

+14,21%

+7,94%

29,51%

+3,01%

# Bio & CONSUMI

ANNO III - NUMERO 6/7 - GIUGNO/LUGLIO 2017  
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

**BIOPLOSE MELAGRANA.  
NETTARE DI BELLEZZA.**



**UNA MONTAGNA DI BENESSERE!**

Il nettare BioPlose Melagrana conserva tutte le proprietà naturali della Melagrana, frutto ricco di antiossidanti che fanno bene alla pelle e favoriscono lo stato di salute generale del nostro organismo, e trae la sua nota di dolcezza dal mosto d'uva concentrato. I succhi e i nettari BioPlose sono composti da frutta 100% biologica e sono disponibili anche nei gusti Mirtillo, Pera, Pesca, Ananas, Arancia-Carota, Mela, Albicocca, Arancia, Pompelmo.

Trova Plose  
www.acquaplose.com/trova-plose



ULTIMA ORA

a pagina 5

## Amazon acquisisce Whole Foods Market

L'operazione ha un valore di 13,7 miliardi di dollari.



PRIMO PIANO

a pagina 7

## TERREMOTO IN CASA LIDL

Commissariate quattro direzioni generali italiane della catena. Alcuni dirigenti "hanno agevolato una cosca mafiosa", scrivono gli inquirenti. L'insegna tedesca, non indagata, si difende.



REPORTAGE

da pagina 10 a pagina 19

## MIRACOLO A MILANO

Doveva "sgonfiarsi" dopo Expo. Avrebbe subito contraccolpi per le indagini sull'Ente fiera. In molti l'avrebbero boicottata. Queste le premesse all'edizione 2017 di Tuttofood. Invece è andata bene.

Con i suoi 2.850 espositori e 80.146 visitatori (+2,5%) - di cui il 23% esteri - la manifestazione costituisce ancora un evento strategico per l'alimentare italiano.



GUIDA BUYER

Le principali referenze da mettere a scaffale.  
Una passerella di specialità, tra novità e grandi classici.

SPECIALE  
PANIFICATI

da pagina 20 a pagina 25

SPECIALE  
BEVERAGE

da pagina 26 a pagina 29

COVER STORY

"Il biologico è nel nostro Dna"



Un impegno secolare nella salvaguardia e valorizzazione dei migliori grani italiani. Per offrire all'industria prodotti di filiera e qualità certificata. Intervista a Gabriele Rachello, contitolare di Molino Rachello.

a pagina 9

L'AZIENDA

Sanguedolce: bontà, freschezza e genuinità. Anche bio



Sono le parole d'ordine del caseificio di Andria (Bt), specializzato nella produzione di burrata, mozzarella e paste filate con il marchio Saporosa di Puglia. Da oggi anche in versione 'green'.

a pagina 8

# I consigli dei nutrizionisti: che palle!

Chef stellati e nutrizionisti: questi i protagonisti di tante trasmissioni televisive. Ore e ore a discutere su quanto far bollire l'uovo sodo, sui giusti abbinamenti delle verdure con la carne, sulle dimensioni dei piatti di portata. Con intervistatori o ...trici in ginocchio. A dire: "Che buono questo piatto, com'è bravo lei, cosa consiglia a chi ci segue da casa". "Ci hanno letteralmente rotto i cabbasisi": direbbe il dottor Pasquano, medico legale nella serie del commissario Montalbano.

Non se ne può più! Tutti a proporre ricette - rivisitate, attualizzate, rimescolate - con proposte ardite e rivoluzionarie. Piatti, per la stragrande maggioranza, veramente immangiabili. Che, se te li presenta la moglie (o il marito)... divorzi subito. Arrigo Cipriani, proprietario della catena Harry's Bar (vedi Pagellone a pagina 8), è andato giù duro: "Queste nuove star stanno rovinando la cucina italiana, la più grande di tutte".

Anche Andrea Ballarini su Il Foglio, in un'intervista immaginaria a Nero Wolf, fa dire al detective famoso, oltre che per le sue indagini, anche per l'arte culinaria e le orchidee: "Quello che non sopporto è l'atteggiamento inutilmente ieratico di troppi cuochi. La cucina è anche gioia, appagamento dei sensi e non deve trasformarsi in una serie di sacramenti da somministrare a pranzo e cena... Per tacere del modo di parlare di questi chef... Fino a qualche anno fa lei ha mai usato il verbo 'impiattare'? Un verbo orribile, un parasinteto verbale, ricavato dal sostantivo piatto con l'aggiunta di due suffissi...".

Lo stesso dicasi per i nutrizionisti. Nei due giorni che sono stato a casa con l'influenza, questo inverno, ho potuto vedere qualche programma televisivo mattutino. E qui furoreggia la saga dei nutrizionisti e delle esperie in alimentazione. "Non bisogna mangiare carne". "Anzi no, bisogna mangiarne poca". "Meglio, 50 grammi ogni due giorni". Il gorgonzola? Per qualcuno è "grasso da morire". Per altri invece "diminuisce il colesterolo". Vogliamo parlare del rapanello e delle sue proprietà nutritive? Che dire poi dello zenzero, ormai dominatore incontrastato delle tavole vegane? Tutto e il contrario di tutto.

Ma la cosa più incredibile sono le indicazioni delle quantità: 30 grammi di questo la mattina, non più di 50 dell'altro a mezzogiorno, 70 ma anche 75 dell'altro ancora la sera.

Una sorta di manuale Cencelli del cibo quotidiano. Ricordo ai giovani lettori che Massimiliano Cencelli era un parlamentare democristiano famoso per aver inventato un metodo in grado di attribuire cariche, in maniera equanime, a tutte le correnti della vecchia DC (un sottosegretario ai Forlaniani, due agli Andreottiani, un ministro alla sinistra di Base e via discorrendo, altri tempi...).

Torniamo sulla Terra. E cerchiamo di fare il punto sulla questione nutrizione e dintorni. Ma, più in generale, sulle patologie ad essa collegate. Cominciamo con i fattori di rischio rispetto all'insorgere delle malattie. Vogliamo farne un elenco preciso? Ebbene, fra i principali, abbiamo: l'aria, l'acqua, il clima, il fumo, l'abuso di alcol e la sedentarietà. Senza dimenticare lo stress che da solo pesa tantissimo. Come si può osservare le condizioni al contorno delle patologie sono numerose. Non abbiamo dimenticato l'alimentazione. Ma quanto vale? Poco rispetto al resto. Ma allora perché assolutizzarla?

E ancora: la famosa ricerca dello Iarc sulla carne rossa con le accuse sulla sua pericolosità. Bene: dove l'hanno realizzata? Con chi? In quale periodo? Domande assolutamente lecite. A cui finora non ho avuto risposte certe. Un conto è studiare le abitudini alimentari in Italia. Altro è in Texas dove mangiano la carne mattina, mezzogiorno e sera.

Oggi poi scopriamo che non esiste alcuna associazione tra i consumi di salumi e il tumore al colon-retto. È quanto emerso da uno studio condotto in Italia sul tema, coordinato dall'Università degli Studi di Milano, che ha analizzato tre studi-caso controllo, tutti italiani, condotti dal 1985 al 2010 su oltre 10mila soggetti. Allora, come la mettiamo?

Siamo così tornati ad Aristotele. A quei tempi ciò che contava era il vate, l'esperto oggi lo chiameremmo, che con le sue teorie dettava legge. Poi, per fortuna, è arrivato un certo Galileo Galilei che ha introdotto la sensata esperienza prima dell'elaborazione teorica. Ha inventato cioè quello che si chiama metodo scientifico.

Oggi siamo tornati indietro. Ci fidiamo dei pareri del tecnico - ricordo, tanto per fare un esempio, che il governo tecnico Monti è stato il peggiore dal Dopoguerra - senza peritarci della sua verifica.

Per questo ritorno a dire: le osservazioni dei nutrizionisti che ci richiamano a mangiare carne o insaccati solo due volte la settimana e solo 50 grammi, lasciano il tempo che trovano. Non solo: se gli italiani, e anche gli altri, le seguissero, chiuderebbero gran parte dei salumifici e dei produttori di carne. Con essi i punti vendita, la Gd e Do. Per non parlare dei buyer di freschi e freschissimi che dovrebbero cambiare lavoro.

Aggiungo un altro piccolo particolare: forse che l'industria degli spirits punta sui consigli dei nutrizionisti? Sulle bottiglie di Gin, Vodka e alcolici in genere cosa trovate scritto? Bere con moderazione. E chi la decide? Mica pirla questi qua.

Consiglio dunque un allargamento della questione. Occorre puntare sulla bellezza del mangiare, dello stare insieme, del rispettare la nostra tradizione.

Come Emma Morano. Aveva 117 anni. Era la più vecchia al mondo. E' scomparsa prima di Pasqua. La sua regola di vita era semplice: "Dormire tanto, mangiare tre uova al giorno, qualche gianduiotto, banane, carne poco cotta, qualche bicchiere di grappa fatta in casa".

L'esatto contrario di quello che ci dicono i nutrizionisti.



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 III - numero 6/7 - giugno/luglio 2017  
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 19 giugno 2017



# GRANAROLO BIOLOGICO

DAL 1957 ITALIANA BONTÀ

## SCOPRI TUTTI I FORMAGGI FRESCI



LATTE ITALIANO  
DEGLI ALLEVAMENTI DELLA  
NOSTRA FILIERA



LA MARCA NAZIONALE  
DI FIDUCIA CON UNA GAMMA  
COMPLETA DI PRODOTTI

FILIERA CERTIFICATA:  
qualità controllata lungo tutte le fasi di produzione

LA PIÙ GRANDE FILIERA ITALIANA  
DEL LATTE BIOLOGICO

CERTIFICAZIONE  
DI BENESSERE ANIMALE:  
per le migliori condizioni di vita e salute delle mucche

Scopri di più! Visita il sito [www.granarolobiologico.it](http://www.granarolobiologico.it)

# Il pagellone

Cos'è "Il Pagellone"?

Un piccolo 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

## Marco Maria Donzelli



voto  
**3**

Avvocato milanese paladino dei consumatori, il presidente nazionale del Codacons, come tanti suoi concittadini, ha una figlia che, a scuola, usufruisce quotidianamente del servizio di mensa erogato da Milano Ristorazione. Peccato solo che Donzelli questo servizio abbia deciso di non pagarlo... Il nostro, infatti, compare nell'elenco degli insolventi storici dal 2008. Il perché lo spiega in un'intervista rilasciata al *Corriere della Sera*, dove – in un vero e proprio esercizio di arrampicata sugli specchi – prima se la prende con il Comune di Milano (che impedisce agli studenti di portare il cibo da casa), poi evidenzia che la figlia mangia pochissimo ("solo pane e arance", un menù più da prigione che da scuola!), infine sottolinea il reale perché della sua protesta: "Il cibo o non è buono o comunque non è in linea con l'alimentazione che intendiamo seguire noi". Nulla da obiettare sulla battaglia per una maggior qualità. Il discorso cambia quando la si fa sulla pelle degli altri cittadini paganti: soprattutto per chi dichiara di vigilare sul bene comune.

## Arrigo Cipriani



voto  
**8**  
Sincero

Arrigo Cipriani, titolare della catena Harry's Bar, intervistato dal *Corriere della Sera*, si esprime così in merito ai grandi chef: "Queste nuove star stanno rovinando la cucina italiana, la più grande di tutte... Cracco? Da lui si mangia male. Me lo dicono tutti i clienti che sono stati nel suo ristorante. Masterchef... tutto finto. Girato in una settimana. Con questi che piangono con le lacrime se Cracco li sgrida per una maionese sbagliata... Cannavacciuolo? Ha scritto più libri di Proust. Ne pubblica uno ogni tre mesi. Un mio amico gli ha commissionato un banchetto: se n'è amaramente pentito. Bottura? Da sempre compro i prosciutti da un produttore di Parma. Poi Bottura ha annunciato che questo signore avrebbe messo i prosciutti in barrique. Gli ho scritto per disdire l'ordine. Erano 1.400 prosciutti l'anno. Salvo solo Vissani. Perché sa ridere di se stesso".

## Il milanese imbruttito

Sta girando sui social un video della pagina 'Il milanese imbruttito' in cui vengono intervistati i ragazzi milanesi sull'argomento cibo. Ma i giovani quanto ne sanno veramente? Ecco alcune domande e alcune delle risposte che sono state date, tutte da ridere: "Qual è il tuo punto di vista sulla sostenibilità alimentare?" Risposta: "Be' ci sta, adesso va di moda". Oppure: "Ma perché, sono grassa?". Alla domanda, invece, di cosa ne pensano del glutine, visto che negli ultimi anni se ne sta parlando molto, ecco alcune risposte: "Bisogna andare in palestra, come faccio io, e non fa male", "Il glutine viene dalla carne, giusto?". E quando gli si chiede di parlare un po' della dieta mediterranea: "Non lo so, non ho mai mangiato in un ristorante mediterraneo". Sul tema del veganesimo, ecco cosa hanno risposto alcuni ragazzi: "Secondo me tutti dovrebbero essere vegani perché le uova e il latte procurano la morte degli animali". Un altro: "Ci hanno rotto le palle tutti sti' vegani!". E per finire: "Qual è il tuo segreto in cucina?" "Il mio segreto in cucina è che non so cucinare e faccio cucinare mia madre!".

## La cinesina a Tuttofood



Sarà l'aria di Milano, o la fame dopo un lungo tour fra i padiglioni di Tuttofood, o ancora la voglia di assaggiare le specialità made in Italy: fatto sta che la cinesina, incontrata nella lounge dei buyer in fiera, si "scofana" alla grande un bel piatto di pesce. La foto è impietosa. Chi scrive ha potuto vedere come la nostra buyer abbia spazzolato la bellezza di tre piatti di fila nel giro di pochi minuti. Fossero tutti così i consumatori cinesi, il nostro made in Italy sarebbe a posto...

voto  
**6**  
per la simpatia

## Silvio Berlusconi



voto  
**8**  
Un genio

Nella giornata di lunedì 8 maggio, Silvio Berlusconi fa visita a Tuttofood. La notizia viene ripresa dai media che commentano sottolineando l'attenzione del Cavaliere nei confronti dell'industria agroalimentare italiana. Un'attenzione molto interessata. Silvio Berlusconi ha infatti organizzato un pranzo da Sadler, in fiera, invitando il gotha del mercato alimentare italiano. Numerosi gli amministratori delegati che hanno partecipato all'incontro con i quali il Cavaliere ha conversato per circa due ore. Ma qual è il vero motivo di questo appuntamento? I palinsesti autunnali. Al pranzo, infatti, hanno partecipato numerosi dirigenti di Publitalia che hanno informato i presenti dei prossimi programmi dei media Fininvest. Il Cav insomma ha unito l'utile e il dilettevole.



voto  
**4**  
Bocciati

## Yoshinori Nagumo

È arrivato in Italia Il magico potere del digiuno, libro scritto dal medico giapponese Yoshinori Nagumo, che offre indispensabili consigli (secondo lui) per restare in salute. Tra gli altri, saltare la colazione, mangiare frutta con la buccia, consumare solo un pasto al giorno, andare a letto subito dopo cena, non mangiare quando si ha fame. Perché il brontolio dello stomaco "è un segnale", scrive il dottor Nagumo, "che a livello cellulare nell'organismo avvengono reazioni positive che fanno addirittura ringiovanire". Il medico rivendica di aver testato su di sé questo metodo e da oltre dieci anni mangia una volta al giorno. "La dieta di un solo pasto, che vi piaccia o no, vi farà sentire affamati", nota argutamente il luminare nipponico. "Per reazione, il vostro girovita si ridurrà gradualmente". Ma la vostra vita, ci permettiamo di aggiungere, peggiorerà di sicuro. Quindi meglio stare alla larga da certi santoni. E continuare a seguire la dieta mediterranea.



voto  
**3**

## Bio's Produzione e Distribuzione presenta l'albero delle caramelle

Sbarca sui banconi di bar e negozi specializzati l'ultima novità firmata Bio's Produzione e Distribuzione. Si tratta di una gamma completa di caramelle gommosi biologiche, proposte in un pratico espositore a forma di albero. "Ci siamo fatti conquistare dal loro gusto eccezionale", spiega Renzo Agostini. "Perfette per grandi e piccini, rappresentano un piacere ideale in qualsiasi momento della giornata. E la linea include un gran numero di varietà, che spaziano dalle rotelle di liquirizia ai lecca lecca stile Chupa Chups". Presto, annunciano dall'azienda romagnola, la presentazione anche di una nuova linea, da ricette proprie, che si andrà ad aggiungere all'assortimento già sugli scaffali. "Una gamma esclusiva e molto accattivante, destinata tanto ai negozi, quanto al mondo dei bar e dei locali", evidenzia Agostini.



## Fior di Loto festeggia i suoi primi 45 anni con tante novità

Fior di Loto, azienda leader nello sviluppo e nella distribuzione di prodotti biologici, in occasione del suo 45esimo compleanno presenta le ultime novità di prodotto: una gamma di succhi ambient, nuovi gusti della linea Biocroc e varianti di gallette, cinque cous cous, rinnovati formati per la pasta 100% legumi e la dolce novità dei biscotti con farina di ceci. "Negli anni '70 mio padre ha deciso di realizzare un sogno. All'epoca in Italia si parlava poco di alimentazione e il cibo non era al centro del mondo come oggi. Pochissimi mettevano in relazione dieta e salute e s'interrogavano su cosa acquistare e mangiare", spiega Roberto Maschio, presidente del Cda della realtà piemontese. "Da questa consapevolezza è nata Fior di Loto, la prima azienda italiana a distribuire e produrre alimenti naturali. Sono stato fortunato a poter portare avanti il sogno di mio padre. E sono ancora più fortunato che mia figlia, Virginia, voglia proseguire l'avventura iniziata 45 anni fa. Il mondo è cambiato, i pochissimi sono diventati molti. I consumi bio crescono e i prodotti migliorano: sono più buoni, più controllati e più economici. Questo successo è merito di tutti: di chi produce, di chi distribuisce, di chi vende e, soprattutto, di chi acquista. Pian piano ci stiamo avvicinando a un traguardo sempre più prossimo: il biologico per tutti".

## Bonduelle lancia Be!Bio

Bonduelle lancia Be!Bio, una gamma articolata su quattro referenze di insalata pronte al consumo (Lattughino; Mix sfizioso - lattughino verde e rosso con carote -; Insalate gustose - lattughino verde e rosso, rucola, red chard e red mustard -; Carote a fiammifero) e quattro burger di cereali e verdure (Miglio, orzo, melanzane e basilico; Bulgur, miglio, broccoli e pomodori secchi; Grano saraceno, miglio, erbe e porri; Bulgur, ceci, peperoni e zucchine) provenienti da agricoltura biologica. Con questa novità, l'azienda entra da protagonista nel segmento bio con una proposta che va a collocarsi nello scaffale della IV gamma.

## CerretoBio presenta 'I Vegghissimi', nuova linea di prodotti bio e senza glutine certificati

In occasione dell'ultima edizione di Tuttofood, la manifestazione internazionale del food&beverage, CerretoBio ha presentato una linea totalmente nuova di prodotti, altamente selezionati nelle materie prime e controllati in ogni passaggio del processo produttivo. Si tratta de 'I Vegghissimi', gamma di 11 referenze, disponibili per il consumatore nella seconda metà dell'anno, create sulla base di ricette originali, tutte senza glutine, grazie a prodotti coltivati secondo i principi dell'agricoltura bio e sottoposti a un naturale processo di disidratazione. Tra le referenze proposte, si segnalano i Veg Burger, le maionesi totalmente vegetali, i mix per gustosi primi piatti freddi e caldi e l'innovativo preparato per il Golden Milk. 'I Vegghissimi' sono caratterizzati da una lunga shelf life e, totalmente naturali e certificati, non sono posizionati nel banco frigo e si mantengono perfettamente a temperatura ambiente in dispensa.

## Cresce il mercato free from: +5,1% nel 2016

Secondo i dati raccolti da Iri nel corso del 2016 e come segnala una nota di Gluten Free Expo, salone internazionale dedicato al mercato e ai prodotti senza glutine, il mercato free from in Italia ha registrato un incremento del 5,1% sull'anno precedente, toccando quota 2,022 miliardi di euro. Più nel dettaglio, il volume d'affari dei prodotti gluten free è aumentato del 27%, fatturando 320 milioni di euro, mentre per le referenze senza lattosio la crescita è stata del 18%, per complessivi 393 milioni di euro.

## ULTIMA ORA

## Amazon acquisisce Whole Foods Market, numero uno del retail bio

Venerdì 16 giugno, Amazon e Whole Foods Market hanno annunciato di aver siglato un accordo di fusione. La multinazionale di Seattle acquisisce con questa operazione il gigante del retail bio, realtà fondata nel 1978 ad Austin, in Texas, e oggi capace di generare annualmente un giro d'affari approssimativo di 16 miliardi di dollari con i suoi più di 460 store tra Stati Uniti, Canada e Regno Unito. L'accordo tra le due società è stato raggiunto sulla base di un'offerta di 42 dollari per azione, in contanti, e comprensivo dei debiti, per un valore complessivo di 13,7 miliardi di dollari. "Questa partnership rappresenta



un'opportunità per massimizzare il valore delle azioni di Whole Foods Market, continuando nel percorso di qualità, convenienza e innovazione che da sempre ci contraddistinguono", commenta John Mackey, co-fondatore e Ceo di Whole Foods Market. La catena proseguirà a operare con il proprio brand e manterrà i suoi partner nel mon-

do, viene annunciato. John Mackey rimarrà Ceo di Whole Foods Market, che conserverà la sua sede ad Austin, Texas. La chiusura dell'importante accordo è prevista, dopo le approvazioni da parte di azionisti e organismi di controllo, per la seconda metà del 2017: qualora l'operazione non dovesse andare in porto, Amazon pagherà una penale di 400 milioni di dollari, riferisce *Usa Today*. Per il gigante di Seattle si tratta di un altro passo verso l'integrazione tra retail fisico e digitale e, in prospettiva, verso l'acquisizione di un database sempre più ampio sugli acquisti e sulle preferenze dei consumatori.

## Pedon apre a Milano Green Station, inedito format per la ristorazione

Pedon inaugura un nuovo percorso d'impresa con l'ingresso nel mondo della ristorazione. Dal 31 maggio, infatti, è ufficialmente aperto al pubblico, in via Spadari, vicino a Piazza Duomo a Milano, 'Green Station'. Frutto di un'idea della famiglia Pedon, il nuovo locale è 'green', perché propone un menù dagli ingredienti naturali al 100% (e no Ogm), e 'station', perché aspira a essere un punto di ritrovo,

dove condividere un pasto all'insegna del benessere e promuovere una cultura del cibo sostenibile. Cereali, legumi e semi regnano sovrani, in un punto di ristoro animal e planet friendly, oltre che 100% meat free. Un format inedito, progetto pilota per una catena di ristorazione internazionale 'Fast Casual' che l'azienda intende esportare in tutte le più importanti metropoli del mondo.



## Dalla Romagna, Consapevoli con Gusto



La farina di **Grani Antichi di Romagna Selezione 1** è prodotta da una miscela di grani biologici locali, autoriprodotti. Sono grani che non hanno subito alterazioni genetiche e pertanto mantengono inalterate le caratteristiche originarie.

Le varietà sono: Rieti, Gentilrosso, Inallettabile, Frassineto, Verna, Marzotto, Abbondanza, Mec, Centauro, Belvedere, tutti raccolti in un'area di 500 ettari nei territori tra Sogliano e Mercato Saraceno, nell'Appennino Romagnolo, che più in là diventa Toscana. Il contatto diretto con i 15 agricoltori coinvolti e con il Mulino, garantisce una **filiera corta ed interamente controllata**, dal campo allo stoccaggio, alla macinazione, fino all'insacchettamento.



Sfogliatine curcuma e semi di canapa



Bocconcini con cipolla



Tegolini alla nocciola



Cerchi nel grano con semi di anice

**NOVITÀ**  
Disponibili da Giugno 2017



Le farine di Grani Antichi di Romagna hanno un basso quantitativo di glutine, sono più digeribili e ben tollerate dall'organismo.

Olio Extravergine di Oliva  
Farina Macinata a Pietra  
Basso Contenuto di Glutine  
Fonte di Fibre

## Sbarcano in Italia le barrette energetiche firmate Lifefood



Bio's Produzione e Distribuzione ([www.biositalia.com](http://www.biositalia.com)) introduce in Italia le barrette energetiche Lifefood, integratori naturali di energia. La realtà distributiva romagnola, che rappresenta in esclusiva nel Bel Paese l'offerta a marchio del più grande produttore di cibo crudista in Europa e tra le realtà di riferimento a livello mondiale, ha scelto di puntare su queste referenze bio, vegane, senza glutine e capaci di fornire un'ampia gamma di nutrienti essenziali, vitamine, minerali ed enzimi. Snack deliziosi e salutari, non alterati da processi di cottura, in quanto prodotti a bassa temperatura (inferiore a 42°C). L'offerta di barrette energetiche Lifefood include anche la linea Lifefood Plus, arricchita con superfood naturali per performance migliori.

## Granarolo acquisisce il 50,01% del distributore greco Quality Brands International

Granarolo annuncia l'acquisizione del 50,01% di Quality Brands International (QBI), storico distributore di prodotti dairy europei in Grecia e realtà che ha chiuso il 2016 con un fatturato di 20,2 milioni di euro. L'acquisizione consentirà a Granarolo di consolidare la propria presenza nella penisola ellenica, un mercato nel quale opera da 10 anni attraverso QBI, che commercializza le referenze del Gruppo, leader fra i prodotti lattiero caseari italiani nel Paese. "L'Europa rappresenta il mercato di sbocco d'elezione del Gruppo Granarolo", sottolinea il suo presidente, Gianpiero Calzolari. "Il mercato greco è significativo, avendo uno dei più alti consumi pro capite di formaggi d'Europa. In QBI abbiamo trovato un distributore importante e che ha consolidati rapporti con le principali catene greche. Il nostro obiettivo comune? Raggiungere i 23 milioni di euro di fatturato nel 2017".

