



DAI PICCOLI ALLEVATORI LA GRANDE QUALITÀ BIO

Piccoli allevatori, latte 100% biologico,
i prodotti più tipici del territorio: con Santangiolina arriva in tavola
l'eccellenza bio della nostra terra.



Organismo di controllo
autorizzato dal MIPAAF
IT BIO 012
AGRICOLTURA ITALIA
Operatore controllato n° 6306



100%
DI BONTÀ
ITALIANA

L'autunno 'caldo' e la lezione del Milan

Come sarà il prossimo autunno? È quello che si chiedono in molti. Preoccupati sia della questione sanitaria, con le incognite del Coronavirus, sia della questione economica, possibili licenziamenti e crisi dei consumi. Difficile fare previsioni. Anche Carlo Cottarelli, economista e commissario alla spending review nei governi Letta e Renzi (l'intervista la trovate alle pagine 38 e 39), non si sbilancia: "Non sappiamo quanto durerà la crisi sanitaria, né di quanto cadrà il Pil, né se ci sarà una seconda ondata della pandemia. Adesso i soldi arrivano soprattutto dalla Banca centrale europea, che compra i titoli di stato perché sta cercando di risollevare l'inflazione, con l'obiettivo di avvicinarla al 2%. Nel momento in cui, tra un anno o un anno e mezzo, l'inflazione comincerà a risalire, la Banca centrale europea smetterà di acquistare i titoli di stato e di aiutarci. E, se l'inflazione dovesse raggiungere la soglia del 2%, la Banca centrale europea potrebbe fare il contrario di ciò che fa ora, e vendere i titoli di stato italiani sul mercato". E ancora: "Un altro elemento di incertezza riguarda la relazione tra l'Italia e l'Europa. Il Recovery Fund non viene dalla Banca centrale europea ma dall'Unione europea, e prevede l'elargizione di 150-170 miliardi di euro nel giro di un paio di anni. In cambio, però, l'Europa chiede qualcosa: l'Italia dovrà presentare il suo programma di riforme, e poi l'Unione europea monitorerà che queste riforme vengano effettivamente eseguite. Il tetto sul deficit pubblico a livello europeo al momento è stato sospeso. A un certo punto verrà reintrodotta, e se non rispondiamo ai requisiti necessari, l'erogazione dei prestiti verrà interrotta". Parole sante. A tutto questo occorre poi aggiungere la crisi dei consumi. Dopo l'abbuffata di Gd e Do (ma non dei discount, almeno non di tutti) nei giorni del lockdown, i consumi nella distribuzione moderna si sono bloccati. Siamo ancora con il segno più anno su anno ma le prospettive per l'autunno non sono incoraggianti. Certo, una diminuzione è dovuta anche alla riapertura dell'horeca. Mentre prima i consumi erano solo ed esclusivamente 'in home', oggi ristoranti e bar ricominciano a riempirsi ma siamo lontanissimi dalle presenze registrate in passato. Pesa molto il terrorismo psicologico di questi mesi. La gente è spaventata. Anche oggi che i contagi e i morti sono ridotti al minimo, si continua a ribadire. "Fate attenzione, il Covid è in agguato". È un continuo gridare "Al lupo, al lupo" che porta la gente a chiudersi in casa, a evitare qualsiasi contatto con l'esterno, a rinchiudersi nel proprio guscio. Tanto che un famoso virologo ha dovuto esortare gli italiani gridando a gran voce: "Uscite di casa, vivete!".

Ed è proprio questa la preoccupazione: che gli italiani - a prescindere, come diceva Totò - si rinchiudano in una sorta di lockdown domestico, dettato non dal Governo ma dalla paura di contrarre il virus.

Ma c'è il Recovery Fund ci dicono da Roma. Con i soldi che ci darà l'Europa metteremo il turbo al paese. Mah, sono perplesso. Come San Tommaso, fino a che non vedo non credo. Per questo gli entusiastici commenti di Cinquestelle & C. dopo il ritorno trionfale di Conte dal vertice europeo mi sono parsi fuori luogo.

Non vorrei che succedesse come al Milan nel 2005. Allo stadio Ataturk di Istanbul si gioca la finale della Champions League. Di fronte la squadra rossonera e il Liverpool. Tutti i bookmaker danno il Milan per vincente, troppo forte la squadra italiana rispetto a quella britannica. Parliamo di Kaká, Maldini, Shevchenko, Cafu, Pirlo: tanta roba. Il primo tempo sembra dar ragione agli allibratori. Finisce 3 a 0 con un Milan che ridicolizza la squadra guidata da Rafa Benitez. Nell'intervallo qualcuno brinda, negli spogliatoi, all'imminente conquista della coppa dalle grandi orecchie. Mister Ancelotti cerca di frenare l'entusiasmo dei suoi ma non ci riesce. E così, nel secondo tempo, cambia la musica. In sei minuti di follia la squadra rossonera incassa tre gol. L'ultimo su un rigore netto provocato da Gattuso. Si va così ai supplementari. Il Liverpool è sfianato ma regge l'urto. Ecco allora la tombola dei rigori. Il Milan perde ed esce mestamente dal campo insieme ai suoi tifosi.

Un consiglio dunque a Conte e ai suoi ministri. Piano con l'esultanza. Calma e sangue freddo. Quando avremo i soldi sui conti correnti potremo tirare fuori lo champagne dal frigo. Anzi, meglio, una bottiglia di prosecco. Bollicine italiane, naturalmente.

Bio & Consumi

Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo S.r.l. by Tespi Mediagroup
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
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158
del 21 aprile 2005
Poste Italiane SPA
Spedizione abbonamento postale
D.L. 353/2003 - Conv. in Legge 46/2004
Art. 1 Comma 1 - LO/MI
Periodico bimestrale
Anno VI - numero 8/9
agosto/settembre 2020
Stampa: Italgrafica - Novara
Prezzo di una copia 1,55 euro - arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 25,00 euro via ordinaria.

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: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyTo-Business, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttoGatto, www.alimentando.info, www.hitechweb.info, www.technospia.it.

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 21 settembre 2020



Mozzarella di Bufala Campana DOP

Nadi

La scelta
Gourmet



BRCS



La Tradizione nell'innovazione



Via Andreozzi, 18 - Loc. Borgo Appio - GRAZZANISE (CE) ITALY - Tel. +39 0823 991850

www.caseificiocooplacontadina.com

il pagellone

IL PRINCIPE WILLIAM

Dopo la pandemia finalmente hanno riaperto anche i pub nel Regno Unito. Nonostante gli assembramenti del weekend, la ripartenza è, come in tutto il mondo, in salita. Per questo il principe William ha deciso di dare il buon esempio, lasciando a casa moglie e figli e andando a bere un bicchiere di sidro nel suo pub preferito, come un cittadino qualunque. Come si legge sull'account Instagram "Kensington Royal", il Duca di Cambridge ha approfittato della riapertura dei pub per "andare in un locale di Norfolk ad augurare buon lavoro allo staff e ascoltare come si sono organizzati per consentire il ritorno a una nuova normalità". Il pub scelto dal Duca di Cambridge è il Rose & Crown, nel villaggio di Snettisham: uno dei più storici e famosi della zona, spesso frequentato da William. Al suo arrivo, poco prima dell'apertura ufficiale, William si è disinfettato le mani come un cliente qualunque, ha ordinato una pinta di Aspell Suffolk Draught Cyder e l'ha bevuta mangiucchiando patatine.



VOTO

7

DONALD TRUMP

Ha suscitato molte polemiche un post apparso sul profilo Instagram 'Realdonaldtrump'. Stiamo parlando della foto che immortalava il presidente degli Stati Uniti d'America seduto alla scrivania dello Studio Ovale con davanti a sé una fila di scatole di fagioli e altri prodotti alimentari. Sono tutti del marchio Goya, di proprietà di un imprenditore ispanico sostenitore di Trump e di cui la figlia del presidente è divenuta sostenitrice. L'invasione della pubblicità nel cuore più inviolabile della Casa Bianca ha suscitato furienti reazioni. "Sono morti 137mila americani per il Covid e questa è la risposta del nostro presidente in tempo di guerra", si indigna Anderson Cooper, uno dei più noti commentatori politici della Cnn. Alexandra Ocasio Cortez, giovane esponente del Partito Democratico ha invitato a boicottare i prodotti con il marchio Goya. Ma l'immagine di Trump con i fagioli sulla scrivania pare tuttavia legata anche a motivi politici: i prodotti della catena Goya sono molto popolari tra i consumatori di origine ispanica e sarebbe una mossa del presidente uscente di ingraziarsi il voto dei Latinos.



VOTO

2

HELL'S BASEMENT BREWERY

I dirigenti della Hell's Basement Brewery, di Alberta, in Canada, credevano di avere trovato un nome molto azzeccato per la propria birra, quando scelsero il nome 'HuruHuru' per la nuova pale ale, in commercio da circa due anni. Pensavano che, in lingua maori, significasse 'piuma'. Poi, un conduttore Tv, Ma Te Hamua Nikora, un maori che vive in Nuova Zelanda, ex personaggio televisivo, ha scritto su Facebook circa una settimana fa: "Sì, lo so. HuruHuru significa piuma, pelliccia e persino capelli della testa. Ma è più comunemente usato come pelli delle parti intime di una persona". La gaffe ha accomunato il birrifico canadese e un negozio di pelletteria a Wellington, in Nuova Zelanda, che si è battezzato con lo stesso nome. Nikora ha così contattato sia il negozio che il birrifico informandoli dell'errore e chiedendogli di non utilizzare la loro lingua per promuovere i propri prodotti. "Se vendi pelle, chiamala pelle, non chiamarla pelli pubici a meno che tu non venda pelli pubici e non chiamami pelli pubici una birra a meno che non la produci con pelli pubici", ha dichiarato. Più chiaro di così, non si può.



VOTO

4

IL PACCO DELLA SIAE

"Altro che umiliazione, se penso che ai miei amici musicisti che abitano a Berlino in due giorni dalla loro richiesta sono arrivati 5mila euro sul conto a fondo perduto. Io ho chiesto alla Siae un sussidio economico e ora mi ritrovo con Gocciole, tonno e riso in quantità industriale". Questo lo sfogo pubblicato su *Il Fatto Quotidiano* di Dario Napoli, professionista chitarrista, e dell'aiuto non richiesto dalla sua associazione di categoria alla quale ogni anno versa una quota. Alla fine del lockdown Dario scrive una mail alla Siae per chiedere un aiuto finanziario, una forma di compensazione come quella prevista dall'Inps. L'associazione risponde che bisognerà aspettare settembre per l'erogazione, e che per ora è disponibile un pacco alimentare. Il chitarrista però ribadisce che "più del pacco" ha bisogno di un sussidio economico. Di soldi non se ne vedono e al buon Dario ecco arrivare due scatoloni pieni di cibo. "Una consegna fuori luogo, tutto quel cibo sarebbe potuto andare a una famiglia bisognosa". La Siae avrebbe risposto al *Fatto Quotidiano* che Napoli avrebbe descritto una situazione di disagio, e per questo motivo gli è stato inviato il pacco. Cara Siae, e se gli artisti ti pagassero la quota associativa con Gocciole e riso?



VOTO

3

LA SANITÀ CAMPANA

Continuano gli episodi di violenza negli ospedali campani, dovuti alla sempre più critica gestione affidata al governatore Vincenzo De Luca. L'ennesimo episodio avvenuto in piena estate, però, non ha visto la solita aggressione con calci, pugni, insulti o devastazione di un pronto soccorso, bensì il lancio di mozzarelle. Una dottoressa dell'Ospedale del Mare di Ponticelli è stata aggredita da una donna che le ha lanciato contro proprio un contenitore di mozzarelle. Il motivo? La signora, che era in ospedale accanto al marito, costretto alle cure del nosocomio della zona orientale di Napoli, ha ritenuto che all'uomo non venissero fornite le necessarie attenzioni e che i tempi di attesa fossero troppo lunghi. Così, quando ha capito che avrebbe dovuto attendere ancora, dopo una serie di insulti ha afferrato la prima cosa che aveva a portata di mano, lanciandola contro il medico. Per certi versi, è andata anche bene che fosse mozzarella. Con un formaggio duro e ben stagionato sarebbero stati dolori...



VOTO

2

IL NEGOZIO EUROSPESA DI LIDO DELLE NAZIONI (FE)

Al mare, si sa, le piccole superifici sono spesso l'unica possibilità per una spesa agile in paese. In molti casi sono punti vendita vintage, abituati al torpore in tre stagioni su quattro, che faticano a rinnovarsi. Trovare alimenti glamour o layout all'ultimo grido potrebbe essere complicato. Ma al punto vendita Eurospesa (Gruppo Dado) di Lido delle Nazioni, nel ferrarese, sono addirittura fermi alla lira. L'etichetta del banco taglio, infatti, ci ricorda ancora il cambio con il vecchio conio, a 1936,27 lire, entrato nelle case degli italiani (anche) con il mitologico convertitore berlusconiano. Una pratica, quella del doppio prezzo, che avrebbe dovuto terminare nel lontano 2002. E va bene che il punto vendita si trova in via Jugoslavia, però forse è giunto il momento di aggiornare l'etichettatrice, che ne dite?



VOTO

5

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia.



Facebook

CATENA	FOLLOWER
1 Carrefour Italia	11.427.543
2 Lidl	2.230.166
3 Eurospin Italia Spa	1.033.485
4 Conad	1.027.174
5 Esselunga Spa	773.516
6 Auchan Retail Italia	527.638
7 Md Spa	325.048
8 Unes	294.894
9 Despar Italia	272.694
10 Coop Italia	203.120
11 Tuodi	185.772
12 Crai	178.172
13 Pam Panorama	158.005
14 Bennet	142.395
15 Ecomaturasi Spa	133.281
16 Il Gigante	109.482
17 Coop Italia - Coop Lombardia	98.130
18 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	91.193
19 In's Mercato Spa	86.643
20 Ali	75.073
21 Rossetto Trade Spa	57.934
22 Agorà Network - Tigros	50.349
23 Coop Italia - Nova Coop	43.890
24 Coop Italia - Coop Centro Italia	39.437
25 Agorà Network - Iperal	30.046



Instagram

CATENA	FOLLOWER
1 Lidl	618.000
2 Eurospin Italia Spa	186.000
3 Esselunga Spa	151.000
4 Md Spa	73.300
5 Carrefour Italia	47.900
6 Conad	44.900
7 Auchan Retail Italia	44.700
8 Coop Italia	39.900
9 Sun Ce.Di Gros Scarl	33.300
10 Gruppo Végé	25.700
11 Agorà Network - Tigros	18.200
12 Pam Panorama	12.700
13 Bennet	10.200
14 Despar Italia	9.733
15 Crai	9.291
16 In's Mercato Spa	9.095
17 Ali	8.888
18 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.466
19 Il Gigante	4.773
20 Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.294
21 Agorà Network - Iperal	3.904
22 Metro Italia Cash & Carry	3.568
23 Coop Italia - Coop Liguria	3.363
24 Coop Italia - Nova Coop	2.986
25 Coop Italia - Coop Centro Italia	2.821



Twitter

CATENA	FOLLOWER
1 Carrefour Italia	94.424
2 Lidl	31.640
3 Coop Italia	28.004
4 Conad	27.876
5 Gruppo Végé	25.203
6 Tuodi	14.544
7 Unes	11.553
8 Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.420
9 Eurospin Italia Spa	5.444
10 Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.473
11 Coop Italia - Nova Coop	3.704
12 Gruppo Selex	2.725
13 Ali	2.318
14 Despar Italia	2.284
15 Consorzio Coralls	2.229
16 Coop Italia - Coop Lombardia	1.795
17 Bennet	1.676
18 Coop Italia - Coop Casarsa	1.214
19 Coop Italia - Coop Liguria	545
20 Agorà Network - Sogegross	480
21 Metro Italia Cash & Carry	369
22 Coop Italia - Coop Reno	336
23 Crai	275
24 Rossetto Trade Spa	102

Rilevazione del 07/08/2020.
Fonte: Tespi Mediagroup

CIBUS FORUM: IL BILANCIO DI ANTONIO CELLIE (FIERE PARMA)

Si è chiusa giovedì 3 settembre Cibus Forum, la due giorni che ha visto confrontarsi numerosi protagonisti della filiera agroalimentare. Tra questi, i ministri Teresa Bellanova e Luigi Di Maio, i presidenti di Federalimentare, Confagricoltura, Cia e Coldiretti, vari rappresentanti del mondo retail italiano e internazionale, e naturalmente tanti imprenditori del settore. Commenta Antonio Cellie, Ceo di Fiere di Parma: "Abbiamo riunito per la prima volta, dopo il lockdown, i protagonisti della filiera agroalimentare. In presenza abbiamo avuto oltre 1.000 operatori al giorno presenti e circa 3mila spettatori in streaming, molti dei quali buyer esteri. Senza contare gli oltre 50 protagonisti della filiera agroalimentare che si sono susseguiti sul palco". Cellie sottolinea: "Il lockdown ha spinto i consumatori a capire meglio il valore del cibo e del lavoro che c'è dietro, dunque bisogna insistere sulla valorizzazione del cibo italiano; urgono misure di sostegno all'Ho.re.ca. e in particolare ai ristoratori, che sono i grandi alfabetizzatori del cibo di qualità, in Italia e nel mondo; l'innovazione mescola storia dei territori con le nuove tecnologie, quindi tradizioni antiche, droni in agricoltura e packaging compostabile. Un bellissimo paesaggio di innovazione policentrica e quindi adatto all'eclettico talento italiano. Ora l'appuntamento è con Cibus 2021 che inaugurerà il 4 maggio e sarà la prima grande fiera alimentare europea dopo il lockdown".



IL BIOLOGICO BUONO

Per noi è sempre stata prioritaria la tutela e la qualità del prodotto, specialmente quando si tratta di formaggi DOP. In quest'ottica diventa indispensabile la scelta fatta per una filiera integrata che raggruppi tutti i processi produttivi, dall'allevamento alla produzione, dalla stagionatura al confezionamento. Il valore aggiunto di questo metodo risulta ancor più fondamentale nella qualità e nella genuinità della nostra linea di prodotti Bio.



Semplicemente per passione

LA FINESTRA SUL CIELO, UN PROGETTO CON BIOTOBIO E NUOVI PRODOTTI A SCAFFALE

La Finestra sul Cielo, dopo oltre 40 anni di storia nel biologico e un percorso di espansione, metterà la sua esperienza al servizio di BiotoBio, brand distributore dei principali marchi bio. Il nuovo progetto industriale parte dalla terra e dalle materie prime, grazie all'ecosistema agricolo di Ecomaturasi, azionista di maggioranza di Biotobio, realtà organizzativa nata e cresciuta grazie all'integrazione dei marchi Baule Volante e Fior di Loto, ai quali si aggiunge La Finestra sul Cielo. "Un progetto innovativo di cui siamo felici", sottolinea Massimo Lorenzoni, amministratore delegato de La Finestra sul Cielo. "Ci permetterà di avere più strumenti per veicolare gli storici valori che ci contraddistinguono: prodotti realizzati senza zuccheri raffinati, latte e derivati, sciroppo d'agave e prodotti di origine animale in genere, per il benessere dell'uomo e nel rispetto dell'ambiente. Oltre a questo, collaborare con altre aziende storiche del biologico e fare parte di un grande gruppo, ci darà l'opportunità di confrontarci ancora meglio e migliorare la nostra realtà, oltre che contribuire sempre di più a valorizzare il settore alimentare biologico e sostenere gli obiettivi del gruppo di cui faremo parte". L'azienda, inoltre, in occasione di Sana, presenterà alcune novità: i nuovi muesli crunchy a marchio Sglut e una linea di prodotti dal pack compostabile. La finestra sul cielo ha anche ampliato alcune gamme, tra cui macrobiotica, bevande e forno salato.

