenti controlli di prodotto e di processo per verificare il rispetto dei requisiti di produzione biologica. È un prodotto ad alto contenuto di proteine, a basso contenuto di grassi, senza glutine e lattosio. Grande successo anche per la bresaola De 'Baita', il prodotto e il marchio storicamente associati alla nostra azienda, che identificano l'alta qualità della nostra produzione. Uno spazio e un'attenzione del tutto particolari sono stati dedicati a 'La mia Bresaola', il nostro prodotto gourmet. Grazie alla meticolosa selezione delle carni e al processo di lavorazione completamente artigianale, 'La mia Bresaola' riscuote un ottimo successo tra coloro che cercano in un prodotto la sua storia, la tradizione e i valori che lo rendono unico".

Da sinistra: Umberto, Walter e Alessandra Sosio

## SALUMERIA DI MONTE SAN SAVINO



Alessandro Iacomoni

"Siamo molto soddisfatti per questa edizione di Cibus, dove abbiamo potuto presentare, a un gran numero di buyer, i nostri classici e le nostre novità di prodotto. Su tutte la linea bio che denota la vocazione dell'azienda alla qualità. Selezioniamo le migliori carni italiane biologiche, per produrre salumi tipici toscani con il plus della certificazione bio. Anche le spezie e gli ingredienti utilizzati, quali pepe, finocchio, peperoncino sono rigorosamente biologici. La gamma comprende: salame toscano, finocchiona Igp, salsiccia stagionata e salamella piccante, oltre alla nostra porchetta cotta a legna che ci fa riscuotere sempre un grande successo".

Da sinistra: Daniela Bruni, Alessandro Iacomoni ed Emanuela Seri

## CENTRO CARNI COMPANY



Filippo Pilotto

"Lo scorso novembre abbiamo lanciato il nuovo brand You&Meat, con una linea di prodotti che comprende hamburger gourmet in formati da 200 e 300 grammi. Si tratta di prodotti di nicchia, derivati da carni particolari: chianina, razza piemontese, scottona, angus. Proporre un nuovo marchio è fondamentale per spiegare le caratteristiche e la storia del prodotto. La nostra strategia prevede, infatti, una comunicazione capillare che vedrà protagonisti i social network, coinvolgendo anche alcuni food blogger. Altri importanti progetti che abbiamo sviluppato sono la linea Kid, che comprende hamburger con carne di vitello e spinaci e sono pensati soprattutto per i bambini, e la linea bio, certificata da Valoritalia ed è rivolta principalmente al consumatore che si rivolge alla Gdo per acquistare della carne biologica".

Da sinistra: Raffaele e Filippo Pilotto

## NUOVA TREVISAN DOLCIARIA - GRUPPO FIETTA



Nuova Trevisan Dolciaria, azienda che fa parte del Gruppo Fietta, ha presentato a Cibus 2016 la nuova pasta di legumi biologica a marchio Trevisan bio. "È proposta in duplice versione: i fusilli di piselli verdi e i sedanini di lenticchie rosse", spiega Serafino Maffè, direttore generale. "Specialità adatte a tutti i consumatori, in quanto bio, vegan e gluten free. Sono alimenti ricchi di fibre che forniscono un forte apporto proteico". Tra le altre novità biologiche, un completamento di gamma per i succhi, col gusto melagrana, e il lancio dei tarallucci, snack vegan e senza olio di palma, in duplice ricetta: classica e multicereali. "A settembre, la linea biologica si arricchirà ancora, raggiungendo 130 referenze", spiega Maffè.

# mamma emma

gnocchi di patate fresche cotte a vapore

bio

i prodotti biologici mamma emma sono il risultato di una produzione vocata alle buone cose che attraverso accurate e severe selezioni della materia prima garantiscono piatti freschi e genuini.

vegan

gnocchi classici, gnocchi con farina di farro, gnocchi con farina di KAMUT®, gnocchetti con spirulina e gnocchetti integrali sono prodotti vegan.



MASTER Srl - Via del Lavoro, 12 - Veduggio - Treviso - Italy - www.gnocchimaster.com

## NUOVA INDUSTRIA BISCOTTI CRICH



PRODOTTO NOVITÀ

Bio Biscotto frollino integrale

Bruno Rossetto

"Il fatturato 2015 di Crich si chiude in crescita del 7%, a 50 milioni di euro. E per l'anno in corso prevediamo incrementi pari o superiori al 2015", commenta Bruno Rossetto, amministratore delegato per l'azienda trevigiana Nuova Industria Biscotti Crich. "Le esportazioni, che raggiungono il Nord America e il Far East, passando per l'Europa e il Medio Oriente, hanno un'incidenza del 35% sul fatturato complessivo". Tra le novità presentate a Cibus: i biscotti frollini bio, ma anche i biscotti frollini, petit e i cracker gluten free. "Tutte referenze disponibili in confezione multiporzione e monoporzionata. Inoltre, nei prossimi mesi puntiamo ad ampliare ulteriormente la linea biologica Crich nel segmento dei biscotti e dei cracker".

## DELIZIA



Specialità tipica della Puglia, realizzata solo con latte fresco pugliese raccolto ogni giorno per garantire freschezza e genuinità del prodotto. Prodotta dal caseificio Delizia, a marchio Deliziosa, la burrata in foglia, prodotto d'eccellenza, ha una lavorazione molto particolare. A differenza degli altri latticini è ripiena: un sottile strato di mozzarella racchiude un tenero cuore di panna e sfalci di mozzarella. La burrata in foglia Deliziosa, confezionata in vaschetta di polipropilene termoformato con pellicola di plastica termosaldata, è disponibile nel formato da 300 grammi.

## TONIOLO CASEARIA



PRODOTTO NOVITÀ

Linea Bio c'è - formaggio fresco

Premi e novità di prodotto per TONIOLO Casearia a Cibus. L'azienda di Borso del Grappa, infatti, ha conquistato un riconoscimento al Formaggi & Consumi Awards. Quanto alle novità di prodotto, presentata la nuova linea "Bio c'è", composta da un formaggio declinato in tre differenti stagionature, Fresco, Mezzano e Vecchio, a cui si aggiunge BIOCOTTA, ricotta dolce e leggera, disponibili sia per il banco taglio che per il libero servizio. L'altra novità è dedicata al canale della ristorazione, per cui l'azienda ha ideato alcuni prodotti, connubio tra formaggio e polenta in versione finger food. In degustazione anche la gamma di formaggi senza lattosio, anch'essa introdotta di recente, composta dai prodotti Abbondio, Artemisio, Furio, Giocondo e Remigio.

Da sinistra: Umberto, Mauro e Lucrezia TONIOLO



## REDORO



PRODOTTO NOVITÀ

Olio extravergine d'oliva 100% italiano bottiglia Regimental

Daniele Salvagno

Da sempre presente alla kermesse parmense, Redoro partecipa quest'anno all'interno dello stand de Il Buon Gusto Italiano. "Abbiamo notato una grande presenza di buyer provenienti dal Nord America, che hanno dimostrato grande interesse per il nostro olio extravergine di oliva Veneto Valpolicella Dop, così come per la nuova bottiglia Regimental, che prossimamente presenteremo nella versione da mezzo litro", commenta Daniele Salvagno, titolare di Redoro, che ha chiuso il 2015 con un fatturato in crescita del 20%. "In generale, il mercato sta premiando chi scommette sull'alta qualità delle materie prime e dei processi produttivi. Da sempre noi effettuiamo la raccolta delle olive a mano, direttamente dalla pianta, e attraverso l'estrazione a freddo ne preserviamo le proprietà nutrizionali".