## Importanti novità in casa Zerbinati, che approda in tv con il suo primo spot

Approdate a scaffale le ultime novità di Zerbinati, azienda leader in Italia nella produzione di verdure fresche pronte al consumo e di piatti pronti freschi. Da segnalare i Burger'Z e Burger'Z Bio, hamburger 100% vegetali, così come i Flan'Z: golosi tortini preparati solo con verdure fresche. Altre importanti novità di prodotto sono i Fruit&Veg Squeezy Snack, smoothies di frutta e verdura, senza glutine, senza lattosio e privi di zuccheri aggiunti, disponibili in tre diverse versioni. Senza dimenticare le Insalate Bio Zerbinati: una nuovissima linea IV gamma biologica che si compone di otto proposte pronte da condire e senza conservanti. Ultimo ma non meno importante, Zerbinati ha lanciato ufficialmente il suo primo spot in tv, trasmesso a partire dal 14 maggio sulle reti La7, La7D, TV8, Sky, Cielo, Nove e Real Time. "Lo spot riflette l'identità e i valori dell'azienda, che intende la comunicazione come leva necessaria e strategica, in un'ottica di crescita e consolidamento sul mercato tramite l'impiego congiunto di adv classico e nuovi media", spiega Simone Zerbinati, direttore generale. "Sarà uno spot unico, divertente e innovativo che esce dagli schemi tradizionali con cui solitamente vengono presentati i prodotti della nostra categoria".

## Sarchio presenta lo Zucchero di cocco 100% biologico

Arriva sul mercato il nuovo Zucchero di cocco 100% biologico firmato Sarchio, azienda specializzata nella produzione e commercializzazione di prodotti bio, senza glutine e vegan. In cristalli bruni, dal gusto intenso e caratterizzato da una leggera nota di caramello, è frutto di una lavorazione artigianale dei fiori della palma cocco nucifera, provenienti esclusivamente da agricoltura biologica, coltivati nel rispetto della natura e dell'ambiente. In forma granulata e naturalmente senza glutine è ricco di nutrienti e vitamine, ideale per dolcificare bevande calde e fredde, oltre a essere un prezioso alleato per aggiungere una nota zuccherina alla preparazione di torte, biscotti e altre ricette. La bustina da 250 grammi dispone di una pratica chiusura a zip.

## Ortofrutta: il bio traina la crescita delle vendite in Gdo

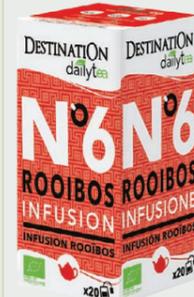
Crescono i consumi di frutta e ortaggi freschi in Italia. Nel 2016, registrati incrementi a volume del +2,2% sul 2015 (oltre 9 milioni di tonnellate vendute in tutti i canali, 152 Kg pro capite consumati), per un trend positivo in controtendenza rispetto ai numeri negativi degli ultimi anni. Questi i dati dell'analisi Nomisma, patrocinata dal Ccpb e predisposta in occasione di Macfruit Bio. L'indagine segnala il grande successo del bio, sempre più apprezzato dai consumatori: i dati Nielsen indicano che in Italia le vendite di ortofrutta biologica a peso imposto (mese terminante marzo 2017) hanno raggiunto 147 milioni di euro nella sola Gdo, segnando un balzo in avanti del +28% rispetto all'anno precedente e a fronte di un +9% delle vendite di ortofrutta in generale. L'ortofrutta fresca bio pesa attualmente per l'11% sulle vendite del comparto nella Grande distribuzione italiana e presenta, visto il crescente interesse dei consumatori (il 60% delle famiglie italiane ha acquistato frutta e verdura biologica in almeno un'occasione nel 2016), un potenziale di mercato significativo (le vendite bio oggi pesano soltanto per il 4,4% sul totale ortofrutta). "L'ortofrutta fresca è la categoria che meglio esprime la chiave del successo del bio: crescono le vendite in Gdo (+28% nell'ultimo anno) e i consumatori apprezzano sicurezza e qualità delle produzioni", spiega Silvia Zucconi, responsabile market intelligence Nomisma.

## Gli gnocchi Master ora sono anche Kosher

Master si apre al mondo Kosher. L'azienda veneta ha ottenuto la relativa certificazione, a seguito delle numerose sollecitazioni ricevute dai mercati internazionali e in particolare statunitense. "Abbiamo intrapreso questo percorso impegnativo", spiega Adriano Bianco, Ceo di Master. "Tutte le attività di produzione saranno controllate da un rabbino qualificato, che constaterà e approverà l'autorizzazione a produrre con il sigillo Kosher. Ora saremo ancora più forti per affrontare le esigenze dei consumatori internazionali". Presto, annunciano dall'azienda, sarà pronta anche una terza linea per affrontare la produzione Kosher, secondo le specifiche indicazioni alimentari rispettose per la salute e gli animali. E gli gnocchi Master così certificati si caratterizzeranno anche per il fatto che saranno in grado d'incontrare le necessità degli intolleranti al lattosio e dei vegetariani.

## Destination: dalla Francia l'offerta di tè, caffè e tisane Fair Trade

Sbarca in Italia l'offerta a marchio Destination, azienda eco-responsabile fondata a Bordeaux, nel 1999, da Christine e Christophe Lambard. 100% biologica e con una visione ecologia a 360°, nel rispetto delle regole del Fair Trade, la realtà transalpina è leader sul mercato bio di Francia grazie alla sua ricca gamma di tè, caffè e tisane. Prodotti distribuiti nel Bel Paese da Bio's Produzione e



Distribuzione ([www.biositalia.com](http://www.biositalia.com)), si caratterizzano innanzitutto per la loro alta qualità. A spiccare, in particolare, la linea di tè freddi, unici per profumi e sapori, che si ottengono per infusione in acqua fredda da foglie intere, per circa sei ore. Sono proposti in diverse varianti di gusto, in confezione da 100 grammi, da cui si ottengono 8,5 litri di tè freddo. Un'offerta che si combina con la linea Daily Tea, tè naturalmente privi di glutine e senza allergeni, ideali da gustare durante pause e momenti di relax. Realizzati con materie prime provenienti da agricoltura biologica, sono presentati in confezioni da 20 bustine sfuse, nel pieno rispetto dell'ambiente.

## Esselunga: Marina Caprotti è vicepresidente. Pronti investimenti per 1,8 miliardi di euro

A quasi nove mesi dalla scomparsa di Bernardo Caprotti, patron di Esselunga, al vertice dell'insegna distributiva lombarda torna un esponente della famiglia Caprotti: Marina (39 anni), la figlia più giovane di Bernardo Caprotti, è stata nominata vicepresidente di Esselunga (ricopriva già la carica di consigliere). Il marito, Francesco Moncada, entra invece nel consiglio di amministrazione mentre la madre di Marina, Giuliana Albera, diventa presidente onorario. Nel ruolo di presidente è stato confermato l'avvocato Vincenzo Mariconda, professionista da sempre vicino alla famiglia. A riportarlo è un articolo pubblicato il 12 giugno da Il Corriere della Sera, che traccia un bilancio delle attività del gruppo a due mesi dall'inaugurazione del primo punto vendita di Roma, in via Prenestina, che si stima possa arrivare a generare ricavi tra gli 80 e i 90 milioni di euro. Varato anche il nuovo piano d'investimenti: 1,8 miliardi entro il 2020, dopo gli 1,7 miliardi messi in campo nel quadriennio precedente. Tra i principali focus dell'azienda, sottolinea ancora il quotidiano, ci sono lo sviluppo dell'attività di e-commerce e le nuove aperture: il terzo store di Verona sarà inaugurato entro giugno, seguiranno Bergamo Celadina e Novara entro dicembre. E dopo ancora il negozio di Varese, nella sede dell'ex calzificio Malerba. Con vendite annue al metro quadrato pari a 17.800 euro, Esselunga conferma la propria leadership nella classifica della produttività: un valore più che doppio rispetto a Coop e quasi tre volte superiore a Carrefour.

## Vallelata debutta nel bio

L'offerta di formaggi freschi si arricchisce con la mozzarella e lo stracchino da agricoltura biologica, nel rispetto dell'ambiente e con una filiera controllata e certificata.

Nasce la nuova linea biologica Vallelata: mozzarella e stracchino realizzati solo con latte proveniente da agricoltura biologica e allevamenti controllati, entrambi nel formato da 100 grammi. Da giugno 2017, infatti, Vallelata arriva sugli scaffali del retail con questi due nuovi prodotti di filiera controllata e certificata bio, che esclude l'uso di Ogm e nel pieno rispetto dell'ambiente e del benessere degli animali. Tutto all'insegna di bontà, qualità, freschezza e semplici-

tà, valori che hanno sempre caratterizzato la linea Vallelata, insieme alla sensibilità per la natura e a un forte legame con le famiglie italiane. "Abbiamo lavorato a lungo per sviluppare questi prodotti biologici, che sanno unire il gusto inconfondibile dei formaggi freschi Vallelata ai sistemi produttivi dell'agricoltura biologica", commenta Clara Pirovano, direttore marketing Gruppo Lactalis Italia. L'obiettivo è quello di offrire una risposta alle richieste dei consumatori: oggi il 43,7% delle famiglie italiane acquista prodotti bio almeno una volta alla settimana (fonte Trade Lab - Bio Outlook 2016). "Questa non rappresenta più solo una tendenza ma una vera e propria esigenza

per alcune famiglie, che scelgono la garanzia del biologico e di una produzione secondo norme rigorose in materia di rispetto dell'ambiente e benessere degli animali. Il mercato del biologico è in forte ascesa e si sta delineando come una rivoluzione dei consumi. Solo tre anni fa i prodotti biologici disponibili nella grande distribuzione erano 545, oggi sono già 637 e il comparto continua a crescere del 20% anno su anno (fonte: Iri Is+Lsp - At ott 2016). Vallelata, inoltre, è una marca che da sempre riesce a unire gusto e rispetto dell'ambiente; porre una nuova linea biologica è stata quindi una evoluzione naturale del percorso di crescita e di attenzione alla sostenibilità ambienta-

le", conclude Pirovano. Con la nuova linea bio, infatti, Vallelata prosegue nell'impegno verso la salvaguardia della natura e dell'ambiente, in linea con gli impegni già presi anche attraverso il progetto di compensazione delle emissioni di CO2 in collaborazione con il ministero dell'Ambiente e di gestione forestale sostenibile in collaborazione con il Consorzio Forestale di Pavia.

Il lancio di Vallelata Bio sarà supportato da un forte piano digitale e da un nuovo film per la Tv.





# TERREMOTO IN CASA LIDL

Commissariate quattro direzioni generali italiane della catena. Alcuni dirigenti “hanno agevolato una cosca mafiosa”, scrivono gli inquirenti. L'insegna tedesca, non indagata, si difende.

Quattro direzioni generali Lidl commissariate e quattordici arresti. Rapporti accertati tra dirigenti della catena tedesca e il clan mafioso dei Laudani di Catania. Che garantiva il monopolio degli appalti”, scrivono gli inquirenti. Dopo due anni di indagini, sono questi i risultati dell'inchiesta coordinata dalla Direzione distrettuale antimafia di Milano, insieme alla Guardia di Finanza di Varese e alla Questura di Milano. I fermi sono stati convalidati il 15 maggio dal gup Giulio Finales.

## Le direzioni commissariate

L'accusa è pesantissima: “Aver agevolato una cosca mafiosa catanese”. Per questo il pool antimafia milanese ha assunto, per sei mesi, la gestione di Lidl in quattro direzioni generali italiane (su un totale di dieci) a cui fanno riferimento circa 200 punti vendita. Stiamo parlando di Volpiano (51 filiali in Piemonte, Valle d'Aosta e parte della Liguria), Biandrate (68 filiali in Piemonte e Lombardia), Somaglia (62 filiali in Lombardia e parte dell'Emilia Romagna) e Misterbianco (33 filiali in Sicilia e 8 a Malta). Commissariata anche la nuova piattaforma logistica Lidl con i suoi 44mila metri quadrati di superficie. La multinazionale tedesca non risulta indagata come società, ma la carenza di controlli interni ha agevolato la famiglia mafiosa dei Laudani di Catania.

## Commesse, appalti e denaro in contanti al clan Laudani

Secondo i giudici, due gruppi di referenti milanesi del clan, titolari con consorzi di cooperative nel settore della logistica e della vigilanza privata – ai quali Lidl ha appaltato commesse – hanno creato nel tempo provviste di denaro in contanti e almeno otto viaggi per il sostentamento della famiglia mafiosa, e in particolare dei detenuti del clan Laudani. Tra gli arrestati ci sono anche un ex funzionario della provincia di Milano, Domenico Palmieri, e una dipendente del Comune, Giovanna Afrone, per un altro filone dell'inchiesta. La presunta associazione per delinquere smantellata dalla Direzione distrettuale antimafia

di Milano avrebbe ottenuto “commesse e appalti di servizi in Sicilia” da Lidl Italia ed Eurospin Italia (citata ma non destinataria di provvedimenti) attraverso “dazioni di denaro a esponenti della famiglia Laudani”. Il clan era “in grado di garantire il monopolio di tali commesse e la cogestione dei lavori in Sicilia”. In più è stata commissariata la società di vigilanza privata del Tribunale di Milano.

## Coinvolto il gruppo Sigilog di Cinisello Balsamo (Mi)

Scrivono gli investigatori della Guardia di Finanza: “La famiglia mafiosa dei Laudani è riuscita, attraverso una serie di società e cooperative riconducibili al cosiddetto gruppo

Sigilog di Cinisello Balsamo [operante nel settore della logistica e dei servizi, ndr] e facenti capo a diversi imprenditori – tra i quali Luigi Alecci, Giacomo Politi, Emanuele Micelotta ed i fratelli Alessandro e Nicola Fazio, tutti collegati a Orazio Salvatore Di Mauro, organico dei Laudani – ad infiltrarsi nel tessuto economico lombardo. Alecci è la figura di riferimento del sodalizio, in grado di gestire e mediare i rapporti tra gli imprenditori con i quali è in affari, mentre i fratelli Fazio, su sollecitazione del predetto, di Politi e di Micelotta, concorrono ad inviare, per il tramite dell'affiliato Enrico Borzi, somme di denaro contante in Sicilia destinate al sostentamento economico delle famiglie dei detenuti appartenenti

alla famiglia mafiosa”. Sono state sequestrate le quote di 10 società e cooperative e tre immobili riconducibili al gruppo Sigilog.

## Il pool antimafia: “Era come pescare trote in un laghetto sicuro”

Ilda Boccassini e Paolo Sturari, rispettivamente procuratore aggiunto e sostituto del Tribunale di Milano, hanno spiegato l'operazione in una conferenza stampa del 15 maggio: “È stata una indagine molto complessa, condotta in perfetta sinergia tra la Polizia e la Guardia di Finanza. Sono stati seguiti i passaggi di denaro, il denaro raccolto a Milano veniva consegnato alla famiglia Laudani. Per coloro che volevano corrompere era come pescare trote in un laghetto sicuro: sapevano esattamente chi, come e dove trovare le persone da corrompere”. Non solo. La sezione misure di prevenzione del Tribunale di Milano, presieduta da Fabio Roia, ha stabilito che “non può essere invocata una posizione di buona fede” di alcuni dirigenti delle quattro direzioni generali Lidl, in quanto “non solo percepiscono denaro per assegnare lavori in favore degli indagati ma intrattengono, in via diretta o indiretta (questo allo stato non è noto) rapporti con soggetti appartenenti alla famiglia mafiosa dei Laudani in grado di orientare le scelte” della catena nell'assegnare gli appalti dei servizi.

## E ora cosa succederà?

Cosa succederà adesso all'operatività delle quattro direzioni generali Lidl commissariate dalla Direzione distrettuale antimafia di Milano? Fonti solitamente ben informate sottolineano che sostanzialmente l'operatività quotidiana non verrà intaccata. Sicuramente ci saranno controlli a tappeto sui fornitori, con un rallentamento delle procedure e con un aumento della burocrazia. Un po' come quello che sta succedendo in Fiera Milano dopo il semi-commissariamento deciso dal Tribunale in gennaio a causa dell'inchiesta, coordinata sempre dalla Dda milanese, sulle infiltrazioni mafiose nella partecipata Nolostand.

Federico Robbe

## LE INTERCETTAZIONI: “GIÀ 4MILA EURO AL MESE CHE SI PRENDE... E DIAMOGLI UN PACCO...”

Nelle conversazioni intercettate, riportate da *Il Fatto Quotidiano*, i due imprenditori Emanuele Micelotta e Giacomo Politi discutono sui regali da fare in vista del Natale. Le “regalie da elargire per le festività natalizie ai vari dirigenti” di Lidl sarebbero servite al “fine di favorire l'acquisizione dei lavori”. E qui entra in gioco l'importanza e il ruolo strategico dei singoli dirigenti. In una intercettazione ambientale del 19 dicembre scorso, i due parlano chiaramente del regalo importante da fare ad Alessio Tomasella, responsabile del magazzino di Volpiano, in provincia di Torino, e di quello da fare a Simone Suriano (dirigente Lidl finito agli arresti domiciliari, ndr). Nei confronti del secondo, Politi ha intenzione di “voler predisporre non un cesto ma solo un pacco, visto che già lo sovvenzionano con 4mila al mese”. “A lui gli diamo un cesto grande”, dice Politi a Micelotta nell'intercettazione. E l'altro: “Eh...diamogli il cesto grande... e però”. Poco dopo, ancora Politi: “ma poi...un cesto...minchia un pacco...eh... già 4mila euro al mese che si prende...”. La replica: “E diamogli un pacco”.

## IL COMUNICATO STAMPA DELLA CATENA

Lidl Italia si dichiara completamente estranea a quanto diffuso in data odierna [15 maggio, ndr] dai principali media in relazione all'operazione gestita dalla Dda. L'azienda, che è venuta a conoscenza della vicenda in data odierna da parte degli organi inquirenti, si è resa da subito a completa disposizione delle autorità competenti, al fine di agevolare le indagini e fare chiarezza quanto prima sull'accaduto. Lidl Italia precisa, inoltre, che l'azienda non risulta indagata e non vi sono sequestri in atto.

# Sanguedolce: bontà, freschezza e genuinità. Anche bio

Sono le parole d'ordine del caseificio di Andria (Bt), specializzato nella produzione di burrata, mozzarella e paste filate con il marchio Saporosa di Puglia. Da oggi anche in versione 'green'.



## FOCUS ON Saporosa di Puglia Bio. La nuova gamma

Rispondere alle richieste dei consumatori e del mercato, confermando l'attenzione verso il segmento salutistico che caratterizza, ormai da anni, l'azienda. Con queste premesse Sanguedolce ha presentato, nel corso dell'ultima edizione di Tuttofood, la nuova gamma di prodotti biologici. "Il nostro obiettivo era completare l'assortimento, composto in precedenza solo dalla mozzarella fior di latte. Un passo reso possibile anche dall'allargamento dell'attuale stabilimento Sanguedolce, che prevede un raddoppio, sia in termini di superficie che di capacità produttiva", precisa Nicola Rendine. La gamma, oltre alla mozzarella, si compone di alcune specialità casearie, come il nodino, la treccia e la caciotta, e ha nella tradizionale burrata il prodotto di punta, disponibile sia per banco taglio sia per libero servizio. "L'obiettivo è offrire ai consumatori la possibilità di scegliere sia formaggi freschi sia stagionati", commenta Rendine.

### La materia prima

"Il latte che utilizziamo è rigorosamente bio e italiano, perché per noi l'italianità è un valore irrinunciabile. Se dovessimo avere grandi riscontri, con questa gamma, potremmo anche decidere di scegliere solo latte biologico per tutti i prodotti a marchio Saporosa".

### I canali

"Non siamo ancora presenti nello specializzato bio, ma senz'altro è un canale che ci interessa presidiare, così come i mercati esteri", conclude Rendine.

L'azienda andriese Sanguedolce nasce nei primi anni del 1900, grazie all'intuizione di nonno Tommaso, "il casaro", che con il duro lavoro e la passione artigianale comincia la tradizione familiare nella produzione della celebre e tipica mozzarella pugliese. "La famiglia Sanguedolce è custode, da oltre cento anni, del patrimonio di saperi antichi che sono oggi alla base della vasta gamma di prodotti che hanno decretato il successo, su scala nazionale, di Sanguedolce e del suo brand Saporosa di Puglia", spiega Nicola Rendine, direttore commerciale del Caseificio. "E per confermare la vocazione di azienda tradizionale, dal 1° gennaio abbiamo scelto di utilizzare esclusivamente latte italiano, per tutti i prodotti del nostro assortimento. Una decisione non sempre facile, ma siamo convinti che il consumatore, giudice ultimo, premierà questa scelta".

### Il nuovo stabilimento, nel 2004

Con il passaggio dal vecchio al nuovo stabilimento, nel 2004, il ciclo produttivo di Sanguedolce conosce una stagione felice: le sfide entusiasmanti di mercato e consumatori stimolano l'azienda pugliese ad intraprendere, con sempre maggiore decisione, il cammino

della qualità e della certificazione. Il monitoraggio del ciclo produttivo, fin dalle materie prime, è possibile grazie al laboratorio d'analisi interno, che controlla in maniera analitica tutte le fasi della lavorazione. "In questo modo, le antiche tradizioni casearie vengono integrate dal supporto della tecnologia e conducono così a risultati di eccellenza nel campo lattiero caseario", precisa Rendine.

### Nasce il brand Saporosa di Puglia

Il marchio 'Saporosa di Puglia' è l'ormai celebre segno distintivo che firma tutti i prodotti Sanguedolce, ad eccezione di quelli senza lattosio, presenti sul mercato col brand dedicato Noncé. Con il termine Saporosa, un incrocio linguistico tra "sapore" e "rosa", l'azienda di Andria contraddistingue tutta la gamma premium dei suoi derivati del latte.

### I più venduti

Nell'ampia gamma di prodotti Sanguedolce il campione delle vendite è la burrata, una preparazione casearia a forma di sacchetto di morbida pasta filata fresca, che racchiude al suo interno un ripieno cremoso di sfilacci di mozzarella e panna. Certificata anche con il marchio 'Qualità di Puglia', apposto sulle

confezioni, la burrata Saporosa di Puglia è disponibile in diverse pezzature, anche se i più performanti restano i classici formati da 125 e 250 grammi. E, per il 2017, l'azienda sta lavorando al lancio di una novità: la versione senza lattosio light.

### Noncé, la gamma dei senza lattosio

A marchio Noncé, già da alcuni anni, Sanguedolce propone una gamma di prodotti senza lattosio, sia per banco taglio sia per il libero servizio. L'ultima novità è rappresentata dal burro, presentato a Tuttofood 2017, che si aggiunge a un già ampio assortimento: scamorza, mozzarella, caciotta, ricotta, caciocavallo, cuor di burrata e burrata. Tutti i prodotti vantano un tenore di lattosio inferiore allo 0,1% per 100 grammi di prodotto. "Ad oggi la nostra è ancora la gamma più profonda, sul mercato italiano, di formaggi senza lattosio. Inoltre, siamo stati i primi anche a presidiare il banco taglio, con la burrata senza lattosio e la caciotta confezionata in flow pack. In generale, tutti i prodotti Noncé, da subito, hanno riscosso notevole successo sul mercato", sottolinea con soddisfazione Nicola Rendine.

Alice Reolini

## L'AZIENDA



DATA DI NASCITA  
**1918**

FATTURATO 2016  
**30**  
MILIONI DI EURO

TREND RISPETTO  
AL 2015  
**+8%**

QUOTA EXPORT  
**2%**

PAESI DI DESTINAZIONE  
MERCATO EUROPEO  
**5%**  
INCIDENZA PL. SUL FATTURATO

CERTIFICAZIONI AZIENDALI  
E DI PRODOTTO  
ISO 22000:2005, BRC, IFS.  
CERTIFICAZIONE VOLONTARIA  
DI PRODOTTO, BIO  
E QUALITÀ PUGLIA.

# “Il biologico è nel nostro Dna”



Da sinistra: Gabriele Rachello, con il fratello Gianni e il padre Andrea



Andrea Rachello, il fondatore



Un impegno secolare nella salvaguardia e valorizzazione dei migliori grani italiani. Per offrire all'industria prodotti di filiera e qualità certificata. Intervista a Gabriele Rachello, contitolare di Molino Rachello.

Dal 1901, cinque generazioni della famiglia Rachello hanno portato avanti con successo la storia di questo antico molino, situato nel cuore del parco naturale del fiume Sile, in Veneto. Oggi l'azienda, che ha festeggiato nel 2016 i 115 anni di attività, produce 500mila quintali di farine l'anno. Una gamma di prodotti incredibilmente ampia e diversificata - dal grano tenero al Senatore Cappelli, dalle referenze convenzionali a quelle certificate biologiche, fino alle farine di 'oasi' - la cui altissima qualità è garantita da un importante accordo di filiera realizzato con i propri conferitori. Già fornitore di oltre 800 panifici, oggi l'azienda sta diventando un partner sempre più strategico anche per il mondo industriale, grazie anche alla scelta di scommettere sulla valorizzazione del proprio brand. Ne abbiamo parlato con Gabriele Rachello, contitolare di Molino Rachello.

**Nel 2016 si sono tenuti i festeggiamenti per i 115 anni di Molino Rachello: come avete raggiunto un traguardo così importante?**

Come molti altri molini, la nostra realtà è nata appunto oltre 100 anni fa. A quei tempi c'era un molino in ogni paese, in prossimità dei corsi d'acqua. E in Italia, dopo la Seconda Guerra Mondiale, erano oltre 10mila. Oggi se ne contano forse 230. Il nostro obiettivo è sempre stato quello di continuare a crescere a piccoli passi puntando sulla qualità, sul servizio al cliente e sulla costanza del nostro prodotto. Una scelta che, con il passare del tempo, ci ha premiato.