Modificato il Dm 309/2011 sui limiti per le contaminazioni da prodotti fitosanitari in agricoltura biologica

Teresa Bellanova ha firmato il decreto che aggiorna i limiti delle contaminazioni accidentali e tecnicamente inevitabili da fosfiti nella frutticoltura e viticoltura biologica. Il Decreto, siglato dopo l'accordo con le rappresentanze del settore e in Conferenza Stato Regioni, adegua i limiti previsti dal DM 309/2011 per i residui di acido fosfonico, in assenza di contemporanea rilevazione di acido etilfosfonico, nei prodotti da colture arboree. Prevede, infatti, una deroga fino al 31 dicembre 2022 per i residui di acido fosfonico con il limite di 1 mg/kg per le colture arboree. Inoltre, per le produzioni vinicole si applica per l'acido etilfosfonico il limite di 0,05 mg/kg.



Probios: Renato Calabrese è il nuovo direttore generale

Renato Calabrese (foto) è stato nominato direttore generale di Probios, azienda italiana specializzata nel settore dell'alimentazione biologica vegetariana. Laureato in Economia Aziendale all'università Federico II di Napoli, Calabrese, 41 anni, ha maturato una significativa esperienza in gruppi nazionali e internazionali in Italia e all'estero. Manager capace di portare a termine con successo sfidanti piani di sviluppo, anche in aziende del settore agroalimentare, unisce un solido background in ambito finanziario ad una rilevante attitudine commerciale. "Sono molto orgoglioso della fiducia degli azionisti, credo fermamente nelle potenzialità di sviluppo dei prodotti biologici e Probios è un riferimento in questo settore con un organico di manager e professionisti ormai consolidato. Sono certo che insieme sapremo sempre più valorizzare l'apprezzamento dei consumatori per prodotti italiani sostenibili, sani e gustosi rafforzando la presenza del gruppo nel mercato nazionale e nel mondo", ha commentato Calabrese.



Bio C' Bon finisce in amministrazione controllata

Per Bio C' Bon, insegna francese specializzata nel biologico, arriva l'amministrazione controllata. La decisione del Tribunale del commercio di Parigi permetterà alla catena di supermercati di accelerare il processo di vendita, partito già questa estate. Bio C' Bon, presente anche in Lombardia, Svizzera, Belgio, Spagna e Giappone è infatti da tempo in difficoltà finanziarie. L'iniziativa è quindi volta a facilitare l'ingresso nella società controllata da Marne et Finance, e per il 19,9% dal colosso distributivo nipponico Aeon, di nuovi investitori. Tra gli interessati, ricordiamo gli imprenditori tunisini Moer e Soraya Zouari, soci al 43,3% di Picard, catena di negozi specializzati nei surgelati, il gruppo Carrefour, Naturalia (gruppo Casino) e le due catene di negozi biologici La Vie Claire e Biocoop.

Si è dimesso Phil Hogan, commissario Ue al commercio

Il commissario europeo al Commercio Phil Hogan (ex commissario all'Agricoltura) si è dimesso per aver violato la quarantena di 14 giorni, prevista per chiunque arrivi in Irlanda. Hogan ha partecipato a una cena per festeggiare i 50 anni dell'Oireachtas Golf Society, il golf club del Parlamento di Dublino. All'evento erano presenti circa 80 persone, mentre le norme anti-Covid prevedono riunioni di massimo sei persone, eccezione fatta per le cerimonie religiose. Hogan si è scusato tramite un tweet, ma ciò non è bastato a rassicurare il primo ministro irlandese Micheal Martin, che ha dichiarato: "Apprezziamo le scuse di Hogan ma rimane la preoccupazione: Hogan ha violato le regole di salute pubblica da quando ha iniziato a muoversi nel Paese". Il governo di Dublino ha avuto dunque un ruolo decisivo nella vicenda, esercitando pressioni verso il commissario Ue.

Oltre 300 milioni per l'internazionalizzazione degli enti fieristici

In arrivo oltre 300 milioni a sostegno dei processi di internazionalizzazione degli enti fieristici italiani. Lo ha annunciato il 27 agosto Manlio Di Stefano, sottosegretario agli Esteri, in un lungo post pubblicato sul suo profilo Facebook. "Abbiamo lavorato duramente per tutta l'estate e siamo riusciti a inserire nel Decreto Legge 'Agosto' un capitolo specifico del fondo 394/81 di Simest per il sostegno ai processi di internazionalizzazione degli enti fieristici italiani. Il fondo avrà 300 milioni di euro di finanziamento agevolato e 63 a fondo perduto cui gli enti fieristici potranno accedere per il loro rilancio", spiega Di Stefano. Il settore fieristico, infatti, è stato duramente colpito fin dagli esordi della pandemia, che ha costretto gli enti organizzatori alla cancellazione o allo spostamento degli eventi in programma, con ingenti perdite di fatturato. "Un risultato importantissimo - commenta il sottosegretario - perché non possiamo permettere che il nostro settore fieristico venga distrutto da questa crisi imprevista e perda posizioni a livello internazionale, e tutto ciò proprio ora che avremmo più bisogno del suo contributo per il rilancio del nostro Paese".

Renzo Rosso esce dal gruppo Ecomaturasi

Dopo che a luglio sono circolate le prime indiscrezioni relative a un possibile addio di Renzo Rosso a Ecomaturasi, arriva la conferma: dopo sei anni, l'imprenditore veneto ha ceduto la sua quota del gruppo, pari al 26%. Ulirosa, Alpa e Invest Tre hanno dunque aumentato le proprie. E sono entrati nel gruppo due nuovi soci: la Bio Iniziative Srl al 9% (società collegata alla diocesi di Trento), e la Luisante S.A. al 5% (holding straniera con sede a Lussemburgo). Il principale azionista risulta ora essere Ulirosa con il 48% delle quote del gruppo attivo nel settore biologico.

LA NUOVA SELEZIONE BIOLOGICA



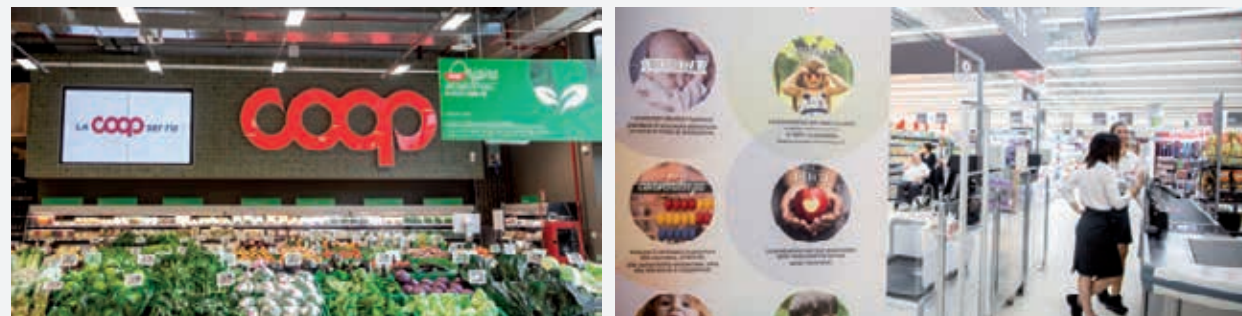
DA AGRICOLTURA BIOLOGICA,
NATURALMENTE SENZA GLUTINE,
FATTA CON PASSIONE.

Il biologico è un importante traguardo per noi. Siamo una realtà familiare, nata nel cuore delle Alpi, con quasi 40 anni di storia. Migliorare la vita delle persone con esigenze alimentari specifiche è la nostra missione, da sempre. Per questo, ogni giorno, ci impegniamo per offrire ai consumatori alimenti buoni, sotto ogni punto di vista. I prodotti della nostra Selezione Biologica sono fatti con ingredienti d'eccellenza, un mix unico di farine, cereali e grassi "buoni". Schär Bio, il buono che sa di buono.

A brand of DrSchär

GO.SCHAER.COM/BIO

“Viviamo l’ottimismo della ragione”



Da piccola voleva fare la pittrice. Ora invece è amministratore delegato di Coop Italia. È la storia, in estrema sintesi, molto estrema, di Maura Latini, da dieci anni alla guida del grande gruppo cooperativo italiano. La incontro, in uno dei rarissimi face to face di questa pandemia, presso la sede di Casalecchio di Reno, vicino a Bologna. Un fortino che ha sempre presidiato, anche in tempo di lockdown, lei che abita a Firenze. “Occorreva dare un segnale di vicinanza a tutto il mondo della cooperazione”, sottolinea. Non è stato così per tutti... Siccome mi piacciono le storie, cominciamo dall’inizio. Da quando Maura Latini muove i primi passi nel mondo del lavoro.

Possiamo dire che ha cominciato da ‘molto’ piccola...

In effetti. Inizio molto presto a lavorare, a 15 anni, per un duplice motivo: la mia famiglia aveva bisogno ma anche perché volevo avere una maggiore autonomia. Comincio come cassiera in un supermercato Coop durante le vacanze scolastiche, estive e natalizie, nel Mugello. Per alcuni anni va avanti così, alternando studio, il liceo artistico, e lavoro. Ma la prima vera occupazione è un'altra: disegnatrice in uno studio ingegneristico. Stavo finendo gli studi e quel lavoro era il compimento di una mia passione, la pittura. Mi iscrivo poi all'università scegliendo Scienze Politiche. Un errore, in fondo, la mia natura era l'arte, ma non solo. Inizio successivamente a lavorare come segretaria in un'azienda di guarnizioni. E' solo per un breve periodo. Quest'attività finisce – era un part time mentre frequentavo l'università – quando finalmente trovo un lavoro a tempo pieno alla Coop come cassiera, lo accetto pensando di poter completare gli studi. Ma non li termino...

La vita riserva tante sorprese...

È così. Mi trovo su un binario morto: la mia aspirazione non era quella di fare la cassiera per sempre. Mi sento persa. Poi però mi rendo conto che in Coop c'erano delle attività interessanti. Comincio ad avanzare professionalmente. Da vice caporeparto a caporeparto, tutti i gradini organizzativi di un supermercato. Sino a quando non partecipo a una selezione interna per ricoprire ruoli di responsabilità e vengo selezionata per andare a occuparmi dei nascenti ipermercati. Mi propongo questo nuovo lavoro, con uno stage all'estero di sei mesi in una catena con cui Coop aveva stretto un accordo, per formare le squadre dei responsabili che poi avrebbero aperto i futuri ipermercati. Quella fu un'intuizione molto importante da parte di Coop. Accetto, e vado sei mesi in Belgio, presso Cora, in una catena di ipermercati franco-belga. Era la fine degli anni '80. È stato uno shock ambientale assoluto: fino a quel momento avevo lavorato in una superette italiana. Mi ritrovo in un paese straniero, non parlavo nemmeno



la lingua, in uno spazio di 14mila metri quadri, per imparare a fare il caporeparto. Quella è stata una grande esperienza. Tornata in Italia comincio a lavorare per l'apertura dell'Ipercoop di Montecatini, il primo dei quattro iper di Coop. In Belgio ero andata come capo reparto, ma il primo ipermercato lo apro subito come capo settore. Dopo un paio di anni mi chiedono di aprire il secondo ipermercato in Toscana come direttore. All'epoca gli ipermercati in Toscana erano decentrati, e il direttore aveva tutte le deleghe. Una bella responsabilità.

Una sorta di piccolo amministratore delegato...

Una delega totale che ti mette di fronte a impegni, scelte e responsabilità importanti di cui farsi carico. Un esempio fra gli altri. Nel corso del colloquio per una assunzione trovo una ragazza molto brava. Con un piccolo problema: era stata abbandonata dal fidanzato ed era incinta. Decisi di assumerla. Con il consenso dei dirigenti Coop...

Questo vi fa onore. Ma continuiamo con la storia.

Ho aperto cinque iper, in totale, uno dietro l'altro. Fino a che si è iniziato a organizzare una struttura per gestirli tutti. Per un po' sono stata in sede ad occuparmi sempre di ipermercati, poi, dieci anni dopo, per Unicoop Firenze ho allargato l'orizzonte. Ho lavorato per tutti i canali, anche dei super e dei mini mercati. Questo è stato il mio percorso prima di arrivare a Coop Italia dieci anni fa.

A proposito di ipermercati, in questo momento hanno dei grossi problemi.

Il problema, in questo momento, non sono solo gli ipermercati. Occorre una rilettura completa dei luoghi che, negli ultimi 20-30 anni, sono stati costruiti sia per la parte sociale che per quella commer-

ciale e industriale. La riprogettazione di questi spazi non penso sia molto sganciata da un ridisegno della società del futuro. L'arrivo dell'online e degli smartphone sta ridisegnando gli spazi del commercio, ma anche quelli di vita e di socializzazione. Credo ci sia davvero la necessità di elaborare un nuovo pensiero. Il Covid potrebbe innescare una grande spinta. Per ridisegnare il Paese. Ripensare a quello che sarà il futuro, di cui gli ipermercati sono un pezzo.

Vero, anche se c'è un ritorno al passato. La pandemia e il lockdown hanno fatto riscoprire agli italiani il negozio di prossimità. Stavano morendo di morte naturale. Si sono rivitalizzati. Il Covid ha funzionato da Viagra...

In effetti il punto vendita tradizionale ha visto un rilancio fortissimo durante la pandemia. Ma questo grazie alla tecnologia, che ha permesso ai negozianti di portare il cibo a casa della gente, di farsi conoscere, di farli messi in una condizione per cui la bottega specializzata è diventata super aggiornata rispetto ai nuovi strumenti. E chi non ha iniziato questo percorso lo dovrà fare al più presto. È il ridisegno delle relazioni, dei luoghi, degli spazi.

Le propongo la mia teoria sulla crisi dei consumi. Perché calano nella distribuzione moderna dopo le abbuffate di marzo/aprile? Logico: il consumatore ha fatto scorte e ha la dispensa piena. Ristoranti e bar invece hanno finalmente riaperto. Sono consumi sottratti a Gd e Do, che vanno ad alimentare un altro segmento. Alla fine si pareggia. O no?

Se guarda rispetto al mese precedente sì, ma rispetto all'anno precedente no. I consumi in Gd e Do, nelle ultime settimane anche i prodotti freschissimi, non stanno fornendo risultati molto positivi. Presumo che ci sia un duplice fenomeno:

da una parte l'assenza di turismo, che sta pesando in maniera importante su molte regioni. E dall'altra le preoccupazioni per il futuro. Il risparmio sta crescendo. Va messo in relazione alla paura, che fa agire con grande cautela. E quindi limita i consumi. Le famiglie non hanno ancora recuperato la crisi del 2010. Il reddito medio, nel 2019 era ancora a un -9% rispetto al reddito di dieci anni prima. A questo si somma la tragedia del Covid. Ecco quindi che la distribuzione moderna ancora di più assume un suo ruolo. Soprattutto se riesce a fornire delle risposte articolate nell'offerta e con un posizionamento competitivo adeguato. Certo, e ritorniamo a prima, gli specializzati e le gastronomie hanno il vantaggio del sotto casa e della praticità, ma non dell'economicità. La nostra vocazione come Coop è quella di aiutare tutte le fasce di reddito.

A proposito, leggo su una vostra presentazione: “Occorre coniugare buoni risultati economici con la nostra distintività valoriale”. Cosa significa oggi?

È un equilibrio non semplice perché non è a costo zero, soprattutto se si ha l'ambizione di intercettare le novità positive come i nuovi rischi. Facciamo sempre delle scelte che aggiungono dei valori per i consumatori. Ad esempio, quando abbiamo deciso di lavorare per togliere gli antibiotici dalle nostre filiere animali, abbiamo scelto di fare un'operazione non a costo zero. Significa investire risorse e poi, fino a quando il mercato non trova il suo equilibrio, assumersene i costi. Non li abbiamo caricati sui nostri clienti. Ma certe cose o ci si crede, o è meglio non farle...

Aggiungo anche la vostra attenzione alla sostenibilità.

Certo, è un pezzo del nostro carrello della buona spesa. Però serve preparazione, attenzione e investimenti.

Tornando al normal trade, le altre catene hanno cominciato a costruire dei negozi di prossimità. Senza voler pronunciare una bestemmia in chiesa, Esselunga, ad esempio. Avete qualche idea simile?

C'è una differenza sostanziale: noi non li abbiamo mai abbandonati. Sono gli altri che non li hanno mai avuti e ora si sono accorti del valore del piccolo centro. Esselunga ha sempre cercato alta produttività al metro quadro, grandi ambienti, formati standard e localizzazioni redditizie. È una politica che ha avuto il suo successo. Noi abbiamo sempre tenuto in equilibrio non solo le strutture più grandi e nuove, ma anche quelle piccole e piccolissime. Coop ha ancora attivi dei negozi, in giro per l'Italia, che nessuna impresa terrebbe ancora aperti. Sono del tutto non redditizi, ma che è impossibile chiudere. Se chiudessimo quella piccola realtà in quel piccolo paese, quel centro morirebbe. Ma sono dei negozi in perdita costante, anno dopo anno, e questo le altre insegne non lo fanno. Ci sono dei punti vendita alle Cinque Terre, o

sul Monte Amiata dove i camion non arrivano. Si scaricano i prodotti e con un'Ape vengono portati così nel punto vendita. Con logiche lontanissime dal concetto di economia di scala. Ma è giusto così.

Si ritorna ai valori...

Certo, è la funzione sociale, non solo verso l'individuo, ma della persona inserita in un contesto. Questa è la nostra storia, ma anche il futuro. Per questo prima parlavo del ridisegno dei luoghi. Perché ogni negozio, piccolo o grande che sia, deve avere un ruolo sociale importante. In Francia il premier Macron, sta finanziando le aperture di bar in luoghi dove ormai non c'è più nulla. Noi facciamo lo stesso in Italia con i nostri negozi. Senza aiuti da parte del Governo...

Parlando sempre di Esselunga, che ne dice dell'esperimento dei prodotti in giallo, la linea Smart?

Le linee di primo prezzo, che tutti hanno nella distribuzione europea, non hanno mai registrato più di un 2% di vendite. La

competizione con i discount è un po' più dura di così, ha bisogno di altro. Quando per il Covid sono stati chiusi i comuni, è saltato l'equilibrio della rete commerciale, progettata in un certo modo. Questo ha dato un colpo forte alle grandi strutture e a quelle più redditizie, ma lontane dai centri abitati. Chi lavorava sull'alta produttività in quel momento è andato in crisi. Comunque, riproporre in Gd prodotti discount mi lascia molto perplessa.