## VIVA - BONTA' VIVA



PRODOTTO NOVITÀ

Fusilli Kamut melanzane e pomodorini

A Cibus 2016, Viva ha lanciato la gamma estiva di Bontàviva Nutri Più, che si compone di cinque nuove referenze tra le insalate fresche a base di pasta. Tre sono convenzionali: le penne zucchine zenzero e bacche di goji, l'eliche ceci, olive e seitan, e le farfalle pomodori e tofu. Due i prodotti 100% bio: i fusilli Kamut melanzane e pomodorini e i rigatoni di farro, pesto e semi di canapa. L'obiettivo principale di Viva con la linea Nutri Più è quello di aggiungere, a ogni singola ricetta, un ingrediente con elevate caratteristiche nutritive, per aumentare il valore nutrizionale e l'appeal del prodotto finito.

## LATTERIA SOCIALE CHIURO



PRODOTTO NOVITÀ

Linea AlpiYò yogurt magro

Graziano Maxenti

"Lo yogurt magro AlpiYò 0,1% di grassi è la novità principale che la Latteria sociale di Chiuro ha presentato in fiera", spiega Graziano Maxenti, dell'ufficio commerciale. Ma non l'unica. Tutta la gamma degli yogurt, infatti, è stata ampliata con nuovi gusti, come quello al limone, e prodotti: AlpiYò Valtellina yogurt intero e AlpiYò Bio, yogurt biologico. A questi si aggiunge lo yogurt Capra Valtellina, disponibile sia naturale che ai mirtilli. "Tutti i nostri prodotti sono realizzati con latte 100% valtellinese e arricchiti con confetture prodotte in Valtellina dalla Cooperativa Il Sentiero, che si occupa di integrare lavorativamente persone svantaggiate", spiega Maxenti. Che aggiunge: "L'obiettivo 2016 è essere presenti nei punti vendita di tutte le regioni d'Italia".

## LA LINEA VERDE SOCIETÀ AGRICOLA - DIMMIDISI



PRODOTTO NOVITÀ

Piatto unico benessere cranberries, semi di zucca e noci in insalata

Elena Iori

Specialista del freschissimo al debutto a Cibus, 'La Linea Verde' ha presentato la sua ricca offerta, tra cui spiccano le specialità firmate Dimmidisi, il brand di proprietà creato 10 anni fa e divenuto noto grazie a 'Le Zuppe Fresche'. "I prodotti freschi pronti al consumo sono ormai affermati in Italia ed è giunto il momento per essere più valorizzati all'interno del punto vendita", spiega Andrea Battagliola, direttore commerciale. Tra le novità Dimmidisi: due ricette per i 'Primi piatti pronti estivi', con il Cous cous & Armonia mediterranea fresca e la Quinoa & verdure dell'orto fresche, ma anche, nella gamma 'Piatto unico benessere', le preparazioni con cranberries, semi di zucca e noci in insalata e aloe, bacche di goji e semi di girasole in insalata.

## NT FOOD



PRODOTTO NOVITÀ

Mini Grissotti multicereale

Nicoletta Del Carlo

"A Cibus, Nt Food ha dato appuntamento a buyer, operatori e visitatori per far loro scoprire la sua ampia offerta di referenze senza glutine", spiega Nicoletta Del Carlo, amministratore delegato e direttore del controllo qualità. "Grande risalto è stato dato ai nuovi prodotti monoporzionati, in uscita tra maggio e giugno". Tra le novità, in vetrina proprio l'estensione della linea monodose Nutrifree, che conta già diverse referenze e ha l'obiettivo di incontrare i bisogni dei nuovi stili di vita che ricercano la praticità del consumo fuori casa. "Presentati i Mini crackers, i Mini crackers multicereali e i Mini grissotti break multicereali. A cui si aggiungono anche gli snack dolci in confezione monodose da 40 g: frollini con panna, multicereale e biscotti, tutte referenze già esistenti nel formato da 400 g".

Da sinistra: Sara Turini, ufficio comunicazione e Nicoletta Del Carlo, amministratore delegato e direttore del controllo qualità

## PASTIFICIO FELICETTI



PRODOTTO NOVITÀ

Linea "Il Cappelli"

Riccardo Felicetti

In occasione di Cibus, il pastificio trentino Felicetti ha presentato 'Il Cappelli', la nuova linea Monograno realizzata con l'omonimo grano duro coltivato, con metodo biologico, in Puglia. Una gamma che sarà proposta in diversi formati, in confezione da 500 g. "Abbiamo deciso di andare in controtendenza al mercato, sempre più orientato verso pasta fatta con grani iperproteici e ad alti indici di glutine", sottolinea Riccardo Felicetti, il titolare. "E fin nel packaging, in evidenza è posto il mix tra i due terroir delle Murge e delle Dolomiti da cui prende vita la nuova pasta". Obiettivo: "Far comprendere le differenti risultanze di un grano, quando coltivato in aree diverse", spiega Felicetti. "Ma anche valorizzare l'abilità del pastaio, chiamato a interpretare la materia prima".

## ZERBINATI



PRODOTTO NOVITÀ

BurgerZ

Azienda italiana specializzata nella produzione di verdure fresche pronte al consumo e di piatti pronti freschi, a Cibus 2016 ha lanciato 'Il nostro Bio', nuova linea di zuppe biologiche in monoporzionata, con un pack dai tratti provenzali. "Il nostro primo step nel mondo del biologico, parte da un purè di patate, una zuppa con orzo e farro, un minestrone e un passato di verdure", spiega l'azienda. "Ma per soddisfare le nuove tendenze di consumo, in fiera lanciamo anche i BurgerZ: 100% vegetali, già cotti e pronti in 2', sono disponibili nelle varianti quinoa e carote al profumo di zenzero; quinoa, broccoli e zucchine; quinoa e peperoni; quinoa, spinaci e verze".

## MG BISCOTTERIA VENEZIANA



PRODOTTO NOVITÀ

Biscotti Zaeti con uvetta ed Esse di Burano

Andrea Seno

"Il 2015 si è chiuso con una crescita del fatturato del 30% e le esportazioni hanno un'incidenza del 10% sul nostro volume d'affari, un business che sta crescendo soprattutto in Europa, ma che puntiamo ad allargare al continente americano", sottolinea Andrea Seno, titolare di M.G. Biscotteria Veneziana, presente a Cibus all'interno della collettiva Il Buon Gusto Italiano. "In fiera presentiamo alcune novità: due biscotti tipici veneziani certificati biologici e un biscotto vegano".



## MULINO ALIMENTARE



PRODOTTO  
NOVITÀ

Cubotti



Tre novità a Cibus per Mulino Alimentare. Con il brand Antico Caseificio Italiano, l'azienda propone il parmigiano reggiano biologico, in confezione da 200 grammi in Atm, termoformata, la linea Mini Snack, con confezioni singole da 20 grammi in Atm di parmigiano reggiano, pecorino romano, e formaggio Gran Mulino, prodotto con l'utilizzo di caglio non animale e una stagionatura di 15 mesi. Gli snack sono disponibili sia in confezione singola che multipla, con un misto dei tre diversi formaggi. L'ultima novità, infine, è rappresentata dai Cubotti, confezioni termoformate da 100 grammi di parmigiano reggiano, con i cubetti confezionati singolarmente e una shelf life di ben 180 giorni, che rende il prodotto ideale anche per i mercati extra Ue.