**Quali sono i numeri di Molino Rachello oggi?**

Maciniamo 500mila quintali di farina all'anno, per un fatturato complessivo di oltre 20 milioni euro. Abbiamo 35 dipendenti e serviamo oltre 800 panifici, prevalentemente localizzati nel Triveneto. Oltre al ramo panetterie, abbiamo allargato il nostro mercato alle industrie dolciarie e di prodotti da forno che hanno un'incidenza sempre maggiore sul nostro volume d'affari,

con una reciproca soddisfazione per l'ottimo rapporto di collaborazione instaurato. Poi, soprattutto negli ultimi due anni, abbiamo deciso che era arrivato il momento di far conoscere il nostro marchio. Realizziamo prodotti di ottima qualità, ma fino a poco tempo fa tutti ci conoscevano principalmente grazie al passa parola. Adesso il nostro obiettivo è far sapere chi siamo, per questa ragione abbiamo iniziato a partecipare alle fiere, a rivedere tutti i nostri cataloghi e a ripensare il nostro packaging e sito aziendale. Inoltre, con le nuove forze entrate in azienda siamo più attivi anche sul canale web e sui social.

**Cosa caratterizza maggiormente la vostra offerta?**

La nostra forza è quella di offrire prodotti diversi, capace di rispondere alle moderne richieste dei consumatori. Oltre, ovviamente, a produrre ogni tipologia di farina 'tradizionale', garantendo costantemente la qualità di un prodotto controllato e certificato, quello che caratterizza le nostre referenze è prima di tutto l'italianità. Collaboriamo infatti da sempre con diverse aziende agricole del nostro territorio che ci forniscono il grano. Ma lo step decisivo è stato quello di proporre loro un vero e proprio accordo di filiera, grazie anche alla collaborazione di alcuni agronomi. Il risultato è che queste aziende hanno aumentato la loro redditività e insieme abbiamo creato prodotti di filiera certificata: come nel caso della varietà Senatore Cappelli, coltivata in Toscana. Ma lo stesso progetto si applica anche al grano tenero e al farro, convenzionale e

biologico, coltivati in Veneto e Friuli Venezia Giulia. Una produzione di filiera che non è solo garantita dal Csqa, che si reca puntualmente in campo per i controlli, ma anche da tutto il lavoro svolto direttamente dai nostri uomini.

**Di cosa si tratta, invece, quando parliamo di 'farine oasi'?**

In questo caso abbiamo fatto un ulteriore passo avanti, vista la particolare caratteristica di questi territori, naturalisticamente molto belli e lontani da discariche, grosse arterie stradali e zone industriali. Con queste farine diamo la garanzia che si tratta di grani coltivati in zone che definiamo propriamente 'oasi'. Un ulteriore valore aggiunto per la nostra materia prima e i nostri prodotti.

**Una filosofia che abbraccia il mondo del biologico?**

Noi il biologico lo facciamo dal 1999, molto prima che diventasse una moda e che registrasse tassi di crescita annui del 20%. Direi che il biologico ce l'abbiamo sempre avuto nel Dna, perché abbraccia appieno il nostro modo di vedere e vivere l'agricoltura.

**Da 'pionieri del biologico' quali siete, come ritenete che sia cambiato oggi il mercato delle farine bio e, soprattutto, credete che i consumatori abbiano maturato il giusto grado di consapevolezza nei confronti di questi prodotti?**

Sicuramente da parte del consumatore finale c'è attenzione al prodotto e ricerca della qualità. E il biologico, prima di tutto, dovrebbe essere proprio una garanzia di

qualità. Non dimentichiamo, però, che si possono benissimo realizzare prodotti che diano simili garanzie pur rimanendo nel ambito del convenzionale. Al tempo stesso tuttavia, assieme a una maggiore attenzione per i temi legati all'alimentazione e alla salute, ho anche visto aumentare anche la disinformazione. Le farine, il latte e lo zucchero sono quotidianamente incrinati in un sacco di situazioni diverse, prima di tutto su internet e in televisione. Dove si è creata più disinformazione che informazione, senza di fatto rendere un servizio al pubblico. Un esempio su tutti è quello del glutine. In Italia ci sono oggi 6 milioni di persone che, pur non essendo celiache, cercano di evitare il glutine. Ma non è un modo corretto di alimentarsi.

**Ritiene che un mercato come quello dei prodotti gluten-free, nato per rispondere a un'esigenza alimentare specifica, sia stato successivamente distorto e sovrastrutturato?**

Io continuo a sottolineare che si sente tanto parlare di farine raffinate, quando in realtà è il petrolio che si raffina, la farina si macina. E lo si fa meccanicamente, come 100 anni fa, senza utilizzare sbiancanti, additivi o conservanti. La farina è un prodotto assolutamente naturale. E questo ormai, pare impossibile, ma sembra che non lo sappia più nessuno.

**Qual è il futuro di Molino Rachello?**

Alla luce dei cambiamenti che abbiamo vissuto in questi ultimi due anni e di tutte le opportunità che si sono presentate, ci attendiamo un'ulteriore crescita dell'azienda, perché ci siamo affacciati a nuovi mercati che prima non erano il nostro target. Il tema export non è stato ancora affrontato, perché per il momento il focus è sulla gamma di prodotti e sulla diversificazione che siamo in grado di fornire. Credo infatti che non esistano altri molini capaci di offrire una simile varietà. Ragion per cui, per la prima volta, ci troviamo in una posizione di vantaggio competitivo, che secondo me è una cosa bellissima e importante.

Federica Bartesaghi



# MIRACOLO A MILANO

Doveva "sgonfiarsi" dopo Expo. Avrebbe subito contraccolpi per le indagini sull'Ente fiera. In molti l'avrebbero boicottata. Queste le premesse all'edizione 2017 di Tuttofood. Invece è andata bene. Con i suoi 2.850 espositori e 80.146 visitatori (+2,5%) - di cui il 23% esteri - la manifestazione costituisce ancora un evento strategico per l'alimentare italiano.

Dai nostri inviati: Angelo Frigerio, Alice Realini, Federico Robbe, Federica Bartesaghi, Irene Galimberti, Matteo Borrè

I tuoni e fulmini che avevano preceduto l'inizio della manifestazione facevano prevedere il peggio. Invece no. Un sole splendente ha illuminato l'edizione 2017 di Tuttofood, svoltasi a Rho Fiera Milano da lunedì 8 a giovedì 11 maggio. Il problema non era meteorologico ma riguardava le problematiche vissute, negli scorsi mesi, dall'ente. Il commissariamento della partecipata Nolostand, il cambio al vertice, i timori di uno "sgonfiamento" rispetto all'edizione 2015 collegata ad Expo: tutte condizioni al contorno che avrebbero potuto ridurre drasticamente espositori e visitatori. Non è andata così. E i numeri lo testimoniano: 2.850 espositori, 3.150 buyer, una superficie espositiva di 180mila metri quadrati, 80.146 visitatori (+2,5%), di cui il 23% esteri, oltre 30mila incontri organizzati grazie alla nuova piattaforma MyMatching, 500 momenti di approfondimento fra Academy, Retail plaza, Spazio nutrizione e Seeds&Chips. Numeri positivi anche per gli eventi "fuori salone" della Week&Food a Milano: oltre 48mila presenze su circa 178mila partecipanti complessivi alla settimana dedicata al cibo. Cifre pesanti che confermano quanto Tuttofood sia e rimanga un evento strategico per l'alimentare italiano. C'è di più: fonti solitamente bene informate parlano infatti di un'ipotesi, allo studio di Fiera Milano, per organizzare, il prossimo anno, un evento che unisca convegni, approfondimenti tematici e degustazioni. Una sorta di settimana dedicata al food, con appuntamenti enologici, gastronomici e culturali in diversi luoghi della città.

Ma andiamo a vedere cosa è successo in questi quattro giorni.

## L'affluenza

Il primo giorno è fiacco. Lo si vede girando fra gli stand, invece, con qualche eccezione: sin dall'inizio una folta delegazione di buyer di Esselunga, capitanati da Giorgio Baldini, fa il suo ingresso in fiera girando fra i padiglioni. In alcuni stand invece molti buyer. Frutto di un lungo lavoro di matching prima della fiera.

Successo per Week&Food, il fuori salone organizzato da Tuttofood che, dallo scorso 4 maggio e fino all'11 maggio, ha animato il centro città.

Dopo una partenza lenta, Tuttofood, nelle giornata



te di martedì e mercoledì, mette il turbo. Padiglioni affollati e stand sempre pieni. Molti operatori confessano di non essersi mossi dai loro tavoli a causa dell'affluenza di buyer e addetti ai lavori. Numerose le insegne transitate in fiera. Tra queste Unes, il Viaggiator Goloso, Coop, Conad, Eurospin e altre ancora. Sicuramente, nella giornata di martedì, molto ha contribuito la presenza dell'ex presidente statunitense Barack Obama che, nella club house del Conference center di Rho Fiera Milano, ha tenuto uno speech sull'alimentazione.

La quarta giornata infine è più per le pubbliche relazioni che per altro.

## Assenti giustificati e non

Significative alcune assenze tra i padiglioni della fiera. Zanetti, Ambrosi, Parmareggio, Igor e, più in generale le aziende dell'associazione italiana lattiero casearia Assolatte (tranne Galbani e Brazzale) non partecipano alla manifestazione. Da segnalare, inoltre, l'assenza di Rovagnati (presente però nella precedente edizione) e del Gruppo Pini. Scontata l'assenza di molte aziende emiliane: mancano, sostanzialmente, quelle produttrici di prosciutti crudi e di parmigiano reggiano. Suscita stupore, invece, l'assenza di Ferrarini. Ricordiamo, infatti, che proprio Lisa Ferrarini, due anni fa, in qualità di presidente di Assica, stipulò un accordo con Fiera Milano per portare alla manifestazione le aziende aderenti all'associazione. L'intesa è ancora valida ma Ferrarini, quest'anno, non è presente in fiera.

## Week&Food

Successo per Week&Food, il fuori salone organizzato da Tuttofood che, dal 4 all'11 maggio, ha animato il centro città. Fra le iniziative l'evento 'Tuttofood Night', svoltosi martedì sera. La serata prevedeva un cocktail di benvenuto e una visita guidata all'interno del Castello Sforzesco milanese. L'iniziativa ha visto la presenza di circa 300 persone che hanno potuto ammirare le bellezze artistiche conservate nel Castello, fra cui il Museo della Pietà Rondanini, il Museo di Arte antica e quello di Arti decorative, oltre ai Menù della Raccolta Achille Bertarelli. La serata è stata allietata da momenti di musica dal vivo e da una splendida coreografia di luce e colori. Successo anche per la prima edizione di Cheese for People Awards 2017, il premio organizzato dalla nostra rivista *Formaggi&Consumi*, in collaborazione con il Viaggiator Goloso e Tuttofood. Cheese for people nasce dall'idea di valorizzare i formaggi tipici italiani scelti direttamente dai consumatori ed è stato ospitato all'interno del punto vendita del Viaggiator Goloso di via Belisario a Milano, in occasione del Fuori Salone di Tuttofood. Nel corso della settimana tutti i clienti del punto vendita hanno avuto la possibilità di degustare e votare il loro formaggio preferito. La premiazione si è svolta mercoledì 10 maggio in fiera.

## SIGLATA PARTNERSHIP STRATEGICA TRA L'ICE AGENZIA E IL COLOSSO USA DELLA GDO WALMART

È stato presentato l'8 maggio, durante una conferenza stampa che ha avuto luogo nel corso di Tuttofood a Milano, il nuovo accordo siglato dall'Ice Agenzia - in collaborazione con il Mise - con la più grande catena retail al mondo: la statunitense Walmart. Obiettivo dell'intesa è incrementare la conoscenza e la diffusione di prodotti agroalimentari italiani negli Usa, grazie anche alla creazione di una linea dedicata e denominata 'Best Class'. L'accordo, siglato dal presidente dell'Ice, Michele Scannavini, e da Silva Kawas, vice president di Walmart

ad alcune importanti missioni di product sourcing in Italia. Tutti i materiali promozionali utilizzati negli store saranno caratterizzati dal logo 'Extraordinary Italian Taste'. Un'intesa strategica se si considera che, nel 2016, l'export verso gli Usa di prodotti alimentari e vini dall'Italia ha toccato quota 4,6 miliardi di dollari, in crescita del 4% sull'anno precedente. Contestualmente, però la vendita del cosiddetto 'Italian sounding' nel Nord e Centro America ha raggiunto i 24 miliardi di dollari.

ad alcune importanti missioni di product sourcing in Italia. Tutti i materiali promozionali utilizzati negli store saranno caratterizzati dal logo 'Extraordinary Italian Taste'. Un'intesa strategica se si considera che, nel 2016, l'export verso gli Usa di prodotti alimentari e vini dall'Italia ha toccato quota 4,6 miliardi di dollari, in crescita del 4% sull'anno precedente. Contestualmente, però la vendita del cosiddetto 'Italian sounding' nel Nord e Centro America ha raggiunto i 24 miliardi di dollari.



Michele Scannavini, presidente dell'Ice, e Silva Kawas, vice president di Walmart

**DI LEO**  
 Ezio Pinto


“Di Leo ha realizzato un importante upgrade della propria linea ‘Fattincasa’. Oltre a utilizzare farina di tipo I, quindi meno raffinata, e a vantare un bassissimo contenuto di sale, questi biscotti - prodotti da oltre 25 anni senza olio di palma e con ingredienti come crusca, farina di soia, riso e orzo - garantiscono oggi anche la totale assenza di tracce di frutta a guscio, per rispondere alle esigenze di un ampio segmento di consumatori. Infatti, secondo dati Gfk Food&Bev 2016, questa intolleranza si colloca al secondo posto, dopo quella al lattosio, ma prima di quella al glutine. Per ottenere questo risultato, in tutto lo stabilimento è stata vietata la presenza di frutta a guscio ed è stato richiesto anche ai fornitori di garantire l’assenza di contaminazioni”.

Da sinistra: Ezio Pinto, Pietro Di Leo, Alessandro Giancaspro

**ALCE NERO**  
 Gianluca Puttini


“L’anno ha preso avvio nel segno di una crescita positiva. Ci siamo presentati in fiera a Tuttofood con tante novità e un grande ritorno. Tra i lanci, spiccano nei succhi il nettare di melagrana e il gusto mela, arancia, carota e limone. In questo segmento, si segnala anche la proposta legata al mondo degli alimenti per l’infanzia, dove il bio è in forte crescita, con i succhi di pera e mela con l’aggiunta di vitamina C. Nel baby food stiamo registrando un vero e proprio successo e il marchio Alce Nero è riconosciuto dalle mamme di tutta Italia come simbolo di garanzia: non a caso, visto che siamo in grado di proporre, in particolare per referenze delicate come gli omogeneizzati, un prodotto biologico e italiano. Infine, tornando alle novità portate in fiera, come non citare un recente ritorno a catalogo: le cipolle borettane all’aceto balsamico”.

**BENEBIO**  
 Virginia Maschio

“Siamo a Tuttofood con la più completa e trasversale offerta di prodotti alimentari biologici presente in Grande distribuzione. Un progetto, quello di Benebio, che offre alla Gdo un servizio a 360° sul mondo del food bio, capace di adattarsi alle esigenze di ciascun cliente e fornire soluzioni personalizzate per ogni realtà. Con una selezione davvero unica, che oggi si arricchisce ulteriormente con tante novità, alcune delle quali disponibili a partire da settembre. Tra le nuove referenze, si segnalano i tarallini farro e curcuma e quelli di riso, i grissetti e i crackerini sempre nella variante farro e curcuma, una linea di biscotti che comprende le versioni con panna fresca, con gocce di cioccolato,



rustici al farro e con fiocchi d’avena - tanto nella ricetta base, quanto con l’aggiunta di frutta -. Ma tra i lanci 2017, troviamo anche i cous cous di ceci e lenticchie e di grano saraceno, le farine di canapa e di quinoa, lo spezzatino e il granulare di soia, quattro gusti di composte, la barretta allo zenzero - anche ricoperta di cioccolato fondente - e una bevanda di avena”.

**LA PIZZA + I**  
 Sante Ludovico


“La Pizza + I è un’azienda elastica, proiettata al continuo miglioramento e con un’estrema attenzione a innovazione, sicurezza e igiene, oltre che alle esigenze di clienti e consumatori. Il reparto ricerca e sviluppo è in continuo fermento e ha generato novità quali la pasta per pizza con lievito naturale Lpz + I (brevetto aziendale) e la focaccia, in confezione da panetteria, che pur senza conservanti si conserva fuori frigo per 15 giorni. A Tuttofood, invece, presentiamo la linea ‘Tostami’: focaccia e pizza in quattro tranci pronte da farcire e tostare; e i bastoncini di focaccia tostati al forno, non fritti, solo con olio extravergine di oliva e senza conservanti, adatti a vegani e ideali per diverse occasioni di consumo. L’azienda prevede di chiudere il 2017 con un fatturato a +20 milioni di euro”.

**AMÍO - ILTA ALIMENTARE**

Amío, il brand di legumi secchi di Ilta Alimentare, ha scelto l’appuntamento di Tuttofood per presentare “Filiere Biologica Italiana”, un nuovo progetto fondato su un rapporto diretto tra l’azienda e il singolo coltivatore. Una linea bio di prodotti 100% italiani, composta dalle migliori varietà locali coltivate da agricoltori esperti che hanno scelto di non ricorrere all’utilizzo di sostanze chimiche e di pesticidi di sintesi, nel rispetto dei ritmi della natura. Per una totale tracciabilità dal campo al pack: con ogni confezione che si contraddistingue per la presenza sul fronte del nome dell’azienda agricola e la firma del produttore. La gamma del progetto “Filiere Biologica Italiana” si compone di otto referenze: include i ceci della Sicilia e le lenticchie della Puglia - entrambi già disponibili sul mercato -, a cui si aggiungeranno a settembre, con il raccolto 2017, altre quattro referenze di legumi e due di cereali.



Fabrizio Cantoni

**PEDON**  
 Matteo Merlin


“In questo inizio d’anno, si conferma il dinamismo del settore dei legumi e dei cereali. Due categorie in cui assistiamo oggi a un forte destagionalizzazione e dove ci proponiamo come protagonisti, e in casi come il segmento dei cereali a cottura rapida finanche leader, di mercato. Bene anche il mondo dei semi, dove è la versatilità a fare la differenza. A Tuttofood, l’attenzione è concentrata sulla gamma ‘I Salva-minuti’, linea di referenze innovative senza glutine certificate Spiga Barrata. Ma anche sulla novità del 2016 ‘Happy Veggie’, che conta quattro referenze 100% naturali, garantite no Ogm e certificate Vegan ok; prodotti dall’alto contenuto di servizio, pensate non soltanto per il consumatore vegano, ma per chiunque ricerchi prodotti salutari e dalla facile e veloce preparazione”.

Vania Caron e Matteo Merlin

**GHIOTT**  
 Lorenzo Meucci


“A Tuttofood portiamo diverse novità. Per quanto riguarda Ghiott Dolciaria, presentiamo i tre nuovi gusti dei biscotti toscani Gusto e Piacere sia per l’Italia sia con packaging dedicato ai mercati stranieri: alla mela, alla carota e ai frutti di bosco, che si aggiungono alle varianti ai fiocchi d’avena e al cioccolato. Si tratta di frollini da colazione realizzati con ingredienti che non contengono proteine animali, senza latte, burro o uova aggiunti, con farina di farro e farina integrale macinata a pietra. Sul versante Ghiott Cioccolato, invece, proponiamo le tavolette con pack trasparente di cioccolato Cortés, con granelle, disponibili in sette gusti da 100 grammi oltre a tre in 400 grammi. Un prodotto che suscita interesse per la sua artigianalità, per il contenuto di estratti naturali e i gusti particolari, come zenzero e cedro”.

**PASTIFICIO DI BARI TARALL'ORO**  
 Antonello Di Bari


“Con un fatturato in leggero aumento nei primi mesi dell’anno, Tarall’oro realizza il 65% del proprio giro d’affari all’estero. Per il 2017 ci sono ottime prospettive di crescita, perché abbiamo chiuso diversi contratti con partenza a fine anno. Per quanto riguarda le novità, l’azienda ha dato ampio spazio alle referenze a base di grano senatore cappelli biologico 100% pugliese e sono stati introdotti nuovi formati di pasta, come i torciglioni bianchi e colorati. Per i nidi di pasta all’uovo è stato realizzato un restyling del packaging, che grazie alla nuova busta con cavallotto trasmette maggiormente l’artigianalità del prodotto. Altri lanci recenti hanno riguardato i tarallini al grano arso e la linea Oro, pasta trafilata al bronzo, con spezie e aromi naturali, confezionata in pratici astucci”.

**SIBAT TOMARCHIO**  
 Claudia Sutera


“A Tuttofood portiamo la nostra offerta di qualità fondata sulle migliori materie prime, l’acqua proveniente dalle pendici dell’Etna e l’inconfondibile sapore degli agrumi di Sicilia. Nella linea Tomarchio Bio, progetto di filiera realizzato in collaborazione con il Distretto produttivo agrumi e i Consorzi di tutela arancia rossa Igp, limone di Siracusa Igp e arancia di Ribera Dop, abbiamo aggiunto i gusti Gazzosa e Cola, dando loro una marcata connotazione siciliana. Inoltre, in risposta alla crescente richiesta di prodotti ancor più salutisti, le ricette si caratterizzano ora per l’utilizzo del succo d’uva al posto dello zucchero di canna biologico. E al debutto è anche il restyling del packaging: con l’introduzione del tappo a vite e del nuovo logo, che attraverso una riorganizzazione grafica degli elementi cardine - il sole, l’Etna e la nostra data di fondazione, il 1920 - valorizza ulteriormente l’etichetta”.

Da sinistra: Salvo Rasà, Marco Oliveri, Barbara Mannino, Lorenzo Libé e Claudia Sutera

## VIVIBIO

Massimo Lorenzoni



Vivibio, durante l'ultima edizione di Tuttofood, ha presentato numerose novità, a conferma dell'intraprendenza e dell'attenzione all'innovazione da parte dell'azienda. Tra i prodotti lanciati, una particolare attenzione la meritano le nuove brioches: i cornetti di farro o di grano duro e quinoa al cioccolato, dolcificate con sciroppo d'agave, senza latte, senza olio di palma, senza lievito di birra e vegan. Referenze ideali per la colazione o come sfiziosa merenda. Tra gli snacks, introdotti gli 'sweet sandwich', deliziose gallette di riso integrale con un cuore di cioccolato e nocciola. Eccellenti per una pausa golosa in qualsiasi momento della giornata, risultano pratici anche per un consumo 'on the go'.

## KI GROUP

Luca Serafino



"Abbiamo portato a Tuttofood la nostra offerta biologica di qualità, che si compone di 2.700 eccellenze scelte tra i migliori marchi italiani ed esteri. Una proposta fondata da un lato su brand internazionali, simbolo d'innovazione, dall'altro su realtà produttive locali, custodi di artigianalità, sapori e tradizioni del territorio. Tra le novità, si segnala BuonBio, la linea vegetariana nata dall'attenzione che Ki Group riserva a un'alimentazione naturale e vegetale. Un nuovo marchio che si propone alla Gdo e al Normal Trade, raggruppando tre categorie: proteine vegetali, 'Tofumini' e lievitati. Nella prima gamma troviamo burger di tofu e seitan in differenti ricettazioni; nella seconda sono inclusi antipasti e secondi piatti a base di tofu, soia e con l'aggiunta di spezie e verdure; mentre l'ultima linea si compone di brioches e croissant preparati con farine bio e senza olio di palma".

Simona Russo e Luca Serafino

## ALBIO - LA SPIGA BIO

Aurelio Bailo



"Il 2017 si sta dimostrando un buon anno, anche a seguito del lavoro fatto all'ultimo Biofach, che sta dando riscontri positivi. Ci stiamo concentrando sull'export, che attualmente vale il 30% del nostro giro d'affari, ma che puntiamo a incrementare, fino a raddoppiare l'attuale quota. E, in questo, la certificazione Demeter è un plus che all'estero siamo certi aiuterà molto. Tra le novità a Tuttofood, a spiccare è la linea di piatti pronti NaturChef Bio: monoporzioni da preparare al microonde, che includono ravioli al brasato di seitan con panna vegetale e noci, ravioli ai formaggi con pesto alla genovese, ravioli di zucca con crema di gorgonzola Dop e cappelletti al prosciutto crudo con pomodoro e olive".

Laura Ceretta e Aurelio Bailo

## MASTER

Adriano Bianco



"Il successo degli gnocchi Mamma Emma di Master, non soltanto in Italia ma anche a livello internazionale, è sempre più evidente. Anche in questo inizio 2017, infatti, registriamo incrementi in doppia cifra nelle vendite. A Tuttofood abbiamo scelto di dare risalto al nostro lato vegan: grazie, infatti, alla cucina di Stefano Momentè, l'autore più prolifico in Italia in tema di vegetarianismo e veganismo, abbiamo promosso uno showcooking di grande successo che ha dato vita a cinque ricette esclusive realizzate con le referenze vegane di Master. Protagonisti assoluti sono stati, in particolare, gli gnocchi Mamma Emma, nelle versioni classici, al kamut e al farro, a cui si sono aggiunti anche gli innovativi gnocchetti alla spirulina, un alimento naturale ricco di proteine, vitamine e sali minerali".

## VALBONA

Federico Masella



"Le nostre Veganette stanno progressivamente conquistando spazio all'interno del canale Gd-Do. I riscontri ottenuti nelle insegne trattanti sono più che confortanti, dunque la nostra attenzione è focalizzata su un processo di allargamento e ampliamento della copertura distributiva. Abbiamo attivato importanti contatti con altre strategiche catene e ci auguriamo di delineare accordi concreti. Tra le novità presentate a Tuttofood figurano le nuove creme fresche vegetali spalmabili 'Magie della natura': certificate vegan, rappresentano l'evoluzione italiana dell'hummus, grazie a quel tocco di etnicità ricercata dai consumatori moderni. La gamma si compone di quattro referenze a base di legumi: lenticchie verdi al coriandolo, piselli gialli alla curcuma, lenticchie rosse al peperoncino e ceci al cumino".