E-commerce: non siete un po' scarsi?

Abbiamo sperimentazioni in corso. Alcune cooperative fanno click & collect, altre hanno dei drive sullo stile dei francesi. Coop Lombardia fa Supermercato H24. Tante cose. Per due motivazioni. La prima è che ogni cooperativa sta riflettendo, ha le sue idee e cerca di trovare una strada più coerente al territorio, più local. La seconda è che la strada dell'online non è ancora chiara nei suoi sviluppi possibili. Credo ci siano ancora molte cose da capire. Quando il mondo online è emerso in tutta la sua

prepotenza, a tutti noi era apparso come un modello omologante. Poi in realtà è arrivata la geolocalizzazione, la flessibilità anche dell'online, che paradossalmente si può personalizzare moltissimo, senza necessariamente avere questa sovrastruttura totalizzante. Penso sia un modello ancora da scoprire.

Avete annunciato il blocco dei prezzi per i prodotti a marchio fino al 3 settembre. Volete andare avanti? Ci sono altre azioni per l'autunno?

Caro Frigerio lei è troppo curioso...

Sono giornalista, devo esserlo. Parliamo della concorrenza diretta. Conad ha conquistato la leadership fra le insegne. Come commenta l'operazione Auchan?

Credo che Conad abbia fatto un'operazione molto coraggiosa, e come italiana sono contenta che un pezzo della distribuzione ritorni a dei nostri imprenditori. Sicuramente è stata una scelta importante. Anche se si sono portati in casa un bel problema occupazionale.

Ultima domanda: com'è andato il 2019? E come andrà il 2020 per Coop?

Le nostre cooperative hanno avuto dei risultati economici problematici nel 2018, ma l'anno successivo hanno visto un miglioramento significativo. Il 2019 è stato all'insegna di passi avanti verso la risoluzione di problemi che, in alcune zone d'Italia, si erano generati. Non abbiamo risolto ancora tutto, ma il percorso è avviato. Nel 2020 ci siamo mossi subito, in fase di Covid, nel fare quello che serviva. Siamo stati premiati, perché Coop è stata vista come un riferimento solido: per come ci eravamo organizzati, per come il personale ha risposto. Le vendite ci hanno dato ragione. Crediamo che il 2020 sia un anno che si riequilibrerà verso la fine, però il lavoro di miglioramento svolto nel 2019, continuerà quest'anno. Siamo ottimisti rispetto all'equilibrio delle nostre cooperative. È l'ottimismo della ragione.



Alimenti biologici
nel rispetto della natura,
per il benessere
dell'uomo

www.vivibio.it

f VivibioPiùgustoallavita

Il bio in Italia nell'era Covid

La strategia europea Farm to Fork e la legge ferma in Senato. Agricoltura, importazioni e costi. Alcuni dei temi al centro di una tavola rotonda di B/Open che si è svolta il 25 giugno. I momenti salienti.

La nuova strategia Farm to Fork e la legge sul biologico, arenata in Senato da oltre un anno. Il prezzo del bio e le recenti restrizioni sull'utilizzo di sostanze attive, come il rame. Ma anche la necessità di semplificare l'attività di certificazione e snellire la burocrazia. Sotto accusa il Governo e le istituzioni, ancora miopi di fronte al riconoscimento e alle richieste di un settore in costante crescita, specialmente durante il periodo dell'emergenza sanitaria. Questi, e molti altri, i temi 'caldi' emersi durante la tavola rotonda dal titolo 'Il bio in Italia nell'era Covid: superfici, operatori e aziende (e un focus sulla filiera olivicola)', che si è svolta il 25 giugno.

Organizzata da B/Open - la manifestazione messa in scena di Verona Fiere, che si svolgerà il 23 e il 24 novembre - in collaborazione con Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup, è stato il primo appuntamento di una serie di eventi digitali di formazione.

Il bio tiene, nonostante la pandemia

La tavola rotonda si è aperta con l'intervento di Roberta Caffero, dirigente PQAI1 - Agricoltura Biologica e Sistemi di qualità alimentare nazionale e affari generali (Mipaaf), che ha sottolineato che il biologico "rientra nelle strategie comunitarie del Green Deal e trova l'Italia in una posizione di vantaggio, dal momento che, rispetto a una media di superficie agricola biologica che in Europa è intorno all'8%, l'Italia si colloca oltre il 15%".

Sono seguite le presentazioni di Riccardo Meo (Ismea) e Roberta Callieris (Iamb), che hanno illustrato i dati relativi alla filiera olivicola biologica italiana.

Mentre Riccardo Cozzo, presidente di AssoCertBio, l'associazione degli organismi di certificazione del biologico, ha mostrato in anteprima le proiezioni sul settore relative al 2019 e ai primi mesi del 2020. Ne è emerso, innanzitutto, un settore maturo e stabile, che ha retto il terremoto provocato dalla pandemia. "Nonostante il difficile periodo che tutto il paese, a partire dal comparto agricolo, ha dovuto affrontare a causa del lungo lockdown dovuto all'emergenza sanitaria causata dalla pandemia da Covid-19, possiamo affermare come il comparto del biologico italiano si confermi un sistema compatto, dotato della forza necessaria per affrontare momenti di crisi eccezionali come quello che stiamo vivendo", ha commentato il Cozzo. Nel 2019 il numero di operatori certificati - che tiene in considerazione produttori, preparatori e importatori - si è mantenuto pressoché stabile arrivando,



Nella foto i partecipanti al webinar. In alto, da sinistra: Francesco Giardina (Coldiretti), Roberta Callieris (Mipaaf), Riccardo Cozzo (AssoCertBio), Roberta Callieris (Iamb), Roberto Zannoni (AssoBio), Vincenzo Vizioli (Aiab), Andrea Bertoldi (FederBio), Riccardo Meo (Ismea), Luigi Tozzi (Confagricoltura) e Angelo Frigerio (Tespi Mediagroup)

a 80.105 unità, contro i 79.046 del 2018. Mentre nei primi cinque mesi del 2020, i dati tendenziali mostrano un'ulteriore crescita di 117 unità. Per quanto riguarda le superfici bio, analizzando i primi 5 mesi del 2020 si osserva una sostanziale tenuta con circa 10mila ettari certificati in più (+0,57%), che potrebbero essere confermati anche delle proiezioni di fine anno. Nel dettaglio delle caratteristiche degli operatori certificati, in questa prima parte del 2020 cresce il numero delle realtà specializzate e il 45% delle aziende conta su una superficie inferiore ai 15 ettari di Sau biologica. Calabria, Sicilia e Puglia si confermano, anche nei primi mesi del 2020, le regioni dove è presente il maggior numero di operatori biologici.

La miopia del Governo

La seconda parte dell'evento ha visto confrontarsi i rappresentanti delle associazioni di settore, che, oltre a commentare i dati appena presentati, hanno toccato temi di stringente attualità. Ha esordito Vincenzo Vizioli, vicepresidente del Consiglio Direttivo Federale Aiab, interrogato sul Piano Colao. "La parte agricola è stata messa ancora in secondo piano. Il problema è il solito: l'agricoltura biologica non è concepita come motore di sviluppo dell'agricoltura italiana - accusa - Siamo in posizione di retroguardia sulla Pac. Sul Farm to Fork il nostro Governo è latitante alla chiamata dovuta all'emergenza sanitaria causata dalla pandemia da Covid-19, possiamo affermare come il comparto del biologico italiano si confermi un sistema compatto, dotato della forza necessaria per affrontare momenti di crisi eccezionali come quello che stiamo vivendo", ha commentato il Cozzo. Nel 2019 il numero di operatori certificati - che tiene in considerazione produttori, preparatori e importatori - si è mantenuto pressoché stabile arrivando,

Ha proseguito, Roberto Zannoni, presidente AssoBio, che ha commentato la situazione di stallo in cui versa la legge sul biologico: "Dovremmo essere tutti uniti e impegnarci a spingere per la sua approvazione. È lì impantanata e non capiamo perché. Il mondo del biologico è trasversale, non è un tema su cui la politica deve condurre battaglie. È importante che questa norma venga approvata, sarebbe il riconoscimento del ruolo ambientale e sociale dell'agricoltura biologica, che è determinante per il nostro futuro".

Al Governo è stato anche chiesto di impegnarsi sul tema della tracciabilità attraverso la creazione di una piattaforma ministeriale che possa essere utilizzata da tutti gli operatori della filiera. Oltre che una semplificazione burocratica nell'ambito dei controlli. Che riguarda anche un cambio di mentalità, come spiega Luigi Tozzi, responsabile Ufficio Qualità e sicurezza alimentare di Confagricoltura: "Per anni, i controlli sono stati effettuati essenzialmente per verificare che il contributo fosse stato versato correttamente: le Regioni chiedevano documenti per giustificare alla Commissione europea l'importo versato. L'ultimo Decreto sulle rotazioni ne è un esempio. Cambiare mentalità, dunque, significa effettuare controlli anche sui processi e sui prodotti".

Riportare al centro le aziende agricole

Non bisogna, però, dimenticare il ruolo degli agricoltori, come ha ricordato Francesco Giardina, responsabile dell'Associazione produttori biologici di Coldiretti. "In questi anni, parlando di biologico, ci siamo dimenticati la parte agricola. Occorre, invece, sottolineare con enfasi la centralità delle imprese agricole. A oggi, nemmeno il 10% del nostro olio è certificato, mentre, con i consumi in crescita, il 50% è importato. Impressionanti inoltre i dati relativi alla

non conformità dei prodotti importati. Il sistema deve essere monitorato con attenzione. E occorre riportare al centro le aziende agricole".

Quanto ad agricoltura e importazioni, è intervenuto anche Luigi Tozzi di Confagricoltura, che ha posto l'accento sul problema della saturazione del mercato e su alcuni difetti della strategia Farm to Fork. Infatti, "non ci stupisce che stiano diminuendo le superfici in conversione perché il fenomeno è in corso già da un paio d'anni. Una delle motivazioni possibili è che il mercato è saturo e questo si comprende dai dati sulle importazioni. Fenomeno preoccupante perché, se è vero che la Farm to Fork dà l'obiettivo di aumentare le superfici, con la diminuzione delle conversioni, l'obiettivo non può essere raggiunto. È sbagliato però aver dato simili obiettivi: le superfici coltivate non servono a nulla, se non aumentano le quote di mercato. Le politiche devono essere fatte in questa prospettiva, che fa parte di una strategia globale che non riguarda le sole colture biologiche. Perché la Farm to Fork riguarda tutti".

Occorre, però, ricordare che il biologico prodotto in Europa non è sufficiente a soddisfare la domanda crescente, motivo per cui si fa ricorso alle importazioni. Tozzi mette, dunque, in luce una contraddizione della strategia Farm to Fork: "Rischiamo di favorire le sole importazioni perché gli obiettivi dati agli Stati Membri non possono essere imposti ai paesi esteri. L'unico modo che avremo per certificare la sostenibilità dei prodotti di importazione saranno le certificazioni private dei grandi trasformatori e distributori".

Riconoscere il giusto prezzo

Non da ultimo, c'è il problema del costo del biologico, su cui è stato interpellato Andrea Bertoldi, vicepresidente di FederBio, che ha posto l'accento sul problema del reddito in agricoltura. "In vent'anni, in Italia, le aziende agricole si sono dimezzate. Il motivo principale è che non si riesce a fare reddito: dobbiamo imparare a riconoscere il giusto valore dei prodotti. Per questo - spiega - come Federazione stiamo portando avanti il progetto del 'giusto prezzo'. Ricordiamo che gli agricoltori sono coloro che custodiscono il territorio, per questo dobbiamo sostenere i giovani e le imprese agricole a fare reddito, altrimenti non si verificherà il ricambio generazionale che è necessario per il settore". Ancora una volta, leitmotiv dell'intera tavola rotonda, "il biologico oggi non ha bisogno di soldi, ha bisogno di riconoscimento", ha concluso Bertoldi.



DATI ASSOCERTBIO: IL COMMENTO DI ALCUNE ASSOCIAZIONI

Roberto Zannoni, AssoBio

"Sono dati estremamente positivi: fa piacere che crescano i consumi. Una crescita che, addirittura nel periodo più grave dell'emergenza, è stata superiore. Ciò significa che i consumatori vedono nei prodotti biologici una soluzione particolarmente buona per la salute. I dati si mantengono costanti sia nella distribuzione, sia nello specializzato, ma anche nei negozi di quartiere. Secondo alcuni dati derivanti da stime su un panel di 500 negozi specializzati, nel mese di giugno, i consumi stanno crescendo intorno a +19%".

Andrea Bertoldi, FederBio

"Il mercato va bene e funziona. Il settore non è in difficoltà. In un periodo come questo occorre che tutti noi ci rallegriamo di lavorare in un settore che va bene, in cui il mercato funziona e il patto di fiducia tra produttori e consumatori sta tenendo. E, anzi, nei momenti di difficoltà si rafforza addirittura. È vero, però, che se il mercato va bene, tra le aziende agricole non si registra un gran numero di conversioni. Non solo perché c'è la burocrazia e la conversione è difficile, ma anche perché di fondo c'è un problema di reddito".

LA "DOMANDONA" Uno spettatore ha posto ai partecipanti un interessante quesito

La frenata del settore è dovuta anche alla recente restrizione sull'utilizzo di sostanze attive ammesse nel biologico, tipo il rame?

Roberto Zannoni, AssoBio

"Le restrizioni menzionate - l'utilizzo del rame e/o ad altre sostanze attive - non sono da considerarsi come la causa di un rallentamento per il settore bio poiché valgono sia per l'agricoltura biologica, sia per l'agricoltura convenzionale. I primi cinque mesi del 2020 hanno registrato una crescita piuttosto che una frenata per il settore bio, con dati pienamente positivi con un aumento dei consumi pari al +11%. Di sicuro non siamo nella condizione di dichiarare lo stesso per le superfici biologiche - attualmente abbiamo 10mila ettari certificati in più (solo +0,57%) - che non crescono, quindi, con la medesima celerità della domanda da parte del consumatore. Se di 'frenata' volessimo parlare, purtroppo è causata principalmente dalla legge sulla produzione biologica italiana ancora ferma al Senato. AssoBio auspica una maggiore attenzione al bio da parte del Governo italiano che deve mettere in atto, quanto prima, una strategia nazionale che privilegi la produzione biologica. Sarebbe un errore non farlo in un contesto che - anche in pieno lockdown - ha reclamato il bisogno di un Paese più sano che rispetti l'ambiente, il benessere degli animali e la sicurezza e la qualità dei prodotti alimentari a tutto campo".

Andrea Bertoldi, FederBio

"Più che le restrizioni sul rame, a mio avviso ha influito il ritardo con cui sono usciti i decreti chiarificatori su rotazioni e fosfiti: due grandi problemi per la produzione. Io credo che la frenata nello sviluppo delle superfici sia fisiologica e che assisteremo a una ripartenza. Teniamo anche presente che non si può prescindere dalla fase commerciale. Su diverse commodities, che oggi importiamo, potremmo sviluppare molto la produzione, ma occorre parlare di prezzi giusti per un prodotto fatto in Italia. Mentre per altri prodotti, come l'ortofrutta, sarebbe pericoloso anche uno sviluppo troppo veloce della produzione che deve crescere con i tempi del mercato".

Vincenzo Vizioli, Aiab

"La frenata ha una serie di concause. Sostanzialmente non esiste una strategia per il bio, che né l'agroindustria, né le associazioni di categoria vogliono. Assobio ha detto che noi non siamo contro l'integrato ma il problema è che l'integrato, o meglio i fautori del cambiamento 'gatto-pardesco' sono contro di noi. Per me non è accettabile la tesi secondo cui biologico e

integrato sono la stessa cosa. A solo titolo di esempio chi fa uso di glifosato e chi no adotta metodi colturali completamente diversi. La restrizione dell'utilizzo del rame è un problema perché manca la ricerca per soluzioni sostitutive, ma è risaputo perché la diminuzione di Kg/ha di rame-metallo è in atto ormai da anni, essendo passata da 12 a 6 e prossimamente a 4".

Luigi Tozzi, Confagricoltura

"Guardando i dati degli ettari in conversione degli anni passati la frenata a cui stiamo assistendo oggi non è inattesa, ma riguarda alcune produzioni, mentre altre si stanno comunque espandendo. L'olio è una di quelle che sta subendo una contrattura. Il fenomeno sta avvenendo da almeno tre anni quando le limitazioni non erano ancora in vigore. Pertanto non vedo alcun nesso tra loro. Che l'uso del rame sarebbe diminuito lo sapevamo da anni e quindi abbiamo preso in tempo le contromisure utilizzando ad esempio composti rameici a minor concentrazione ma a maggior effetto ed altri principi attivi di nuova generazione".

segue





TEMI CALDI: L'(IN)IAZIONE DEL GOVERNO

Uno dei temi caldi e ricorrenti nel corso dell'intera tavola rotonda è stato l'impegno della politica nel sostenere il settore biologico in Italia, e non solo. Numerose le critiche mosse dai rappresentanti delle associazioni nei confronti del Governo attuale e dei precedenti. Sotto accusa la legge ad hoc ferma in Senato e la burocrazia elefantica, che rende difficili le operazioni di conversione e controllo, ma anche lo scarso sostegno agli agricoltori e l'inadeguata partecipazione e reattività in tema di Farm to Fork e Pac. Ogni partecipante al confronto ha speso almeno qualche parola per portare l'attenzione delle istituzioni al settore biologico, che necessita di sempre maggiore riconoscimento. E che, invece, è vittima della lentezza di Roma, lontana dai veri bisogni degli agricoltori. Vincenzo Vizioli, vicepresidente del Consiglio Direttivo Federale Aiab, si è espresso con una certa severità anche sul Decreto Controlli, "che ha un'azione estremamente punitiva", e sul Decreto Rotazioni, definito come un "oltraggio all'agronomia". Alle accuse mosse in coro dai rappresentanti delle associazioni, ha potuto rispondere in diretta Roberta Cafiero, dirigente presso il Mipaaf, che ha preso parte al webinar tenendo l'intervento introduttivo. Di seguito la sua replica, in chiusura al webinar. Che ha ulteriormente animato il dibattito nei giorni successivi.

"Il biologico è un ufficio di seconda fascia e gestisce ogni anno 20 milioni di euro per il settore. Non credo, dunque, che il Governo sia miope e che non comprenda l'importanza del biologico. Il bilancio è pubblico: nel 2020 abbiamo destinato 10 milioni per le mense biologiche in tutte le scuole di ogni ordine e grado. Il Governo ha inoltre stanziato risorse ad hoc per la ricerca in agricoltura biologica: 5 milioni di euro destinati alle università italiane. Come ufficio, ci confrontiamo con le associazioni al tavolo tecnico e, quando adottiamo provvedimenti, operiamo ascoltando l'opinione degli esponenti del tavolo tecnico e con l'assenso delle Regioni. Abbiamo finanziato anche delle ricerche sull'agricoltura biodinamica - 3 milioni di euro - e la Banca Dati Transazioni, un sistema informatico volto a tracciare le transazioni biologiche che abbiamo affidato a Ismea. Abbiamo anche finanziato un apposito progetto sui mezzi tecnici, il 'METinBIO', affidato al Crea. Per quanto riguarda i Decreti Rotazioni e Controlli, la nostra è una linea politica di severità: secondo la nostra legge, se un prodotto biologico contiene pesticidi o sostanze non ammesse, perde la certificazione. È forse un'ottica miope? Siamo uno Stato di diritto che da sempre opera scelte di rigore. I consumatori chiedono italiano anche perché da anni, noi come istituzioni, e col vostro supporto, prestiamo la massima attenzione alla qualità e alla sicurezza dei prodotti. Abbiamo proposto, nell'ambito della nuova legge sul bio, il marchio biologico italiano. A noi interessa promuovere il biologico e, soprattutto, il prodotto nazionale, quindi con la nuova legge vogliamo focalizzare l'attenzione del consumatore sull'origine del prodotto".