## SANGUEDOLCE



PRODOTTO  
NOVITÀ

Mozzarella  
Saporosa Bio



Sanguedolce rinnova la sua presenza a Cibus. Nello stand dell'azienda di Andria, in primo piano le ultime due novità di prodotto: la mozzarella Saporosa bio e il burro Noncè, senza lattosio. La mozzarella bio, confezionata in vaschetta di polipropilene termoformato con pellicola plastica termosaldata, è un formaggio fresco a pasta filata ottenuto solo da latte bio e caratterizzato da una superficie liscia, uniforme e di colore bianco niveo. La mozzarella Saporosa bio, con una shelf life di 12 giorni, è disponibile nel formato da 100 grammi in vasetto ed è destinata al libero servizio. Noncè, invece, è un burro senza lattosio, ottenuto con la scomposizione di questo zucchero naturale in glucosio e galattosio, facilmente assimilabili dall'organismo, che si aggiunge alla gamma di prodotti senza lattosio.

## ALIMENTALY



Tante le novità di prodotto per Alimentary: mozzarella 125 grammi bio, parmigiano reggiano 200 grammi biologico, parmigiano reggiano 30 mesi da 150 grammi e parmigiano reggiano stick da 125 grammi. A cui si aggiungono due iniziative, come spiega il responsabile, Francesco Socchi: "Prima di tutto la distribuzione del marchio Hotos, con un assortimento che comprende, tra l'altro, feta, tzatziki, yogurt greco e manouri. Inoltre, abbiamo avviato l'attività di ricerca di nuovi aderenti alla centrale per le aree libere". Alimentary è costituita, in Italia, da una dozzina di grossisti alimentari, mentre all'estero conta circa dieci soci. "Si tratta sempre del primo o secondo operatore del paese di riferimento per quanto riguarda i formaggi italiani, distribuiti con il nostro marchio internazionale "Michelangelo".

## NATURA NUOVA



PRODOTTO  
NOVITÀ

Medaglioni quinoa  
e fagioli Azuki



A Cibus 2016, in vetrina per Natura Nuova alcune importanti novità di prodotto all'insegna del bio. "Nelle polpe di frutta, presentata la nuova linea in formato doypack in uscita con il marchio FruttaSuper: Un prodotto unico, in cui la frutta frullata, biologica, senza conservanti e zuccheri aggiunti, incontra i benefici dei super frutti maca, quinoa e acai. Con un pack innovativo, in formato tascabile e ideale per il consumo on the go", spiega Cristina Gregori, responsabile marketing. "Le altre novità, tutte rigorosamente biologiche, sono l'affettato vegetale 'Affetto', il tempeh, lo 'Spalmatofu', i bastoncini di verdure, i bocconcini vegetariani e i medaglioni di quinoa e fagioli azuki".

## CONAPI - MIELIZIA



PRODOTTO  
NOVITÀ

Pappa reale



Nicoletta Maffini

"A Cibus 2016 presentiamo alcune novità di prodotto firmate Mielizia: si tratta della pappa reale fresca biologica italiana e del polline italiano, nelle varianti deumidificato e biologico fresco", spiega Nicoletta Maffini, responsabile commerciale e marketing Conapi. Il consorzio, che riunisce oltre 600 produttori associati in tutta Italia, ha registrato nel 2015 un +30% nelle vendite sul mercato nazionale e incrementi positivi anche nell'export, dove si segnala il +40% in Giappone, principale riferimento oltreoceano insieme alla Francia. "Puntiamo molto su questi integratori naturali e innovativi presentati in fiera e che si caratterizzano per la loro marcata origine italiana", sottolinea Nicoletta Maffini. "E col marchio Mielizia vogliamo crescere sempre più all'interno della Gdo".

# Crudolio

Oli biologici di alta qualità e ricchi di nutrimento, nel pieno rispetto della natura



www.joeandco.it - www.crudolio.it

Seguici su

JOE&CO. S.R.L. - Via Caboto 40 - Montecchio Maggiore (VI) - ITALIA - Tel. e Fax +39 0444022084 - info@joeandco.it

## LEVICO



"Il 2015 è stato un anno soddisfacente, anche a seguito dell'apertura dei mercati esteri", spiega Mari-ri Franconi, responsabile marketing. "Negli scorsi 12 mesi abbiamo registrato, inoltre, un aumento positivo nel fatturato, nonostante nessun incremento nei volumi". A Cibus, in vetrina per Levico l'ampliamento della linea biologica 'BibiBio', che si sviluppa grazie all'aggiunta di una cola e dell'originale bevanda melazzeno.

## BIO ALIMENTA



Antonio Rotunno

L'azienda abruzzese BioAlimenta ha presentato a Cibus 2016 un'importante novità di prodotto a marchio Farabella. Si tratta della linea "I Cuoci-Presto", una pasta fresca stabilizzata senza glutine proposta in una variegata gamma di formati: dai tradizionali fusilli alle classiche penne, passando per i più originali anellini siciliani, malloreddu e spaghetti spezzati.

Antonio Rotunno, direzione operativa e Charlotte Taureau, assistente commerciale estero

## SIBAT TOMARCHIO



Maria Claudia Sutera

L'azienda siciliana Tomarchio Bibite si è presentata a Cibus 2016 con la novità di una linea di bevande gassate biologiche. "Si tratta di un progetto di filiera nato in collaborazione con il Distretto produttivo agrumi e i Consorzi di tutela arancia rossa Igp, limone di Siracusa Igp e arancia di Ribera Dop", sottolinea Maria Claudia Sutera, responsabile marketing. "Cinque nuovi gusti, preparati con acqua dell'Etna, zucchero di canna bio e solo succhi dei migliori agrumi siciliani: aranciata rossa, limonata, aranciata, mandarino e chinotto. La linea 'Sicilia in bottiglia bio', da giugno nei migliori negozi specializzati in formato vetro da 25 cl, si affianca a quella 'Classica' da 20 cl, sempre più preferita dalla ristorazione street food".

## NATURAL FOOD



"Quello scorso è stato un buon anno, dove si sono registrate crescite decise per bio e senza glutine", spiega Carlotta Piccioni, export manager. "Nel 2016 puntiamo a espandere la nostra presenza a livello internazionale". Natural Food è un'azienda specializzata nella produzione di sostituti del pane 100% vegetali, vegani, biologici, gluten free e tradizionali. A Cibus 2016 l'azienda ha presentato il nuovo catalogo, dove, tra le numerose novità, a spiccare è stata la linea senza glutine bio artigianale. Una gamma diversificata di prodotti che si caratterizzano in quanto senza latte, uova, soia e grassi idrogenati o animali.

## IDAC - MAZZOCCO



Alberto Mazzocco

"È stato un anno estremamente positivo, con crescite in doppia cifra", spiega Alberto Mazzocco, direttore commerciale. "E grazie alle performance della linea di biscotti vegani 'Svolazzi', il segno più si mantiene anche in questo inizio 2016". La gamma degli 'Svolazzi' si compone di cinque varianti: con farina ai sette cereali, con farina integrale, con farina integrale senza zucchero, con farina di riso e con farina di mais ai semi di chia.