## PUGLIA SAPORI

Roberto Renna



"Abbiamo scelto il palcoscenico di Tuttofood per presentare le nostre ultime innovazioni di prodotto. Tra le novità assolute lanciate in occasione di questa importante kermesse, a spiccare sono, in particolare, i Minigrissini Bio, nelle versioni frumento, farro e rosmarino, grano tenero integrale e frumento con zenzero. Tra i prodotti gluten free, ai Minigrissini senza glutine, si affiancheranno ora anche le Nuvolette, leggeri crostini di pane che ben accompagnano zuppe ed insalate. Queste nuove referenze, studiate nell'ottica di una differenziazione commerciale rispetto ai competitor, dimostrano la ferma volontà di Puglia Sapori di proseguire nello sviluppo dei nuovi prodotti bio e gluten free, per le quali l'interesse delle maggiori insegne della Gdo è in forte crescita".

Rossandra Bondesan e Roberto Renna

## BIO ORGANICA ITALIA

Carlo Gaudiano



"Stiamo vivendo un inizio d'anno di grandi soddisfazioni e siamo certi che i nuovi inserimenti nel comparto dei freschi sapranno farci crescere ancora. Abbiamo, infatti, guardato alle esigenze del mercato e oggi con la gamma 'Tacco Bio' siamo in grado di offrire referenze biologiche di alta qualità e dalla forte componente di servizio. Un nuovo brand, che identifica fin dal nome un'offerta in cui il tema della territorialità e l'origine pugliese sono protagonisti assoluti. Siamo, infatti, produttori diretti e vogliamo evidenziare i plus che derivano da una filiera certificata e controllata. Per una proposta in cui spiccano olive, carciofi, pomodoro secco e semisecco, ma che vede anche l'introduzione di novità come lupini, finocchio e peperone".

Da sinistra: Matteo Manna, Carlo Gaudiano e Nicola Muschio

## SARCHIO



Sarchio, dal 1982 punto di riferimento del mercato con i suoi prodotti biologici, senza glutine e vegani, ha portato in fiera a Tuttofood la sua ricca offerta, presentando le tante novità 2017. In vetrina, la quinoa soffiata e i quattro nuovi gusti delle bevande vegetali alla mandorla, al grano saraceno, alla quinoa e riso e al riso e cocco. A spiccare, poi, i bocconcini e il granulato di soia, le farine di ceci e di quinoa, lo zucchero di cocco. E tra le innovazioni, risalta anche la confezione 100% biodegradabile della pasta, che si arricchisce con nuovi formati nel grano duro e varianti, come la versione integrale e quella di farro italiano. Chiudono la passerella di novità da mettere a scaffale la nuova ricetta per il dado vegetale senza olio di palma e la ricca gamma di barrette monoporzione.

## MANGIARSANO GERMINAL

Paolo Pisano



"Sono tante le novità che portiamo a Tuttofood. In particolare si segnalano quelle firmate Germinal Bio. In primo piano è l'ampliamento della gamma 'Senza Glutine', a partire dalla nascita dei crackers e dei mini-crackers: i primi a essere bio, vegan e gluten free. Ma tra le novità della linea, in vetrina troviamo anche i cereali soffiati, nelle versioni amaro, quinoa e miglio, a cui si aggiungono l'avena da filiera dedicata, il porridge, classico dell'English Breakfast, e le quattro creme spalmabili ai semi di girasole, cacao-nocciola, ai semi di canapa e di mandorle. Chiusura con la pasta: tanto quella gluten free, in sei varianti, quanto quella proteica, con i fusilli ai ceci e alle lenticchie che sono anche vegan".

## A. GANDOLA & C.

Sebastiano Giove



“Con performance in linea con lo stesso periodo 2016, il primo quadrimestre del 2017 ha visto un incremento della quota export sul fatturato. Le principali novità dell'azienda sono la 'crema spalmabile bianca alle mandorle con fave di cacao', e la 'crema spalmabile al pistacchio'; oltre alla linea biologica 'L'albero del bio', disponibile da giugno, che comprende nove referenze di biscotti e tre creme spalmabili”.

## MOLINO FILIPPINI

Luisella Piccapietra



“Molino Filippini ha chiuso in positivo il 2016 e prosegue con un andamento di crescita anche nel 2017. A Tuttofood abbiamo presentato novità senza glutine, sia nel comparto convenzionale sia in quello biologico, come le farine di legumi (piselli, lenticchie, ceci e altre) prodotte, come sempre, senza glutine”.

## DULCIOLIVA

Filippo Benvenuto



“La principale novità di Dulcioliva è il restyling delle creme spalmabili, che sono state riviste anche nella ricetta senza olio di palma: le cremosette gianduia ed extra dark (in crescita nei consumi), oltre alla crema Bio Vegan. Abbiamo anche introdotto i formati da 400 grammi per le praline Dolcenero con frutta disidratata e i Noccioghiotti. Inoltre, per quanto riguarda la regalistica, lanciamo due nuovi cilindri in acetato di praline assortite e una nuova gift bag”.

## MOLINO RACHELLO

Gabriele Rachello



“Nel 2017 Molino Rachello compie 116 anni e giunge alla sesta generazione. L'azienda propone una gamma di farine biologiche e convenzionali realizzate con grani 100% italiani e provenienti da filiera certificata Uni En Iso 22005, prima tra i molini italiani. Una certificazione che garantisce il controllo della filiera di produzione dal seme al prodotto finito, passando attraverso la semina, la raccolta e lo stoccaggio. Tra le novità anche l'apertura al mondo delle pizze, che si dimostra sempre più interessato a materie prime biologiche, a Km zero, integrali, salutistiche e di filiera italiana”.

Da sinistra: Gabriele e Gianni Rachello

## CLEMATIS - PASTA QUAGLIARA



Una joint venture tra eccellenze lucane, coordinata dall'export manager Ada Sguazzo, è quella che ha visto protagoniste a Tuttofood, con le loro tipicità, Clematis e Pasta Quagliara. Nell'offerta del pastificio con sede ad Acerenza (Pz) a spiccare, in particolare, è la produzione biologica, pasta da grano 100% italiano realizzata e lavorata nel rispetto dell'ambiente e con un'attenzione costante alle conformità e alla prevenzione delle contaminazioni lungo l'intera filiera. Una proposta di referenze che ben si integra e si sposa con quella dell'azienda di Filiano (Pz), che offre sfiziosi e originali condimenti pronti e sughi di qualità realizzati con le migliori materie prime: come nel caso della gamma Naturamica Bio, in cui sono incluse le varianti Arrabbiata, Basilico, Verdure grigliate, Mediterraneo (a base di olive e tonno) e Bolognese vegetale (a base di soia).

Da sinistra: Domenico Lacerenza di Clematis, la coordinatrice della partnership Ada Sguazzo e Rocco Quagliara di Pasta Quagliara.

## NT FOOD

Nicoletta Del Carlo



“Tuttofood è l'occasione per presentare in anteprima la nostra nuova linea Food&Club, una gamma appetitosa di panificati senza glutine e senza lattosio. Ma tra le novità di questo inizio 2017, da segnalare anche l'importante operazione di brand switch appena conclusa: il nostro storico marchio Nutrifree, da sempre presente nel canale specializzato, ha debuttato sugli scaffali della Grande distribuzione. E anche l'assortimento è stato arricchito con nuove importanti referenze e soluzioni di packaging innovative. Il recente avvio del terzo stabilimento di produzione interna ci ha consentito di completare la nostra offerta per la prima colazione con una nuova referenza, le fette biscottate senza glutine. Ma a TuttoFood lanciamo in anteprima anche la proposta per un Natale gluten free: Panettoni farciti, il Dolce di natale senza glutine e senza lattosio e il Pandoro Bontà classica”.

## RACHELLI

Ciro Piacentini



“Con volumi in crescita nei primi mesi dell'anno, Rachelli realizza circa l'80% del proprio fatturato in export. In occasione di Tuttofood, l'azienda, specializzata nella produzione di specialità, gelati bio e biodinamici, ha presentato le novità della linea Gildo Rachelli Free From: dessert tiramisù e panna cotta al caramello e gelati alla stracciatella. I gelati e i dessert freschi sono senza glutine e lattosio, lieviti aggiunti ed emulsionanti, nel caso del tiramisù. A completamento della gamma dei gelati, i gusti classici vaniglia e cioccolato, con etichetta pulita, in versione 'white' con base di gelato alla vaniglia, e 'black', con base di gelato al cioccolato, entrambe arricchite da scaglie di cioccolato fondente”.



## BIO BUSTI naturalmente

Il Pecorino Bio Curcuma e Pepe a Caglio Vegetale nasce dall'inusuale e ricercato abbinamento fra il pepe nero e la curcuma, una spezia dalle notevoli proprietà benefiche che unita al pepe trasmette al formaggio tutto il suo aroma. Ne risulta un pecorino dal sapore avvolgente e vivace!

L'impiego del caglio vegetale lo rende adatto da chi predilige un'alimentazione vegetariana.

FORMAGGI della FAMIGLIA BUSTI FAUGLIA PISA ITALIA



www.caseificiobusti.it

## BENVOLIO 1938



Una visione nuova e 100% biologica. È quella alla base della nuova joint venture tra Benvolio 1938, nome che è espressione da quattro generazioni di eccellenza nel settore oleario, e The Organic Factory, società italiana leader in Europa nell'ambito della trasformazione di semi di girasole, mais e soia. Una partnership innovativa, introdotta a operatori e trade in occasione di Tuttofood, che ha il primario obiettivo di rispondere alle nuove sfide che pone il mercato e agli input che da esso provengono. S'intende, infatti, soddisfare le nuove e varieghe esigenze di consumo, offrendo una proposta 100% bio e, soprattutto garantita dal campo alla tavola, grazie a una filiera totalmente integrata e di proprietà. Un'alleanza industriale che si sviluppa attorno allo stabilimento ex Carapelli di Inveruno (Mi), storica realtà produttiva salvata da chiusura, preservando un patrimonio tecnico di reale expertise nel settore oleario, che si configurerà, ora, come il centro dell'attività congiunta di The Organic Factory e Benvolio 1938.

Martina Manna e Marco Dal Sasso

## ANDRIANI

Francesco Andriani



"Una brand image rinnovata, il lancio di nuove referenze a marchio Felicia e la presentazione del nostro progetto di filiera di legumi sostenibile: ecco alcune delle novità che ci hanno reso protagonisti a Tuttofood 2017. Viste le ottime performance registrate dalla nostra linea di pasta di legumi, che è presente nelle principali catene della Gdo, oltre che in negozi specializzati e farmacie, da segnalare, in particolare, la scelta di potenziarne l'assortimento, lanciando altre due formulazioni: con lenticchie gialle, nei formati lasagne, spaghetti e casarecce, e - un'anteprima assoluta - la pasta 100% farina di fagioli verdi mung bio, nel formato fusilli. Entrambe le novità sono senza glutine, bio e vegan: dunque, ideali per chi predilige uno stile di vita sano e improntato al benessere".

## JOE&CO.

Giuseppe Matticari



"In fiera a Milano siamo giunti con la nostra offerta completa di prodotti biologici e vegani a marchio Crudolio e Yes Organic, attentamente selezionati per l'elevato apporto nutritivo a favore di una dieta sana e varia. Una gamma che, oltre ad arricchirsi con i recenti lanci delle tre varianti sachà inchi, cocco e avocado, presenta per la prima volta l'olio di noce. Una nuova referenza da agricoltura biologica, che si caratterizza per un elevato contenuto di acidi grassi polinsaturi, Omega 6, 9 e 3 e, secondo noti studi scientifici, che può rivelarsi un ottimo ausilio per ridurre i livelli alti di colesterolo e trigliceridi. L'olio di noce è caratterizzato da un sapore deciso, tipico del seme, ed è proposto in bottiglie bordolesi di vetro scuro da 250 ml, a garanzia di un'efficace conservazione del prodotto".

Benedetta Negrioli e Giuseppe Matticari

## FIORE DI PUGLIA

Tommaso Fiore



"Ci siamo presentati a Tuttofood con la nostra proposta di prodotti tipici pugliesi, uno studiato mix di tradizione, qualità e innovazione: gli elementi che, da sempre, caratterizzano la nostra realtà. Referenze che sono il frutto della lavorazione delle migliori materie prime, al 100% genuine e salutari, garantite da diverse certificazioni regionali, nazionali e internazionali. E i dati parlano chiaro: nel primo trimestre del 2017 cresciamo nel comparto a volume e a valore, segnando incrementi in doppia cifra. Merito di un presidio ancor più mirato tanto del mercato nazionale, quanto di quelli esteri. E di un'offerta davvero completa, capace di coprire anche i segmenti del senza glutine e del bio, con cui stiamo sviluppando una presenza qualificata nel mondo dell'Horeca, ambito in cui il tarallo non viene più considerato come snack o semplice comparsa negli aperitivi, ma oggi assume - sempre più - un ruolo centrale all'interno della realizzazione dei piatti, anche da parte dei grandi chef".

## NATURAL FOOD

Carlotta Piccioni



"A Tuttofood abbiamo portato la nostra produzione completa di sostituti del pane 100% vegetali, vegani, bio e senza glutine. A spiccare sono, in particolare, le ultime novità, tra cui si segnala la linea Snack salati senza glutine, vegani e all'occorrenza anche biologici. Una gamma assortita di referenze pratiche, ideali per il consumo 'on the go' o per una pausa, a cui si aggiungono anche le innovative basi pizza biologiche, gluten free e 'Gluten free Bio', tutte vegane. Altra novità 2017, infine, sono le piade senza glutine 'apri e gusta', che si possono consumare appena aperte senza essere riscaldate".

## FREEG

Enzo Marini



"Ci siamo presentati a Tuttofood con la nostra completa offerta di prodotti da forno precotti senza glutine. E all'interno di un percorso di crescita aziendale e sviluppo della nostra proposta, presentiamo in fiera l'ultima novità di prossima uscita: i Pocket Snack. Si tratta di quattro referenze che si caratterizzano per il loro essere gluten free e senza allergeni di sorta. Un'offerta di snack che include le gustose varianti al tacchino e carciofi, allo speck e zucchine, al prosciutto cotto e maionese e, da ultimo, una versione 'veggy' pensata appositamente per chi è alla ricerca di questo tipo di alternativa".

## MARTINO - SIPA INTERNATIONAL

Emma Martino



"Ci presentiamo a Milano dopo un avvio d'anno positivo, in cui spicca la crescita in doppia cifra nelle vendite delle nostre referenze bio e integrali. Da segnalare, poi, l'apertura di nuovi mercati, tra cui Australia, Canada e Giappone, ma soprattutto l'inizio dell'inserimento dei nostri prodotti a marchio Martino nella Gdo italiana. Per ulteriori novità, appuntamento a fine anno: al momento ci concentriamo sul consolidamento della linea Happy Couscous, gamma di piatti pronti naturali e ambient che si caratterizzano per la loro forte connotazione di servizio. Nei prossimi mesi, inoltre, i prodotti Martino saranno grandi protagonisti in Tv, all'interno del cooking show di La7 Cuochi e fiamme, oltre che sul web, grazie alla collaborazione stretta con il celebre blog di ricette GialloZafferano".

Da sinistra: Valentina Menga, Emma Martino e Romeo Fagnano

## CASEIFICIO SOCIALE MANCIANO



Caseificio Sociale Manciano, a Tuttofood, ha affiancato alla sua offerta bio di alta qualità, in cui spiccano la ricotta e il pecorino, il lancio di Borghi Toscani. È questo il nome della nuova gamma di formaggi presentata dalla realtà toscana in fiera. Arricchita dalle etichette realizzate dagli studenti del liceo artistico dell'Istituto superiore 'Luciano Bianciardi' di Grosseto, la linea comprende sette formaggi, freschi e stagionati, prodotti con latte di pecora o misti, di latte ovino e vaccino, provenienti anche questi esclusivamente dai 250 soci del Caseificio Sociale Manciano. Le sette etichette che danno il nome ai prodotti della gamma riproducono scorci del territorio maresmmano, da Manciano a Capalbio, da Saturnia a Orbetello.

## THE BRIDGE

Eva Pfeffer



"The Bridge produce bevande e dessert biologici. Tutte referenze vegane, senza lattosio e colesterolo, senza conservanti o additivi, molte anche gluten free. In fiera presentiamo le nuove bevande al cocco e alla noce brasiliana, sul mercato da giugno. L'inizio del 2017 è stato positivo, soprattutto per il mercato estero, che vale circa il 60% sul giro d'affari aziendale e che è cresciuto di circa il 20%, con Francia, Ungheria e Spagna quali principali paesi di riferimento".

## BIA

Azienda specialista nella produzione di couscous, Bia si è presentata a Tuttofood con le novità della linea Benessere, composta da couscous, biologici e non, di grano saraceno, di ceci e lenticchie rosse e di semola integrale con lenticchie rosse, che ampliano e completano la gamma dei Senza glutine, che include couscous di mais, di riso e in variante mais e riso.



## GIOIELLA

Giulia Caiazzo

“I risultati ottenuti nel primo quadrimestre 2017 sono più che confortanti. Il brand Gioiella si sta affermando con maggiore forza e decisione, sia in Italia sul versante della Gd-Do, sia sulla scena internazionale. Sui mercati esteri abbiamo, infatti, perfezionato importanti accordi in Francia, oltre ad aver attivato una proficua collaborazione in Australia, che siamo certi ci regalerà ottimi riscontri, in virtù dell'accordo siglato con un importante distributore”.



**Giulia Caiazzo e Francesco Galatola**

## GRUPPO PETTI

Carlo Erba



In vetrina a Tuttofood per il Gruppo Petti è stata la linea 'Le Prelibatezze Bio Gourmet', che include tre varianti di gusto di Passata di datterini biologici: al Jalapeño, allo zenzero e al tartufo bianco. Una gamma d'innovative referenze proposte nel formato bottiglia da 350 grammi.

## BGS

Stefano Mangiola



“Il 2017 si è aperto positivamente, merito anche dell'ingresso in Gdo con la nostra offerta di prodotti senza glutine. E a Tuttofood abbiamo scelto proprio di consolidare il nostro presidio del mercato Gluten free: in particolare, attraverso nuove monoporzioni destinate al mondo della ristorazione”.

## FARMO



Una svolta green, che punta a rivoluzionare il settore della pasta: è quella promossa da Farmo. Che sta sviluppando innovative ricette a base di legumi e vegetali inediti. Referenze senza glutine tutte vegetali, fatte con ingredienti alternativi ai più comuni mais e riso, come carote e prezzemolo o cavolfiore. Per una gamma di ricette nei formati lunghi e corti che andranno ad ampliare la linea 'Solare'.

## CIEMME ALIMENTARI

Bartolomeo Antonio Palmieri



“Cresce il fatturato di Ciemme, sia nel mercato italiano, soprattutto con i prodotti senza glutine, sia all'estero, che vale circa il 45% del giro d'affari. La gamma dei prodotti comprende gnocchi tradizionali, gnocchi senza glutine, gnocchi biologici (certificati Bio Eco Cert), sia nel fresco che ambient. In particolare, gli gnocchi biologici in versione ambient vantano comunque una shelf life che consente le esportazioni”.

## MADI VENTURA



A Tuttofood, Madi Ventura ha messo in vetrina le sue ultime novità, in cui a spiccare sono i BBMIX, linea di arricchitori, studiato mix di frutta secca, essiccata, semi e legumi, oggi proposti in nuove varianti di gusto e benessere per macedonie, insalate, yogurt, zuppe e passati. Disponibili in “formato scorta” da 150 grammi, ma anche in bustine da 42 grammi, per due porzioni.

## GABRO

Francesco Brogna



“Il mondo oleario sta fronteggiando un periodo non facile, ma noi ci difendiamo bene grazie a una proposta di qualità. Un'offerta bio che i consumatori apprezzano e che abbiamo arricchito con la novità dell'olio, 100% italiano e biologico, aromatizzato al peperoncino, tartufo, limone, aglio e basilico”.

## PASTIFICIO RISCOSSA F.LLI MASTROMAURO

Nunzio Mastromauro

“Sono numerose le novità portate a Milano: la pasta biologica integrale con grano duro biologico 100% italiano certificato Icea; la linea senza glutine con penne rigate, spirali e spaghetti realizzati con farina di riso e riso integrale, mais e quinoa, per un apporto nutrizionale bilanciato; la linea trafileta al bronzo con grano selezionato e altamente proteico 100% italiano certificato da Csqa, sottoposta a un'essiccazione



lenta per preservare in modo ottimale le proprietà organolettiche e nutrizionali”.

**Anna Bertocci e Nunzio Mastromauro**

## ARTIGIANA GENOVESE

Marika Amadori



“A Tuttofood ci presentiamo con le ultime novità, frutto di anni di esperienza nel biologico e della nostra scelta di non scendere mai a compromessi sulla qualità. La nuova linea loBio, che include sia freschi sia conservati e si declina in quattro varianti, punta a soddisfare ogni gusto: si compone, infatti, del tradizionale Pesto genovese e della sua variante senza aglio, a cui si aggiungono il Pesto vegano con aggiunta di tofu e la salsa di noci”.

**Marika e Simone Amadori**

## LEVICO ACQUE

Mauro Franzoni



“A Tuttofood abbiamo presentato il progetto Slow Drink, un nuovo modo di bere che propone l'incontro fra le bibite frizzanti biologiche BibiBio e i panini gourmet studiati in esclusiva per la nostra azienda dallo chef Daniel Reponi. Abbinamenti nuovi e contaminazioni insolite in cui i gusti Aranciata, Chinotto, Limonata, Melagrana, Cola bio e MelaZenzero sono accostati al food di qualità”.

## BIOLAB

Tanja Klancic



“Da diversi anni siamo un riferimento per il mercato con la nostra offerta, tanto nello specializzato quanto in Gdo, e oggi stiamo investendo per sviluppare anche l'ambito export. Tra le novità in vetrina a Tuttofood: gli affettati vegan, i gusti pizzaioia e al pesto delle Panariselle, il Falafel veg e il completamento, con quinoa e tempeh, della gamma dei medaglianti”.

## BAUER

Sabrina Taddei



“La nostra offerta biologica è in evoluzione e stiamo sperimentando nuove ricette che si caratterizzano per sempre maggiori tratti salutistici e una ancor più marcata qualità. A Tuttofood, oltre a confermare la nostra gamma di bordi bio, in vetrina abbiamo posto la nuova ricetta, con più verdure e meno sale, dei granulari, tra cui si segnala il versatile Vegetalbrodo”.

**Sabrina Taddei e Andrea Antonelli**

## SACLÀ



A Tuttofood, Saclà ha presentato le sue ultime novità di prodotto, tra cui si segnalano l'alternativa vegetale delle polpette di Mopur, nelle varianti ceci e lenticchie e spinaci e piselli, e i sughi bio, con un classico come l'arrabbiata e l'innovativo mix pomodoro e bacche di goji.

## REDORO

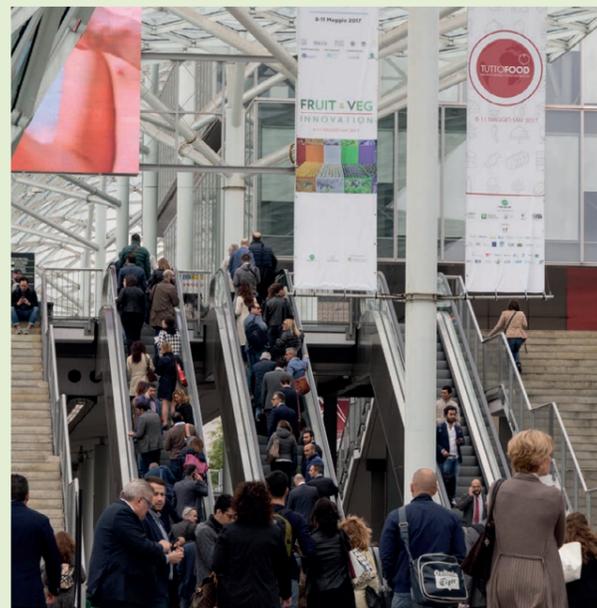
Daniele Salvagno



“Mettiamo in mostra a Tuttofood la nostra ricca offerta le ultime novità del 2017. Tra queste ultime si segnalano, in particolare, l'olio bio e vegano 100% italiano e di alta qualità, l'aggiunta del Qr Code alle nostre etichette, per far risaltare ancor più l'assoluta tracciabilità dei nostri prodotti, e, da ultimo ma non meno importante, la presentazione del primo vino certificato Vegan a marchio La Fontanina”.

**Da sinistra: Marco Morbioli e Daniele Salvagno**





## SALUMIFICIO FALCONE

Antonio Falcone



“Con Salumificio Falcone, a Tuttofood, alla linea biologica (dal 2013) ne affianchiamo una bio senza conservanti: referenze ottenute da carne di suino nero calabrese autoctono, allevato nel Parco nazionale della Sila, allo stato semi-brado. Prodotti già esportati in Germania, Belgio, Inghilterra e Spagna, che hanno riscosso notevole interesse nelle salumerie specializzate.

**Da sinistra: Jessica Falcone, Franca Gallo, Antonio, Alessandra e Giuseppe Falcone.**

## ADI

Fabio Iacovanelli



“Forte di un trend in continua crescita, Adì ha chiuso il primo quadrimestre con una crescita del 10% rispetto all'anno scorso. Le novità proposte in fiera sono le bustine di miele, biologico e convenzionale, nel formato monodose da 5 grammi, ideale per gli sportivi e di grande interesse per la praticità nel trasporto e nel consumo. Di recente è stata lanciata anche la line di miele acacia con frutta secca, in tre varianti: noci, nocciole e mandorle”.

**Da sinistra: Paolo, Fabio e Dario Iacovanelli**

## BERTONCELLO

Emanuele Bertoncello



“Dopo un inizio anno tranquillo per Bertoncello, da aprile il mercato si è ripreso e le performance riceveranno un nuovo impulso dall'estate, quando verrà avviata una nuova collaborazione con la Cina. In merito alle novità, abbiamo introdotto i Ricciotti al Kamut Bio, una linea che verrà integrata presto con quelli al farro bio e ai semi di kìa bio. Abbiamo anche rivisitato la ricetta e le confezioni dei Polesani, che comprendono le varianti al sesamo e all'olio extravergine di oliva 100% italiano, oltre a due versioni senza olio di palma e a una realizzata con l'acqua, come il pane di una volta”.