IL DIBATTITO, CHE HA VISTO CONFRONTARSI PRINCIPALMENTE VINCENZO VIZIOLI (AIAB) E ROBERTA CAFIERO (MIPAFAF), È PROSEGUITO ANCHE IN SEGUITO ALLA TAVOLA ROTONDA, IN UN ACCESO CONFRONTO AVVENUTO VIA MAIL CHE RIPORTIAMO.

VINCENZO VIZIOLI

"Sono a scrivere una risposta alle conclusioni della dott.ssa Cafiero che a mio avviso contengono diverse imprecisioni, a cui è stato impossibile replicare. Parto dunque dalla mia affermazione che il bio tiene nonostante sia stato fatto poco e niente per raggiungere gli obiettivi contenuti nei 10 punti del piano strategico.

È vero che l'ufficio PQA1 diretto dalla dott.ssa Cafiero distribuisce un budget di 20 milioni di euro per il bio ma:

- i 10 milioni dati alle mense per l'introduzione del bio (D.M. n.14771 del 18/12/2017), riguardano il 2019, mentre la finanziaria 2020 li ha purtroppo dimezzati e, neanche a dirlo, ancora non erogati ed è in dubbio la loro riproposizione.
- Ricerca: sorvolando su modalità di accesso e contenuti dell'ultimo bando emanato, va detto che il finanziamento alla ricerca delle università, rivendicato dalla dirigente, è relativo al 2018 e, a oggi, non tutti i progetti approvati hanno avuto il via dall'ufficio per inspiegabili e inspiegate lentezze burocratiche;
- il bando 2019 non si conosce ancora; mentre per quello dell'anno in corso non si conoscono né disponibilità di fondi, né temi di ricerca;
- i fondi per la ricerca per l'agricoltura biologica e biodinamica provengono dalla 'tassa sui pesticidi' che ha un gettito tra i 15 e i 20 milioni di euro destinati alla ricerca per biologico e biodinamico, a cui ne arrivano solo 2 o 3, di cui il 50% va a finanziare il metabolismo basale di Crea e Ismea con trattativa privata, il 50% va a bando e i restanti sono trattenuti dal MiF;
- I bandi parlano, anche per gli Enti del Ministero, di ricerca partecipata ma non solo le associazioni del bio non sono state coinvolte ma è stato difficile conoscere anche gli incarichi attribuiti che, spesso hanno poco a che vedere con la ricerca per il bio;
- il tavolo per la ricerca in AB presso il Mipaaf, sempre consultivo, ha avanzato richieste tra cui quella di un 'Piano sementiero nazionale per l'agricoltura biologica e biodinamica' sottoscritto da tutte le associazioni del bio e quelle di categoria ad eccezione della Coldiretti (che non firma proposte insieme ad altri), a cui non è stata mai data risposta, pur sapendo che oltre il 75% del mercato delle sementi è detenuto da quelle multinazionali che controllano anche il mercato dei pesticidi e difficilmente, metteranno mai a disposizione degli operatori bio varietà che non abbisognano dei loro prodotti di punta;
- relativamente alle scelte sul DM rotazioni è vero che è stato discusso al tavolo tecnico del

bio e pure ad un tavolo di esperti con nomina ministeriale. Nessuna associazione, nessun esperto ha condiviso mai i cambiamenti proposti dall'ufficio che, per una impuntatura contro le numerosissime critiche ricevute, non ha mai voluto correggere l'errore di aver sostituito: 'cicli colturali' con 'colture principali', adottando una dicitura che ha solo valenza economica per i premi Pac e non agronomica. Nessuno dei tecnici dell'Ufficio PQA1 ha mai avvocato a sé la scelta, nascondendosi dietro la conferenza Stato Regioni a cui l'Ufficio porta però una proposta da approvare.

• C'è voluto oltre un anno di pressione e indagine per reinserire almeno i sovesci, tecnica fondamentale nel metodo bio; un tempo in cui sono state concesse infinite deroghe sulle rotazioni a singole Regioni. Oggi abbiamo un DM che eleva il maggese a leguminosa, considerandolo questa volta, per mera utilità, 'ciclo colturale' e, pur avendo al suo interno deroghe ed essendo stato approvato in Conferenza Stato Regioni, non cancella quelle precedentemente concesse, vanificando e peggiorando in molti il DM stesso: un vero delirio! Come ciliegina sulla torta non sono considerate le colture di secondo raccolto e le consociazioni.

- Dal Ministero poi nessuna sollecitazione alla Regioni e agli Enti pagatori per velocizzare i pagamenti Psr (dovuti, deliberati e disponibili) mentre si cercavano soldi per tamponare la situazione di crisi ovunque.
- Fosfiti: il Crea, organo del Ministero, incaricato dello studio sui residui di fosfiti nei prodotti bio, arriva alla conclusione che i prodotti contaminati hanno due cause fondamentali. La persistenza dei p.a. nel legno delle piante e l'utilizzo di prodotti mascherati da fertilizzanti, che però sono nell'elenco positivo dei prodotti ammessi. Dopo due anni quei prodotti continuano a essere nell'elenco dei mezzi tecnici utilizzabili! Come può il Mipaaf sanzionare, multare e decertificare un operatore che utilizza un prodotto che lo stesso Ministero dichiara ammissibile?
- Il DM controlli è ormai da tutti considerato peggiorativo per il sistema di controllo. Nonostante le sollecitazioni una sua revisione non è mai stata presa nemmeno in considerazione.
- Infine una nota sull'italianità, più importante del bio detta in conclusione dalla responsabile dell'ufficio che governa il biologico italiano. Affermazione che appare quantomeno stonata o meglio, esplicita la confusione che c'è nel nostro Ministero. Forse a fronte dell'aumento dell'import di bio sarebbe stato bello sentire un: 'Dobbiamo lavorare per una crescita delle produzioni bio in Italia'".

ROBERTA CAFIERO

"Gentile dr. Vizioli,

La ringrazio per la sua lunga ed articolata e mail poiché mi dà l'occasione per chiarire alcuni punti che appaiono critici soltanto per una deficitaria comunicazione, atteso che ad ognuna delle osservazioni proposte è agevole replicare 'punto per punto' al fine di collaborare, come sempre, per una crescita delle produzioni bio in Italia.

- Il fondo 2020 non è stato ancora erogato poiché il Ministro, su proposta dell'ufficio, in considerazione della emergenza Covid che ha chiuso le scuole erogatrici delle mense, ha prorogato i termini concessi ai soggetti beneficiari per presentare la domanda di accesso al fondo, riscontrando in tal modo positivamente una richiesta esplicita degli stessi. Nessun dubbio, quindi, sulla erogazione del fondo che avverrà entro e non oltre il 31 dicembre 2020 (trattandosi di un Capitolo di spesa in conto corrente, cioè da utilizzare inderogabilmente entro l'anno). In merito al "dubbio" sulla riproposizione del fondo, come è noto il bilancio previsionale dello Stato ha durata triennale e lo stanziamento del fondo mense scolastiche biologiche risulta previsto nella tabella 12 anche per gli anni 2021 e 2022.

- In merito al bando sulla ricerca, non vi è alcuna "inspiegabile e inspiegata" lentezza burocratica. L'ufficio ha dovuto effettuare degli approfondimenti istruttori poiché non è possibile, per legge, erogare finanziamenti in favore di soggetti beneficiari che hanno pendenze con Equitalia e/o procedure di pignoramento, atteso che erogare liquidità a tali beneficiari significa sottrarla indebitamente ai creditori insoluti. In ogni caso, su 12 progetti approvati e finanziati, il rallentamento ha riguardato solo due progetti per le motivazioni di cui sopra.
- In merito al bando 2019, ha subito dei rallentamenti per l'emergenza Covid ma verrà pubblicato entro il mese di settembre 2020 per un importo di oltre 4 milioni di euro e riguarderà le tematiche concordate con le organizzazioni di categoria nell'ambito dell'apposito Comitato consultivo per la ricerca, in coerenza con le previsioni del Piano strategico.
- In merito ai fondi per la ricerca per l'agricoltura biologica derivanti dalla tassa sui pesticidi, sono stati destinati 5 milioni di euro (e non 2 o 3 come erroneamente asserito) allo scrivente ufficio di cui, come detto sopra, oltre 4 milioni verranno utilizzati per il bando che sarà pubblicato a settembre. E proprio per evitare che le risorse pubbliche siano utilizzate in favore degli enti strumentali del Ministero (Crea e Ismea)

invece che a beneficio di una più ampia platea di soggetti (Università ed Enti di ricerca) che non si è ancora provveduto a finanziare il richiesto Piano sementiero nazionale, atteso che lo stesso dovrebbe a rigore essere assegnato a trattativa privata al Crea, che ha condotto i due precedenti Piani sementieri. È opportuno evidenziare che, pur non avendo ancora finanziato il Piano sementiero, è stato attivato un progetto prodromico al Piano sementiero stesso che è la banca dati sementi, un importantissimo strumento informatico volto a monitorare la domanda e offerta di sementi biologiche. La banca dati sementi è supportata da un gruppo di esperti, diretto dal Crea, con la partecipazione delle organizzazioni di categoria ivi inclusa Aiab.

- I bandi parlano di ricerca partecipata poiché, come richiesto dalle organizzazioni di categoria, è obbligatoria la partecipazione delle aziende agricole biologiche. Nel nuovo bando, in una ottica migliorativa, è stato dato maggiore risalto anche al ruolo delle associazioni.
- In merito al DM rotazioni, vorrei assicurare che non vi è stata alcuna "impuntatura" dell'ufficio nel non voler correggere errori commessi. Chiunque, se vorrà, potrà accedere e visionare il carteggio formalmente trasmesso in Conferenza Stato Regioni da cui risulterà evidente che le correzioni relative al termine 'colture principali' che sostituisce il termine 'cicli colturali' sono state richieste e volute dalle Regioni. È vero che l'Ufficio porta in Conferenza Stato Regioni una proposta da approvare, ma proprio perché si tratta di una mera proposta può essere oggetto di discussione e modifica.
- In merito alle critiche rivolte al DM rotazioni, definito "un vero delirio", mi permetto di lanciare una provocazione, sempre in una ottica costruttiva: c'è qualcuno in grado di scrivere quella stessa norma meglio? Anche i docenti universitari di agronomia che hanno partecipato alle discussioni in rappresentanza delle organizzazioni di categoria, ivi inclusa Aiab, non hanno mai preso 'carta e penna' per proporre un testo; e vi assicuro che - se lo avessero fatto - nessuno si sarebbe offeso, atteso che la partecipazione attiva al procedimento amministrativo dei portatori di interesse è uno dei capisaldi dell'azione amministrativa. Piuttosto va riconosciuto, per onestà intellettuale, che non è affatto agevole scrivere una norma, per sua natura generale e astratta, che ricomprenda tutte le possibili realtà agronomiche di un Paese come l'Italia, lungo e stretto e ricco di biodiversità. Il testo scritto e proposto dall'ufficio è oggetto di mediazioni e confronti e ribadisco trattarsi di un testo ampiamente discus-

so e condiviso da una moltitudine di esperti.

- Con riferimento all'assenza di sollecitazioni alle Regioni e agli enti pagatori per velocizzare i pagamenti, evidenzio che l'ufficio, pur di supportare gli agricoltori biologici ed evitare ingiuste penalizzazioni nei pagamenti, svolge una gravosa attività amministrativa che non rientra nell'ambito delle competenze attribuitegli per legge. Mi riferisco al sistema informativo biologico (Sib) che è spesso oggetto di correzioni e rettifiche al solo fine di 'sbloccare' i pagamenti, mentre per legge il Sib dovrebbe soltanto soddisfare l'obbligo imposto dall'Unione Europea di detenere un elenco aggiornato degli operatori biologici nazionali. In questo caso, quindi, più che semplici solleciti si svolge una ulteriore attività amministrativa non dovuta per garantire i pagamenti agli operatori biologici.
- Questione fosfiti: la problematica lamentata è stata oggetto di discussione e confronto. Per far fronte a tale criticità è stato finanziato un progetto al Crea denominato 'METinBIO' con l'attivo coinvolgimento delle organizzazioni di categoria, l'Ispektorato Centrale repressione frodi è l'Ufficio della Direzione dello sviluppo rurale competente in materia di mezzi tecnici e fertilizzanti.

- In merito al DM controlli, non è chiaro se il riferimento sia al Decreto legislativo sui controlli, che individua come autorità competente l'Ispektorato centrale repressione frodi, oppure al Decreto ministeriale non conformità. In linea generale, le continue revisioni dei testi normativi sono spesso peggiorative del sistema poiché determinano confusione e incertezza negli operatori, minando il principio cardine della certezza del diritto e delle relative sanzioni applicabili.
- Riguardo all'ultima considerazione sull'italianità che è apparsa stonata o foriera di confusione, sottoscrivo e confermo che "dobbiamo lavorare per una crescita delle produzioni bio in Italia". Nel contempo, non è possibile ostacolare le importazioni di prodotti biologici né dall'Unione Europea né da Paesi terzi, tant'è che la libera circolazione di persone, merci, servizi costituisce uno dei principi cardine dell'Unione Europea. Ciononostante, l'ufficio ha attivato, in parallelo alla piattaforma comunitaria Traces, sul Sistema informativo biologico nazionale (Sib) un costante monitoraggio informatico delle importazioni di prodotti biologici da Paesi Terzi. Infine, non posso negare che, come la maggior parte dei consumatori intervistati, tra un prodotto biologico 'estero' e un prodotto convenzionale nazionale il mio cuore sceglie sempre l'italianità".

Dalla Valtellina, il sapore della tradizione



Molino Filippini, azienda specializzata nella lavorazione del saraceno, presenta oggi una linea di prodotti che esalta tutte le proprietà dei grani antichi.

Molino Filippini si trova in Valtellina, nel cuore delle Alpi lombarde, e da tre generazioni è specializzata nella lavorazione del grano saraceno: un (non) cereale naturalmente senza glutine la cui presenza in questo territorio risale al XVI secolo e che caratterizza i principali piatti della tradizione. Forte di questa esperienza Filippini offre al mercato saraceno decorticato, ideale per minestre, zuppe o risotti, farina di grano saraceno e farine per polente: da quella gialla alla polenta taragna, entrambe anche in versione istantanea per chi, in assenza di tempo, non vuole rinunciare a un piatto così gustoso.

Molino Filippini, però, non si è fermata alla lavorazione del grano saraceno: forte della conoscenza di un grano antico, negli anni ha approfondito e innovato per presentare al mercato una linea di farine, decorticati, cereali e preparati dolci e salati realizzati con tanti altri semi tutti ricchi di proprietà nutritive e la maggior parte dei quali senza glutine.

ne. Mais, amaranto, teff, quinoa, legumi, riso, miglio, sono solo alcuni esempi. Inoltre, è di ultima uscita la linea di cous cous senza glutine. 100% Saraceno, 2 Mais, Mais e Riso e 4 Legumi: quattro referenze, convenzionali e bio, tutte da assaporare per un primo piatto completo, veloce, fresco e sfizioso.

In Molino Filippini la tradizione

più antica, dunque, si accompagna a una continua ricerca per garantire un iter produttivo altamente qualificato. L'obiettivo è offrire la massima qualità attraverso accordi diretti con i coltivatori, impianti di ultima generazione certificati 4.0 e un processo produttivo totalmente senza allergeni. Ma anche controlli di qualità, eseguiti sia dal laboratorio

interno, sia da enti certificatori esterni, e un progetto di tracciabilità 'from farm to fork'.

Alla ricerca della migliore qualità, si aggiunge una costante attenzione all'ambiente e al sociale. Non è un caso, dunque, che oltre 30 anni fa Molino Filippini abbia adottato i metodi di agricoltura biologica. E che abbia aderito a diversi progetti a beneficio del prossimo. Tra i più recenti, l'azienda valtellinese ha sostenuto l'iniziativa 'Nessun escluso' di Emergency, mentre durante l'emergenza Covid ha trasformato il proprio shop online in un e-commerce solidale, in modo da poter devolvere una parte del ricavato all'Azienda sanitaria locale. "Per Molino Filippini è importante valorizzare il profondo legame con il proprio territorio, le conoscenze e le peculiarità acquisite dalla propria storia per reinvestire questo know how in innovazione e crescita costante capace di soddisfare le richieste del mercato di oggi", commenta in conclusione Diego Filippini.



Lo stabilimento produttivo

LE CERTIFICAZIONI AZIENDALI

- Icea
- Aic
- Brc Food
- Ifs Food
- Usda Organic
- Canada Organic
- Euk (Kosher)
- Vegan
- Igp
- Valtellina Qualità

LA NOVITÀ: IL COUS COUS 100% GRANO SARACENO

Il Cous cous si presenta come un primo piatto completo al pari di pasta e riso. La versione 100% grano saraceno dona allo stesso un gusto deciso e inconfondibile, oltre a un prezioso apporto di nutrienti. Il grano saraceno, infatti, è fonte di fibre e naturalmente ricco di fosforo, calcio, ferro, rame, magnesio, potassio e contiene importanti vitamine come quelle del gruppo B. Inoltre, è altamente digeribile, buono e povero di grassi. Per questo motivo è un alimento adatto a tutti: bambini, anziani, atleti e soprattutto a chi ama mangiare con gusto e in modo sano. Alimento adatto a chi segue un'alimentazione priva di glutine. Il cous cous Molino Filippini viene prodotto in un impianto 4.0 costruito ad hoc e completamente allergen free. Per realizzarlo viene utilizzata una materia prima selezionata e macinata dall'azienda stessa, garantendo così altissimi livelli di controllo su tutta la filiera. Il prodotto, certificato Icea, Spiga barrata, Vegan, Euk, è disponibile in confezione da 250 grammi.



l'inchiesta

Agosto/Settembre 2020

a cura di Elisa Tonussi

Il biologico e le sfide dell'autunno-inverno

Un'indagine per raccontare il presente e il futuro delle aziende del settore. Alle prese con gli effetti della pandemia, non sempre negativi, sul mercato e sui rapporti con la distribuzione.

Un vero e proprio tsunami, la pandemia di Coronavirus, in maniera quanto mai imprevedibile, ha cambiato tutto. Anche per le aziende del comparto biologico. Che, attive nella produzione delle più disparate specialità, si sono trovate alle prese con difficoltà e necessità diverse.