## SURGITAL



Andrea Bino

"Surgital è una realtà industriale che fattura 60 milioni di euro", spiega Andrea Bino, International Marketing Department. "A oggi il 58% viene sviluppato in Italia mentre il restante 42% all'estero. Lavoriamo prevalentemente nel canale Horeca con prodotti surgelati". Surgital produce giornalmente 135 tonnellate di pasta fresca, 60mila piatti monoporzione, 8 tonnellate di sughi in pepite per un totale di 300 referenze. A Cibus l'azienda di Lavezzola (rRa) ha presentato le Mammoli di patate viola, gnocchi realizzati con un particolare tipo di patate: le Vitelotte.

## BELLEI LUIGI E FIGLI



"Il 2015 è stato un buon anno, chiuso con numeri in crescita", spiega Mariangela Bellei, amministratore delegato. "Un trend positivo che prosegue anche in questo inizio 2016". A Cibus, Acetaia Bellei ha portato diverse novità di prodotto nelle gamme convenzionali e premium. Tra le referenze bio, in vetrina l'aceto balsamico di Modena biologico Igp 'Sua Maestà' e la crema biologica all'aceto balsamico di Modena Igp della 'Linea Bellei'.

## POLENGHI



Claudia Curati

Tra le diverse novità lanciate a Cibus 2016 da Polenghi, anche l'innovativa referenza Acti Lemon. "L'azienda, specialista del succo di limone da oltre 40 anni, risponde così alla crescente domanda salutistica, intervenendo sul consumo quotidiano", spiega Claudia Curati, marketing department. "A operatori e buyer presentiamo Acti Lemon, pratiche dosette contenenti nient'altro che succo di limone 100% biologico. Una referenza ricca di preziosi principi attivi, in una pratica monoporzione da 15 ml. L'equivalente di mezzo limone e un prodotto innovativo che offre molteplici vantaggi rispetto al frutto fresco: tra cui, nessuno spreco, la giusta dose e un risparmio di tempo".

## BISCOTTERIA BETTINA



Bettina De Vettor

Biscottini al farro e olio extravergine d'oliva, ideali per l'aperitivo e per accompagnare formaggi o salumi. Biscotti di riso e avena, senza frumento, dal gusto delicato, pensati per una colazione naturale e leggera. Queste le novità a Cibus 2016 di Biscotteria Bettina. "Due referenze adatte a chi soffre d'intolleranze alimentari e a chi predilige un regime alimentare vegetariano, perché preparate senza l'utilizzo di uova e latticini", sottolinea la titolare, Bettina De Vettor. Che aggiunge: "Tutta la nostra gamma di biscotti non contiene conservanti, coloranti o aromi; gli unici grassi utilizzati sono il burro e l'olio extra vergine di oliva, mentre lo zucchero è quello di canna".

## PASTA FRESCA ROSSI



"Il 2015 è stato un anno caratterizzato dal lancio di 10 nuove referenze, che puntiamo ora a consolidare sul mercato. 12 mesi, gli scorsi, molto positivi, in cui il bio ha rappresentato un vero traino", evidenzia Francesco Ionà. A Cibus 2016, Pasta Fresca Rossi si è presentata con un'altra importante novità. Si tratta di un raviolo realizzato con materie prime biologiche, dalla sfoglia di semola di grano duro ottenuta con trafilatura al bronzo e con un ripieno vegetale e vegan: di Mopur, un derivato del grano prodotto dalla naturale fermentazione del frumento, ad alto contenuto proteico e caratterizzato da una struttura che lo rende simile, come consistenza, alla carne.

## DALTER ALIMENTARI



Un Cibus ricco di novità quello di Dalter Alimentari. Presentata la linea "Ogni Volta...", a marchio Campirossi, pensata per il canale retail. Cinque referenze a base di parmigiano reggiano Dop, di cui tre in confezioni multipack: 10 monoporzioni da 8 g, nove bustine di grattugiato da 10 g e sei bustine da 15 g in scaglie. Le altre due novità riguardano gli snack: una referenza a base di parmigiano reggiano e mix di frutta secca e disidratata e una con parmigiano reggiano e uva di Corinto.

## CAFFÈ HAITI ROMA



Francesco Geracitano

L'azienda romana ha rinnovato la sua partecipazione a Cibus con l'idea d'incontrare buyer e operatori del settore. "Abbiamo selezionato per l'occasione alcune miscele speciali da proporre in degustazione: soltanto una parte della nostra ampia offerta di qualità, ma che per caratteristiche e riconoscimenti ottenuti negli anni si configurano come esempi di eccellenza", spiega il presidente Francesco Geracitano. "Tutto sempre all'insegna del biologico e di una produzione artigianale ed equosolidale. Valori per noi fondamentali: come dimostra il nostro impegno nella Campagna Fairtrade, a sostegno dei produttori nella loro lotta ai cambiamenti climatici".

## PIAVE 1938



**PRODOTTO NOVITÀ**

Linea biologica di oli



Martina Manna

Per il suo debutto a Cibus, l'azienda trevigiana PIAVE 1938 ha puntato sulla nuova linea biologica di oli. "Una gamma completa di referenze certificate, che sono anche Vegan Ok, da filiera tracciata e controllata", spiega Martina Manna, marketing & sales department. "La linea si compone di un olio extra vergine di oliva 100% italiano, un olio di semi di girasole alto oleico particolarmente stabile in cottura, un olio di germe di granoturco ricco di fitosteroli, un olio di semi di soia perfetto bilanciamento tra Omega 3 e 6, un olio di semi di girasole per tutti gli usi, un olio di semi di lino ad alto contenuto di acido alfa-linolenico e un olio di semi d'uva con un punto di fumo a 245°".

## PASTA ZARA



Realtà di punta del settore, l'azienda veneta, primo esportatore di pasta nel mondo e secondo produttore nazionale, ha chiuso il 2015 con un fatturato di 282 milioni di euro, per un incremento percentuale del 9% nel fatturato sull'anno precedente. Tre stabilimenti produttivi, a Riese Pio X (Tv), Muggia (Ts) e Rovato (Bs), 22 linee di produzione, 108 paesi nel mondo raggiunti dalle sue referenze: questi i numeri di Pasta Zara. A Cibus 2016, presentate le novità delle penne al farro bio e dell'aggiunta del formato 'spiral' alla linea biologica.

## RISO SCOTTI



**PRODOTTO NOVITÀ**

Gli Integrali - Cinque Cereali con Quinoa



Riso Scotti ha presentato a Cibus alcune novità all'insegna del benessere. In risposta alla richiesta dei consumatori moderni, che domandano prodotti 100% naturali, ad alto contenuto di fibre e vegetali, lanciata la prima linea di miscele di cereali, legumi e semi integrali, facili e veloci da preparare. Le referenze, certificate Vegan Ok, sono integrali e proposte in tre varianti: Cereali e legumi; Cinque cereali con quinoa; Cereali con semi di chia e kamut.

## BOSCHETTI ALIMENTARE



**PRODOTTO NOVITÀ**

Mousse BioFruit



"A Cibus, abbiamo puntato su 'BioFruit' la nuova linea biologica di mousse e confetture", spiega Davide Moretto, direzione commerciale. "Una gamma di referenze di qualità, 100% naturali; mousse di frutta senza conservanti o additivi, proposte in formato monoporzione da 100 g".