**Da sinistra: Riccardo ed Emanuele Bertoncello**

## LATTERIA SOCIALE DI CHIURO

Liban Borromini



Un Tuttofood all'insegna del bio per la Latteria Sociale di Chiuro, dai freschi yogurt ai più stagionati formaggi, tutti nati nel cuore delle Alpi, in Valtellina. “Da quest'anno possiamo contare sul 30% di latte bio in entrata e, nell'arco di due anni, arriveremo a quota 50%, tutto fornito da piccoli produttori. Il bio, per noi, è uno strumento importante per veicolare le caratteristiche uniche del territorio valtellinese”, spiega Liban Borromini, marketing della Latteria. Tante le novità di prodotto, per la gamma bio: yogurt nel formato da 500 grammi, formaggio Tellino, fresco a crosta fiorita, M'Ama, formaggio a forma di fiore con sei petali e Valtellina Casera Dop bio, classico con stagionatura minima di 70 giorni e nella versione 'stagionato', con un invecchiamento minimo di 180 giorni. “Per questo formaggio abbiamo previsto anche il formato porzionato da 300 grammi”, precisa Borromini. Novità anche per il burro, con una produzione di alta qualità, confezionato a mano e disponibile da 125, 250 e 500 grammi.

**Da sinistra: Cristian Gianni e Liban Borromini**

## DELIZIA

Giovanni D'Ambruoso



Uno spazio di oltre 144 mq, con cuochi intenti a preparare raffinati finger food da offrire ai visitatori fin dall'apertura; un pianista e alberi di ulivo a caratterizzare la scenografia. Non passa senza dubbio inosservato lo stand di Delizia, dove un ruolo da protagonista lo recita la burrata. “Questo prodotto è oggi il più richiesto, in Italia e anche all'estero. Il mondo chiede la burrata. Per questa ragione, abbiamo realizzato un nuovo stabilimento dedicato solo alla produzione di questa eccellenza che, oggi, vale il 30% del nostro fatturato. E prevediamo una ulteriore crescita del 15%”, spiega Giovanni D'Ambruoso, titolare dell'azienda Delizia SpA. In fiera Delizia presenta la burrata in confezione più piccola, da 100 grammi. “Da gennaio 2018, inoltre, sui pack di tutte le nostre confezioni un Qr code permetterà al consumatore di sapere tutto sulla provenienza del latte, compreso il nome dell'allevatore che lo ha fornito”.

## GOLFERA

Alessandro Giorgetti



“Abbiamo incontrato molti buyer esteri interessati alle nostre proposte. In particolare, oltre a il Golfetta che è sempre richiestissimo, alle novità Salamagro e Nobili Saponi, hanno suscitato interesse la nostra linea di salumi bio 'Nel solco della natura', gli affettati vegetali 'Petali' e i burger vegetali, tutti bio e di nostra produzione, che proponiamo in diverse varianti. Tutti gli affettati bio, inoltre, si caratterizzano per un packaging ecosostenibile e riciclabile, che utilizza il 70% in meno di plastica rispetto alle vaschette tradizionali. Nei prossimi mesi puntiamo a far fruttare i contatti di questi giorni, continuando a promuovere i nostri prodotti sia in Italia sia all'estero, con l'obiettivo di aumentare la quota export che vale oramai oltre il 30% del fatturato. Perciò saremo presenti a Sana (Bologna, 8-11 settembre) e ad Anuga (Colonia, 7-11 ottobre)”.

## SANGUEDOLCE

Nicola Rendine



“Già da anni la nostra azienda si caratterizza per l'attenzione al salustico, con la gamma completa di formaggi senza lattosio Noncè, disponibili anche per banco taglio, che vanno dalla ricotta al caciocavallo. Oggi abbiamo deciso di introdurre anche il biologico, sempre con una gamma completa di prodotti, che si compone di: burrata, nodino e treccia, a cui si aggiungerà, a breve, anche una ciotta, per consentire al consumatore di scegliere anche un prodotto stagionato”, spiega Nicola Rendine, direttore commerciale dell'azienda. A Tuttofood l'azienda ha presentato anche un altro prodotto della gamma senza lattosio: il burro. “I riscontri, anche per questa novità, sono stati decisamente positivi”. A breve, inoltre, lo stabilimento Sanguedolce sarà ampliato, anche per realizzare i nuovi prodotti.

**Da sinistra: Tommaso Sanguedolce e Nicola Rendine**

## FORMAGGI BUSTI

Stefano e Marco Busti



“L'uomo è ciò che mangia. E' questo il messaggio che occorre dare al consumatore ed è questa la convinzione che ci guida nel nostro lavoro quotidiano”, spiegano Stefano e Marco Busti. A Milano il caseificio ha presentato il nuovo marchio Bio Busti, che caratterizza tutti i formaggi biologici dell'azienda. Cinque le novità di prodotto. “Si tratta dei formaggi di pecora in varie stagionature: Frescopecora bio a caglio vegetale, da 600 g, pecorino marzolino bio a caglio vegetale e senza lattosio, da un Kg, pecorino semistagionato bio a caglio vegetale, sempre da un Kg, pecorino stagionato bio a latte crudo, con la pezzatura più grande della linea, pari a 2,2 Kg, e il pecorino curcuma e pepe bio a caglio vegetale da un chilo, che si è aggiudicato anche un premio al concorso #atuttaqualità, organizzato da Tuttofood”.

## PAGANONI

Nicola Paganoni



“Continuiamo sulla strada dell'alta qualità e i nostri prodotti top di gamma ci stanno dando molte soddisfazioni. Qui mettiamo in vetrina alcune novità, tra cui la bresaola primitiva: biologica prodotta solo con carne, sale e spezie, e solo da allevamenti di filiera controllata, che rispettano il benessere animale. Altre novità riguardano i nuovi formati della bresaola del focolare (affumicata) e della Bresaola di razza Piemontese, oltre ad un cofanetto pensato per il canale normal trade, chiamato 'Lo scrigno delle piccole prelibatezze'”.

## LUCANASALUMI

Giovanni Lettieri



“La nostra azienda di Picerno, in provincia di Potenza, ha registrato un ottimo andamento nei primi mesi dell'anno. Qui a Tuttofood abbiamo avuto numerosi appuntamenti con buyer qualificati, provenienti da diversi Paesi tra cui Germania e Hong Kong. Molte le nostre referenze portate in fiera. Oltre alla lucanica di Picerno, che resta il prodotto di punta, diamo spazio a una linea biologica di salumi prodotti con materie prime rigorosamente selezionate, senza Ogm, glutine, lattosio, coloranti e con un limitato apporto di grassi”.

## PROSUS



“In fiera presentiamo diverse novità: una linea premium skin, che comprende quattro nuovi prodotti, e una linea biologica di filiera, con referenze a peso fisso e variabile, sia in vaschetta skin che tradizionale. E per il futuro stiamo pensando a un progetto di conversione al biologico di una serie di realtà”, spiega il presidente, Enrico Cerri.

*Da sinistra: Enrico Rossini, Enrico Cerri, Michela Garatti e Matteo Seresini*

## PRAMSTRAHLER

Stefan Reifer



“Siamo molto soddisfatti per la presenza di numerosi buyer italiani ed esteri, provenienti da Belgio, Svizzera, Olanda e altri Paesi. Quindi direi che Tuttofood si è confermata una fiera strategica per noi. C'è stato un interesse verso i nostri prodotti: speck Alto Adige Igp, salami di selvaggina (cervo, cinghiale, capriolo) e soprattutto verso l'ampia gamma di würstel di puro suino. In particolare, il recente würstel Bio firmato Pramstrahler, da filiera controllata, sta andando molto bene e suscita un interesse crescente degli operatori. È un segno che, nonostante il difficile momento di mercato per i salumi, chi innova e punta in alto viene premiato dai consumatori”.

## MOTTOLINI

Emilio Mottolini

“A Tuttofood abbiamo incontrato vari buyer stranieri, e confidiamo di incrementare la nostra quota export, che ad oggi vale il 15%. Qui presentiamo il nostro nuovo claim 'La Valtellina che piace', che racconta di una valle vocata alla produzione di prodotti enogastronomici di alto livello. Tra le novità 2017 ci sono una nuova veste grafica di tutti i nostri prodotti e la Bresaola Bio, capace di distinguersi dalle altre referenze. Successo per Bresaola la Fassona, ottenuta con carne nazionale di razza Piemontese, e per Bresaola L'Originaria – prodotta solo da animali nati, allevati e macellati in Valtellina – da assaggiare direttamente tra le nostre montagne in quanto commercializzato solo in provincia di Sondrio. L'unico punto vendita fuori provincia è 'Sciatt a Porter' a Milano. Cresce, inoltre, l'attenzione verso prodotti senza glutine e halal”.



## SALUMI LUIGI VIDA

Cristian Vida



“Rispetto all'anno scorso stiamo registrando un incremento del +11%. Numerosi buyer italiani ed esteri apprezzano i nostri salumi premium e la linea bio. Tra i prodotti messi in vetrina a Tuttofood, ci sono il prosciutto cotto in crosta di pane e il cotto alla brace”.

*Katia Mignogna e Cristian Vida*

## SOTTOLESTELLE



A Tuttofood, Sottolestelle ha presentato la nuova linea senza glutine bio, pensata per chi è intollerante al latte, alle uova e al glutine. Una gamma che include tarallini e biscotti, ma anche le gustose combinazioni al cacao e vaniglia dei BioTwins. In vetrina in fiera anche il lancio della maionese vegana Mayo Bio Vegando, nelle tre varianti chili, classica e lemon.

## ALCASS

Renato Bonaglia

Tempo di festeggiamenti per Alcass. L'azienda, player di riferimento sul mercato nazionale nel settore alimentare dei surgelati con il brand Amica Natura, ha celebrato a Tuttofood il proprio 30esimo anno di attività. Una ricorrenza importante e prestigiosa, coincide con un totale restyling del packaging design e con l'immissione sul mercato di alcune referenze innovative, come i burger ai legumi, agli spinaci, al cavolo nero e quinoa o le polpettine di soia con verdure grigliate. Due nuove tappe del rinnovamento della brand identity aziendale, cominciato già lo scorso anno con la presentazione del nuovo marchio.



## TOP AGRI GROUP

Leopoldo Cagnasso



“Il nostro gruppo, da anni, investe risorse e impegno nella creazione di filiere corte finalizzate a garantire un approvvigionamento costante di prodotto biologico sicuro e di qualità. Un impegno da cui prendono vita referenze di assoluta qualità, tra le quali spiccano quelle a marchio My Soia, brand della controllata Corte Mia: una gamma di prodotti freschi, vegetariani o vegani, bio e italiani, a base di soia testurizzata”.

## GRANORO



A Tuttofood presente anche Granoro, pastificio pugliese che in questo 2017 taglia lo storico traguardo dei suoi primi 50 anni. L'azienda di Corato, in provincia di Bari, ha posto in vetrina in fiera la sua ricca offerta di qualità, in cui si segnala, in particolare, la linea BioGranoro, selezione biologica e integrale 100% da agricoltura italiana. Una gamma arricchita anche dalla proposta CuoreMio, una linea di pasta biologica ottenuta con semola di grano duro e farina d'orzo ad alto contenuto di fibre solubili Betaglucani, che contribuiscono a ridurre il colesterolo.

## FIETTA

Marco Fietta



“Siamo molto soddisfatti di questo inizio 2017, che sta segnando sviluppi positivi, con incrementi di fatturato per tutte le aziende del gruppo. Da qui a fine anno sono molti i progetti che svilupperemo. A questo proposito a Tuttofood abbiamo avuto l'occasione di presentare anche i nuovi prodotti a marchio 'Bio Trevisan', una linea di prodotti biologici, creati per abbracciare uno spettro sempre più ampio di esigenze e richieste del consumatore moderno”.

*Da sinistra: Marco e Matteo Fietta*

# LA PAROLA AI BUYER ESTERI

Importatori e responsabili acquisti delle maggiori catene retail al mondo si sono dati appuntamento a Tuttofood. Unanime il giudizio positivo sulla fiera. Così come sulla qualità e varietà dei prodotti in mostra. Di seguito le interviste realizzate da Bio&Consumi.

## THAILANDIA

**B Cube Ahuja Trading Co. Ltd**  
Vishal Ahuja



Con sede a Bangkok, in Thailandia, l'azienda è specializzata nella commercializzazione all'ingrosso di prodotti agroalimentari con un focus speciale sul settore salutistico e del benessere. La distribuzione dei prodotti avviene attraverso un'ampia gamma di canali, dalle catene retail ai programmi televisivi, fino ai call-center. "In particolare siamo alla ricerca di referenze biologiche, sugar free e possibilmente vegane. Il business thailandese dei prodotti salutistici è infatti in decisa crescita, con un'attenzione speciale per tutto ciò che apporta effetti benefici particolari, come ad esempio gli oli ricchi di acidi grassi Omega", spiega Vishal Ahuja, managing director. "L'intero Sud-Est asiatico rappresenta un mercato dalle potenzialità incredibili per i prodotti italiani, che sono già molto apprezzati e ricercati dalla popolazione. Tuttavia importare prodotti agroalimentari dall'Europa risulta spesso complicato, oltre che costoso, se consideriamo che le tasse d'importazione per il comparto agroalimentare si aggirano attorno al 25% e raggiungono il 100% per il vino".

## SUDAFRICA

**Sagra Food and Wine Merchants**  
Darryn Lazarus



Fondata nel 1994, Sagra Food and Wine Merchants è cresciuta fino a diventare oggi uno dei maggiori importatori sudafricani di prodotti di categoria premium. Dalle catene di supermercati ai deli shops, dagli hotel di lusso ai ristoranti, l'azienda si rivolge a ogni canale distributivo. "I prodotti freschi li importiamo dalla Francia, mentre importiamo pasta, specialità dolciarie, tartufi e prodotti a base di tartufi dall'Italia", spiega Darryn Lazarus, managing director. "In fiera sono alla ricerca di specialità sugar free e, più in generale, nel comparto salutistico. Un trend in forte ascesa anche in Sudafrica".

## USA

**Schnucks**  
Chris Mittendorf



"È la prima volta che prendiamo parte a Tuttofood e l'obiettivo, oltre incontrare i nostri fornitori, è anche quello di scoprire nuovi prodotti da inserire all'interno della nostra offerta. Importiamo infatti già moltissime referenze dall'Italia, tra cui pasta, salse, formaggi e olio d'oliva", spiega Chris Mittendorf, center store director per Schnucks, catena di supermercati statunitense che conta un centinaio di punti vendita nell'area di St. Louis e nel Midwest. "In generale preferiamo lavorare con aziende che già esportano negli Stati Uniti, perché è molto più semplice dal punto di vista burocratico". È terminata invece lo scorso 14 marzo l'annuale campagna promozionale a premi che l'insegna dedica ai prodotti italiani, denominata 'Taste of Italy'. E che quest'anno ha messo a segno +8% nelle vendite.

## LIBANO

**Atyab - Zeit Boulos**  
Tony B. Maroun



"Siamo specializzati nella distribuzione di marchi leader nel segmento degli oli di oliva e dell'aceto balsamico nel mercato libanese, ma importiamo anche un'ampia gamma di pasta e salse dall'Italia. In generale, trattiamo ogni tipologia di prodotto alimentare, che viene distribuito sia nel canale food service, sia all'interno della Grande distribuzione organizzata", spiega Tony B. Maroun, marketing manager per Zeit Boulos, brand del gruppo Atyab. "Oggi il mercato chiede nuovi sapori, prodotti caratterizzati da un alto contenuto di servizio e ready-to-eat. In particolare, qui in fiera stiamo valutando l'inserimento di nuove referenze nel comparto delle salse e dei condimenti. Ma importare questa tipologia di prodotti è molto complicato, con imposte che arrivano al 70% nel caso degli aceti balsamici, decisamente troppo. Ragion per cui stiamo facendo pressioni al governo affinché si impegni a eliminare questi grossi impedimenti al commercio".

In foto: Tony B. Maroun e Christiane Moussalem

## EMIRATI ARABI UNITI

**Kibsons**  
Murtuza Jawadwala



Specializzata nel commercio e distribuzione di alimenti freschi nel mercato degli Emirati Arabi Uniti, in particolare nel comparto delle carni e delle verdure, Kibsons vanta oggi un network di oltre 600 fornitori e clienti grazie alla distribuzione quotidiana di oltre 150mila kg di prodotto. "Siamo fornitori di importanti catene alberghiere, ristoranti e supermercati e la visita a Tuttofood è mirata a instaurare nuove collaborazioni nel settore delle carni avicole certificate Halal. È stato infatti siglato di recente un protocollo che consente l'import dall'Italia di questa tipologia di prodotti, senza alcuna imposta tariffaria", spiega Murtuza Jawadwala, general manager per la divisione meat and poultry. "Negli Emirati Arabi Uniti esiste un grosso potenziale anche per il comparto dei formaggi, così come per la pasta e l'olio di oliva. In generale, tutti i prodotti agroalimentari di origine italiana godono di grande apprezzamento e di un'ottima reputazione anche per il buon rapporto qualità prezzo offerto".

## SVEZIA

**Argentur AB**  
Toni Sköld



Importatore e agente per il canale Horeca e retail, Toni Sköld, della svedese Argentur AB, è specializzato nel settore dei freschi - in particolare i formaggi - e delle specialità gastronomiche, soprattutto se di alta qualità e provenienti dalla regione Piemonte, come i tartufi. "A Tuttofood sto cercando nuove e interessanti specialità, soprattutto nell'ambito del bio e dei prodotti healthy", spiega Toni Sköld. "Oggi, infatti, i consumatori del Nord Europa sono alla ricerca di prodotti caratterizzati da clean label, assenza di additivi e possibilmente provenienti da agricoltura biologica".

## CAMERUN

**ATT-M**  
Jean François Bassong



"Coordino una delegazione di cinque buyer provenienti dal Camerun, che sono alla ricerca di prodotti agroalimentari da inserire nell'offerta delle rispettive catene di supermercati - tra cui i responsabili acquisti per Eco Marché e per Socint - o attività di grossisti", spiega Jean François Bassong, direttore generale e rappresentante dell'ente fieristico Veronafi per l'Africa centrale. "Professionisti che sono alla ricerca di un contatto diretto con le aziende italiane. Capita infatti che molto spesso i prodotti italiani distribuiti in Camerun vengano importati dalla Francia, con un ulteriore aggravio dei costi e con tassi all'import che si aggirano intorno al 70%. Inoltre, nel Paese sono oggi presenti troppe forme di falsificazione e mancano quasi del tutto i prodotti autentici. Ma le previsioni per il futuro sono positive: nell'agosto 2016 il governo del Camerun ha siglato un accordo con la Comunità europea per instaurare tassi agevolati che risultino concorrenziali rispetto ai prodotti cinesi di bassa qualità, che oggi dominano il mercato".

## OLANDA

**Roberto Violante - echt italiaans**  
Miriam e Valentino Violante



"Importiamo già ogni tipologia di prodotti alimentari dall'Italia, dall'olio alla pasta, dal vino ai sughi, passando per formaggi e salumi. Tutto a eccezione del pesce, per il momento", spiegano Miriam e Valentino Violante, della Roberto Violante - echt italiaans con sede a Heerenveen, in Olanda. L'azienda, specializzata nell'attività di import e distribuzione di prodotti di alta gastronomia per i negozi gourmet e per il canale Horeca, vanta anche un punto vendita diretto. "Ora intendiamo ampliare ulteriormente la nostra gamma puntando sul comparto del biologico e dei prodotti healthy senza glutine. Un settore in cui le produzioni italiane si posizionano benissimo anche dal punto di vista qualitativo".

In foto: Miriam e Valentino Violante

## UCRAINA

**Таврия В**  
Natalia Muzyka ed Elena Seyrik



80 supermercati, otto café, 11 drogherie e quattro gourmet shops. Sono questi i numeri di Таврия В, importante insegna retail ucraina. "Partecipiamo a Tuttofood già da nove edizioni. Siamo infatti grandi importatori di prodotti agroalimentari italiani: dalla pasta al caffè, dal cioccolato al panettone, senza dimenticare funghi, tartufi e olio d'oliva", spiegano Natalia Muzyka ed Elena Seyrik, rispettivamente import manager e director of import department. "Quest'anno siamo alla ricerca di prodotti nell'ambito beverage e anche nel settore lattiero caseario. Oggi, in particolare, i consumatori in Ucraina stanno privilegiando i prodotti biologici e gluten free, ma ci sono ancora poche referenze disponibili".

Da sinistra: Natalia Muzyka ed Elena Seyrik



La buyer's lounge

### SINGAPORE

**Euraco Finefood Ltd.**  
Stella Cheng

Fondata nel 1987 a Singapore, Euraco Finefood Ltd. vuole rispondere alla crescente richiesta di prodotti d'importazione europea nella città-stato asiatica. "L'azienda si compone di più divisioni, ognuna dedicata a uno specifico settore merceologico - food, beverage o pastry - e ai diversi canali di distribuzione, sia retail che food service. "Dai salumi ai formaggi, dall'olio di oliva all'aceto balsamico, siamo già importatori di moltissimi prodotti dall'Ita-

lia", spiega Stella Cheng, senior sales executive per la food division, presente per la prima volta a Tuttofood. "In fiera sto cercando nuovi prodotti nel campo delle conserve di pomodoro e della pasta secca, ma sono aperta alle novità offerte dal mercato. In particolare, oggi i consumatori e ancor prima gli operatori di Singapore cercano prodotti di qualità, caratterizzati da una lunga shelf life e formati ridotti. Naturalmente con un buon rapporto qualità-prezzo".



### My Outlets

Malek Mattar

"Mission primaria del nostro gruppo è sviluppare il mercato globale dei prodotti Halal. Un business di cui, fino a pochi anni fa, in pochi comprendevano le reali potenzialità, ma che oggi sta crescendo in maniera esponenziale", spiega Malek Mattar, Ceo di My Outlets, con sede a Singapore. L'attività dell'azienda si suddivide in due business paralleli: innanzitutto una funzione d'intermediazione tra produttori e distributori sul canale off-line, rivolto alle aziende agroalimentari che desiderano commercializzare le proprie produzioni 100% Halal. In secondo luogo la piattaforma di vendita on-line Halaldeen e la vendita diretta presso lo store 'MyOutlets Global Halal Hub' di Singapore. Grazie a una rete di fornitori provenienti da oltre 45 Paesi del mondo, oggi l'azienda vanta un portfolio prodotti di oltre 10mila referenze food & beverage certificate Halal, grazie a una rete di oltre 800 fornitori. Che le hanno permesso di espan-



dere la propria attività anche in altri Paesi, come Malesia, Corea, Giappone e Cina. "Partecipiamo a Tuttofood per la prima volta e siamo alla ricerca di nuove referenze Halal da inserire nel nostro portfolio. In particolare olio di oliva e pasta secca", spiega ancora Malek Mattar. "Singapore è un mercato aperto, molto promettente per i produttori italiani, grazie anche a una tassa d'import di solo il 7%. Ma anche lo stesso mercato europeo si sta progressivamente aprendo alle specialità certificate Halal. Scelte, per il loro alto livel-

lo qualitativo, anche dai consumatori di fede non Musulmana. Il problema del mercato Halal italiano è che risulta ancora sprovvisto di una qualsivoglia forma di controllo o tutela nei confronti dei consumatori. Serve anche una maggiore collaborazione con i player della distribuzione, ad oggi ancora impreparati a trattare queste referenze nel modo corretto".

Da sinistra:  
AnnaMaria Aisha Tiozzo,  
presidente Whad - World  
Halal Development e  
Malek Mattar

# GUIDA RETAIL 2017

LA MAPPA  
DELLA DISTRIBUZIONE  
ITALIANA

## GUIDA RETAIL

LA MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE ITALIANA

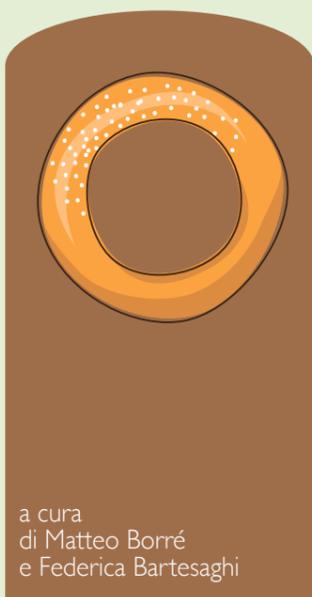


**INSEGNE** **MANAGEMENT**  
**INDIRIZZI** **FATTURATI**  
**TELEFONI** **QUOTE MERCATO**  
**E-MAIL** **FORMAT**  
**SITI WEB** **BRAND**  
**CE.DI.**

**Uno strumento di lavoro  
indispensabile e aggiornato**

Se sei interessato manda una e-mail a:  
direzione@tespi.net

# SPECIALE PANIFICATI



a cura  
di Matteo Borré  
e Federica Bartesaghi

## LE PERFORMANCE DEL COMPARTO AD APRILE 2017

Il base ai dati Iri relativi al mese di aprile 2017, le vendite di pane e sostitutivi biologici nella grande distribuzione italiana hanno raggiunto il valore di 135,7 milioni di euro, in crescita di oltre l'8% rispetto allo stesso mese dell'anno precedente, per un volume complessivo che supera i 13 milioni e mezzo di chili di venduto, a +6,6%.

Le categorie merceologiche che registrano i tassi di crescita più interessanti sono i grissini (+40% a volume e a valore) e il pan carré (+80,6% a valore e +78% a volume). L'unica categoria di prodotti a mostrare una flessione è quella dei panini: in calo rispettivamente del 12,4% a volume e del 15% a valore. La voce più importante resta quella legata dei panetti croccanti bio (che include, tra l'altro, gallette e schiacciatine). Una catego-

ria in crescita del 7% e che incide per 103 dei 135,7 milioni di euro di vendite realizzate dall'intero comparto.