La pandemia ha risvegliato nei consumatori il bisogno di acquistare prodotti più salutari. E proprio quelli biologici sono stati riconosciuti come tali e apprezzati per la loro naturalità. Ne è conseguito un boom della domanda e una crescita - perfino "esponenziale", a detta di alcune aziende - specialmente nel retail.

Non a caso, dalle prime fasi dell'emergenza, è stato avvertito un grande cambiamento nei rapporti con la distribuzione: le trattative e le presentazioni dei prodotti ora avvengono per via telematica. Modalità che talvolta ha semplificato

o consolidato il rapporto tra buyer e produttore, altre volte ha ostacolato la comunicazione, eliminando elementi essenziali del confronto in presenza. C'è chi dunque apprezza con entusiasmo la rapida digitalizzazione a cui sono state costrette le aziende, c'è chi invece auspica un ritorno alla 'normalità'.

Anche l'export non desta particolari preoccupazioni per la maggior parte delle aziende, nonostante l'assenza di fiere rallenti le possibilità di espansione sui mercati esteri.

Non mancano, però, aziende che si sono confrontate con una stasi della domanda e con cali di fatturato e che hanno dunque fatto ricorso alle misure di sostegno messe a punto dal Governo, non di rado ritenute inadatte o insufficienti. È stata messa in luce anche l'inappropriata modalità di accesso agli aiuti e l'intricata burocrazia. Non tutti gli intervistati però hanno valu-

tato negativamente gli aiuti del Governo. Mentre alcune aziende hanno preferito non dare commenti, altre realtà, che non hanno avuto necessità di sostegno economico, hanno apprezzato che siano state emesse numerose e differenti misure.

Questo in sintesi il presente e il futuro dei protagonisti del settore biologico. Risultato di un'inchiesta condotta dalla redazione di Biologico&Consumi tra le principali aziende italiane del comparto che, intervistate nel mese di luglio, hanno risposto a tre domande: siete soddisfatti delle iniziative intraprese dal governo per sostenere le aziende? Cambieranno i rapporti con la distribuzione (trattative con i buyer, logistica, presentazione di nuovi prodotti)? Quali le preoccupazioni per l'export?

Di seguito le risposte di alcune delle aziende che hanno partecipato all'inchiesta.

Le domande

1. Siete soddisfatti delle iniziative intraprese dal Governo per sostenere le aziende?
2. Cambieranno i rapporti con la distribuzione (trattative con i buyer, logistica, presentazione di nuovi prodotti)?
3. Quali le preoccupazioni per l'export?

segue

CON GERME DI GRANO

NATURALMENTE RICCA DI FIBRE

100% GRANO PUGLIESE DI FILIERA

TRAFILATA AL BRONZO

L'UNICA PASTA A FILIERA CORTA CON GRANO DI PUGLIA

Granoro attraverso un accurato processo di lavorazione e un'essiccazione lenta e a bassa temperatura, produce una pasta integrale ricca dei profumi tipici del grano e completa dal punto di vista nutrizionale.

granoro

Dedicato

ALLA NOSTRA TERRA

granorodedicato.it

Domenico Mazzilli (Andriani): “Sempre più attenzione per l'alimentazione salutare”

1. Le iniziative di sostegno economico alle imprese intraprese dal Governo, pur avendo delle finalità d'urgenza, non sempre sono state efficaci in quanto si sono scontrate con la complessa macchina burocratica che in molti casi ha rallentato e tardato gli effetti che già erano molto contenuti da un punto di vista economico. Vedremo nei prossimi mesi, anche sulla base delle decisioni che prenderà l'Unione europea, se le stesse saranno in grado di soddisfare e sostenere il tessuto economico produttivo del nostro Paese.

2. Certamente le nostre abitudini sono cambiate in seguito all'emergenza Covid. E così anche il mondo del lavoro ha subito e andrà incontro a continue nuove modalità organizzative. La Distribuzione moderna, si mostrerà sempre più attenta all'healthy food e a prodotti sempre più naturali e green. Su questi temi, i buyer avranno anche la consapevolezza di fare delle scelte importanti che avranno ricadute sulle nostre abitudini alimentari.

3. Nell'export non si registrano contrazioni nella domanda e, sicuramente, l'attuazione di politiche mirate sempre più all'internazionalizzazione sarà un tema prioritario nella crescita di ogni azienda ma soprattutto nel comparto alimentare che rappresenta l'eccellenza del made in Italy.

Francesca Rognoni (Farmo): “Una crescita esponenziale nel retail”

1. Stiamo ancora attendendo l'esito delle procedure intraprese. Le dichiarazioni pubbliche del Governo non corrispondono alla realtà perché le procedure non sono così semplici e immediate, e al momento (ndr, a luglio) nessun finanziamento è stato erogato.

2. In generale il cambiamento è già avvenuto. Con i buyer difficilmente si potrà ricominciare con gli incontri in presenza ma si ricorrerà sempre di più al digitale con presentazioni online. Per quanto riguarda la logistica, i trasportatori garantiranno ulteriormente il servizio rendendolo più efficiente, in modo da rispettare le tempistiche di consegna dettate dalla Gdo. Abbiamo iniziato ad ampliare la nostra gamma, con la linea di prodotti bio, ad alto contenuto di proteine e fibre e abbiamo lanciato la nuova pasta di mais e riso integrale in astuccio da 250 grammi, riciclabile nella carta, con una ricetta innovativa rispetto alla precedente.

3. Nel nostro settore abbiamo riscontrato un aumento esponenziale delle vendite nel canale retail e nell'export (in particolare nel mercato nordamericano). Al momento non abbiamo avuto problemi di blocchi o ritardi doganali anche se abbiamo riscontrato un aumento dei controlli.

Emma Martino (Sipa International): “Dal Governo, molte iniziative di spessore”

1. Le iniziative che sono state intraprese, sono state molte e di spessore, a riprova che andrebbero prese sempre in quanto le imprese sono il volano dell'economia di un paese. Questa strana situazione ha bloccato tutto e la ripartenza sicuramente c'è stata ma non con la velocità e con i risultati che ci si aspettava. Rimane necessario, pertanto, continuare ad aiutare e sostenere le aziende italiane per permettere di riprendere il percorso intrapreso pre-Covid.

2. Credo che i cambiamenti nei rapporti siano inevitabili a seguito della pandemia e questo non solo in via precauzionale, ma anche perché i nuovi sistemi digital che sono messi a disposizione dei professionisti permettono di abbattere tempo e barriere. Infatti se prendiamo ad esempio la logistica, dove la digitalizzazione in senso di servizio offerto è limitata, si sono avuti dei consistenti aumenti.

3. Le preoccupazioni maggiori sono sicuramente la scalata della pandemia che sta colpendo tutte le più grandi nazioni ed economie. Per i paesi dove è stato possibile, si è lavorato con i rifornimenti nei vari magazzini, pre-Covid, dove non è stato possibile si stanno attendendo disposizioni per capire quando tornare ad essere operativi. L'economia è in ripresa ma la ripresa è molto lenta e i risultati non sono quelli attesi.

Alessandro Chiarini (Pastificio Avesani): “Preoccupazioni per l'export e la condizione dei mercati ancora precaria”

1. Le iniziative intraprese appaiono estremamente farraginose e scarsamente orientate a fornire un sostegno rapido e diretto alle imprese. L'economia ha tempi e ritmi che la politica italiana non riesce a seguire con la necessaria rapidità e immediatezza. Duole constatare questa condizione di evidente inadeguatezza da parte delle azioni del Governo.

2. Difficile fare previsioni in merito. Appare evidente un certo rallentamento in ordine a nuovi progetti, a distanza di mesi dall'inizio dell'emergenza sanitaria ciò appare ormai difficilmente comprensibile.

3. Le preoccupazioni riguardano la condizione ancora particolarmente insidiosa della pandemia, che sta sviluppandosi in tutto il mondo con un ritmo che evidentemente non mette al riparo nessun mercato. Ne consegue una situazione ancora alle prese con la complessità legata a una serie di chiusure di mercati che varia di settimana in settimana, con esiti sicuramente ancora fortemente penalizzanti lo sviluppo dell'export. Per non tacere del mondo legato a consumi fuori casa, ancor più problematico e con uno scenario che in alcuni casi è in timida ripresa, mentre in altri soffre per i lockdown imposti di varie nazioni extra-europee.

Mattia Cardazzi (Cerreto): “Non abbiamo usufruito degli aiuti statali”

1. Al momento (ndr, a luglio) non abbiamo usufruito degli incentivi messi a disposizione del Governo. Dato che la situazione ha dato impulso alle nostre vendite, abbiamo ritenuto giusto che gli aiuti venissero utilizzati da chi ne aveva realmente bisogno.

2. Sicuramente sì, specialmente in caso di un ritorno in autunno. La speranza è che si possa tornare alla normalità degli incontri, in parte già avvenuta. Per contro i rapporti sono al momen-

to invariati, forse qualcosa verrà ridefinito in fase di rinnovo contratti ad inizio 2021.

3. Il principale problema dell'export è la distanza e i periodi di quarantena che limitano i viaggi. I nuovi progetti sono fermi in Italia, così come all'estero. Ci stiamo muovendo con delle piattaforme web per rimanere in contatto con i buyer. La speranza è quella di poter tornare a viaggiare presto per recuperare un po' il tempo perso.

Chiara Rossetto (Molino Rossetto): “Un tuffo nel digitale improvviso ma provvidenziale”

1. Sicuramente il Governo si è trovato a gestire una situazione tanto drammatica quanto complessa, che ha comportato sforzi importanti. La cassa integrazione introdotta, per esempio, rappresenta uno strumento certamente utile per sostenere l'economia ma sicuramente sarebbe ancora più efficace se si riuscissero a ridurre i tempi di erogazione. Ritengo poi importante la possibilità di chiedere finanziamenti alle banche, ma credo che sei anni siano davvero pochi per restituire serenamente il prestito. Per dare una vera boccata di ossigeno alle imprese, sarebbe stato più opportuno ragionare almeno a 10 anni.

2. Di fatto in questi mesi sono cambiati e, in alcuni casi, si sono rafforzati. Improvvisamente ci siamo trovati ad abbandonare gli incontri fisici e a spostare tutto su un piano virtuale. Un tuffo nella digitalizzazione improvviso ma forse provvidenziale, perché è stata occasione per cambiare delle abitudini ormai sedimentate ma migliorabili. L'incontro di persona rimane ov-

viamente molto importante, soprattutto quando è necessario presentare un progetto più corposo o un nuovo prodotto su cui si scommette, ma per tutto quello che concerne i meeting di aggiornamento, credo che questa modalità sia molto apprezzata. Da una parte e dall'altra si risparmia certamente molto tempo e, nel caso degli imprenditori, anche molti chilometri. Il fatto di evitare lunghe trasferte magari per un solo incontro consente di essere più presenti in azienda e rendere più efficace il lavoro.

3. Attualmente (ndr, a luglio) non ce ne sono, anzi, in realtà quest'anno stiamo ottenendo un buon riscontro dall'estero, un po' perché fin da inizio anno abbiamo deciso di investire di più sulla crescita nei mercati oltreconfine, un po' perché, come accaduto anche in Italia, è di fatto aumentato l'interesse verso il settore farine. Il made in Italy continua a rimanere un valore aggiunto, per cui sono certamente apprezzati i nostri prodotti di filiera ma sono ricercati soprattutto i prodotti da agricoltura biologica.

Giovanni D'Agostoni (Icam): “La comunicazione telematica non ha mutato le relazioni commerciali”

1. Nel rilancio economico del settore alimentare, le iniziative intraprese dal governo saranno sicuramente decisive. Un supporto economico e sociale, che ci auguriamo, sia di sostegno per una veloce ripartenza di imprese e professionisti. Icam dal canto suo sta attivando tutte le misure necessarie per andare incontro alle migliaia di clienti, ponendoli al centro come sempre fatto, e costruendo insieme un cammino virtuoso di rinascita. L'azienda sta lavorando fianco a fianco con i propri clienti per concordare le modalità migliori per supportarli nelle loro attività.

2. I nostri rapporti con i buyer della Gdo sono da sempre ottimi e sono rimasti tali anche durante il periodo del lockdown. L'unico cambiamento lo abbiamo riscontrato nelle modalità di interazione e scambio di informazioni con loro. Per

esempio, le presentazioni delle novità di prodotto oggi avvengono per via telematica e in conferenze call. Un cambiamento che, per quanto ci limiti in quella che è la parte più legata alla socialità di questi momenti, non ha mutato in alcun modo la relazione commerciale che intratteniamo da anni con i nostri contatti.

3. I mesi difficili appena trascorsi non hanno portato conseguenze negative sull'export, che attualmente (ndr, a luglio) è in crescita. In generale, sia in Italia che all'estero, siamo riusciti a mantenere alti gli standard di performance, sia per quanto riguarda la puntualità delle consegne che il rispetto delle scadenze produttive. L'unica preoccupazione per l'export potrebbe essere legata a un'eventuale secondo lockdown con conseguente chiusura delle frontiere.

Laura Betti (Mielizia): “Lo stop del mondo fieristico è un problema”

1. Fortunatamente la nostra azienda non si è mai fermata. Durante il periodo del lockdown, le vendite dei nostri prodotti hanno visto un aumento, derivato in parte da un maggior consumo domestico e dall'altra da un vissuto salutistico del miele e dei prodotti dell'alveare. Abbiamo potuto usufruire però del bonus pubblicità e della cassa integrazione nel caso del nostro punto vendita presso Fico Bologna, che è rimasto chiuso per un lungo periodo e ora ha ripreso l'attività a orario ridotto.

2. Sicuramente questa esperienza ha avuto un impatto molto forte. Ancora adesso (ndr, a luglio) le trattative si fanno a distanza, al telefono o tramite videocchiamata. Questo non aiuta, perché il rapporto diretto e la possibilità di approfondimento che possono offrire gli incontri sono unici. Il Covid-19, inoltre, ci ha impedito di ottenere i risultati desiderati nell'immediato per un maggiore ampliamento di gamma, poiché gli incontri per i nuovi inserimenti sono stati cancellati.

3. I nostri clienti esteri sono rimasti attivi anche nel periodo del lockdown e gli ordini sono stati evasi. Sicuramente il fatto che il mondo fieristico e gli eventi siano fermi rappresenta un problema. Le fiere costituiscono un'ottima vetrina per la visibilità del brand, difficilmente sostituibile. Sono anche occasione per conoscere nuovi trend, ampliare il portafoglio clienti e consolidare i rapporti con i clienti in essere.

Serafino Maffè (Trevisan Dolciaria): “Situazione di nervosismo contrattuale”

1. Le iniziative intraprese dal Governo per sostenere le aziende sono risultate insufficienti e non ben coordinate.

2. I rapporti con la distribuzione cambieranno sicuramente. È già presente una situazione di nervosismo contrattuale legato alla contrazione dei consumi. Inoltre, si sono ridotte le finestre di incontri per la presentazione delle novità.

3. Il blocco e il rinvio di fiere ha cancellato le prospettive di sviluppo e vanificato trattative imbastite in vista di incontri durante gli eventi.

Sante Ludovico (La Pizza +1): “Le relazioni virtuali con il mercato come nuova frontiera del business”

2. Sicuramente questo periodo ha dimostrato che aspetti fondamentali della relazione con la distribuzione possono essere discussi e decisi senza un incontro fisico. Pensare di negoziare manutenzioni assortimentali e addirittura rinnovi contrattuali sistematicamente in videoconferenza o via telefono era impensabile fino a pochi mesi fa. Nel 'new normal' auspihiamo che si possa tornare presto anche all'incontro fisico con i buyer, ma certamente rimarrà qualcosa di

queste nuove metodologie di gestione delle problematiche e di negoziazione imposte dalla pandemia. Credo che in futuro le occasioni di incontro fisico nell'arco dell'anno saranno complessivamente inferiori rispetto al periodo pre-Covid. L'aspetto positivo di questo potrebbe essere, nella media, una maggior velocità decisionale. Non succederà più di procrastinare decisioni importanti solo perché non si trova una disponibilità in agenda.

3. La preoccupazione principale rimane quella di uno scenario in cui le diverse ondate future possano creare problemi e tensioni operative in diverse aree geografiche con impatto nei diversi canali. Il macro trend di interesse per i prodotti alimentari italiani di qualità non sarà sicuramente messo in discussione dalla pandemia, ma questa esperienza ci ha dimostrato che anche mercati consolidati possono 'chiudersi' completamente dall'oggi al domani per diverse settimane o anche mesi.

segue



l'inchiesta

Agosto/Settembre 2020

Fiore di Puglia: “Rapporti personali sempre più limitati”

1. Sì, però attendiamo l'evolversi dei vari benefit che ci hanno promesso.
2. Rimarrà operativo il rapporto a distanza con incontri personali molto più limitati, ancora oggi in diversi centri distribuzione c'è ancora chi lavora in smart working. C'è una situazione di stallo per gli inserimenti, dettati dalla situazione incerta che c'è in giro. È ovvio che noi aziende soprattutto in questo momento dobbiamo essere attente ad ascoltare il mercato, per presentare le giuste soluzioni.
3. L'export post-Covid ha ripreso a viaggiare con cautela, dipende da regione a regione, in questo periodo il Sud America si è fermato, mentre i paesi dell'est Europa stanno ripartendo. Dubito che la pandemia porterà cambiamenti importanti nei rapporti commerciali con l'estero, soprattutto perché il settore agroalimentare è molto richiesto ed è difficilmente riproponibile in altri luoghi.

Luciana De Bellis e Nicola Visaggio (Terre di Puglia): “Alcune forme di interazione in presenza sono insostituibili”

1. Riteniamo che per un evento così imprevedibile come il Covid-19 e dall'impatto così devastante sull'economia mondiale, il nostro Governo abbia cercato di fronteggiare questa emergenza sanitaria e sociale al massimo delle sue possibilità. L'ammortizzatore sociale della cassa integrazione, lo strumento più utilizzato, nonostante i tempi lunghi dei pagamenti, ha permesso a molte imprese e lavoratori di continuare a sopravvivere e a continuare a sperare.
2. Sicuramente abbiamo fatto di esigenza virtù, nell'ambito di tutti i settori da quello scolastico, familiare e lavorativo, abbiamo migliorato le nostre

competenze in ambito digitale e nella comunicazione a distanza, riteniamo però che le interazioni in presenza abbiano delle caratteristiche che non possono essere totalmente rimpiazzabili dalle interazioni telematiche. Nello specifico, per gli incontri con i buyer e le presentazioni dei nuovi prodotti, la compresenza si rende necessaria per valorizzare momenti come l'assaggio, la valutazione di un pack (citiamo due esempi rilevanti nel nostro settore), ma più in generale per mettere gli interlocutori a proprio agio, creare un'atmosfera più familiare, aperta, autentica e di fiducia reciproca”.

Alberto Bianco (Master): “Aumentano gli ordini dall'estero”

2. Finché non ci sarà una totale ripresa delle interazioni personali, quasi tutte le trattative avverranno tramite video call e le presentazioni prodotti saranno effettuate tramite l'invio di campionature.
3. Nessuna preoccupazione per l'export. I nostri distributori stanno continuando ad ordinare con gli stessi quantitativi, se non addirittura aumentando gli ordini.