## FERTITECNICA COLFIORITO



**PRODOTTO NOVITÀ**

Mix Viver Bene Naturalmente



Susanna Grifoni

Azienda perugina del settore legumi e cereali, Fertitecnica Colfiorito ha portato a Cibus 2016 diverse novità di prodotto. Tra cui quelle a marchio 'Colfiorito Viverbene Naturalmente': le Zuppe, ricche di cereali e legumi arricchiti da verdure, i Focchi di legumi, croccanti snack adatti a diverse occasioni di consumo, e i Mix, miscele di focchi di legumi, semi e frutta disidratata. Una gamma di referenze che sono certificate Vegan Ok.

## DOLCE VITA FOOD



**PRODOTTO NOVITÀ**

Quinoa istantanea



In una fiera che celebra l'alimentazione, Dolce Vita Food ha presentato una linea completa di prodotti alimentari dietetici funzionali, utili per una dieta adatta a contrastare la sindrome metabolica senza rinunciare al gusto. La gamma si compone dei principali alimenti presenti sulla tavola di tutti i giorni: dalla pasta agli snack dolci e salati, passando per farine, cereali e legumi, aceto di mele, vino e bevande. Particolarmente innovativa la referenza 'Hole in one'. Un nuovo concept di finger food che consente di combinare un formaggio senza lattosio brevettato con senapate di frutta, mieli e gelatine.

## TRIBALLAT ITALIA



**PRODOTTO NOVITÀ**

Cremoso con scaglie di cocco



Leoni Maria Chiara

L'azienda, filiale del Gruppo Triballat Noyal, società bretone a conduzione familiare da 250 milioni di euro di fatturato e 17 siti produttivi, ha presentato in fiera la sua ricca offerta dedicata alla Gdo, che comprende le referenze del brand Sojasun, marchio pioniere e specialista del vegetale da più di 25 anni e che propone una gamma trasversale: dalle alternative vegetali allo yogurt alle bevande, fino alla gastronomia vegetale. Novità per Cibus 2016: il burger a base di soia con aggiunta di formaggio, nelle varianti "pomodoro e mozzarella" e "spinaci e parmigiano reggiano", e le alternative vegetali allo yogurt della linea 'Cremoso', con scaglie di cocco e al gusto di vaniglia.

## FE.MO



Giovane realtà aziendale tutta italiana fondata nel 2010 in Brianza, Fe.Mo. è specializzata nell'importazione e nella distribuzione di alimenti e bevande innovativi e naturali, coprendo i canali Horeca, vending e Gdo. A Cibus 2016, presentata la linea Alove: gamma di bevande analcoliche con aloe vera e vitamina C, senza additivi artificiali, in formato da 500 ml e nelle varianti di gusto classica con il 30% aloe, aroma di melograno ed erba di grano.

## PASTIFICIO FABIANELLI



Maurizio Marchesi

Pastificio Fabianelli era presente a Cibus 2016 con le sue tre linee di pasta made in Italy a marchio Pasta Toscana, Fabianelli e Maltagliati. Tra le novità in vetrina, grande successo ha riscontrato la Pasta Toscana Integrale con l'aggiunta di Omega 3, provenienti dalla farina di lino: una linea di pasta di qualità superiore, anche Vegan Ok e in formati tutti trafilati al bronzo, che unisce i benefici delle fibre alle proprietà nutritive degli acidi grassi essenziali per un'azione preventiva contro le malattie cardiovascolari e metaboliche.

## MOLINO DE VITA



**PRODOTTO NOVITÀ**

Sfarinati di grano duro



Nicola De Vita

Il Molino De Vita ha presentato al Cibus i suoi nuovi sfarinati di grano duro ottenuti da macinazione completa e non da miscela, ad alto valore nutrizionale e ottima valenza tecnologica: si tratta del semolato e dell'integrale, entrambi biologici e ricchi in fibre. Nicola De Vita, il titolare, annuncia, poi, l'altra novità lanciata in fiera: "Presentiamo la piattaforma informatica FIP di Federbio. A tale sistema la nostra azienda ha aderito fin dal 2013 e ora è giunto il momento di estenderla a tutta la filiera bio dei cereali. Questo importante strumento servirà a garantire ulteriormente i nostri prodotti biologici e consentirà di avere un sistema tracciato, online e in tempo reale, dal campo di grano alle nostre semole".

## CASEIFICIO IL FIORINO



Non è sempre necessario proporre novità per destare interesse. A volte la qualità dei prodotti, riconosciuta anche da numerosi premi ricevuti, è sufficiente per richiamare tanti clienti ed estimatori. Il caseificio di Roccalbegna (Gr) si distingue per i ricercati formaggi di pecora, con latte proveniente da greggi locali, accuratamente selezionati. La produzione si articola in 14 pecorini definiti 'classici', cinque pecorini 'aromatizzati' e tre 'affinati'.

## MILA - LATTE MONTAGNA ALTO ADIGE



**PRODOTTO NOVITÀ**

Yogurt magro "Frutti speciali"

In uno stand allestito in una location a forte caratterizzazione alpina, Mila - Latte Montagna Alto Adige ha presentato le tre nuove varianti di yogurt della linea 'Benessere zero grassi', con frutti speciali: pesca, maracuja e goji; melograno e quinoa; tè verde e zenzero. A cui si aggiungono gli yogurt interi al cucchiaio nei gusti castagna, torta grano saraceno, cioccolato e nocciola, arancia e zenzero. Novità anche nel comparto formaggio: il Kaminwurzen, combinazione di salsiccia affumicata e formaggio di montagna.

## PANIFICIO CREMONA



Giulia Nolli

"Oggi presentiamo alcune delle nostre principali innovazioni, tra cui referenze destinate a chi ha problemi alimentari: prodotti senza glutine che possono cuocere in ogni forno garantiti al 100% da contaminazione grazie allo speciale packaging, prodotti senza lattosio, prodotti a fermentazione lattica; ma anche prodotti destinati a chi segue determinate scelte alimentari come la linea biologica; e prodotti con glutine della tradizione come la 'michetta soffiatina'".

## FRANTOIO FRANCI



Giorgio Franci

"Leader nel mercato dell'olio di qualità dal 1996, la nostra azienda è la prima a essere stata premiata per 10 volte con la 'Ghirlanda di olivo' della guida Slow Food", spiega orgogliosamente il titolare Giorgio Franci. "La nostra gamma di prodotti bio comprende sia il tradizionale FranciBio Italiano sia il nuovo FranciBio Toscano Igp, che vanta la doppia certificazione biologica e Indicazione geografica protetta. Due oli che hanno appena ricevuto l'ExtraGold Medal al concorso internazionale Biol, risultando quindi tra i migliori extravergini biologici al mondo".

## KOCH



Barbara Gojer

L'azienda altoatesina, specializzata nella produzione di pasta e prodotti surgelati, ha festeggiato a Cibus i suoi primi 35 anni d'attività presentando in anteprima diverse novità. A partire dalla linea éSenza, gustose referenze a base di verdure e soia. "A Parma, il lancio di una serie di pietanze adatte a una dieta vegetariana e vegana, ma anche per chi predilige un'alimentazione sana e leggera: dalle polpette vegetariane di soia alle cotolette vegetariane, passando per i burger vegetariani e quelli con patate e spinaci", spiega Barbara Gojer, back office sales. "Ma la nostra ampia offerta comprende anche una linea bio, nata 15 anni fa. E che oggi include gnocchi, spätzle e canederli, oltre a pasta ripiena, all'uovo, sfoglia e per la pizza".