Per quanto riguarda la distribuzione geografica degli acquisti, il Nord Ovest primeggia con un valore di 55 milioni di euro e una market share del 41%. Seguono il Nord Est (35 milioni, 26% market share), il Centro e la Sardegna (29 milioni, 21,6%) e il Sud (15,5 milioni, 11,4%). Con una quota di mercato di ben il 70% e un valore di 95 milioni di euro, i supermercati sono il primo canale distributivo, in Italia, per pane e sostitutivi del pane biologici. In seconda posizione, con una quota del 16% e un valore di 22 milioni di euro, si posizionano gli ipermercati. Seguiti dal Libero servizio piccolo (Lsp), con una market share del 13% a 18 milioni di euro.

I primi tre produttori - in ordine Fiorentini, Riso Scotti e Biscopan - coprono a valore il 34,4% del mercato. Importante anche il peso delle Marche del distributore, che con un'incidenza del 30% lasciano agli altri player di mercato una quota del 35% circa da dividersi.

## DIMENSIONI E TREND DEL MERCATO

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) • AT Aprile 2017

	Vendite in volume	Variatione vendite in volume % (t-12)*	Vendite in valore	Variatione vendite in valore % (t-12)*
<b>Pane e Sostitutivi Bio</b>	<b>13.656.995</b>	<b>6,6</b>	<b>135.743.260</b>	<b>8,1</b>
Crackers	479.463	15,7	3.192.939	20,4
Grissini	234.957	40,5	2.807.479	40,0
<b>Panetti Croccanti</b>	<b>9.700.857</b>	<b>5,1</b>	<b>103.572.880</b>	<b>7,0</b>
Specialita Sostitutive Pane	1.174.610	12,5	11.490.632	10,3
<b>Pan Carré</b>	<b>5.916</b>	<b>77,9</b>	<b>54.744</b>	<b>80,6</b>
Pane Da Tramezzino	102.817	28,7	810.326	21,2
<b>Panini</b>	<b>53.960</b>	<b>-12,4</b>	<b>426.484</b>	<b>-15,1</b>
Pane Lunga Conservazione	1.387.662	1,9	7.613.242	2,8
<b>Pane Grattugiato</b>	<b>101.422</b>	<b>22,3</b>	<b>427.392</b>	<b>29,2</b>
Panificati Senza Glutine	415.085	12,3	5.345.347	13,6

\*Ultimi 12 mesi

## ALLOCAZIONE NEI CANALI E NELLE AREE

	Vendite in volume	Allocazione vendite a volume %	Vendite in valore	Allocazione vendite a valore %
<b>Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)</b>	<b>13.656.995</b>	<b>100,0</b>	<b>135.743.260</b>	<b>100,0</b>
Nord-ovest Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	5.258.425	38,5	55.370.041	40,8
Nord-est Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	3.697.305	27,1	35.544.686	26,2
<b>Centro + Sardegna Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)</b>	<b>3.081.766</b>	<b>22,6</b>	<b>29.314.787</b>	<b>21,6</b>
Sud Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	1.619.490	11,9	15.513.746	11,4
Ipermercati	2.286.943	16,7	22.256.085	16,4
Supermercati	9.579.588	70,1	95.201.964	70,1
LSP	1.790.457	13,1	18.285.207	13,5

fonte: Dati Iri

## RANKING DEI PRODUTTORI A VALORE

**I PRIMI TRE PRODUTTORI COPRONO  
A VALORE IL 34,4% DEL MERCATO;  
LE PL COPRONO IL 29,5%**

**TOP SELLER**  
1. FIORENTINI  
2. RISO SCOTTI  
3. BISCOPAN

*Cresce l'importanza del comparto nelle strategie d'acquisto di Gd e Do. Per un volume d'affari che, ad aprile, ha raggiunto i 135,7 milioni di euro. Bene soprattutto l'andamento dei 'panetti croccanti' bio, veri best seller dell'intera categoria. In mostra l'offerta dei principali player di mercato.*

### BENEBIO www.benebio.it

BeneBio, marchio con un'ampia e trasversale offerta di prodotti alimentari biologici presente in grande distribuzione, è una start-up nata a fine 2015 che dedica grande attenzione a intolleranze e diete specifiche.

**Nome prodotto**  
Grissinotti di kamut bio  
**Breve descrizione del prodotto**

I grissinotti di Kamut BeneBio sono leggeri e altamente digeribili grazie ai lenti ritmi di lievitazione e alla cottura a basse temperature. Sono un ottimo sostituto del pane, ideali per accompagnare ogni pasto.

**Ingredienti principali**  
Semola di grano khorasan Kamut bio, olio extra vergine di oliva bio, lievito di pasta madre bio, sale.  
**Caratteristiche e plus marketing**  
Con olio extravergine di oliva, a lievitazione naturale.

**Peso medio/Pezature/Confezionamento**  
Sacchetto più etichetta, 150 g.  
**Shelf life**  
147 giorni.  
**Certificazione**  
QCertificazioni.

**Nome prodotto**  
Pane azimo integrale bio  
**Breve descrizione del prodotto**  
Il pane azimo integrale BeneBio è un alimento ricco di fibre: è infatti realizzato con farina integrale e crusca. È senza lievito e a basso contenuto di sale. Può essere un ottimo sostituto del pane o uno snack da gustare in ogni momento della giornata. Si può mangiare da solo o accompagnato da creme e salse spalmabili bio. È ideale per chi segue una dieta a basso contenuto di grassi.

**Ingredienti principali**  
Farina integrale, frumento integrale bio, crusca di frumento, acqua.  
**Caratteristiche e plus marketing**  
Senza lievito, a bassissimo contenuto di sale, a basso contenuto di grassi, ricco in fibre.  
**Peso medio/Pezature/Confezionamento**  
Sacchetto più etichetta, 100 g.  
**Shelf life**  
232 giorni.  
**Certificazione**  
QCertificazioni.



### ALCE NERO www.alcenero.com



Alce Nero è il marchio di agricoltori, apicoltori e trasformatori biologici impegnati dagli anni '70 nel produrre cibi buoni, frutto di un'agricoltura che rispetta la terra e la sua fertilità. Più di 1.000 produttori in Italia, 14mila nel mondo.

**Nome prodotto**  
Galette di riso integrale Alce Nero  
**Breve descrizione del prodotto**

Le Gallette di riso integrale Alce Nero sono biologiche, a basso contenuto di sale e senza glutine. Realizzate con riso italiano, coltivato in Lombardia. La gamma di gallette Alce Nero è composta

da tre referenze: Gallette di riso integrale; Gallette di mais e grano duro Senatore Cappelli; Gallette di riso integrale e cereali.

**Ingredienti principali**  
Riso integrale biologico.

**Caratteristiche e plus marketing**

Nelle Gallette di riso integrale, come in tutte le sue referenze, Alce Nero valorizza la qualità del prodotto, i territori e gli agricoltori utilizzando materie prime 100% italiane. Le gallette di riso integrale sono saporite e croccanti, ottime da utilizzare come sostituti del pane per colazioni, merende e spuntini in quanto perfette per essere accompagnate sia al gusto salato che a quello dolce.

**Peso medio/Pezature/Confezionamento**

100 g.

**Shelf life**

12 mesi.

**Certificazione**

Biologico Ccpcb.

### BAULE VOLANTE www.baulevolante.it

Baule Volante è un'azienda bolognese, nata nel 1987, che crea e distribuisce prodotti biologici (oltre 500 a proprio marchio) in negozi specializzati in alimentazione naturale, farmacie e parafarmacie, profumerie, erboristerie e nel canale Horeca (circa 5mila punti vendita in Italia). Dal 2008 fa parte del gruppo EcorNaturaSi.

**Nome prodotto**  
Pane Bauletto di farro biologico con farina di farro semintegrale  
**Breve descrizione del prodotto**

Preparato secondo una ricetta semplice, con olio di semi di girasole, è un pane confezionato e tagliato in comode fette. Le farine scelte (in questo caso quella di farro semintegrale, per le altre due referenze, di Tipo 2 e di grano Khorasan Kamut) rendono questo prodotto semplice, un pane speciale. Si può gustare morbido o tostato. È ottimo a colazione, da spalmare con marmellate e creme dolci o salate, ideale per preparare sfiziosi toast o accompagnare piatti caldi e freddi.

**Ingredienti principali**

Farina di farro semintegrale 63%, acqua, olio di semi di girasole 4,2%, sale, lievito (*Saccharomyces cerevisiae*), sciroppo di riso e orzo maltato.

**Caratteristiche e plus marketing**

Farina di farro semintegrale, ricetta vegana: è un prodotto di uso quotidiano, 'da dispensa', ma di qualità e biologico al 100%.

**Peso medio/Pezature/Confezionamento**

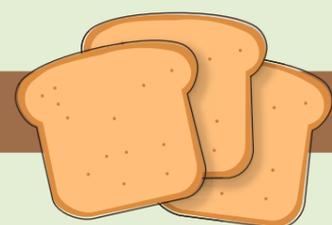
Confezione da 400 g.

**Shelf life**

3 mesi.

**Certificazione**

Bioagricert.



**BIO'S PRODUZIONE  
E DISTRIBUZIONE**  
[www.biositalia.com](http://www.biositalia.com)

Bio's è un'azienda che racchiude in sé tre anime: la produzione, la distribuzione e la ristorazione. È specializzata nella produzione di panificati sostitutivi del pane e di una pasticceria sana e buona, 100% bio e vegan.

**Nome prodotto**

Linea Bio's

**Breve descrizione del prodotto**

Bio's produce una vasta gamma di panificati, conditi esclusivamente con olio extra vergine di oliva spremuto a freddo; arricchiti con spezie, alghe o semi oleosi. Queste caratteristiche rendono i prodotti facilmente digeribili e una fonte di fibre e proteine, a basso indice glicemico. La Linea Bio's si compone di tre referenze: le Sfogliatine curcuma e zenzero; le Fette biscottate ai cereali; e le Stelline Canapa e nocciole.

**Ingredienti principali**

Ingredienti da agricoltura biologica.

**Caratteristiche e plus marketing**

Altamente innovativi per l'alto contenuto in termini di servizio e funzionalità, i prodotti della linea Bio's sono anche vegani.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

Confezioni da 200 g.

**Shelf life**

9 mesi.

**Certificazione**

VeganOK, Bio.



**Nome prodotto**

Linea Grani Antichi

**Breve descrizione del prodotto**

Sono ben 10 i grani antichi, biologici e a km 0, presenti nella farina utilizzata nei prodotti firmati Bio's. Il contatto diretto con i 15 agricoltori coinvolti e con il mulino garantisce una filiera corta e interamente controllata. Ne scaturiscono prodotti sani, gustosi, rispettosi dell'ambiente e biologici. La Linea Grani Antichi comprende: le Sfogliatine curcuma e semi di canapa; i Bocconcini alla cipolla; e i Cerchi nel grano con semi di anice.

**Ingredienti principali**

Ingredienti da agricoltura biologica.

**Caratteristiche e plus marketing**

Attualmente innovativi per l'alto contenuto in termini di servizio e funzionalità. Sono anche vegani.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

Confezione da 200 g.

**Shelf life**

9 mesi.

**Certificazione**

VeganOK, Bio.



**DECO INDUSTRIE**  
[www.decoindustrie.it](http://www.decoindustrie.it)

Fondata nel 1951 Deco Industrie opera nel settore dell'alimentazione domestica, cura della casa e della persona. Dei cinque stabilimenti produttivi, tre sono dedicati alla produzione alimentare di biscotti (tradizionali, funzionali e salutistici), sostituiti del pane (crostini, piadine e tortillas) e dolci da ricorrenza (panettoni, pandori e colombe pasquali).

**Nome prodotto**

Loriana - Piadina Sottilissima Bio

**Breve descrizione del prodotto**

Genuina e sottile, esalta le farciture con leggerezza. È stata la prima piadina preparata con ingredienti 100% biologici, certificati dall'ente europeo per l'Agricoltura Biologica.

**Ingredienti principali**

Farina di grano tenero, acqua, olio di girasole, olio extravergine di oliva, sale, aromi naturali.

**Caratteristiche e plus marketing**

100% biologica, senza conservanti e senza grassi idrogenati.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

Confezione in flowpack da 350 g, contiene quattro piadine.

**Shelf life**

120 giorni.

**Certificazione**

Biologica.



**FIORE DI PUGLIA**  
[www.fioredipuglia.com](http://www.fioredipuglia.com)

Fiore di Puglia è un'azienda Coratina, sita nel cuore della Puglia, specializzata nella produzione di prodotti da forno nel rispetto delle antiche tradizioni meridionali. I segreti dell'arte della panificazione sono tramandati da tre generazioni, seppur costantemente modernizzati e allineati alle nuove tecnologie. Questa semplice formula ha permesso di raggiungere standard qualitativi di eccellenza e di soddisfare i bisogni di tutti i consumatori, dai più piccoli ai più grandi.

**Nome prodotto**

Taralli della linea 'Come una volta' al grano arso

**Breve descrizione del prodotto**

Un prodotto tradizionale, realizzato interamente con materie prime che rispettano le tradizioni della panificazione pugliese. Una lenta lievitazione naturale e la cottura ecologica in forni a pellet completano il tutto.

**Ingredienti principali**

Farina di frumento, grano arso, olio di oliva, olio extra vergine di oliva 100% e lievito madre.

**Caratteristiche e plus marketing**

Questo prodotto è pensato per chi apprezza i sapori tradizionali di una volta. Il grano arso è una farina tipicamente pugliese ricavata dalla tostatura del frumento duro. Riprende la storia delle famiglie pugliesi che praticavano la raccolta del grano dopo la bruciatura delle sterpaglie, sia per recuperare le spighe incolte che per rendere il terreno più fertile.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

250 g x 12.

**Shelf life**

8 mesi.

**Certificazione**

Brc, lfs, Biologico, Qualità Puglia, Kosher (su richiesta), Cottura ecologica, Registro delle eccellenze italiane, Autorizzazione produzione e confezionamento, Alimentazione particolare, Alimentazione senza glutine, VeganOk.



**DR. SCHÄR**  
[www.schaer.com/it](http://www.schaer.com/it)

Dr. Schär nasce a Postal (Bz) nel 1922 da un progetto comune del dottor Anton Schär, medico di Innsbruck, e dell'imprenditore bolzanino Untertrifaller. Nel 1981, sotto la guida di Ulrich Ladurner, fondatore e presidente, vive una riorganizzazione radicale, concentrandosi sulla produzione di prodotti senza glutine. In pochi decenni, l'azienda diventa leader in Europa, nel mercato dei prodotti alimentari per esigenze dietetiche nutrizionali specifiche.

**Nome prodotto**

Tartaruga

**Breve descrizione del prodotto**

Rotolo di pane bianco con la forma tipica della tartaruga, è una base perfetta per uno spuntino nutriente. Un classico irrinunciabile del pic-nic e delle gite all'aperto, da gustare con la propria farciture preferita, amato da adulti e bambini.

**Ingredienti principali**

Miglio, quinoa e olio di girasole.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

200 g (4 x 50 g).

**Shelf life**

4 mesi.



**Nome prodotto**

Hamburger

**Breve descrizione del prodotto**

Il classico panino americano. Perfetto per hamburger deliziosi.

**Ingredienti principali**

Amido di riso, farina di riso, amido di mais, farina di miglio.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

300 g (4 x 75 g).

**Shelf life**

4 mesi.



**FIOR DI LOTO**  
[www.fiordiloto.it](http://www.fiordiloto.it)

Fior di Loto è un esempio di azienda italiana familiare che deve il suo successo alla passione per il biologico e alla continua ricerca della qualità. La sua storia inizia nel 1972 quando il fondatore, Riccardo Maschio, inizia a importare e distribuire prodotti macrobiotici dal Giappone. Nel corso degli anni l'azienda si è poi specializzata nello sviluppo e nella distribuzione di prodotti biologici.

**Nome prodotto**

Galette di mais e quinoa & Gallette di sorgo e canapa

**Breve descrizione del prodotto**

Galette di mais e quinoa, la cui aggiunta dona un tocco etnico e ancora più croccante alla tradizionale galletta di mais, e le speciali Gallette di sorgo e canapa, che rappresentano un perfetto sostituto del pane dal gusto saporito e originale.

**Ingredienti principali**

Galette di mais e quinoa: mais bio, quinoa bio, olio di mais bio, sale marino. Gallette di sorgo e canapa: sorgo bio e semi di canapa interi bio, sale marino.

**Caratteristiche e plus marketing**

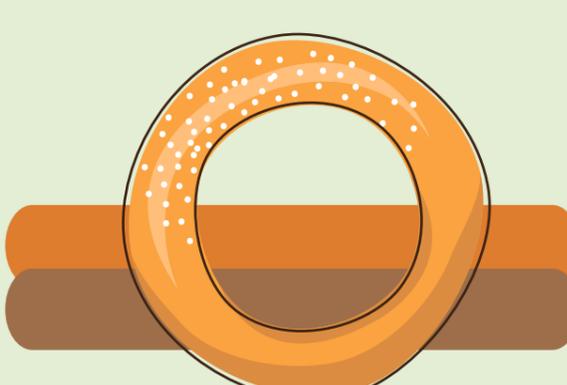
Senza glutine, preparato solo con ingredienti naturali e biologici.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

120 g.

**Certificazione**

Biologica.



## Puglia Sapori: una novità tira l'altra

La realtà produttiva di Conversano, in provincia di Bari, scommette sempre più su biologico e gluten free. Facendo registrare numeri in crescita in tutti i canali.

Puglia Sapori, realtà produttiva con sede a Conversano, in provincia di Bari, da sempre ha nella produzione di taralli e snack salati la sua prima e principale specializzazione. Protagonisti del comparto, con una particolare vocazione al bio e al gluten free, come dimostra un'offerta davvero completa. E anche i numeri di mercato premiano la dinamica realtà pugliese, che archivia un inizio d'anno trainato dalla crescita proprio di questo segmento. "La crescita del gruppo nel primo quadrimestre 2017, rispetto allo stesso periodo 2016, si attesta sul +10% a valore e +3% a volume", spiega il direttore operativo di Puglia Sapori, Roberto Renna. "L'evoluzione del fatturato si deve alla lungimiranza dell'azienda con lo sviluppo degli snack biologici e gluten free, mercati di nicchia ma a maggior valore aggiunto. Il segmento bio conferma il trend positivo, con +45% a valore, conquistando circa il 10% del fatturato, grazie all'acquisizione di nuovi player nel mercato della distribuzione specializzata bio, oltre che ai nuovi inserimenti nelle insegne della Gdo, sempre più recettive a questo settore".

La realtà di Conversano non ha, però, intenzione di arrestare qui il proprio sviluppo. Lo testimoniano anche le numerose novità che hanno segnato il suo inizio d'anno. Tra le più recenti innovazione, a spiccare è il lancio dei Minigrissini Bio, nelle versioni frumento, farro e rosmarino, grano tenero integrale e frumento con zenzero. Tra i prodotti gluten free, invece, ai Minigrissini senza glutine, si affiancano ora le Nuvolette, leggeri crostini di pane che ben accompagnano

zuppe e insalate. Studiate nell'ottica di una differenziazione commerciale rispetto ai competitor, le nuove referenze dimostrano la ferma volontà di Puglia Sapori di proseguire nella crescita nel campo della proposta bio e gluten free, dove l'interesse delle maggiori insegne della Gdo è in forte crescita. "Di notevole rilevanza è la start up dei prodotti gluten free", sottolinea Roberto Renna, direttore operativo di Puglia Sapori. "Il primo quadrimestre 2017 manifesta un exploit di vendite di queste referenze, più che raddoppiate, dati confermati anche dalle numerose richieste di prodotto che stanno pervenendo ai nostri uffici commerciali. Questo dimostra l'apprezzamento per il lancio degli snack senza glutine nel 2016 ed è un segnale di interessamento per le novità 2017". A breve, sarà proprio la gamma senza glutine ad arricchirsi con ulteriori lanci. "Usciremo con nuovi prodotti, che saranno corredati anche dall'introduzione di espositori da banco per il formato monoporzione, destinati alla vendita d'impulso nelle farmacie e nei negozi specializzati", spiega Renna. Il riferimento è al tarallino gluten free, nelle due varianti classico e al rosmarino, in confezione da 30 grammi, che sarà così ulteriormente valorizzato. "L'ambito delle produzioni senza glutine, d'altronde, è quello su cui stiamo concentrando maggiormente il nostro impegno", sottolinea il direttore operativo di Puglia Sapori. "Lo dimostrano non soltanto le novità lanciate negli ultimi tempi, ma proprio la scelta di presentare questo tipo di referenze con espositori dedicati: in un primo momento, come accennavo prima, in farmacie e negozi specializzati, ma poi il presidio si amplierà fino a toccare il canale dell'Horeca, in primis i bar". Ma le novità non finiscono qui. "Per l'estate", conclude Renna. "L'obiettivo è di uscire con un altro lancio, sempre legato alla gamma gluten free: si tratta del tarallino al grano saraceno, nuova referenza fonte di fibre, che sarà proposta nel formato retail in astuccio e nel multipack da sei bustine da 30 grammi cadauna".



### Nome prodotto

Tarallo Bio all'Olio extravergine d'oliva.

### Breve descrizione del prodotto

Il Tarallo Bio all'olio extravergine d'oliva è un'alternativa sana e leggera al consumo di pane. Grazie alla minuziosa ricerca delle migliori materie prime biologiche disponibili sul mercato, questo prodotto si afferma come la scelta perfetta per chi cerca alimenti sani senza rinunciare al gusto.

### Ingredienti principali

Farina di grano tenero di tipo "00", vino bianco, olio extravergine d'oliva, sale.

### Caratteristiche e plus marketing:

Prodotto biologico. Packaging riciclabile realizzato in cartotecnica.

### Peso medio/Pezzature/Confezionamento:

Astuccio da 250 g in cartotecnica con busta sigillata all'interno.

### Shelf life

12 mesi.

### Certificazione

Brc, Ifs, Iso22005, certificazione prodotti bio rilasciata da Bioagricert.

segue

23



“Fresche Novità.

Dal cuore della tradizione  
il meglio della pasta fresca  
senza glutine.”

Anna Maria Barbieri, Cuoca per passione

Dal cuore della tradizione emiliana, arrivano I FRESCHI di Schär. Quattro esclusive ricette a base di pasta fresca senza glutine, preparata a regola d'arte, proprio come una volta, con uova d'allevamento a terra e olio d'oliva. Tortellini, ravioli, tagliatelle: da oggi li trovi nel frigo. Provali tutti!

TRAFILATURA  
AL BRONZO



Best in Gluten Free

**LA FINESTRA SUL CIELO**  
[www.lafinestrasulcielo.it](http://www.lafinestrasulcielo.it)

La Finestra sul Cielo opera nel mercato alimentare biologico dal 1978, distribuendo prodotti alimentari con particolare attenzione a quelli per intolleranze alimentari, cucina macrobiotica e alimentazione vegana. Un'offerta che ha permesso all'azienda, nel corso degli anni, di diventare un punto di riferimento nel mercato specializzato dei prodotti biologici.

**Nome prodotto**

Mini gallette di mais con quinoa bio

**Breve descrizione del prodotto**

Le nuove mini gallette di mais con quinoa bio sono un'ottima alternativa al pane, ma possono essere gustate anche come snack, o utilizzate come deliziosa base su cui spalmare creme o salse per preparare sfiziose tartine. Non sono fritte e sono adatte a chi ha intolleranze, perché senza glutine.

**Ingredienti principali**

Mais (78%), olio di mais, quinoa (10%), sale marino.

**Caratteristiche e plus marketing**

Senza glutine, non fritte, senza lievito, vegan.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

100 g

**Shelf life**

12 mesi.

**Certificazione**

Biologico e vegan.



**PASTIFICIO DI BARI TARALL'ORO**  
[www.taralloro.it](http://www.taralloro.it)

Il Pastificio Di Bari Tarall'oro nasce nel 1982. Il suo core business è la pasta artigianale fatta esclusivamente da semole di grano duro di primissima qualità, trafilata al bronzo ed essiccata lentamente. Nel 2014 rilancia le linee di prodotti da forno (taralli e altre forme) che vantano l'impiego di ingredienti naturali di elevata qualità e un processo produttivo innovativo che conferisce al tarallo sapore e fragranza. L'azienda è certificata IFS-Bcr, Iso 14001:2004, Ou Kosher, Nop/Bio, Halal.



Senza glutine, non fritte, senza lievito, vegan.

**Nome prodotto**

Tarallini di grano Senatore Cappelli

**Breve descrizione del prodotto**

Un prodotto biologico tipico pugliese realizzato con due soli ingredienti per un risultato unico dal punto di vista del gusto e della qualità. Realizzato con bollitura a vapore che dona leggerezza e friabilità.

**Ingredienti principali**

100% semola rimacinata di grano duro biologico Senatore Cappelli, olio extra vergine d'oliva biologico, sale.

**Caratteristiche e plus marketing**

Si presenta perfettamente nell'astuccio color avana con finestra frontale che permette ai consumatori un contatto visivo e ne esalta l'artigianalità, così come la descrizione e le immagini presenti sul fronte della confezione esaltano la provenienza e la storia della materia prima.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

250 g, venduto in scatole americane da 12 pezzi.

**Shelf life**

10 mesi.

**Certificazione**

Bio e VeganOk.

**PROBIOS**  
[www.probios.it](http://www.probios.it)

Probios, specialista nella distribuzione di alimenti biologici vegetariani, promuove la coltivazione di materie prime nel rispetto dell'uomo e della natura e da molti anni si dedica anche alla commercializzazione di linee di prodotto adatti a chi deve seguire specifici regimi alimentari.



**Nome prodotto**

Focaccia integrale - Linea Biogusti (uscita giugno 2017)

**Breve descrizione del prodotto**

Biogusti propone una nuovissima focaccia con farina integrale, pronta all'uso. Basta farcirla a piacere e scaldarla per cinque minuti nel forno. Lievitata per ben 20 ore, è ricca di fibre e prodotta con olio extravergine di oliva, con il 50% di grassi in meno rispetto a prodotti simili sul mercato.

**Ingredienti principali**

\*farina integrale di grano, \*fibra di avena, \*inulina di agave, \*olio extravergine di oliva, lievito: Saccharomyces cerevisiae, lievito madre di pasta acida (\*farina di grano, acqua), sale, acidificante: acido lattico, \*agente di trattamento della farina: acido asorbico. Trattato con \*alcool etilico.