Cinzia D'Alessandro (Confetture D'Alessandro): “Le iniziative del Governo non hanno toccato le reali problematiche aziendali”

1. Le iniziative prese dal Governo a nostro parere non sono entrate nelle problematiche aziendali, ovvero scarsa liquidità, lavoro ridotto. La cassa integrazione non è ancora (ndr, a luglio) arrivata dal mese di marzo per molte aziende, tra cui la nostra. Non è stata fatta alcuna agevolazione sui pagamenti di contributi e imposte. I finanziamenti, anche a garanzia dello Stato, sono sempre a discrezione della banca (erogazione e tasso d'interesse da fornire al cliente), in virtù della capacità contrattuale del cliente stesso. Se il Governo avesse voluto veramente dare un segno di rispetto per le aziende costrette a chiudere, a lavorare meno o con grosse difficoltà di gestione, avrebbe dato una somma una tantum da valutare sul giro di affari e sul lavoro che ha potuto, o non ha potuto, svolgere nel periodo. Inoltre, molti degli pseudo finanziamenti erano con il click day, ma io mi domando: si può in questo periodo fare la corsa ad accaparrarsi una somma irrisoria? La mia azienda, nonostante i numerosi investimenti iniziati a fine anno e continuati durante il lockdown, non ha avuto accesso a nessuna di queste forme di assistenza, perché avevano tan-

te di quelle limitazioni e sfaccettature che alla fine ho lasciato perdere. Ho solo avuto accesso alla rinegoziazione del tasso dei mutui e a un'ulteriore erogazione di credito grazie al rating di bilancio della mia azienda.

2. In questo momento (ndr, a luglio) il mercato è fermo. Tutte le trattative sono al momento solo da remoto e sicuramente la presentazione dal vivo non è fattibile per molte realtà, e molte oramai cavalciano la cosa proprio per evitare nuovi fornitori o prodotti, proprio perché il mercato è in stasi. Credo che il Governo non si renda conto che questa stasi del mercato e la chiusura di migliaia di piccole aziende causerà minori introiti fiscali già da quest'anno, e anche per gli anni a venire.

3. Non credo per l'export alimentare ci siano grossi problemi, sicuramente nei paesi in cui l'epidemia imperversa le frontiere resteranno chiuse, considerando che l'epidemia non è in contemporanea in tutto il mondo. Come per l'economia interna, anche l'export sta subendo contrazioni. Inoltre, la mancanza di fiere internazionali riduce ancora di più la possibilità di espansione nei paesi esteri.

Renato Bonaglia (Alcass): “I rapporti con la distribuzione sono già cambiati”

1. Abbiamo apprezzato il tempestivo intervento per tutelare le posizioni in maggiore difficoltà, ma poco è stato fatto per chi sta garantendo posti di lavoro e crescita in questo momento difficile. Non parlo di aiuti economici ma di una massiva e reale azione di semplificazione burocratica perché il nostro sistema economico è sempre più imbrigliato e perdiamo sempre più competitività.

2. Sicuramente. I cambiamenti sono già avvenuti, non è possibile in questo periodo esporre alle fiere, visitare i buyer e presentare in modalità diretta le innovazioni secondo gli standard più efficaci, ovvero tramite il confronto fisico. Le riunioni in video sono estremamente meno efficaci, parlando di cibo, l'aspetto sensoriale e dell'assaggio è un tema centrale. Penso che questo avrà ricadute sul nostro sistema in termini di minor innovazione e minori lanci.

3. L'impossibilità di viaggiare e di incontrare fisicamente i clienti limita il potenziale ma questo è un tema comune che condividiamo con gli altri paesi e produttori competitor. Speriamo che si possa tornare a breve a una mobilità normale.

Pierluigi Stoppelli (Iris Bio): “L'emergenza non è finita. Regole a difesa della qualità!”

1. In sintesi: troppe parole, poca concretezza. La filiera agricola ha bisogno di programmi solidi e interventi forti a sostegno della produzione. L'emergenza non è finita, speriamo in nuove regole a difesa della qualità e del valore del comparto.

2. Sì, in meglio. Se sapremo, industria e distribuzione insieme, valorizzare la qualità e le sue specificità, facendo capire al consumatore che certi prezzi, troppo bassi, saranno pericolosi per tutti: la distruzione del valore non paga!

3. Non ci saranno preoccupazioni se saremo in grado di valorizzare il nostro sistema produttivo, che non ha eguali. In particolare per Iris il collegamento diretto e continuo tra qualità e controllo delle materie prime e maestria nella produzione saranno strumenti di rafforzamento su tutti i mercati, e naturalmente elemento di presa verso quelli nuovi da sviluppare.

Francesco Galizia (Valle Fiorita): “Comunichiamo con la Gd per via telematica”

1. Siamo relativamente soddisfatti. Non tanto per noi, che abbiamo lavorato a ritmi frenetici, quanto per quelle aziende che si sono trovate in difficoltà e in alcuni casi sono state costrette a chiudere.

2. I rapporti con la distribuzione sono cambiati. Le trattative ormai avvengono per via telefonica o video call, lo stesso per quanto riguarda la presentazione dei nuovi prodotti. La logistica invece deve sottostare a regole ferree, volte a garantire la sicurezza di tutti gli operatori. La sensazione è che andremo avanti così ancora a lungo, almeno fino a quando non sarà disponibile un vaccino.

3. Non abbiamo preoccupazioni, anzi, ci saranno sicuramente nuovi incrementi. Se dal punto di vista del prodotto per i canali Horeca e food service assistiamo a una netta flessione. È altrettanto vero che la grande distribuzione cresce erodendo le quote di mercato di questi due canali. Il consumatore non si sente ancora sicuro nel consumare pasti fuori casa e pertanto preferisce acquistare prodotti confezionati da consumare a casa.

Pierluca Ambrosioni (Vecchio Varzi): “Difficile prevedere la domanda per il futuro”

2. La tutela della salute e la sicurezza saranno ovviamente centrali sempre di più. Tutte le parti dovranno fare il massimo per garantire che queste priorità siano rispettate, utilizzando il più possibile la tecnologia.

3. L'export è strettamente collegato alla volatilità della domanda che sarà difficilmente prevedibile e a potenziali discontinuità della catena logistica.

Ferdinando Tabaschi (Forno Miotti): “L'export è fermo”

1. Assolutamente no!

2. Le trattative, in questo periodo di emergenza sanitaria, avvengono con molta difficoltà; ancor più difficile risulta la presentazione dei nuovi prodotti o i prodotti a potenziali clienti in quanto ci sono ancora limitazioni per accedere alle aziende o incontrare i buyer, e si può capire bene che sono attività che non possono essere fatte tramite smart-working. Si spera di tornare presto alla normalità.

3. Purtroppo l'export nel nostro campo è fermo e si ha la paura di non riuscire a riprendere gli andamenti delle vendite antecedenti all'emergenza sanitaria, anche in mercati esteri.

Ococo: “Il Covid ha consolidato il rapporto azienda-consumatore”

2. Sì. Le trattative sono sempre difficili con i buyer, ma abbiamo notato uno stato d'animo più rilassato e sereno da quando lavorano da casa. La situazione Covid ha rafforzato il rapporto consumatore/Ococo e aperto nuove finestre per far conoscere Ococo a un altro target più interessato ai benefici dell'acqua di cocco nel settore bevande.

3. Ococo è un marchio nato in Italia per il consumatore italiano. È un'azienda giovane che ha aperto la strada ad altri prodotti a base di acqua di cocco, stiamo ancora conquistando i consumatori più difficili ed esigenti e ci concentriamo al momento ad essere i più forti nel mercato dove siamo nati, c'è ancora molto lavoro da fare.

Pasquale Petti (Italian Food): “Improvvisa crescita delle esportazioni”

3. I nostri mercati esteri con un business più consolidato si trovano per lo più in area Ue e, a partire dal mese di marzo, la richiesta da parte dei nostri clienti e distributori per l'export ha avuto una improvvisa e rapida impennata, in proporzione maggiore rispetto al mercato nazionale, considerando anche che i nostri margini di crescita all'estero sono maggiori in questo momento (ndr, a luglio). Contiamo che questo aumento della domanda sul retail, soprattutto per prodotti di origine certificata e controllata e di alta qualità, possa favorire il nostro ingresso nei mercati esteri per tradizione più sensibili al prezzo che alla qualità, finora dominati dalle Private label (es. in Germania), e contestualmente accelerare la crescita nei Paesi dove già stiamo penetrando bene negli ultimi anni. D'altro canto la minaccia dei dazi e le difficoltà legate a logistica e distribuzione, oltre che alle incertezze legate all'approvvigionamento della materia prima, hanno rallentato il processo di apertura verso nuovi importanti paesi extra-europei, primi fra tutti gli Usa.

Mauro Tosini (Gruppo Salvo): “Preoccupa il futuro dell'export”

1. Siamo soddisfatti del supporto che il Governo sta dando in questo difficile momento alle aziende italiane, sicuramente gli investimenti e le risorse che sono stati messi a disposizione dal Governo stesso e da Bruxelles sono di una portata enorme. Tuttavia, considerando la situazione, è difficile al momento sapere se queste iniziative saranno sufficienti per supportare le aziende italiane. Il vero interrogativo, infatti, sui tempi e le modalità con cui il nostro Paese, in termini burocratici e bancari, sarà in grado di metterle a disposizione del mercato, delle aziende e in più in generale dei consumi.

2. I rapporti con la distribuzione sono già cambiati in questi mesi a causa del Covid-19, che ci ha portati a dover sospendere gli incontri di persona con i fornitori e con i nostri clienti, che ormai incontriamo già da marzo in videoconferenza. Questa situazione ci ha portati ad adattarci, rivedendo il nostro modo di relazionarci con la distribuzione, e anche se questa nuo-

Alberto Bianco (Master): “Aumentano gli ordini dall'estero”

2. Finché non ci sarà una totale ripresa delle interazioni personali, quasi tutte le trattative avverranno tramite video call e le presentazioni prodotti saranno effettuate tramite l'invio di campionature.

3. Nessuna preoccupazione per l'export. I nostri distributori stanno continuando ad ordinare con gli stessi quantitativi, se non addirittura aumentando gli ordini.

va modalità rende tutto più rigido e organizzato, si è trattato di un cambiamento necessario, che comunque rimarrà in alcuni aspetti anche con un ritorno alla normalità, ad esempio per la videoconferenza che si è dimostrata un validissimo strumento di supporto per la nostra realtà aziendale.

3. Il futuro dell'export preoccupa, anche se al momento (ndr, a luglio) siamo in una situazione che ci accomuna un po' tutti. Quindi ci vorrà attenzione e controllo per riuscire a interpretare al meglio la situazione nel mondo e limitare il rischio.

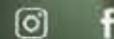
Non abbiamo dubbi infatti che nei paesi in cui l'export è considerato un bene di prima necessità si tornerà in tempi rapidi a un suo utilizzo regolare. Viceversa dove è considerato un prodotto di nicchia bisognerà, a seconda dei casi e degli impatti causati dal Covid-19, monitorare e sapersi adattare di conseguenza alla situazione, magari riuscendo anche a guadagnare posizioni competitive.

fine



Vai sulla mela bio italiana –
365 giorni all'anno.

Ogni mela è certificata bio, dal seme fino al picciolo. E anche l'imballaggio delle mele è studiato per rispondere alle vostre esigenze. Così che le vostre vendite possano crescere con le mele Biosüdtirol e la nostra storia. Ogni giorno dell'anno.



biosuedtirol.com

Lo “scazzo”

Tre associazioni su quattordici, aderenti a Confindustria, firmano il contratto nazionale degli alimentaristi. Ma Federalimentare & C. rigettano l'accordo. I sindacati invece esultano e minacciano. Tutti i retroscena.

Il contratto nazionale, i sindacati, tre associazioni di settore che aderiscono e undici che invece lo rigettano: sono gli elementi del giallo di mezza estate che ha tenuto, e tiene, in fibrillazione il settore alimentare.

Tutto accade nella notte del 31 luglio. Seduti a un tavolo virtuale si discute sul Ccnl, ormai scaduto da un anno. Ci sono tutte le associazioni che raggruppano il settore. Dopo una intensa trattativa, lo strappo. Unionfood, Ancit e Assobirra, trovano un'intesa con i sindacati Fai Cisl, Flai Cgil, Uila Uil. E firmano il contratto quadriennale.

L'accordo riconosce un aumento salariale di 119 euro a regime, a cui si aggiungono 5 euro di welfare e 30 euro che verranno erogati a tutti i lavoratori per i quali non viene svolta la contrattazione di secondo livello. Tra i punti del contratto, è prevista anche l'introduzione di piani formativi pre-assunzione e per tutti i lavoratori, il rafforzamento della collaborazione tra imprese e mondo della scuola e dell'Università, così come una normativa specifica per il lavoro agile.

Federalimentare non ci sta

Ma Federalimentare che, da statuto, possiede un ruolo di coordinamento sul contratto e sulle restanti associazioni che ne fanno parte, non ci sta e abbandona il tavolo delle trattative.

Si consuma così, in una notte dei lunghi coltelli, uno “scazzo” che avrà conseguenze gravi sulle dinamiche in seno a Confindustria.

Il sindacato invece, il giorno dopo, canta vittoria e innalza al cielo lo scalpo dei “padroni buoni”. “Si tratta di un contratto qualificante e di grande valore”, sottolineano i segretari generali Onofrio Rota (Fai), Giovanni Mininni (Flai) e Stefano Mantegazza (Uila). “In questi nove mesi di trattativa abbiamo fatto tutto il possibile per tenere unite le controparti in un unico tavolo, ma le divisioni tra le diverse associazioni di imprese all'interno di Federalimentare non si sono ricomposte. La scelta di abbandonare le trattative appare incomprensibile, dal momento che con le stesse sono stati concordati tutti i miglioramenti normativi e l'incremento del trattamento economico minimo”. Da qui un avvertimento che suona come una minaccia: “Avendo da oggi un contratto valido fino al 2023, non esiste altra intesa per i comparti dell'industria alimentare: il contratto di riferimento per chiunque vorrà rinnovarlo sarà quello siglato questa notte”. Bum bum bum.

Immedie le reazioni delle controparti. “L'accordo siglato nella notte da tre associazioni su quattordici non può essere riconosciuto come Ccnl industria alimentare in quanto non tiene con-

to della crisi che ha colpito la filiera”, si legge in un comunicato di Federalimentare. “Le undici associazioni che rappresentano oltre il 70% del fatturato dell'industria alimentare evidenziano le difficoltà riscontrate nel trovare soluzioni adeguate e sostenibili per settori che, con il Covid, hanno registrato cali di mercato anche del 40% e stimano una ripresa lenta e incerta”. Il vicepresidente di Federalimentare, Silvio Ferrari, evidenzia: “L'estrema difficoltà a veder riconosciuta nella trattativa una eterogeneità dei diversi settori, con disponibilità di incrementi salariali, per i prossimi anni, molto diverse”.

“La richiesta economica del sindacato non tiene in debito conto la pesante situazione di crisi, confermata dai dati Istat (-12% Pil, secondo trimestre 2020)”, continua Federalimentare. “Con senso di responsabilità nei confronti delle aziende e dei lavoratori, nell'obiettivo di mantenere i livelli occupazionali, le associazioni: Anicav, Assalzo, Assica, Assitol, Assobibe, Assolatte, Federvini, Italmopa, Mineracqua, e Federalimentare, confermano la volontà di proseguire il percorso negoziale”.

I commenti di Assocarni e Assica

Anche François Tomei, direttore Assocarni, sottolinea che: “Nonostante gli sforzi messi in campo, bisogna prendere atto delle enormi differenze tra i vari comparti produttivi, sia sul piano delle esigenze organizzative che su quello salariale. È evidente che a partire da questo momento sarà ormai difficile parlare più di un contratto alimentare unico ma di contratti settoriali differenti per merceologia. Scontata tale evoluzione, considerando anche l'enorme differenza del costo del venduto della materia prima e dell'incidenza della manodopera tra un cioccolatino confezionato automaticamente e un filetto o un prodotto Dop o Igp”. Il riferimento a Ferrero, fra i firmatari dell'accordo, è tutt'altro che velato.

Gli fa eco Nicola Levoni, presidente di Assica, Associazione industriali delle carni e dei salumi: “È necessario che venga condivisa una visione obiettiva della situazione che sta vivendo l'industria alimentare. Per quanto riguarda il settore dei salumi e della carne suina, la nostra preoccupazione parte da lontano, in quanto già il 2019 è stato un anno estremamente difficile per la crisi dei prezzi della materia prima: non immaginavamo che il 2020 sarebbe stato un altro anno di dura prova per le nostre aziende. Nonostante il nostro settore abbia continuato a lavorare, il lockdown e la chiusura del canale Horeca hanno determinato un calo repentino, intorno al 20%, della domanda interna e una sensibile contrazione delle ven-

dite verso i Paesi che hanno adottato provvedimenti simili a quelli italiani, determinando un brusco rallentamento delle nostre esportazioni. In questa situazione la nostra volontà rimane quella di garantire occupazione e sicurezza, tutelando quindi i nostri lavoratori e le loro famiglie”.

Vacondio: “Provo a tenere il tavolo unito”

I sindacati hanno attivato uno stato di agitazione dal 24 agosto e Carlo Bonomi, presidente di Confindustria, ha anche incontrato le associazioni “ribelli” a metà settembre. Prima ancora, il 2 settembre, al Cibus Forum, il presidente di Federalimentare Ivano Vacondio parla del delicato rinnovo del contratto dell'industria alimentare. Intervistato, dichiara che: “Cercare di cambiare le regole del gioco a partita in corso non è intelligente. Io non mi sono schierato, io ho il compito di tenere il tavolo di lavoro unito, ma se si voleva cambiare l'intera impostazione del contratto andava fatto subito. Alla fine, comunque, il contratto si farà perché conviene a tutti, anche ai sindacati, ed è impensabile il contrario. Fino ad agosto 2021 i lavoratori sono comunque già coperti e tutelati dalla prima tranche del contratto, siglato da tutte le associazioni e dai tre sindacati. Certamente, non era mai successo che firmassero il rinnovo solo tre associazioni su tredici. Oggi sicuramente la situazione è più complicata che in passato, ma tutto si risolverà”.

I retroscena

A questo punto ci si interroga sui motivi dello strappo che si è creato all'interno di Confindustria. Quali i motivi che hanno spinto le tre associazioni “scissioniste” a firmare il contratto? Quali i vantaggi? Ma soprattutto quali le conseguenze? Abbiamo chiesto lumi a Unionfood ma ci hanno fatto sapere che preferiscono non commentare. Una posizione che non comprendiamo e che manifesta una debolezza di fondo. Forse la scelta è stata affrettata. Forse ha pesato la lunga trattativa. Forse la fretta di andare in vacanza...

Fonti solitamente bene informate raccontano che alla fine quello che ha fatto propendere le tre associazioni “scissioniste” alla firma è stato il deciso intervento di Ferrero e Barilla che, stanche di nove mesi di trattative, hanno deciso di chiudere l'accordo con i sindacati. Un'intesa con un'incidenza sui costi generali che, per delle multinazionali, sono oggettivamente diverse rispetto a quella di piccole e medie industrie.