## SALUMIFICIO FALCONE



L'azienda silana ha presentato in occasione di Cibus 2016 la novità assoluta di Veganduja, prodotto biologico innovativo pensato per vegani e vegetariani. Insaccato di budello vegetale, è realizzato con farina di frumento e soia a sostituzione della carne, ed è privo di conservanti, derivati del latte e grassi saturi. La ricetta include anche olio extra vergine di oliva e peperoncino. Un prodotto fresco, con una shelf life di tre mesi e che si conserva in frigo per circa 10 giorni dopo l'apertura.

In foto, da sinistra, Rosanna Rizzuti Falcone e Franca Gallo Falcone, amministratrici

## CIEMME ALIMENTARE



Bartolo Palmieri

"Il 2015 si è chiuso positivamente e il 2016 mostra gli stessi trend di crescita", commenta Bartolo Palmieri, amministratore unico della Ciemme Alimentare, la cui quota export si attesta oggi al 40% del fatturato complessivo. "Diverse le novità che presentiamo a Cibus: Il poeta bio integrale, ovvero gnocchi di patate con farina integrale biologica; Cuor di Gnok, gnocchi di patate ripieni; e Cuor di purè bio da 75 grammi, un preparato per purè biologico".

## PREALPI



Per questa edizione di Cibus, Prealpi, azienda italiana che dal 1922 produce burro, formaggi e formaggini, ha ideato uno stand finalizzato a creare momenti d'incontro e di scambio. In prima fila anche i due portabandiera Prealpi: il formaggio Dinki e il burro chiarificato, ingrediente fondamentale della cucina italiana.

## CASCINA BELVEDERE



Storica realtà produttiva Verellese, specialista nella realizzazione di preparati, in particolare legati al riso, Cascina Belvedere era presente a Cibus per presentare a buyer e operatori la sua ricca offerta. Un'ampia gamma composta da diverse referenze di risotti, zuppe e polente miste, per due linee: una convenzionale e l'altra biologica.

## CANTARELLI 1876



La vera particolarità della Cantarelli 1876 è la stagionatura, eseguita ancora oggi in antiche strutture. Si ottiene così l'eccellenza: Bardi, parmigiano reggiano premium e Cantarelli Montagna, marchio registrato ed esclusivo dell'azienda. Per chiudere con il Cantarelli Classico e il Gran Ducato. Le referenze presentate a Cibus si sono completate con il grana padano con stagionature da 10 a 24 mesi.

## SABELLI



Per lo storico caseificio marchigiano Sabelli, quella del 2016 è la prima edizione di Cibus. Proprio per questa occasione, l'azienda presentò la nuova linea di mozzarelle, burrata e straciatella a marchio Sabelli senza lattosio. Una novità particolarmente importante, considerato che, in termini di fatturato, l'azienda è un importante player italiano nella produzione di mozzarella, che distribuisce capillarmente nel territorio nazionale e all'estero.

## BIA ITALIAN FOOD COUS COUS



Tra le aziende italiane di riferimento nella produzione di cous cous, oltre a quello di semola di grano duro convenzionale, Bia vanta un'offerta biologica certificata completa, che presenta in vari formati. La linea bio include cous cous di semola, integrale, semintegrale, di farro, kamut, orzo, quattro cereali, mais e riso, farro e quinoa. Tra le novità biologiche dell'azienda di Argenta (Fe) spiccano il cous cous di grano saraceno, oltre a quelli di ceci e lenticchie rosse e di semola integrale con lenticchie rosse.

## RIGONI DI ASIAGO



L'azienda con sede ad Asiago, in provincia di Vicenza, si è presentata a Cibus con la sua ricca offerta di prodotti esclusivamente provenienti da agricoltura biologica. In aggiunta al tradizionale Mielbio, ricca varietà di mieli mono floreali liquidi e cremosi, la gamma comprende le numerose referenze firmate Fioridifrutta, DolceDi, Tantifrutti e Nocciolata.

## CASEIFICIO TRE STELLE



Il latte di bufala, proveniente da allevamenti certificati, ubicati nella provincia di Salerno, è la materia prima che il Caseificio Tre Stelle trasforma in mozzarella di bufala campana Dop biologica. Nascono così l'eccellenza di questa realtà produttiva, così come descritto anche nel grande pannello che copre una parete intera dello stand dell'azienda.

SACLA'



La profonda esperienza di Saclà nel mondo dei vegetali si rinnova attraverso un'inedita linea bio. Una risposta alle nuove tendenze alimentari, che parte da un prodotto simbolo dell'azienda astigiana: le nuove olive biologiche snocciolate. Una referenza, posta in vetrina a Cibus, per cui l'azienda è universalmente conosciuta e oggi anche in versione bio. Altra novità presentata in fiera: il pesto alla genovese 4XME. 180 grammi di prodotto suddiviso in quattro pratiche vaschette, che consentono di ridurre a zero gli sprechi.

Lo chef vegetariano Simone Salvini con Fabiana Turolla

BISCOTTI GULLÒN



In vetrina a Cibus 2016 per Gullón, la nuova immagine e varietà della gamma senza glutine. Referenze elaborate con olio di girasole alto oleico, ingrediente dall'elevato contenuto di acidi grassi insaturi, che si caratterizzano anche perché senza lattosio, senza frutta secca e senza uova. La linea si compone di cracker, un'offerta completa e variegata di biscotti, tra cui spiccano cookies, digestive e, per i più piccoli, i simpatici 'Sharkies', oltre alle gallette, di mais e di riso integrale. Tutti prodotti proposti in confezioni dal design ricercato e una colorazione fortemente distintiva.

MAMBELLI - CASEIFICIO BORG DEL GAZZANO



Alfonso Minardi

Alfonso Minardi, responsabile commerciale, spiega l'assoluta determinazione dell'azienda di evitare l'utilizzo di sostanze di sintesi, in ogni fase del processo produttivo. "È la caratteristica della lavorazione certificata bio", prosegue Minardi, "e certamente intendiamo continuare e valorizzarla". A Cibus il caseificio ha portato le eccellenze della sua filiera: parmigiano reggiano da agricoltura biologica 18 mesi, 22 mesi fino a 30 mesi.

In foto, lo staff Mambelli



CAPURSO TRADE & SERVICES - GIOIELLA



Anna Netti

"Nel 2015 abbiamo ottenuto ottimi risultati, sia per il mercato italiano, sia per quello estero", spiega Anna Netti, responsabile commerciale dell'azienda. "Il fatturato, che si è attestato a circa 20 milioni di euro, è ottenuto per il 90% in Italia, ed è in crescita anche nei primi mesi di quest'anno". Le novità presentate a Cibus sono la burrata monoporzionata e la stracciatella. In mostra anche la linea bio e i prodotti delattosati.

GOLFERA



Alessandro Giorgetti

"Abbiamo presentato a Cibus diverse novità; oltre al Bio e ai Nobili Sapori, una nuova linea di prodotti: Salamagro. Si compone di tre diverse tipologie di salame affettato, proposte in vaschette da 50 grammi a peso fisso. I tre prodotti sono: Salamagro 100% suino, prodotto con carni italiane, che si caratterizza per il basso contenuto di grassi; Salamagro 100% bovino italiano, con un alto contenuto di proteine; Salamagro 100% tacchino, anche questo di provenienza interamente italiana e con un elevato tenore proteico. Queste referenze sono certificate per l'assenza di glutine dall'Associazione italiana celiachia (Aic) con il marchio della spiga barrata. Un'altra importante iniziativa riguarda la comunicazione. Abbiamo, infatti, scelto la conduttrice televisiva Benedetta Parodi come testimonial per la promozione del nostro prodotto simbolo: il Golfetta. La collaborazione avrà una durata biennale ed è stata lanciata con una campagna pubblicitaria sulle principali emittenti televisive generaliste e digitali (compreso i servizi on demand) e sul web".