**Caratteristiche e plus marketing**

50% di grassi in meno rispetto a prodotti simili sul mercato. Lievitata 20 ore.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

170 g.

**Shelf life**

6 mesi.

**Certificazione**

BioAgricert.

**SARCHIO**  
[www.sarchio.com](http://www.sarchio.com)

Dal 1982 Sarchio produce e commercializza prodotti biologici, senza glutine e vegani, frutto di un'agricoltura rispettosa dell'ambiente, che non usa sostanze chimiche. La qualità e la sicurezza delle referenze Sarchio sono garantite da specifiche certificazioni e molteplici analisi: la certificazione di Ccpb, l'utilizzo del logo Spiga Sbarrata e l'inserimento nel Prontuario degli alimenti dell'Aic. Inoltre, la linea vegan è certificata anche Vegan society.

**Nome prodotto**

Mini crackers di farro

**Breve descrizione del prodotto**

I mini crackers di farro, dal caratteristico sapore rustico e intenso, sono frutto di una ricetta semplice e naturale, senza lievito e derivati animali, senza olio di palma ma con solo olio di girasole e cotti al forno. Appetitosi e perfetti per abbinamenti salati o dolci.

**Ingredienti principali**

\*farina di farro (89%), \*olio di semi di girasole (7%), \*malto d'orzo, sale, acqua.

(\*prodotto biologico.)

**Caratteristiche e plus marketing**

Biologici, senza olio di palma, senza lievito, certificati Vegan.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

Confezione da 250 g.

**Shelf life**

9 mesi.

**Certificazione**

Bio da Ccpb, Vegan Society.



**RISO SCOTTI**  
[www.risoscotti.it](http://www.risoscotti.it)

Da oltre 150 anni Riso Scotti produce, lavora e commercializza riso della migliore qualità con un protocollo di analisi e controllo che garantisce un livello qualitativo superiore rispetto a quanto previsto dalla legislazione italiana. Il focus dell'azienda, spontaneamente orientato al gluten free, pone anche molta attenzione all'integrale, a ricette evolutive con meno grassi e meno sale, alla garanzia del biologico, anche nel rispetto dell'ambiente.

**Nome prodotto**

Risette Basmati

**Breve descrizione del prodotto**

Riso Scotti ha presentato in anteprima una nuova galletta croccante e dal sapore delicato, grazie alla combinazione di tre risi specialità: riso basmati, riso integrale rosso e riso integrale nero. La galletta entra a far parte dell'assortimento gallette 'Specialità' Riso Scotti.

**Ingredienti principali**

Riso basmati, riso rosso integrale, riso nero integrale.

**Caratteristiche e plus marketing**

Biologica, senza glutine, a basso contenuto di sale. Abbinamento esclusivo di tre risi che donano alla galletta un sapore delicato.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

120 g. in tubo alluminato.

**Shelf life**

18 mesi.

**Certificazione**

BioAgricert. In corso iter rimborsabilità ministero, Spiga Barrata Aic (disponibile dalla prossima ristampa).



**SOTTOLESTELLE**  
[www.sottolestelle.com](http://www.sottolestelle.com)

Sottolestelle è un'azienda di produzione e distribuzione di alimenti biologici d'eccellenza che ha un'esperienza ventennale nella produzione di alimenti privi di allergeni. Nello stabilimento bio dedicato di Sottolestelle non si utilizzano latte, uova e altri derivati animali. Tutti i prodotti sono indicati per intolleranti e per chi preferisce il biologico per la propria dieta vegetariana e vegana.

**Nome prodotto**

Superpane con curcuma e semi di papavero

**Breve descrizione del prodotto**

Sottolestelle nel proprio stabilimento produce solo biologico e una delle categorie di punta di tutta la produzione, oltre ai sostituti del pane, ai biscotti e alla pasticceria è quella del pane bauletto. Uno dei prodotti dell'ampia gamma proposta è il Superpane con curcuma e semi di papavero, fatto solo con ingredienti pregiati e selezionatissimi, lievito madre, a lunga lievitazione, olio extravergine di oliva e tanta maestria data dall'esperienza.

**Ingredienti principali**

Farina di grano tenero tipo 0\*, acqua, lievito naturale di pasta madre di grano tenero tipo 0\* (farina di grano tenero tipo 0\*, acqua), olio extravergine d'oliva\*, semi di papavero\*, sale, curcuma\*.

**Caratteristiche e plus marketing**

Prodotto con materie prime selezionatissime. La curcuma è un superfood richiesto e apprezzato nel biologico e nel salutistico, ed è buono, non solo dal punto di vista nutrizionale.

**Peso medio/Pezzature/Confezionamento**

400 g. Film trasparente con etichetta in cartoni da sei pezzi.

**Shelf life**

3 mesi.

**Certificazione**

Icea.



## FreeG: senza glutine, ma con più gusto

Una realtà specializzata. In grado di offrire prodotti adatti a quanti soffrono di intolleranze alimentari. E che oggi punta sempre più sul valore nutrizionale e salutistico delle proprie referenze di qualità.

FreeG è una realtà produttiva della provincia di Cremona che da quasi un decennio si è specializzata nella realizzazione di referenze che si rivolgono a quanti soffrono di intolleranze alimentari. Data infatti al 2009 la creazione di un laboratorio dedicato, dove sono confezionati prodotti che non contengono allergeni e adatti ai consumatori intolleranti al glutine, al latte e lattosio, alla soia, al sesamo, all'uovo e derivati, e alla frutta da guscio.

“Oggi, la mission aziendale sta virando progressivamente verso la realizzazione di prodotti che, oltre a essere adatti alla dieta gluten free e allergen free, si caratterizzano per l'elevato valore nutrizionale e salutistico”, sottolinea Enzo Marini, titolare di FreeG. “Il nostro obiettivo primario è di offrire sulla tavola del consumatore finale alimenti di qualità focalizzati a tutelare la sua salute. E stiamo potenziando l'attività di ricerca e sviluppo proprio al fine di ampliare la nostra attuale gamma e far fronte, in modo tempestivo e concreto, a una domanda sempre più attenta ed esigente in termini di qualità sensoriale e funzionale”.

Una scelta di proseguire nel cammino intrapreso di sviluppo dell'azienda che è supportata anche da una collaborazione con l'università degli studi di Parma, grazie alla quale FreeG riceve continui spunti per produrre alimenti costantemente all'avanguardia. “Essendo produttori diretti, il vantaggio competitivo si riflette nella possibilità di poter soddisfare le richieste più specifiche e particolari, adattandole alle nostre formulazioni già sviluppate, partendo dalle singole materie prime fino al prodotto finito”, aggiunge Marini. “E i feedback estremamente positivi che continuiamo a ricevere sui nostri prodotti ci incentivano a credere ancor di più nella nostra mission, quale azienda dedicata al benessere e alla salute”.

Oltre alla certificazione AiC, a breve FreeG conseguirà lo standard Fssc 22000. “Un valore aggiunto, che ci permetterà di ampliare il nostro target di clienti”, sottolinea il titolare dell'azienda lombarda. “Soprattutto all'estero, ambito a cui si rivolgono, in particolare, i nuovi prodotti che saranno lanciati entro l'anno”.



Attualmente l'offerta firmata FreeG, tanto che si parli di referenze a proprio marchio quanto di Private label, si rivolge sia al pubblico sia a operatori professionali, quali importatori e responsabili di Gd e Do, di tutto il mondo.

### VALLEDORO www.valledorospa.it

L'azienda bresciana Valledoro viene fondata nel 1954 da Rina Consoli e Ferruccio Zubani, che trasformano la forneria di famiglia in un laboratorio artigianale. Oggi, con cinque linee di produzione e un'ampia gamma di prodotti con tipologie diverse di grissini, di panetti croccanti e di snack, Valledoro rappresenta un'impresa in forte espansione, con un mercato di vendita sia italiano che estero.

#### Nome prodotto

Sungri

#### Breve descrizione del prodotto

Croccanti bastoncini di mais soffiati senza glutine. Gustosi e fragranti, i Sungri sono ideali in ogni momento della giornata per uno spuntino sfizioso o per un aperitivo stuzzicante e a tavola accompagnano ogni piatto con gusto e semplicità.

#### Ingredienti principali

Farina di mais\*, sale (1,6%) (\*biologico).

#### Caratteristiche e plus marketing

Adatti alle persone intolleranti al glutine o per chi ha semplicemente deciso di eliminarlo dalla propria dieta.

#### Peso medio/Pezzature/Confezionamento

120 g.

#### Shelf life

8 mesi.

#### Certificazione

Brc; Bio; Iso 9001.



# FreeG

## BENESSERE SENZA GLUTINE

**piadenelle**  
DA AGRICOLTURA BIOLOGICA  
GLUTEN FREE 2 pezzi - 200 g e - Net weight 7,06 oz

**base per pizza**  
cotta su pietra  
GLUTEN FREE 2 pezzi - 300 g e - Net weight 10,58 oz

Prodotti senza glutine,  
senza allergeni, biologici e vegani

**Freeg srl**  
 Via dei Platani, 630 - 26034 Drizzona (Cr) Italy  
 Tel. +39 0 375 380088  
 info@freeg.it - www.freeg.it

# Speciale Beverage

# SEITE DI BIO



Cresce il mercato delle bevande analcoliche 100% naturali. Dove ricette innovative e speciali procedimenti produttivi esaltano e salvaguardano le proprietà benefiche di frutta e verdura. Gustose e dissetanti, vantano un basso contenuto calorico e un'elevata sostenibilità ambientale. Di seguito le ultime novità presentate dagli specialisti del comparto.

A CURA DI FEDERICA BARTESAGHI

## Equalis Italia

[www.equalis.eu](http://www.equalis.eu)

Equalis è un'azienda siciliana fondata nel 2009, a partire da una consolidata esperienza nella lavorazione degli agrumi che ha attraversato diverse generazioni.

### SUBITOBIO

**Breve descrizione del prodotto**

Due spremute d'arancia da agricoltura biologica certificata, con filiera corta. La raccolta delle arance rosse viene effettuata solo all'interno del territorio catanese dove si trovano i prodotti di più alta qualità. Mentre le arance bionde vengono raccolte sul territorio della provincia di Palermo.

**Caratteristiche e plus marketing**

Prodotto completamente naturale senza conservanti da prima spremitura.

**Formato**

1000 ml e 500 ml.

**Shelf life**

40 giorni.

**Certificazione**

Iso 9001, Iso 2002, Haccp, Bio, Igp, Dop.



## BeneBio

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

BeneBio, marchio con una completa e trasversale offerta di prodotti alimentari biologici, presente in grande distribuzione, è una start-up nata a fine 2015 che dedica grande attenzione a intolleranze e diete specifiche.

### SUCCO DI MELA E MIRTILLO BIO

**Breve descrizione del prodotto**

Il succo di frutta mela e mirtillo BeneBio è un mix armonioso. Contiene ingredienti biologici selezionati ed è senza zucchero saccarosio aggiunto, permettendo così di assaporare il gusto vero della frutta in ogni momento della giornata.

**Ingredienti principali**

Succo di mela bio e succo di mirtillo bio.

**Caratteristiche e plus marketing**

Senza zucchero saccarosio aggiunto.

**Formato/Pezzature/Confezionamento**

Vetro, 500 ml.

**Shelf life**

325 giorni.

**Certificazione**

QCertificazioni.



## Alce Nero

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

Alce Nero è il marchio di agricoltori, apicoltori e trasformatori biologici impegnati dagli anni '70 nel produrre cibi buoni, frutto di un'agricoltura che rispetta la terra e la sua fertilità. Più di 1.000 produttori in Italia, 14mila nel mondo.

### SUCCO DI MELA, ARANCIA, CAROTA E LIMONE

**Breve descrizione del prodotto**

Il succo di mela, arancia, carota e limone Alce Nero è prodotto con il 100% di frutta e verdura, senza l'aggiunta di dolcificanti e aromi. Tutte le materie prime sono biologiche e coltivate in Italia. Le mele, raccolte fresche al giusto grado di maturazione, crescono nei frutteti dei soci agricoltori del marchio dove ogni albero ha più spazio per la crescita dei frutti.

**Ingredienti principali**

Succo di mela, succo d'arancia, succo di carota, succo di limone.

**Caratteristiche e plus marketing**

100% frutta e verdura coltivate in Italia.

**Formato/Pezzature/Confezionamento**

Bottiglia vetro, 500 ml.

**Shelf life**

24 mesi.

**Certificazione**

Biologica.



## Fior di Loto

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

Fior di Loto è un esempio di azienda italiana tipicamente familiare che deve il suo successo alla passione per il biologico e alla continua ricerca della qualità. La storia di Fior di Loto inizia nel 1972, quando il fondatore, Riccardo Maschio, inizia a importare prodotti macrobiotici dal Giappone e a distribuirli nelle prime erboristerie. Nel corso degli anni l'azienda si è poi specializzata nello sviluppo e nella distribuzione di prodotti biologici.

### SUCCHI DI FRUTTA E VERDURA

**Breve descrizione del prodotto**

I succhi di frutta e verdura Fior di Loto si dividono in sei golose ricette tutte naturalmente biologiche, colorate e trendy: tre a base di frutta, dolcificate con succo di mela; e tre realizzate con ortaggi di primissima qualità, innovative e dal sapore ricercato.

**Ingredienti principali**

Mix di frutta o frutta e verdura 100% bio.

**Caratteristiche e plus marketing**

Ingredienti 100% bio, senza zuccheri aggiunti.

**Formato/Pezzature/Confezionamento**

250 ml.

**Certificazione**

Biologica.



### NETTARE DI MELAGRANA

**Breve descrizione del prodotto**

Il succo di melagrana Alce Nero è prodotto utilizzando solo frutta biologica raccolta al giusto grado di maturazione. Il nettare è ottenuto dalla frutta alla quale si aggiunge unicamente zucchero di canna. Non sono presenti conservanti né aromi. Ideale da bere fresco, a colazione o per merenda.

**Ingredienti principali**

Succo di melagrana, zucchero di canna.

**Caratteristiche e plus marketing**

Realizzato con il 65% melagrana. Sapore agrodolce.

**Formato/Pezzature/Confezionamento**

Bottiglia vetro, 500 ml.

**Shelf life**

24 mesi.

**Certificazione**

Biologica.



## Fonte Plose

www.acquaplose.com

Storica azienda di Bressanone (Bz) che fin dagli anni '50 con Acqua Plose, una delle acque più pure e leggere al mondo, è riconosciuta per un'offerta di prodotti sani, naturali e garantiti. Qualità e ingredienti di prima scelta differenziano i succhi e nettari 'BioPlose' e la neonata 'Tea Collection', 100% bio, privi di zuccheri aggiunti, conservanti, coloranti e Ogm. Rigorosamente imbottigliati in vetro.

### TEA COLLECTION BIOPLOSE

#### Breve descrizione del prodotto

Thè freddo biologico di qualità imbottigliato in vetro. La linea si compone di cinque thè freddi: Thè & Limone, Thè & Pesca, Thè Verde, Thè Bianco & Zenzero, con estratti di sambuco, e Thè Bianco & Superfrutti. Biologici certificati, contengono ingredienti provenienti da aziende accuratamente selezionate nel settore e sono privi di conservanti, coloranti e zuccheri aggiunti, se non quelli naturalmente presenti nella frutta.

#### Ingredienti principali

Acqua, estratto di thè (bianco/nero/verde), succo di limone concentrato bio, mosto d'uva concentrato bio, cui si aggiungono, a seconda del gusto, il succo dei superfrutti, di pesca o l'estratto di zenzero.

#### Caratteristiche e plus marketing

La nuova linea di thè freddi bio in vetro determina una svolta di qualità nel mercato dei thè freddi. La Tea Collection BioPlose, infatti, inaugura l'era di un thè freddo bio certificato, di prima qualità, dissetante e a base di ingredienti dalle riconosciute proprietà benefiche preservate dal confezionamento in bottigliette di vetro da 25 cl, come da migliore tradizione Plose.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Tutti i thè freddi della Tea Collection BioPlose sono confezionati nella distintiva bottiglietta dalla forma allungata, in vetro a perdere, nel formato da 25 cl. Cartoni da 24 bottiglie. Shelf life: 24 mesi.

#### Certificazione

ABCert.



### BIOPLOSE (SUCCHI E NETTARI)

#### Breve descrizione del prodotto

Succhi e nettari 100% biologici, privi di conservanti, coloranti e zuccheri aggiunti, se non quelli naturalmente presenti nella frutta. Rigorosamente imbottigliati in vetro come da migliore tradizione Fonte Plose. La linea si compone di 10 gusti: mirtillo, melagrana, ananas, arancia-carota, pera, mela, albicocca, pesca, arancia, pompelmo.

#### Caratteristiche e plus marketing

Una golosa linea di prodotti 100% biologici, ideali per soddisfare i gusti più diversi in ogni momento della giornata. Tutti gli ingredienti sono scelti accuratamente rifondendosi da aziende che operano nel rispetto dell'ambiente e dei cicli della natura, per garantire gli standard qualitativi che caratterizzano tutta la produzione Fonte Plose.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Tutti i succhi e nettari BioPlose sono confezionati nella distintiva bottiglietta dalla forma allungata, in vetro a perdere, nel formato da 20 cl. Cartoni da 24 bottiglie. Shelf life: 24 mesi.

#### Certificazione

ABCert.



## Sibat Tomarchio

www.tomarchiobibite.it



Sibat Tomarchio è stata fondata nel 1920 come azienda di famiglia ad Acireale, una piccola città alle pendici del vulcano Etna, in Sicilia. Tre generazioni di imprenditori dopo, l'azienda si è evoluta in una struttura moderna diventando leader regionale nella produzione di bevande gassate a base di agrumi.

### COLA BIO

#### Breve descrizione del prodotto

La Cola Bio Tomarchio è caratterizzata da un gusto unico e particolare. All'intensità aromatica della noce cola si contrappone l'aroma ricco e intenso del limone di Siracusa Igp di altissima qualità. Il suo gusto, pieno e delicato al tempo stesso, viene infine impreziosito dalla naturale dolcezza del succo di uve biologiche siciliane e dal succo di carrube.

#### Ingredienti principali

Acqua, succo d'uva, anidride carbonica, zucchero bruciato, acidificante: acido citrico, zucchero di carrube, aromi naturali, succo di limone di Siracusa Igp, estratto noci di Cola.

#### Caratteristiche e plus marketing

Solo agrumi da agricoltura biologica di Sicilia a filiera controllata. In acqua dell'Etna.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Bottiglia in vetro da 250 ml, confezione da 24 bottiglie. Shelf life: 12 mesi.

#### Certificazioni

Bio Organic, Vegan Ok, Usda Organic, Distretto Agrumi Sicilia, limone di Siracusa Igp.

### GAZZOSA BIO

#### Breve descrizione del prodotto

Il suo gusto caratteristico e rinfrescante nasce dalla sapiente combinazione tra l'acqua proveniente dalle pendici dell'Etna e l'aroma intenso del limone di Siracusa Igp, il cui succo aromatico è ricco di vitamina C. A impreziosirne il gusto, la naturale dolcezza del succo di uve biologiche siciliane. La Gazzosa Bio è una bibita versatile e facile da bere. Tradizionalmente abbinata a un cucchiaino di granita di limone in estate oppure miscelata con il vino. Perfetta anche ghiacciata con una fetta di limone come digestivo.

#### Ingredienti principali

Acqua, succo d'uva, anidride carbonica, acidificante: acido citrico, zucchero di carrube, aromi naturali, succo di limone di Siracusa Igp, aromi naturali, antiossidante: acido ascorbico.

#### Caratteristiche e plus marketing

Solo agrumi da agricoltura biologica di Sicilia a filiera controllata. In acqua dell'Etna.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Bottiglia in vetro da 250 ml, confezione da 24 bottiglie. Shelf life: 12 mesi.

#### Certificazione

Bio Organic, Vegan Ok, Usda Organic, Distretto Agrumi Sicilia, limone di Siracusa Igp.

## Azienda Montana Achillea

www.achillea.com

Dal 1980, ai piedi del Monviso, Achillea trasforma sapientemente i migliori prodotti dell'agricoltura biologica in alimenti nutrizionalmente sani e buoni. Grazie alla rigorosa selezione dei fornitori, la frutta fresca viene trasformata in stagione, con ricette semplici e delicati processi di trasformazione, per mantenere inalterate le qualità della frutta.

### CAFFÈ COLD BREW ACHILLEA PREMIUM

#### Breve descrizione del prodotto

Caffè bio ottenuto tramite una lenta filtrazione a freddo di 12 ore, senza zuccheri e 100% made in Italy. Il particolare metodo di estrazione rispetta delicatamente le caratteristiche organolettiche del caffè all'origine, in quanto non subisce shock termici in fase di filtratura e mantiene inalterati tutti i suoi aromi. Con solo lo 0,056 % di caffeina.

#### Ingredienti principali

Acqua, caffè bio.

#### Caratteristiche e plus marketing

Il Caffè Cold Brew Achillea Premium è il non plus ultra per gli estimatori del caffè freddo. Oltre alla garanzia di offrire un prodotto biologico, senza conservanti né coloranti, è una bevanda strategica anche per il particolare metodo estrattivo dell'infusione fredda.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Bottiglia in vetro 275 ml; 12 pezzi per confezione.

#### Shelf life

12 mesi.

#### Certificazione

Icea (Istituto per la certificazione etica e ambientale).



## Levico Acque

www.levicoacque.it

Un'azienda che non pesa sull'ambiente: leggerezza dalla produzione alla distribuzione, complice la recente ristrutturazione dello stabilimento secondo i più moderni criteri di eco-compatibilità e la certificazione B-neutral di impatto zero dal 2014. Un'azienda che rispetta il territorio: massima attenzione per l'equilibrio idrologico della fonte, con una produzione che non supera il numero di bottiglie compatibili con l'effettiva emissione dell'acqua. Un'azienda che usa materiali sostenibili: Levico utilizza esclusivamente bottiglie di vetro e fa uso di imballaggi riciclabili e trasporti poco inquinanti.

### LEVICO MELAGRANA BIO

#### Breve descrizione del prodotto

Bibita frizzante biologica.

#### Ingredienti principali

Acqua, 10% succo di mela da concentrato\*, zucchero di canna\*, 6% succo di melagrana da concentrato\*, anidride carbonica, succo di carota nera\*, acidificanti: acido citrico, aroma naturale. (\* da agricoltura biologica)

#### Caratteristiche e plus marketing

La sua particolare composizione e il gusto bilanciato la rendono ideale per un consumatore attento ai sapori e ai temi del biologico. Il gusto melagrana, inoltre, è di grande tendenza.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Bottiglie vetro da 275 ml in confezioni da 24 bottiglie.

#### Shelf life

18 mesi.

#### Certificazione

IT BIO 005 T810.



## Lombardia Drinks

www.lombardiadrinks.it

Lombardia Drinks è l'azienda creatrice delle innovative bevande GingerLove, DetoxLove, EnergyLove, SleepyLove e CoconutVibrations. Cinque bevande naturali senza zucchero aggiunto, tutte certificate bio, vegan e raw, da bere calde come cappuccino di frutta o fredde come estratto da tasca, pronte in pochi istanti. Distribuite in esclusiva sul territorio italiano da n&n di Caecilie Olive Hechtel.

### GINGERLOVE

#### Breve descrizione del prodotto

Un estratto di frutta e spezie bio da tasca. Senza zuccheri aggiunti, con tante fibre e poche calorie. Dall'effetto rigenerante, fornisce all'organismo la giusta carica senza caffeina. Disinfetta le vie respiratorie.

#### Ingredienti principali

Frutta\* 44% (arancia\* 36%, limone\* 6%, mela\*), riso\*, silice, aromi naturali, fibre\* (gomma di acacia\*), bicarbonato, estratto di zenzero\* 1%, carota\*, curcuma\*. \*Ingredienti provenienti da agricoltura biologica. (\* senza zuccheri aggiunti. Contiene in natura zuccheri).

#### Caratteristiche e plus marketing

Sono prodotti molto apprezzati da clienti e rivenditori perché hanno una rotazione molto alta, fidelizzano e alzano lo scontrino medio. Inoltre, concediamo un'esclusiva di zona e aiutiamo la promozione del prodotto con regolari campagne Facebook/Instagram.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Classic box cinque buste; Fan box cinque buste.

#### Shelf life

18-24 mesi.

#### Certificazione

Biologica.



## Eurofood

www.eurofood.it • www.nattura.it

Dal 1970 Eurofood importa e distribuisce in esclusiva per il mercato italiano una assortimento completo dei più prestigiosi marchi legati al mondo delle nuove tendenze alimentari. Nella linea salutistica vanta il brand di proprietà Nattura, che prevede un'ampia gamma di prodotti improntata al gusto e alla salute e con una particolare attenzione alle intolleranze alimentari.

### CENTRIFUGATO DI CAROTE BIO NÁTTÚRA

#### Breve descrizione del prodotto

Il Centrifugato di Carote Nattura è prodotto con il 99,5% di carote biologiche. Essendo un centrifugato mantiene un'ottima quantità di vitamine e sali minerali e presenta importanti proprietà come la depurazione dell'organismo, il rafforzamento del sistema immunitario, il miglioramento delle funzionalità intestinali e soprattutto un fantastico effetto anti-age. Inoltre è ricco di betacarotene che serve per preparare la pelle ai raggi del sole e intensifica l'abbronzatura.

#### Ingredienti

Succo di carota da concentrato\* 99,5%, antiossidante: acido ascorbico. (\* biologico).

#### Caratteristiche e plus marketing

Biologico, vegano, ricco di betacarotene, mantenimento delle proprietà di vitamine e sali minerali.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Bottiglia vetro da 500 ml; 6 confezioni per cartone. Shelf life: un anno.

#### Certificazione

IT Bio 008, Agricoltura Ue.



## Probios

www.probios.it

Probios, azienda leader in Italia nella distribuzione di alimenti biologici vegetariani, promuove la coltivazione di materie prime nel rispetto dell'uomo e della natura e da molti anni si dedica anche alla commercializzazione di linee di prodotti adatti a chi deve seguire specifici regimi alimentari.