Sicuramente non si aspettavano la levata di scudi di Federalimentare & C. Pensavano che sarebbe finita a tarallucci e vino. Con tanto di cioccolatini al contorno...

I PUNTI DEL NUOVO CONTRATTO

“Qualificante e di grande valore”. Così i sindacati di categoria hanno definito il rinnovo del contratto nazionale dell'industria alimentare 2019-2023 siglato da Fai Cisl, Flai Cgil, Uila Uil e Unionfood, Ancit e AssoBirra, arrivato dopo ben nove mesi di trattativa, e frutto di tanti momenti di confronto e mobilitazioni. Eccone i punti principali.

- Introduzione di specifici piani di formazione pre-assunzione, l'obbligo di garantire l'accesso alla formazione a tutti i lavoratori, il rafforzamento della collaborazione tra imprese e mondo della scuola e dell'Università.
- Recepimento dei contenuti del Patto della Fabbrica (accordo interconfederale del 9 marzo 2018 tra Confindustria e Cgil, Cisl, Uil che fissa le condizioni per realizzare un sistema di relazioni industriali più efficace e partecipativo) su partecipazione e coinvolgimento dei lavoratori.
- Obbligo, da parte dell'azienda, in caso di mancata iscrizione al sistema di welfare, a versare 20 euro mensili in busta paga.
- Viene normato in maniera innovativa il lavoro agile, a partire dal diritto alla disconnessione e alla privacy.
- In materia di tutela della salute, viene rafforzata la formazione e le parti si impegnano a dedicare una giornata al tema della sicurezza sul lavoro.
- Viene migliorata la normativa degli appalti, che vincola all'applicazione del contratto nazionale del settore merceologico delle attività appaltate, sottoscritte dalle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative.
- In materia di congedi parentali, sono ampliati sia quelli retribuiti che non retribuiti, per i figli a carico e l'assistenza familiare, e viene riconosciuto il congedo per donne vittime di violenza.
- È rinviato al 1° gennaio 2025 il versamento del contributo da parte dei lavoratori al fondo di assistenza sanitaria Fasa.
- È prolungata l'esenzione dal lavoro notturno per le lavoratrici che rientrano dalla maternità e per i padri in condizione di monogenitorialità.

Supplemento a Bio&Consumi
Anno VI - Numero 8/9
Agosto/Settembre 2020



Lavoriamo ogni giorno per un domani migliore, con un orientamento al mercato e alle necessità globali, sviluppando progetti sostenibili voluti da un consumatore informato e attento ai prezzi. Formule sempre ed efficaci arricchite da ingredienti ottimi naturali sempre più innovativi nel rispetto dell'ambiente e della persona.

Semplicità, Tradizione, Biologico, 0% Chimica Nociva

AMMORBIDENTI BIOLOGICI
Ammorbidenti in polvere concentrata naturale, formulati con soli ingredienti biologici 100% biodegradabili.



SCEGLI TRA:
LAVANDA - FIOR DI LOTO E BERGAMOTTO
SENZA PROFUMAZIONE per le pelli più sensibili

La polvere si scioglie perfettamente a contatto con l'acqua, senza lasciare residui sulle fibre dei capi e riducendo al minimo i rischi di allergie, irritazioni e pruriti. L'acido citrico naturale, elimina le residui cariche batteriche presenti dopo un normale lavaggio e neutralizza l'alcalinità del detersivo, riportando i capi alla loro morbidezza naturale. Disponibili in due diversi formati: 320 gr e 250 gr.



Scopri tutti i prodotti su:
www.naturaamica.care
sales@zecagroup.com • +39 0523 956763

Una storia d'amore

‘Sapone di un tempo’ compie nove anni. E lancia la gamma di cosmetici solidi. Parla il presidente, Michele Danieli: passato, presente e futuro di un'azienda in crescita costante.



Primo piano



Dmo acquisisce Lillapoix

Avviata a novembre 2019, la trattativa si era interrotta a causa del lockdown. Ora, la società della famiglia Celegghin punta a creare la più importante catena drugstore in Italia.

FOCUS



AGENZIA CHIMICA EUROPEA: SLITTA IL DIVIETO PER LE MICROPLASTICHE NEI COSMETICI

OSSERVATORIO IMMAGINO: I PRODOTTI PIACCONO ETICI E MADE IN ITALY



GUIDA BUYER

SPECIALE NOVITÀ GREEN

Ce n'è per tutti i gusti. Per la stagione autunno/inverno, le aziende hanno pensato a proposte a base di ingredienti di origine vegetale e naturale, in alcuni casi con alte concentrazioni, realizzati attraverso processi sostenibili, con packaging ecologici e progetti etici.

Da pagina VI a pagina XII

Il beauty certificato organic e natural continua a crescere in Inghilterra

Un valore pari a 106,4 milioni di sterline (oltre 121 milioni di euro). Sono i numeri del mercato beauty certificato biologico e naturale, che in Inghilterra cresce in doppia cifra da nove anni consecutivi. In particolare, secondo i dati comunicati dalla Soil Association in occasione della '2020 Organic Beauty & Wellbeing Week', nel 2019 le vendite sono aumentate a +23%, conquistando il terzo gradino del podio delle performance dal 2010 a oggi. Secondo l'ente certificatore, la categoria proseguirà il suo trend positivo nonostante la pandemia da Covid-19. Un comparto forte e resiliente, dunque, a fronte di altri che, secondo la società di ricerche di mercato Kantar, sono state pesantemente frenate dal lockdown: i prodotti trucco sono calati del 36% e i profumi del 38% da aprile a maggio 2020.



Helan presenta due novità per l'igiene delle mani e delle superfici

Due nuovi prodotti, in linea con le richieste di mercato, entrano a far parte della linea 'I rimedi di Helan' - dalla natura l'igiene in sicurezza. Si tratta della 'Mousse detergente purificante per l'igiene delle mani' (che si affianca al 'Gel igienizzante mani') e dello 'Spray igienizzante multiuso per oggetti e piccole superfici'. A base di acqua di limone bio, semi di pompelmo, cannella di Ceylon e foglie dell'albero del tè, la soffice Mousse idroalcolica (da risciacquare) deterge in maniera efficace e delicata ed è indicata per il lavaggio ripetuto delle mani durante il giorno, per garantire una perfetta igiene senza alterare il delicato film idrolipidico protettivo. Disponibile nel comodo formato pocket da circa 150 erogazioni. Lo spray igienizzante, invece, è disponibile nel formato pocket da 100 ml. Ideale per una rapida pulizia di qualsiasi superficie (telefoni e cellulari, casa, ufficio, all'aperto, in automobile), grazie alla soluzione istantanea a base alcolica (>70% v/v), arricchita con estratto di cannella di Ceylon e olio essenziale di limone, possiede un efficace potere igienizzante per pulire e lasciare un gradevole odore di pulito, oltre a una piacevole sensazione di freschezza.

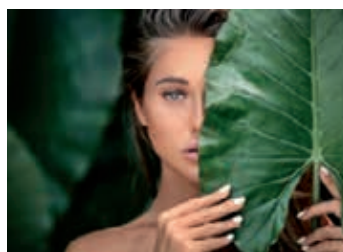
'Unlock the change': la campagna congiunta delle B Corp

Invitare imprese e consumatori a creare un sistema economico e di business sostenibile, che rigeneri società e ambiente. È l'intento di 'Unlock the change', campagna congiunta lanciata dalle B Corp, imprese che operano secondo i più alti standard globali verificati di performance sociale e ambientale (3.400 nel mondo, oltre 100 in Italia, tra cui molte hanno scelto lo status giuridico di Società Benefit). Avviata il 16 luglio, con il summit virtuale 'Time to B', l'iniziativa ha anche un obiettivo più ambizioso: coinvolgere i consumatori perché giochino un ruolo attivo nella transizione verso un business più sostenibile. Per questo motivo è stata ideata una campagna di ampio respiro: comunicazione outdoor con affissioni nei luoghi di maggiore passaggio (Milano, Roma e Napoli) e una call to action nazionale per invitare il pubblico a chiedere un impegno ancora più forte e concreto da parte delle aziende nel contribuire a migliorare la vita delle persone, la società e l'ambiente. I consumatori verranno invitati a consultare il sito internet unlockthechange.it, informarsi sulle iniziative e l'impegno delle B Corp per il bene delle persone e del pianeta e a fare la propria parte per 'sbloccare il cambiamento'.

OSSERVATORIO IMMAGINO: I PRODOTTI PIACCONO ETICI E MADE IN ITALY

I consumatori apprezzano i comportamenti etici delle aziende. A evidenziare questa tendenza la settima edizione dell'Osservatorio Immagino di Gs1 Italy, in collaborazione con Nielsen, che ha preso in esame 111.639 prodotti di largo consumo (82% del fatturato italiano di iper e super). L'immagine più diffusa è la bandiera del paese d'origine (prevalentemente italiana): si trova sul 13,4% dei prodotti (+0,5% vs 2018) tra cui molti detersivi per stoviglie, per un giro d'affari da 36 miliardi di euro. Otto le certificazioni legate alla Csr, presenti sul 7,4% dei prodotti per il 10,6% delle vendite (3,8 miliardi di euro), tra cui Fsc (Forest Stewardship Council), Sustainable cleaning (+0,4%) relativa alla detergenza e Friend of the sea (+0,3%). Nei 12 mesi analizzati hanno aumentato la presenza sui prodotti le certificazioni Ecocert (+19,6%

delle vendite) per l'origine naturale o biologica delle materie prime impiegate in alimenti, cosmetici, detersivi e tessuti; Utz (+16,2%); Fairtrade (+8,5%), che garantisce migliori condizioni per i lavoratori nei paesi in via di sviluppo, ed Ecolabel (+4,4%) per il ridotto impatto ambientale. Flettono le vendite dei prodotti Cruelty free (-3,4%), per la riduzione dell'offerta in cibi per cani, salviette bibbi, dopo shampoo, creme trattamento corpo e prodotti pulizia viso. Si allarga l'offerta di prodotti biologici provenienti dall'Unione europea: il logo Eu Organic arriva al 6,8% del paniere, anche se rallenta la crescita. Il marchio Ce è presente solo sul 2,1% dei prodotti (+4,9% vs 2018), con un'incidenza dell'1,6% del valore delle vendite e un incremento rilevante per uova di Pasqua, dentifrici e prodotti per incontinenti.



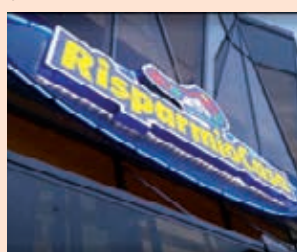
AGENZIA CHIMICA EUROPEA: SLITTA IL DIVIETO PER LE MICROPLASTICHE NEI COSMETICI



L'Europa rimanda il bando alle microplastiche nei cosmetici (aggiunte intenzionalmente ai prodotti in concentrazioni superiori allo 0,01% in peso). L'Agenzia chimica europea (Echa), dopo aver ascoltato tutte le parti interessate, ha infatti deciso di modificare la proposta del 2019. Se inizialmente l'introduzione del divieto era a 4 anni dall'approvazione, ora si pensa a un periodo fra 5 e 8 anni. L'obiettivo è quello di lasciare più tempo alle aziende del settore cosmetico per mettere a punto alternative alle microplastiche e correggere le formulazioni dei prodotti. Altre modifiche riguardano la definizione di microplastica (dimensioni comprese tra 0,1 µm e 5 mm) e la gestione dei rischi legati agli intesi polimerici nei campi con erba artificiale. Le restrizioni proposte nell'ambito del regolamento europeo sulle sostanze chimiche (Reach) consentiranno, secondo Echa, di ridurre i volumi di microplastiche di almeno 500mila tonnellate nell'arco di 20 anni. Una volta approvata, sarà l'iniziativa più estesa a livello mondiale per frenare l'immissione in ambiente di microplastiche aggiunte intenzionalmente ai prodotti.

I piani di Risparmio Casa: 200 punti vendita in Italia, aperture all'estero, Borsa e digitalizzazione

Un piano di sviluppo aziendale ambizioso per Risparmio Casa. La catena drugstore, dedicata ai prodotti per la casa e la persona, ha pianificato 14 nuove aperture nel 2020, per raggiungere l'obiettivo dei 200 punti vendita entro il 2025. Non solo. Nei prossimi anni la società, guidata dai fratelli Fabio e Stefano Battistelli e parte del Gruppo Crai, intende espandersi all'estero, fare il suo ingresso in Borsa e digitalizzarsi. Al momento sono oltre 110 gli store attivi, in cui si trovano oltre 30mila referenze per la pulizia e cura della casa, bellezza e cura della persona, animali domestici, casalinghi, tessile casa, giocattoli, cartoleria, fai da te, accessori auto, piccoli elettrodomestici. A cui si aggiungono più di 8mila prodotti stagionali. Oltre ai grandi brand, anche una proposta di marchi propri, che supera le 20 unità. Per il progetto di espansione, l'azienda ricerca oltre 400 nuove figure che entro l'anno andranno a sommarsi ai 2.500 collaboratori già impiegati. Le aperture riguardano i territori di Ferrara, Rimini, Modena, Torino, Sondrio, Savona, Bergamo, Lecco, Firenze, Alessandria, Viterbo e Milano.



BolognaFiere

09|11 Ottobre 2020



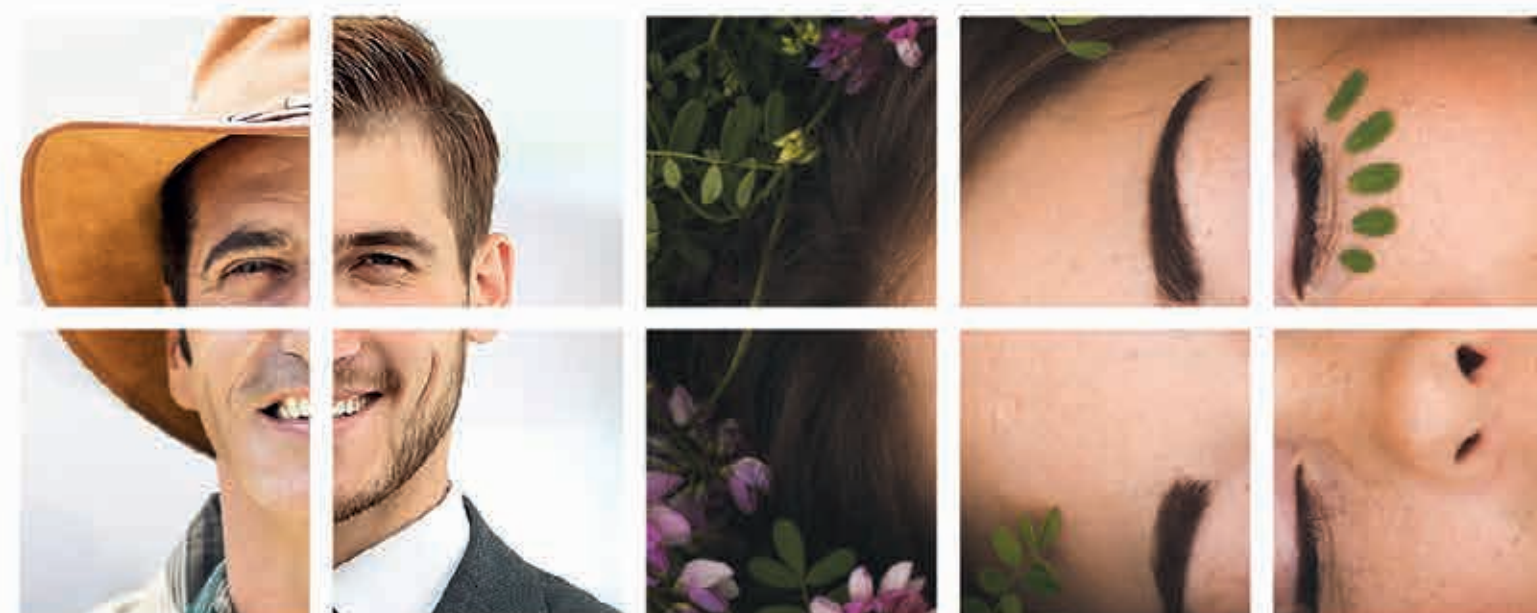
FOOD



CARE & BEAUTY



GREEN LIFESTYLE



CREOSTUDIOS

LA RIPARTENZA PASSA DAL BIO



an event by

CON IL PATROCINIO DI

IN COLLABORAZIONE CON



COSA C'È DI MEGLIO DI UN REGALO UTILE ALLE PERSONE E ALL'AMBIENTE?

Tutta l'energia della natura per un'alternativa utile ed ecologica.

SCEGLI I GREENBOX DI GREENNATURAL MOLTO PIÙ DI UN REGALO

Stanca dei soliti regali? Scegli l'alternativa utile ed ecologica, regala un GreenBox di prodotti naturali certificati.

Greenatural è il marchio di prodotti ecologici/biologici per l'igiene della persona e della casa che permette ai consumatori attenti all'ambiente di assumere uno stile di vita etico e sano, grazie a una gamma di prodotti completa, sostenibile e accessibile.

Il futuro è importante, iniziamo a cambiarlo oggi!

Per maggiori info: www.greenatural.it - info@gnatural.it

greenatural

Una storia d'amore

‘Sapone di un tempo’ compie nove anni. E lancia la gamma di cosmetici solidi. Parla il presidente, Michele Danieli: passato, presente e futuro di un’azienda in crescita costante.

Un vero e proprio colpo di fulmine. E’ la scintilla che ha fatto nascere ‘Sapone di un tempo’. L’azienda di Pesaro, guidata da Michele Danieli, ha compiuto nove anni il 1° settembre. Con il suo presidente abbiamo parlato di passato, presente e futuro.

Come è nata l'azienda?

E’ una vera e propria storia d’amore. Iniziata con ‘un giovane me’ rimasto stregato all’ingresso in un’antica saponeria.

Cioè?

Da buon figlio unico, sono cresciuto parecchio viziato. Dopo le scuole superiori mi sono iscritto all’università, ma dopo solo una settimana ho capito che quella strada non faceva per me. Mio padre mi ha quindi procurato un colloquio presso un’azienda che produceva saponi. All’ingresso sono rimasto letteralmente folgorato dai profumi e dai colori dei blocchi di sapone sparsi ovunque. Un colpo di fulmine che mi ha indicato la via. Sono stato assunto come operaio e dopo due anni di sacrifici, nel 2011, ho presentato una proposta d’acquisto e rilevato un ramo dell’azienda, portando con me a Pesaro, in un capannone più moderno, un collega operaio e un pacchetto clienti iniziale. ‘Sapone di un tempo’ mi è sembrato il nome più adatto a trasmettere il fascino di un mestiere che è arte e tradizione.

Da allora è sempre stato un crescendo...