La **garanzia** che fa la **differenza**

**BUONO** **30 YEARS** **SANO**

IL GRANO ANTICO PER LA VITA MODERNA

**BIOLOGICO**

Da 30 anni il marchio KAMUT® garantisce gli alti standard qualitativi del grano khorasan KAMUT®, promuovendo l'agricoltura biologica e un mercato etico, sostenendo la biodiversità nelle colture e nelle diete e proteggendo l'eredità di un pregiato grano antico lungo tutta la filiera. A beneficio di questa e delle future generazioni.

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

**LEGGERO**

## I BUYER ESTERI



UK



**LEATHAMS**  
James Bruce, buyer

“Sono alla ricerca di prodotti tipici della tradizione italiana, in particolare nella categoria dei formaggi. Penso a parmigiano reggiano, grana padano, ricotta o mascarpone... Brazzale, con il suo Gran Moravia, è già uno dei nostri fornitori italiani nel settore caseario”, spiega James Bruce, buyer per Leathams. Fondata nel 1980, l'azienda è specializzata nella distribuzione di prodotti alimentari provenienti da tutto il mondo nei canali Horeca, retail e industria. Sia a marchio dell'importatore, sia a marchio del distributore. Dai formaggi ai salumi, dal pesce ai panificati, passando per salse e condimenti: l'offerta di Leathams comprende ogni categoria merceologica. “Oggi i consumatori inglesi sono particolarmente interessati a tutti quei prodotti che rientrano nel campo dei free-from, penso ai senza glutine e ai senza lattosio. Il fenomeno del biologico, invece, che sta crescendo così tanto in Italia, non ha ancora molto appeal Oltremarica. Forse anche perché i prodotti bio rientrano ancora in una fascia di prezzo medio-alta”. Un fattore, quest'ultimo, che riveste oggi grande importanza in Gran Bretagna, dove la guerra dei prezzi portata avanti dalle maggiori insegne della Gd sta generando una forte competitività.



COREA  
DEL SUD



**SAMYANG CORP.**  
Haewon Jang, specialty food service

“Importiamo ingredienti e alimenti dall'Italia e da molti altri paesi del mondo, che poi distribuiamo in Corea ad alberghi e ristoranti. La cucina italiana, dopo quella cinese e giapponese, è infatti la più apprezzata e richiesta dai consumatori coreani, alla pari di quella americana”, spiega Haewon Jang, responsabile dell'area food service per il Gruppo Samyang, attivo in Corea nel business chimico, farmaceutico e alimentare. In quest'ultimo campo, le attività della Samyang Corp. si differenziano in tre rami: la produzione e l'import di materie prime quali zucchero, farina, oli e grassi destinati prevalentemente al canale del food service; la gestione della catena di ristoranti Seven Springs, che conta ad oggi una ventina di location; e la produzione di fruttosio all'interno dello stabilimento di Qinhuangdao, in Cina. “Qui a Cibus, dove partecipo per la prima volta, sono alla ricerca di prodotti tipicamente italiani, come i sughi, la pasta e la pizza”.



TAIWAN



**P&P FOOD & SPICES**  
David Wu, marketing manager

“È la prima volta che partecipo a Cibus e devo dire che si sta rivelando una fiera molto interessante. In particolare, sono alla ricerca di nuove spezie e ingredienti richiesti dagli chef internazionali che lavorano nei ristoranti da noi serviti”, spiega David Wu, marketing manager per P&P Food & Spices con sede a Taiwan. Fondata nel 1991, l'azienda è specializzata nell'import di prodotti agroalimentari in particolare dall'Europa, destinati al canale retail, ai grossisti e soprattutto alla ristorazione di lusso e agli alberghi a cinque stelle. Non a caso, l'offerta include ingredienti premium come tartufi, ostriche, funghi, foie gras, formaggi erborinati e caviale. Ma anche spezie e aromi, frutta e verdura, pasta, condimenti, dessert, sughi e conserve.



GIORDANIA



**SEMAAZ FOR TRADING & DISTRIBUTION**  
Nabil R. Natsheh, managing partner

“Partecipo a Cibus per la prima volta quest'anno perché sono alla ricerca di prodotti alimentari italiani bio in tutti i settori merceologici”, spiega Nabil R. Natsheh, managing partner per Semaaz for Trading & Distribution, importatore e distributore con sede ad Amman, in Giordania. “Importiamo già svariati brand italiani, in particolare nel comparto dolciario, e ora desideriamo ampliare la nostra offerta con referenze capaci di rispondere alle nuove tendenze di consumo del nostro paese, che ci richiedono prodotti genuini, salutari e senza Ogm”.



BRASILE



**ST. MARCHE, EMPORIO SANTA MARIA, EATALY**  
Michele Romero, trade marketing manager

“Prodotti grocery come pasta, sughi e altre specialità gastronomiche italiane sono richiestissimi in Brasile, dov'è presente una grande comunità di immigrati dall'Italia di nuova generazione”, spiega Michele Romero, trade marketing manager per diversi brand: il player locale dell'e-commerce alimentare premium, oltre che rivenditore e proprietario di due ristoranti, Emporio Santa Maria; e la catena di supermercati St. Marche, che conta una ventina di store nel paese e che è partner di Eataly San Paolo. “Il trend alimentare più forte ora in Brasile è senza dubbio quello del biologico, come accade anche in diverse altre parti del mondo. Purtroppo, però, la nostra legislazione non è equivalente a quella europea, e quindi non possiamo ancora importare questo genere di referenze. Ad ogni modo qui a Cibus, dove vengo per la prima volta, ho trovato diversi prodotti molto interessanti”.



FRANCIA



**CASIMEX FINE FOODS**  
Sydney Knafou, titolare

“Il motivo della mia visita è che sono alla ricerca di nuove aziende a cui affidare la produzione di alcune referenze kosher premium. In particolare, cerco produttori di conserve ittiche, biscotti, patatine, surgelati e olio di oliva. E devo dire che, in alcuni casi, ho trovato quello che stavo cercando. La mia azienda lavora infatti già con svariate aziende italiane, sia nel comparto alimentare sia vinicolo”, spiega Sydney Knafou, titolare dell'azienda francese Casimex Fine Foods, che produce, importa ed esporta una vastissima gamma di prodotti kosher, al punto da essere uno dei maggiori player globali nel settore. “Oltre a partecipare a moltissime fiere internazionali, tra cui Cibus, sono anche spesso un espositore. In particolare, il mercato statunitense è estremamente ricco e ricettivo per chi, come noi, tratta esclusivamente prodotti kosher”.



MALESIA

**VILLAGE GROCER**  
Mandy Ong, store director

“I prodotti alimentari italiani sono molto popolari in Malesia, dove c'è già una radicata presenza di alcuni tra i maggiori brand della Penisola. Oggi, tuttavia, siamo alla ricerca di prodotti più tipici e artigianali, dalla connotazione meno industriale, sia nel settore dei freschi sia dei confezionati”, spiega Mandy Ong, store director per Village Grocer, catena di supermercati premium in rapida espansione che conta già una decina di store nel paese. “Tra i prodotti italiani più richiesti e venduti dalla nostra insegna c'è sicuramente la pasta, seguita dall'olio di oliva e dai formaggi”, sottolinea Mandy Ong, che aggiunge anche: “Nel nostro paese, gli unici prodotti stranieri per i quali esistono dei vincoli all'importazione sono i prodotti a base di carne e gli alcolici”.