### SUCCHI ARANCIA E ZENZERO & LIME E ZENZERO

#### Breve descrizione del prodotto

La vasta gamma di succhi di frutta biologici Probios si arricchisce di due nuovi gusti: arancia e zenzero e lime e zenzero. Una dolce novità per soddisfare la richiesta crescente di questa radice che, stando ai dati 2016 di Google Trends, ha registrato un +106% nelle ricerche rispetto all'anno precedente. Queste due varietà si vanno ad aggiungere alle altre 10 già disponibili: tutte dolcificate con solo succo d'uva o di mela, con ingredienti provenienti da agricoltura italiana (ad eccezione del gusto mirtillo), e senza glutine.

#### Ingredienti principali

\*Succo di arancia da concentrato, \*succo di mela da concentrato, succo di zenzero (\*succo di zenzero, \*succo di limone concentrato). (\*biologico)

#### Caratteristiche e plus marketing

Dolcificato con alternative allo zucchero saccarosio.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

Bottiglia in vetro da 500 ml. Shelf life: 24 mesi.

#### Certificazione

Biologico, Agricoltura Ue/Non Ue.



## Parma Is

Parma Is è un'azienda di alta gastronomia che opera nella Food Valley parmense. È conosciuta e apprezzata principalmente per la linea di panini freschi faciti "Il Pagnotto", lanciata nel 2014.

### SUCCHI DI FRUTTA FRÚ

#### Breve descrizione del prodotto

I succhi di frutta Frú sono ottenuti attraverso spremitura a freddo, utilizzando esclusivamente frutta fresca e sono completamente naturali: non contengono né additivi né zuccheri. Referenze disponibili: acqua di cocco, bergamotto, clementina, fragola, kiwi, mela e mirtillo.

#### Ingredienti principali

Esclusivamente frutta fresca, senza aggiunta di zuccheri, additivi o conservanti.

#### Caratteristiche e plus marketing

Bere uno di questi succhi equivale a consumare una porzione di frutta fresca al giorno. Merito del trattamento con la tecnologia delle alte pressioni (High pressure processing), che sottopone i prodotti alimentari a pressioni migliaia di volte superiori a quella atmosferica. Il tutto senza apporto termico. In questo modo si inattivano i microrganismi presenti nei cibi, sia solidi che liquidi, così da rendere microbiologicamente stabili, conservabili e sicuri gli alimenti. Il succo di frutta trattato conserva così le stesse proprietà organolettiche e nutritive, soprattutto in termini di sali minerali e vitamine, della frutta fresca. Con vantaggi, però, in termini di sicurezza alimentare, perché le alte pressioni azzerano la carica batterica dei prodotti. A beneficiarne è anche la shelf life, notevolmente più lunga.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

200 ml. Shelf life: 30 giorni. Una volta aperto, consumare entro due giorni.



## Acqua Minerale San Benedetto

www.sanbenedetto.it

Nata nel 1956, Acqua Minerale San Benedetto, con una presenza in oltre cento Paesi nei cinque continenti, è il Gruppo a capitale interamente italiano più importante nell'intero mercato del beverage analcolico. Azienda 'totale', multispecialista e multicanale, San Benedetto opera con successo in tutti i segmenti del mercato di riferimento.

### THÈ VERDE BIO CON ZENZERO E INFUSO DI BACCHE DI GOJI

#### Breve descrizione del prodotto

Thè Verde Bio con Zenzero e infuso di bacche di Goji è la nuova ricetta di benessere di San Benedetto. Tutta l'energia preziosa della natura in un delicato mix di ingredienti selezionati per aiutare a vivere in armonia.

#### Ingredienti principali

Thè verde biologico con zenzero e infuso di bacche di goji.

#### Formato/Pezzature/Confezionamento

0,40 l, bottiglia slim.

#### Certificazione

Biologica.



## Natura Nuova

[www.natura-nuova.com](http://www.natura-nuova.com)

Azienda che da oltre 20 anni rappresenta tradizione e innovazione nel settore dei prodotti a base di frutta fresca e di proteine vegetali.

### FRUTTASUPER CON QUINOA

Breve descrizione del prodotto

Linea di prodotti dal pack innovativo e dal formato tascabile, dove la frutta 'tradizionale' (molta a km zero) frullata, biologica, senza conservanti, incontra i benefici dei 'super-frutti'. Disponibile anche nella versione con melograno e acai.

**Ingredienti principali**

Pera, banana, mela, quinoa.

**Caratteristiche e plus marketing**

Biologico, senza zuccheri aggiunti, senza conservanti.

**Formato/Pezzature/Confezionamento**

Confezione da 120 g.

**Shelf life**

12 mesi.

**Certificazione**

Bioagricert.



## Sarchio

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

Dal 1982 Sarchio produce e commercializza prodotti biologici, senza glutine e vegani, frutto di un'agricoltura rispettosa dell'ambiente, che non usa sostanze chimiche. La qualità e la sicurezza delle referenze Sarchio sono garantite da specifiche certificazioni e molteplici analisi: la certificazione Ccpb, l'utilizzo del logo Spiga Sbarrata e l'inserimento nel Prontuario degli Alimenti dell'Aic. Inoltre, la linea vegan è certificata anche Vegan society.

### BEVANDA QUINOA E RISO

Breve descrizione del prodotto

Una bevanda che unisce il sapore caratteristico della quinoa con la naturale delicatezza del riso. Adatta per la prima colazione e in qualsiasi momento della giornata, la Bevanda Quinoa e Riso di Sarchio è senza glutine, non contiene zuccheri aggiunti e può essere gustata sia calda che fredda in alternativa al latte vaccino per gli intolleranti al latte o per tutti coloro che scelgono un'alimentazione vegana. Ottima per la preparazione di frappè e dolci vegani.

**Ingredienti principali**

Acqua, quinoa\* (7%), riso\* (7%), olio di semi di girasole spremuto a freddo\*, sale marino. (\* prodotto biologico).

**Caratteristiche e plus marketing**

Bevanda biologica, senza glutine e vegan.

**Formato/Pezzature/Confezionamento**

1000 ml.

**Shelf life**

12 mesi.

**Certificazione**

Bio da Ccpb, Vegan Society.



## Zerbinati

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



Zerbinati, specialista nella produzione di verdure fresche pronte al consumo e di piatti pronti freschi, è un esempio di azienda tipicamente familiare che deve il suo successo alla passione per il buon cibo e alla continua ricerca della qualità. La storia dell'azienda piemontese inizia nel 1970 e conta oggi più di 110 referenze.

### FRUIT&VEG SQUEEZY SNACK

Breve descrizione del prodotto

In collaborazione con l'azienda spagnola Verdifresh, Zerbinati lancia la distribuzione sul mercato italiano dei loro succhi 100% vegetali. Veri e propri snack da bere a base di frutta e verdura, senza glutine, senza lattosio e privi di zuccheri aggiunti. I Fruit&Veg Squeezy Snack sono disponibili in tre gustose referenze: 'Mascletà' al guaranà con arancia, carote, ananas e zucca; 'Menorca' ai semi di canapa con ananas, cocco, lattuga e mango; 'Flamenca' con sciroppo d'agave con lamponi, fragole, ribes e barbabietola.

**Ingredienti principali**

Mix di frutta e verdura.

**Caratteristiche e plus marketing**

100% vegetali, senza glutine, senza lattosio e privi di zuccheri aggiunti. Si distinguono inoltre per l'innovativo packaging: la confezione squeezable, completamente riciclabile, è tra le più leggere sul mercato (9 gr) e dotata di tappo richiudibile.

**Formato/Pezzature/Confezionamento**

250 g.



BIO  
agrit

**BENVENUTI IN SICILIA**

1920  
BIBITE SICILIA  
**TOMARCHIO**

- ARANCIATA ROSSA**  
con il 16% di succo di "Arancia Rossa di Sicilia IGP"
- ARANCIATA**  
con il 16% di succo di "Arancia di Ribera D.O.P."
- LIMONATA**  
con il 16% di succo di "Limone di Siracusa IGP"
- MANDARINO**  
con il 16% di succo di Mandarino Tardivo di Ciaculli
- CHINOTTO**  
con estratto di Chinotto
- GAZZOSA**  
con succo di "Limone di Siracusa IGP"
- COLA**  
con succo di "Limone di Siracusa IGP"

SOLO AGRUMI DA AGRICOLTURA BIOLOGICA DI SICILIA A FILIERA CONTROLLATA

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



## BIO BIO SAVONA

Bio Bio nasce nel 2003 dalla passione dell'attuale titolare Luciana Bove per il biologico, la salute e l'ecologia. Nel corso degli anni, il punto vendita è cresciuto molto e la sede storica del negozio si è arricchita di nuovi spazi espositivi e di validissime collaboratrici, per offrire alla clientela un servizio migliore e un assortimento di prodotti sempre più vasto. Per rimanere in linea con la filosofia dell'impresa, in tutte le fasi di ristrutturazione sono stati utilizzati materiali di bioedilizia, sia per i lavori edili che per gli arredi. Anche l'impianto luci è stato realizzato interamente con lampade a basso consumo. "L'obiettivo principale di Bio Bio è quello di fornire e diffondere prodotti alimentari e non che rispettino l'ambiente, sia nella fase di produzione che in quella di consumo e di smaltimento. Rispettare l'ambiente vuol dire rispettare noi stessi e soprattutto i nostri figli che in questo ambiente dovranno vivere anche domani", spiega la titolare. "Allo stesso tempo ci preoccupiamo di soddisfare le esigenze di tutte quelle persone che soffrono di intolleranze alimentari o di ipersensibilità a determinati componenti contenuti normalmente nei prodotti convenzionali per l'igiene e per la pulizia". Bio Bio propone ai clienti prodotti alimentari freschi e confezionati esclusivamente biologici e biodinamici, nonché articoli non alimentari certificati. "Il vero punto di forza è il reparto ortofrutta: ogni giorno è possibile trovare una vasta gamma di frutta e verdura freschissime, soprattutto proveniente dalle eccellenti aziende agricole del nostro territorio. E inoltre più di tremila prodotti fra pane fresco a lievitazione naturale,

latte e latticini, gastronomia, bevande, tè e infusi, vini, omogeneizzati, prodotti dolci e salati e tutto ciò che di buono si possa desiderare... E ancora prodotti per l'igiene personale, cosmesi e trucchi, cura del bebè e della mamma, solari e trattamenti di bellezza per il corpo, abbigliamento naturale, giocattoli ecologici, cancelleria e libri, prodotti per la pulizia casa e detersivi alla spina, accessori casa e regalo, cibo per animali". Insomma, tutto ciò che serve per promuovere il bio a 360°.



**Anno di nascita:** 2003  
**Superficie:** 150 mq  
**Numero di vetrine:** 4

**Marchi proposti (alimentare):** Achillea, Agribosco, Alce Nero, Ali degli Angeli, Allos, Antico Molino Rosso, Arche, Baule Volante, Bio Vegan, Bioitalia, Bionaturae, Bioritmi, Cascina Belvedere, Cascine Orsine, Chicza, Clipper, Ctm Altromercato, Dalla Costa, Eco Nature, Ecor, Erbaluna, Finestra sul Cielo, Fior di Loto, Gautschi, Geo, Giardino Botanico Berici, Go Pure, Holle, Isola Bio, Kontak, L'Origine, La Baluna, La Bottinatrice, La Macina Bio, Le Deliziose, Linwoods, Lissa, Lotus, Loverdiana, Marchandel, Maso del Gusto, Melauro, Natutattiva, Panela, Pasta d'Alba, Perlage, Più Bene, Probios, Prometeo, Provamel, Quinoa Real, Rachelli, Rapunzel, Sane Bontà, Sonnentor, Sottolestelle, Taste of Nature, Terre e Tradizioni, The Bridge, Tomarchio, Torre Colombaia, Touch Organic, Tra'fo, Valverbe, Verde&Bio, Vitariz, Vivani

**Marchi proposti (cosmetica):** Aleppo Colors, Almacabio, Argital, Benecos, Bi-Herba, Bio Happy, Biolù, Bjob, Cattier, Dr. Hauschka, Ecor, Ecosi, Esprit Equo, Flora, Guam, Hino, Italcile, Lavera, Natur Erbe, Verdesativa, Weleda

**E-mail:** info@bio-bio.it  
**Sito web:** www.bio-bio.it

## ERBORISTERIA SOLE LUNA CESENA



L'erboristeria Sole Luna di Cesena nasce nel febbraio del 1998 da un'intuizione di Alessandro Salomoni, proprietario del punto vendita. "L'apertura di questo negozio è la conseguenza di un percorso personale di studi che mi ha permesso di poter dare informazioni e consigli al pubblico in maniera esaustiva. Dopo un diploma in chimica industriale e gli studi in Scienze Erboristiche, mi sono diplomato in Naturopatia presso l'Istituto di Medicina Psicosomatica Riza, con master di specializzazione in Iridologia e Massaggio antistress. La cosa importante che ho capito subito dopo l'apertura del negozio, tuttavia, è che in questo settore la formazione e gli studi non terminano mai, così ogni anno seguo importanti corsi di aggiornamento", spiega Salomoni. "Ho avviato l'attività mosso dalla grande passione per questo mestiere ereditata da mio padre Giancarlo, titolare da più di 30 anni di un'azienda di prodotti fitoterapici. Il nome scelto per il negozio, inoltre, richiama il concetto che il sole e la luna regolano le nostre vite con i loro influssi benefici. L'erboristeria ha lo stesso scopo: rendere più

piacevole ed equilibrata la vita, con l'ausilio della natura". Inizialmente il negozio era una piccola bottega di 30 mq ma, con il passare degli anni, il punto vendita è stato ampliato e ora vanta una superficie di 160 mq all'interno del quale è possibile trovare generi alimentari, prodotti per la cura della persona e fitopreparati. "La sezione dedicata all'alimentare è in grado di fornire ai clienti un servizio a 360°: un MiniMarket Bio offre, tutte le mattine, pane e prodotti freschi, frutta biologica portata direttamente dai contadini della nostra zona - che applicano ovviamente coltivazioni biologiche e biodinamiche-, prodotti per intolleranze alimentari e per celiaci. La parte della cosmesi, poi, vanta una vasta scelta di prodotti bio senza parabeni, sls e altre sostanze dannose per la salute del cliente. La parte dei fitopreparati del negozio è quella che mi sento più cucita addosso: tutti i prodotti li scelgo con scrupolosità, cercando la qualità del prodotto". Il personale addetto alla vendita è altamente specializzato ed è in grado di fornire ai clienti una soluzione per ogni necessità.

**Anno di nascita:** 1998  
**Superficie:** 160 mq  
**Numero di vetrine:** 2

**Marchi proposti (alimentari):** Probios, Finestra sul cielo, Ki Group, Il Chicco di grano, Sottolestelle, Baule Volante, Fior Di Loto.

**Marchi proposti (cosmetica):** L'Erborario, Weleda, Flora, L'amande, Guam, Ardes, Soleluna.

**E-mail:** info@erboristeriasoleluna.it  
**Sito web:** www.erboristeriasoleluna.it

## MERCATO SILANO FALCONE CAMIGLIATELLO SILANO (CS)

A Camigliatello Silano, in provincia di Cosenza, il Mercato Silano è il luogo ideale per tutti coloro che sono alla ricerca di prodotti tipici locali, biologici, selezionati e di alta qualità. Il Mercato Silano, però, è molto più di un semplice punto vendita. Qui, infatti, oltre alla possibilità di scovare e acquistare referenze calabresi nell'area dedicata propriamente al negozio, è possibile degustare ciò che più si desidera nello spazio ristoro adiacente e confrontarsi su quella che può essere definita una vera e propria esperienza culturale, oltre che sensoriale. Il Mercato Silano è una realtà giovane e al passo coi tempi. Nasce, infatti, nel 2016 da una felice intuizione dei fratelli Arturo e Carlo Falcone e dalla loro passione per la propria terra e la propria cultura. Collocato nel vecchio edificio del Consorzio Agrario, il

Mercato è un luogo di aggregazione per i produttori dell'altopiano silano e ha come principale obiettivo quello di azzerare le distanze tra produttore e consumatore, rendendo le eccellenze del territorio disponibili e accessibili a tutti. Non solo. Grazie alla filosofia dei due fratelli, il Mercato oggi può essere considerato uno dei principali promotori dei prodotti del territorio, dalla carne al pane, dai salumi ai formaggi, dal vino alla birra artigianale, con un servizio che rispecchia la grande ospitalità della gente di uno degli altopiani più belli d'Italia. La cura per il prodotto, poi, si riflette anche nell'uso di un packaging per alimenti come Ideabrill (marchio brevettato di Essequattro), che permette di conservare le caratteristiche organolettiche dell'alimento per più giorni rispetto agli imballi tradizionali.



Da sinistra, Arturo e Carlo Falcone



**Anno di nascita:** 2016  
**Superficie:** 80 mq negozio + spazio ristoro  
**Numero di vetrine:** 2

**Salumi proposti:** sopressata di Calabria Dop; capocollo di Calabria Dop; salsiccia di Calabria Dop; pancetta di Calabria Dop  
**Formaggi proposti:** provoletta Sila; caciocavallo silano Dop

**Sito web:** www.mercatosilano.com - www.facebook.com/mercatofalcone  
**E-mail:** info@mercatosilano.com

**AGRIVERDE**  
[www.agriverde.it](http://www.agriverde.it)

**Nome prodotto**  
'Eikos' Pecorino Igp  
Vitigni  
Pecorino

**Zona di produzione**  
Provincia di Chieti  
**Gradazione alcolica**  
13% Vol.

**Note organolettiche**  
Giallo paglierino con riflessi verdolini, profumo intenso e corposo, con note di frutta a polpa bianca, salvia e lavanda che si fondono a eleganti nuances minerali. Fresco, sapido e minerale.

**Abbinamenti e temperatura di servizio**  
Tutti i piatti della cucina marinara, formaggi a pasta molle e media stagionatura.

**Bottiglie prodotte**  
20mila

**Formato**  
0,75 lt

**Certificazione**  
Biologico e Bio-Vegan Icea.



**DULCIOLIVA**  
[www.dulcioliva.it](http://www.dulcioliva.it)

**Nome prodotto**  
Tavolette Bio-Vegan cioccolato fondente extra 70%

**Breve descrizione prodotto**  
Tavoletta di cioccolato biologico e vegan.

**Ingredienti principali**  
Pasta di cacao biologica, zucchero di canna biologico, burro di cacao biologico, estratto di vaniglia biologica.

**Peso medio/pezzature**  
85 g

**Caratteristiche**  
Il prodotto è certificato Bio-Vegan. Non contiene glutine. Disponibile anche nel gusto Cacao e riso.

**Shelf life**  
18 mesi

**Certificazione**  
Bio-Vegan.



**FORNO MIOTTI**  
[www.fornomiotti.com](http://www.fornomiotti.com)



**Nome prodotto**  
Crostata bio albicocca ai cereali antichi

**Breve descrizione prodotto**  
Prodotto ottenuto da una lavorazione e da una ricetta artigianale con farine di grani antichi e con una confettura di albicocca da agricoltura biologica.

**Ingredienti principali**  
Farina, zucchero, oli vegetali (girasole e cocco), marmellata. Tutti gli ingredienti sono senza conservanti e/o coloranti.

**Peso medio/pezzature**  
250 g

**Caratteristiche**  
Crostata rettangolare, senza bordi, con uno strato generoso di confettura, ben cotta ad aria calda. Disponibile anche nella versione con confettura di mirtillo da agricoltura biologica.

**Shelf life**  
4 mesi

**Certificazione**  
Biologico.

**SALUMIFICIO FALCONE**  
[www.salumificiofalcone.it](http://www.salumificiofalcone.it)



**Nome prodotto**  
'Nduja biologica suino nero senza conservanti

**Breve descrizione del prodotto**  
Salame tipico calabrese a grana finissima, si ottiene utilizzando le gole, il lardello e miscelata con molto peperoncino piccante. Il prodotto viene insaccato in budello naturale (legato di maiale) o (collato di maiale) e assume la consistenza di un salame morbido da spalmare. La stagionatura avviene in un clima di montagna che gli conferisce gusto e profumo.

**Ingredienti principali**  
Carne suina biologica, peperoncino piccante polvere biologico, paprika dolce polvere biologica, sale, pepe nero biologico, finocchio semi biologico.

**Caratteristiche**  
Consistenza compatta tipica dei salami stagionati calabresi, colore rosso, gusto piccante, non salato. Stagionatura 20-25 gg.

**Peso medio/pezzature**  
250-500 g.

**Confezionamento**  
Imballato nei cartoni in confezioni sottovuoto.

**Tempi di scadenza**  
Se sfuso a temperatura ambiente per 180 gg., se confezionato sottovuoto in frigo a temperatura +2/+4°C e per 180 gg.

**Certificazione**  
Biologica.

**VALBONA**  
[www.valbona.com](http://www.valbona.com) - [www.lemagiedellanatura.com](http://www.lemagiedellanatura.com)



**Nome prodotto**  
Olive nere Leccine denocciolate biologiche Valbio

**Breve descrizione del prodotto**  
Le Olive Leccine biologiche Valbio hanno un sapore caratteristico e delicato, che si sposa con ogni preparazione rendendola appetitosa. Sono ideali per antipasti, aperitivi e per condire e guarnire insalate, focacce e secondi piatti.

**Ingredienti principali**  
Olive Leccino, olio di semi di girasole, sale.

**Caratteristiche**  
Le Olive Leccine biologiche Valbio arrivano da un'agricoltura rispettosa dell'ambiente e dei suoi equilibri. Un'agricoltura estensiva, che sfrutta la naturale fertilità del terreno, che promuove la biodiversità dell'ambiente e che esclude l'utilizzo di prodotti artificiali e Ogm.

**Peso medio/pezzature**  
180 g

**Confezionamento**  
Vaso in vetro: 6 vasi per vassoio, 161 vassoi per pallet

**Shelf life**  
36 mesi

**Certificazione**  
Certificazione biologica.

**MOLINO DE VITA**  
[www.molinidevita.it](http://www.molinidevita.it)

**Nome prodotto**  
Semola integrale di grano duro bio ricca in fibre

**Breve descrizione del prodotto**  
Il prodotto viene ottenuto attraverso una macinazione "intera" del grano, a basso tasso di raffinazione e alta valenza tecnologica. Possiede un contenuto in fibra minimo del 10% e contiene il 95% del germe, un alto tenore in vitamine, sali minerali, composti antiossidanti, proteine ad alto valore biologico, stabilità.

**Ingredienti principali**  
Grano duro biologico da agricoltura italiana.



**Caratteristiche**  
Ottima omogeneità di impasto. Odore e sapore caratteristico e gradevole.

**Confezionamento**  
Rinfusa, sacchi 25 Kg o big bag 800 Kg.

**Shelf life**  
6 mesi.

**Certificazione**  
Certificazione biologica Cee 834/07.

**TONIOLO CASEARIA**  
[www.toniolo.it](http://www.toniolo.it)



**Nome prodotto**  
Bio C'è Fresco

**Breve descrizione del prodotto**  
Bio C'è Fresco è un formaggio biologico stagionato circa 45 giorni. Al taglio sprigiona i sentori di pascoli in fiore; vanta una pasta bianca e delicata; in bocca regala una straordinaria esperienza di gusto.

**Ingredienti principali**  
Latte vaccino biologico, sale, caglio, fermenti lattici.

**Caratteristiche**  
Formaggio da tavola semicotto ottenuto dalla lavorazione di latte vaccino biologico, sottoposto a una stagionatura minima di 60 giorni. La forma è cilindrica con facce piane o quasi piane. Lo scalzo è dritto o leggermente convesso. La pasta è semidura, compatta, con radi e piccoli occhi. Il gusto è accentuato, gradevole, mai piccante.

**Peso medio/pezzature**  
Forma intera 6-8 Kg. Possibilità di porzionatura in quarti, mezza forma, 300 g

**Confezionamento**  
Sottovuoto e/o flowpack

**Shelf life**  
Circa 90 gg per la forma intera e 60 gg per il porzionato

**Certificazione**  
Icea IT BIO 006.

**LA FINESTRA SUL CIELO**  
[www.lafinestrasulcielo.it](http://www.lafinestrasulcielo.it)



**Nome prodotto**  
Barrette di quinoa con cacao e cranberries

**Breve descrizione del prodotto**  
La Finestra sul Cielo propone due nuove varianti di gusto per le barrette 'Quinoa Real' (marchio registrato) a base di quinoa real: con cacao o, in alternativa, con cranberries. Le referenze sono senza glutine, vegan e dolcificate con solo sciroppo di riso.

**Ingredienti principali**  
Per le barrette 'Quinoa Real' gusto con cacao: sciroppo di riso, quinoa real soffiate, burro di cacao, olio di girasole, cacao in polvere.

**Caratteristiche**  
Le barrette 'Quinoa Real' sono vegan, senza glutine e dolcificate con solo sciroppo di riso.

**Peso medio/pezzature**  
Monoporzione da 20 g per 20 pezzi nell'espositore

**Shelf life**  
12 mesi

**Certificazione**  
Biologico e vegan.

**DELIZIA**  
[www.deliziaspa.com](http://www.deliziaspa.com)



**Nome prodotto**  
Burrata Bio Deliziosa

**Breve descrizione del prodotto**  
Formaggio fresco a pasta filata con ripieno di straciatella.

**Ingredienti principali**  
Latte bio pastorizzato, panna bio Uht, sale, caglio, correttore di acidità: acido lattico.

**Caratteristiche**  
Aspetto: superficie liscia e lucente, omogenea, di color bianco latte; pasta di struttura fibrosa; consistenza morbida e leggermente elastica. Odore: delicato, gradevole.

**Peso medio/pezzature**  
125 g o 250 g

**Confezionamento**  
In bicchiere di polipropilene termoformato con pellicola di plastica termosaldata.

**Shelf life**  
18 giorni.

**Certificazione**  
Ccpb - Brc - Ifs - Iso 9001:2008 - Halal - Iso 22005:2008.