AUSTRALIA



**DENI FOODS**  
Mario De Nicola, director

Incontriamo Mario De Nicola, importatore australiano di prodotti agroalimentari da tutto il mondo, presso lo stand de Il Buon Gusto Italiano, con il quale da anni coltiva uno stretto rapporto di collaborazione. “Partecipo a Cibus, così come a molte delle principali manifestazioni mondiali dedicate al food, già da molte edizioni. Da 20 anni importiamo in Australia una vasta gamma di prodotti agroalimentari italiani e spagnoli. Poche settimane fa, infatti, mi trovavo ad Alimentaria Barcellona”. Quali sono le categorie merceologiche più rappresentate nella sua offerta? “Indubbiamente pasta, olio, pomodoro, formaggi e torte. Ma anche prodotti surgelati, come i funghi e la pasta ripiena. In fiera ho trovato un'azienda molto interessante che produce pane carasau. E benché questo prodotto sia già presente all'interno della nostra selezione, cerchiamo sempre di migliorare la nostra offerta puntando a scegliere il meglio che il mercato ha da offrire. Tra i trend alimentari più forti oggi in Australia c'è senza dubbio quello del biologico. Un mercato per ora limitato ai negozi specializzati, ma in rapida espansione”.



INDONESIA



**RANCH MARKET**  
Meshvara Kanjaya, president director

“È la prima volta che partecipo a Cibus e posso dirvi nel complesso soddisfatta. Unico neo: credo ci siano ancora troppe aziende impreparate ad affrontare i mercati stranieri. In alcuni casi, infatti, non c'era chi parlasse inglese, e anche i cataloghi sono spesso disponibili solo in italiano”, sottolinea Meshvara Kanjaya, presidente e direttore delle catene di retail premium Ranch Market e Farmer Market, player di mercato numero uno in Indonesia, che sommate contano un totale di 26 punti vendita nel paese. “Collaboriamo già con diverse aziende alimentari italiane, soprattutto grandi e strutturate. Benché ci piacerebbe molto importare anche prodotti più artigianali e di nicchia, ci rendiamo conto che esportare in Indonesia può risultare difficile. Per farle un esempio: la richiesta di registrazione per l'import è complessa e può durare circa sei mesi. Inoltre, una volta giunti in Indonesia i container vengono spesso sottoposti ai controlli degli ispettori e quindi rischiano di restare in porto per una o due settimane. Il che, come può ben immaginare, ha delle ripercussioni non indifferenti sulla shelf life dei prodotti”. Cosa cerca in fiera? “In particolare formaggi, come la mozzarella, anche se la regolamentazione per l'import di questa categoria di prodotti è piuttosto difficile. Ma anche i dolci, in particolare i biscotti, sono molto richiesti”.



## WASHINGTON D.C.

**FOOD MARKETING INSTITUTE**  
Douglas E. Baker, vice presidente  
relazioni con l'industria



Sono molti i servizi offerti da Food Marketing Institute, agenzia di consulenza per retailer che ha sede a Washington D.C. e che si propone come intermediario tra il management delle catene di Gd, Do, i grossisti e il normal trade nei confronti di istituzioni, industria, enti di ricerca e di certificazione. E in generali tutti gli attori della filiera alimentare. Allo scopo di aumentarne la competitività e l'appeal tra i consumatori finali. "L'obiettivo della mia presenza a Cibus è quello di instaurare un dialogo con le istituzioni italiane, oltre a gestire i rapporti tra i nostri clienti negli Stati Uniti e i loro fornitori qui in Italia", spiega Douglas E. Baker, vice presidente relazioni con l'industria. "Non posso definirmi propriamente un buyer, piuttosto il mio obiettivo è ampliare il mercato dei prodotti alimentari italiani nel mio paese, essendo questo, a mio avviso, il momento economico più propizio. Senza dimenticare che i consumatori americani sono a dir poco innamorati della cucina italiana", sottolinea ancora Baker, che aggiunge: "Credo che oggi la strada migliore per riuscire a esportare negli Stati Uniti sia farlo attraverso le marche private dei distributori, in virtù del rapporto di fiducia che si sta instaurando tra consumatori e distribuzione. Inoltre la logistica è senza dubbio l'ostacolo numero uno quando si tratta di importare prodotti alimentari negli Usa". Un problema che potrebbe trovare soluzione con il trattato di libero scambio in fase di negoziazione tra Europa e Usa: "Non mi sono ancora fatto un'opinione sul Ttip. So solo che nel mio paese la preoccupazione maggiore è che le aziende americane possano lasciare gli Stati Uniti".

## CALIFORNIA

**CORTINA'S ITALIAN MARKET**  
Patrick Di Dodo, titolare



Prima esperienza a Cibus per Patrick Di Dodo, titolare di Cortina's Italian Market, un brand che include un negozio di prodotti italiani gourmet, una pizzeria, una panetteria e un servizio di catering. "A Parma sono alla ricerca di prodotti premium di altissima qualità che non si trovano all'interno delle grandi catene distributive. In particolare salumi. Un'altra delle ragioni della mia visita a Cibus è capire se c'è una differenza tra i salami prodotti negli States e quelli prodotti in Italia. È curiosa di sapere cosa ho scoperto? Che non c'è paragone...". E aggiunge: "Oggi i consumatori statunitensi mostrano maggior consapevolezza nelle loro scelte alimentari. Cercano prodotti naturali, senza Ogm, magari biologici. In poche parole: così come li farebbe la nonna".

## FLORIDA

**NOBILE FOODS**  
Giovanni Ferrari,  
importatore e distributore



"È la quarta edizione di Cibus a cui partecipo e si rivela sempre un appuntamento interessante per creare nuovi contatti, oltre che un momento prezioso per incontrare molti nostri fornitori", spiega Giovanni Ferrari di Nobile Foods, azienda con sede a Miami, in Florida, e specializzata nell'import e nella distribuzione di prodotti alimentari. "Importiamo già una lunga serie di referenze dall'Italia, come riso, pasta, polenta, biscotti, panettoni, olio, pomodoro e farina. In particolare, vorremmo inserire nella nostra offerta nuovi prodotti nel settore dei piatti pronti e delle monoporzioni, in tutti gli ambiti merceologici".

**ti  
diamo  
tutto**

**STRUTTURE  
INDIRIZZI  
TELEFONI  
E-MAIL  
SITI WEB  
MANAGEMENT  
FATTURATI  
QUOTE MERCATO  
FORMAT  
BRAND  
C.E.D.I.**

**GUIDA  
RETAIL**

**2016**   
LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE ITALIANA

Se sei interessato manda una mail a: [direzione@tespi.net](mailto:direzione@tespi.net)



Ci sono luoghi in cui si cresce. Naturalmente.



Bologna  
**venerdì 9**  
**lunedì 12**  
settembre  
2016

salone internazionale del biologico e del naturale

**Ci sono luoghi in cui benessere, genuinità,  
purezza stanno al centro della scena.**

Sana, il Salone Internazionale del Biologico e del Naturale, offre l'opportunità di avere in un'unica manifestazione quello che di meglio, ogni giorno, la natura ci ispira.