Esatto. Siamo partiti realizzando prodotti per altre aziende in conto terzi. La nostra proposta si componeva di oltre 100 referenze, ma ‘monoprodotto’. Il mio piano era più ambizioso: volevo ampliare la gamma. Quindi nel 2015 abbiamo investito sul capannone, facendo spazio a una linea di produzione per detergenti liquidi quali shampoo e bagnodoccia, strutturando un catalogo con un’offerta completa, da subito apprezzata dalla clientela. Nel 2018 non solo abbiamo rilevato il marchio Amorevole - che costituisce il ramo ‘artistico’ dell’azienda con l’oggettistica artigianale e che oggi è seguito dalla mia compagna Anna - ma abbiamo anche introdotto il nuovo reparto per le emulsioni, in cui nascono le nostre creme per viso e corpo.

Tutto, sempre, rigorosamente bio...

Esatto, siamo nati producendo sapone naturale. Inoltre, il nostro chimico interno aveva lavorato in un ente di certificazione biologico e per noi è stato piuttosto semplice il passaggio, nel 2015, alla certificazione.

Quale?

I nostri prodotti a marchio privato sono certificati ‘Suolo e salute’, mentre il laboratorio è certificato anche Aiab e Icea. Un laboratorio al quale destiniamo grandi investimenti per ricerca e sviluppo, che produce ogni giorno circa 10 prove, soprattutto perché ai clienti conto



Michele Danieli

terzi intendiamo offrire prodotti personalizzati in toto, non solo nell’etichetta.

Quali sono oggi i numeri di ‘Sapone di un tempo’?

Siamo rimasti una realtà artigiana a conduzione familiare, con 12 dipendenti. Però siamo molto più strutturati: in nove anni le dimensioni aziendali sono quintuplicate; da un capannone siamo passati a tre, per una superficie totale (compresa di magazzini e uffici) pari a 1.600 metri quadrati, di cui 800 riservati alla produzione. Grazie alle tre linee operative, ogni giorno creiamo in media 5mila unità di articoli solidi, 2mila liquidi e 500 emulsioni. Il fatturato nel 2019 ha registrato un incremento del 20% sull’anno precedente, per raggiungere un giro d’affari pari a 1,3 milioni di euro. E contiamo di proseguire questo trend in doppia cifra anche nel 2020.

Nonostante il Coronavirus?

Il Covid-19 ha colpito molto anche la città di Pesaro e allo scoppio dell’emergenza anche noi abbiamo deciso di fermare l’attività, la settimana del 9 marzo, per capire come organizzarci al meglio nella tutela dell’attività e del personale. I risultati relativi a questo mese, sono dunque stati negativi, con un -33% a valore. Un freno compensato però nei mesi successivi, con performance

fra il +20 e il +30% nei mesi di aprile, maggio, giugno. Un trend reso possibile soprattutto dalla vendita di saponi, indispensabili per l’igiene delle mani, in conto terzi.

I vostri clienti hanno quindi aumentato gli ordini?

Decisamente. E a proposito di clienti, devo fare i complimenti a farmacie, parafarmacie ed erboristerie italiane, che nonostante il periodo difficile hanno sempre onorato gli impegni presi.

E i clienti esteri?

Realizziamo in export circa il 35% del nostro business, soprattutto in Spagna, Emirati Arabi e Cina. Anche in questo caso la vendita dei prodotti è rimasta sempre regolare, senza alcun rallentamento legato al Covid.

Quali sono, a suo parere, le ragioni del vostro successo?

Sicuramente il servizio di personalizzazione dei prodotti a 360 gradi per la clientela in conto terzi. Inoltre abbiamo creduto nel biologico, puntando non su facili claim in etichetta, ma su formule rispettose del comparto. Questo ci ha resi un’azienda credibile, distinguendoci come produttori di referenze di qualità a un prezzo equo. Anche in tempi di emergenza abbiamo dimostrato la nostra serietà e prima di lanciare il nostro gel mani igienizzante abbiamo aspettato che il prodotto fosse pronto e customizzato secondo la filosofia aziendale. Il lancio è quindi stato rimandato da marzo al mese successivo, quando abbiamo presentato al mercato uno dei pochi gel igienizzanti a base alcolica ma delicato, che ha riscontrato un grandissimo successo, grazie alla qualità e anche alla varietà dei cinque formati (da 75 ml a 10 l).

Quali obiettivi nel prossimo futuro?

Con la mia azienda intendo consolidare le basi predisposte in questi anni, per continuare ad ‘essere coraggioso in Italia e nel mondo’. Proseguiremo nel presidio del mercato eco-bio, lavorando sempre di più anche sugli imballaggi e i pack, che vanno resi sempre più sostenibili. E proprio nella direzione della sostenibilità va anche la nostra ultima novità: la linea di cosmesi solida, che consente di evitare l’uso della plastica e dell’acqua, con tutti i benefici che ne conseguono sull’impatto ambientale e logistico.

Come si compone la gamma?

Proponiamo tre shampoo capelli, un balsamo, due bagno doccia, un detergente viso e un detergente intimo. In un pack estremamente moderno e pulito. E’ un progetto sul quale abbiamo lavorato parecchio, per arrivare a garantire formulazioni dalle performance ottimali. Non si tratta quindi di banali saponette, ma di veri e propri cosmetici efficaci.



Le ultime novità prodotte: il Gel mani a base alcolica delicato e i Cosmetici Solidi



Alcune immagini della produzione di saponi



Dmo acquisisce Lillapois

Avviata a novembre 2019, la trattativa si era interrotta a causa del lockdown. Ora, la società della famiglia Celeghin punta a creare la più importante catena drugstore in Italia.



Il Gruppo Dmo ha acquisito definitivamente il controllo della catena Lillapois, di proprietà della Società Ids - International Drugstore Italia. Il contratto, siglato lo scorso 31 luglio, prevede l’acquisto del 100% delle quote della società. La trattativa era stata inizialmente avviata a novembre 2019 e si era poi interrotta a causa della pandemia e del conseguente periodo di lockdown. Ma l’emergenza Coronavirus non ha fermato la famiglia Celeghin. Che ha rilevato l’innovativa catena di negozi drugstore. Lanciata in Italia nel 2014, Lillapois vanta un assortimento che spazia dall’igiene e bellezza della persona al cura casa. È presente in tutto il Nord Italia, con una significativa concentrazione di negozi a Milano e dintorni, dove si collocano circa 12 indirizzi. I punti vendita totali, comprese le profumerie Lillamoi, sono oltre 50, situati nei centri storici, nelle vie commerciali e negli shopping center. Attivo anche un proprio commercio elettronico.

La catena di drugstore apparteneva alla rete Auchan Retail Italia. Esclusa dal perimetro della cessione a Conad, Lillapois era in cerca di compratori. E a farsi avanti è stata, appunto, la famiglia Celeghin. Con sede a Padova, Dmo fa parte del Gruppo Crai e ha chiuso il 2019 con 330 milioni di euro di fatturato e 21

milioni di Ebitda. Gestisce e sviluppa le insegne drugstore Caddy’s e Caddy’s Maxistore: quasi 218 store per la vendita di prodotti per la salute e la bellezza, e la rete di profumerie selettive Beauty Star, attiva nel Nord Italia con 69 punti vendita. Nonché una catena retail inserita nel settore del pet food & services a insegna ‘L’isola dei tesori’, con 171 negozi specializzati.

Inoltre, da dicembre 2018, il Gruppo è attivo nel mondo della ristorazione veloce di pesci e crostacei (Lob’s Seafood Restaurant). Con la recente acquisizione di Lillapois, Dmo punta a creare la più importante catena drugstore in Italia. Infatti, la famiglia Celeghin ha seguito con attenzione e fin dall’inizio lo sviluppo dei negozi Lillapois “che hanno caratteristiche molto vicine a quelle dei nostri Caddy’s”, ha commentato il presidente del Gruppo, Fabio Celeghin. Che ha poi dichiarato: “Puntiamo a creare la più importante catena in Italia nel mercato drugstore, sullo stile dei negozi Boots in Inghilterra e Walgreens negli Stati Uniti, cioè negozi di seconda generazione con assortimenti diversificati nell’area beauty e salute”.

Oggi a guidare Dmo è la terza generazione della famiglia veneta, rappresentata da Fabio Celeghin, presidente e amministratore delegato del gruppo, e da

Annalisa Celeghin, vicepresidente. La trattativa per l’operazione commerciale tra Dmo e Lillapois è stata seguita da Stefano Di Bella, direttore generale di Dmo, e da Vittorio Mongino, chief financial officer, con il supporto dello Studio Legale Chiomenti di Milano che - con un team coordinato da Franco Agopyan, insieme ad Andrea Ricci e Lucrezia Frausin - ha seguito gli aspetti M&A dell’operazione. L’area tax & law di EY ha assistito il gruppo Auchan con un team coordinato da Matteo Zapelli che ha seguito gli aspetti di M&A e corporate dell’operazione. Maria Teresa Iannella e Nancy Bonasera hanno curato i profili giuslavoristici, Quirino Imbimbo, Felice Paglia e Rossella Patella hanno seguito gli aspetti fiscali. Nell’ambito dell’operazione, EY ha agito anche in qualità di advisor sulla parte di transaction support, con un team composto da Francesco Serricchio e Antonio Celenza. Il valore della transazione non è stato divulgato.

Di Bella ha precisato che “questa acquisizione è una tappa fondamentale dello sviluppo di Dmo nel Nord Ovest del Paese. Il Gruppo nasce nel Nord Est, dove controlla il 15% del mercato drugstore. Con i negozi Lillapois saliamo al 7% del mercato del Nord Ovest, ma puntiamo ad arrivare anche lì al 15%, con un intenso piano di aperture”.

lillaPois
ti curi, ti coccoli, ti conviene

Lillapois è una moderna catena di negozi specializzati in bellezza, cura della persona e igiene della casa. Ha aperto il primo punto vendita in Italia nel gennaio 2014 e si è diffusa rapidamente nel Nord. E’ presente sul territorio con oltre 50 punti vendita e due insegne: Lillapois e Lillamoi.

GRUPPO DMO
DETTAGLIO MODERNO ORGANIZZATO.

Il Gruppo Dmo gestisce e sviluppa direttamente punti vendita di profumeria, igiene persona e detergenza, pet food e accessori animali. Con i suoi 330 milioni di fatturato, è tra i leader nel mercato drug, dove conta 218 negozi a insegna Caddy’s e Caddy’s maxistore (casa, persona, parafarmacia, articoli per animali) e 69 profumerie Beauty Star. Si aggiungono 171 pet-shop con il marchio ‘L’isola dei tesori’.

MOSSA
CERTIFIED SKINCARE

100% NATURALE

L'ENERGIA DELLE BACCHE NORDICHE

Un concentrato di nutrienti per la tua pelle

www.mossacosmetics.it

× senza profumi sintetici × senza coloranti sintetici × senza parabeni × senza oli minerali.

SPECIALE NOVITÀ GREEN

Allegro Natura

www.allegronatura.it

LINEA NATALE 2020

Tre cofanetti natalizi contenenti i prodotti cosmetici Allegro Natura più apprezzati dai clienti. I tubi sono realizzati con materiali selezionati completamente riciclabili oppure destinabili a nuovo utilizzo, in linea con la filosofia aziendale. Cofanetto 1: crema mani ricca e saponetta menta e semi di lino. Cofanetto 2: olio di mandorle dolci e idrolato di lavanda. Cofanetto 3: siero viso contorno occhi e olio ciglia. **Shelf life:** 3 anni. **Pao:** 6/12 mesi. **Certificazioni:** Eco Bio Cosmesi Alab, Lav, Vegan Society.



Aurum Africa

www.aurumafrika.eu

BIG FIVE FACE CREAM

Una formula efficace per la pelle del viso, dalla texture fluida, naturalmente antiaging e rigorosamente bio. Grazie ai benefici dell'olio di Moringa, cui si aggiungono le riconosciute proprietà dell'estratto di Moringa, del burro di Karité, dell'olio di avocado, di mandorle dolci e del gel ottenuto dalle foglie di aloe vera, idrata e nutre, lascia la pelle luminosa, compatta e tonica. Con una buona capacità emolliente e umettante, Big Five Crema viso è adatta sia a pelli giovani sia mature. Profumazione delicata. Confezione airless da 50 ml. **Pao:** 6 mesi. **Certificazioni:** Cosmos Organic.



È Così

www.ecosi.it

DERMA FOAM

Un sapone in cartuccia per la dispensazione in schiuma, perfetto per l'igiene quotidiana delle mani, con una formula a pH epidermico adatta a ogni tipo di pelle. Ha una piacevole e delicata profumazione floreale, a base di oli essenziali di timo e rosmarino. Disponibile in formato da 500 ml, in scatole da 12 pezzi, è un detergente certificato Ecolabel (Reg. IT/030/001) conforme ai Criteri Ambientali Minimi (Cam). **Pao:** 12 mesi. **Certificazioni:** Ecolabel.



Sodico

www.naturaverde.com

BARBIE BAGNODOCCIA CON SORPRESA

Un bagno ai profumati fiori d'arancio con un pizzico di deliziosa vaniglia per detergere con dolcezza la pelle. Una formula delicata e arricchita con estratto di tè verde proveniente da agricoltura biologica. E dietro alla pellicola esterna, una bellissima sorpresa. Senza Sls/Sles e coloranti. Senza parabeni aggiunti. Dermatologicamente testato. Profumo senza allergeni da dichiarare. Flacone da 400 ml. **Shelf life:** 30 mesi. **Pao:** 12 mesi.



Natur

www.natur.it

LOTO SORGENTE

Integratore alimentare. Il loto risulta utile per favorire il rilassamento in caso di stress e agisce favorevolmente sul benessere mentale. Il sambuco interviene sulla fluidità delle secrezioni bronchiali, sulla funzionalità delle prime vie respiratorie, sulla regolarità del processo di sudorazione e sul drenaggio dei liquidi corporei. Risulta inoltre utile per supportare le naturali difese dell'organismo. La vitamina E contribuisce alla protezione delle cellule dallo stress ossidativo. Le materie prime usate sono Ogm free e non irradiate. Barattolo con 60 capsule.



Physio Natura

www.physionatura.it

EMULGEL SENO PERSÉ



Emulgel seno, dalla texture leggera e di rapido assorbimento, studiato per donare maggiore tono e volume. Con Esapeptide-38, attivo di alta tecnologia per un effetto rimpolpante, Kigelia africana per prevenire il rilassamento dei tessuti e Ciclodestrine per un'azione elasticizzante e tensoria. Nickel Tested e dermatologicamente Testato. Tubo da 200 ml. **Shelf life:** 30 mesi. **Pao:** 6 mesi.

Mil Mil 76

www.milmil.it

LINEA ECOBIO NATURA SHAMPOO E BALSAMO

Il continuo impegno di Mil Mil per l'innovazione, ha portato alla realizzazione di questa gamma di prodotti di alta qualità e sicurezza per il benessere della pelle e dell'ambiente. A base di aloe vera, tensioattivi delicati e biodegradabili, 98% di materie prime di origine naturale, in formato 300 ml. Anti pollution tested. **Pao:** 12 mesi. **Certificazioni:** Vegan Ok.



Le Herbarie

www.leherbarie.com

LINEA ALCHEMY APOTHECARY

Linea pensata per le pelli più sensibili e reattive, soggette a dermatiti, psoriasi e squilibri cutanei rivolta al rispetto del proprio microbiota cutaneo. A base di prebiotici, fruttosio, olio di nocciola, aloe, cannabis sativa oil. Referenze Specifiche della linea: Biototal e Phytoderme, in formato 250 ml. **Pao:** 12 mesi. **Certificazioni:** Ecobiocosmesi in classe Biocosmesi Naturale di Suolo e Salute.



Pilogen Carezza

www.pilogen.it

CREMA VISO ANTIAGE GIORNO E NOTTE BIO LADY

Crema unica giorno e notte, in vaso di vetro da 50 ml. Ottima base per il trucco, svolge anche un'azione antirughe serale quando la pelle, al riparo da agenti esterni quali vento, sole, smog, è più recettiva. Ricca di principi attivi idratanti e materie prime selezionate, delicate ed efficaci. L'estratto bio glicerico di rosa canina, ricchissima di vitamina C e tannini, ha proprietà antiossidanti e lenitive. Contiene anche olio di crusca di riso; estratto bio di acai e olio di acai; betaglucano; burro di karité biologico; estratto bio lipolico di calendula; pantenolo o provitamina B5; olio di macadamia, acido ialuronico. **Shelf life:** 36 mesi. **Pao:** 24 mesi. **Certificazioni:** Icca.



Lepo

www.lepo.it

CREMA MANI BIO ELISIR

Crema per le mani a base di principi attivi che contribuiscono al mantenimento del film idrolipidico cutaneo e mantengono la pelle elastica e idratata a lungo. Le proprietà emollienti e lenitive del riso proteggono le mani da arrossamenti e screpolature, prevenendo secchezza e segni del tempo. Adatta a tutti i tipi di pelle. Con estratto di orzo, amido di riso, olio di mandorle dolci, olio di girasole. Il 98% del totale è di origine naturale. Il 20% del totale degli ingredienti sono prodotti da agricoltura biologica. Dermatologicamente testato, nickel tested e senza parabeni, siliconi, Peg, Edta. Tubo in bio plastica (da canna da zucchero) da 75 ml. **Shelf life:** 2 anni. **Pao:** 12 mesi. **Certificazioni:** Cosmos Organic.



Wala

www.dr.hauschka.com

DR.HAUSCHKA NUOVA LINEA MAKE UP

Il principio alla base della nuova linea Dr.Hauschka è l'equilibrio dei colori della pelle, senza coprire i toni naturali del viso, ma combinandosi con essi per creare un'uniformità naturale e armoniosa. Le formulazioni naturali del brand combinano estratti di piante officinali con pigmenti minerali, cere e oli vegetali che idratano e proteggono la pelle. L'estensione della gamma di colori unisce in modo perfettamente complementare il make up con i prodotti per la cura del viso e viceversa. La combinazione di pigmenti minerali ed estratti di piante medicinali, in particolare anthyllis, amamelide e tè nero, assicura un nutrimento e un aspetto uniforme sulla pelle. La polvere di seta dona una sensazione vellutata e idrata la pelle. **Certificazioni:** Natrue.



guida buyer - speciale novità green

Agosto/Settembre 2020

Harbor

phytorelax.it

BIOPHYTORELAX HYALURONIC ACID CONCENTRATO VISO ATTIVO

Biophytorelax ha arricchito la sua linea di skin care con un nuovo prodotto: il concentrato viso attivo Biologico. Dalla selezione di quattro preziosi ingredienti nascono quattro concentrati puri; più concentrati di una normale crema, dai risultati testati. Acido Jaluronico: è fondamentale per l'idratazione e aiuta a migliorare il turgore della pelle. Grazie agli acidi a basso ed alto peso molecolare contenuti, questo concentrato garantisce un'idratazione multilivello. Infonde idratazione subito e a lungo, migliora l'aspetto delle rughe, migliora l'elasticità cutanea. Dermatologicamente testato, con oltre il 98% di ingredienti naturali, non contiene coloranti di sintesi, siliconi, parabeni e oli minerali, ogm, profumi aggiunti. Astuccio in carta con contagocce da 30 ml.

Shelf life: 5 anni. **Pao:** 6 mesi. **Certificazioni:** Aiab Biologico, Vegan Ok.



La Saponaria

www.lasaponaria.it

LINEA UOMO SATIVACTION

Linea all'avanguardia che prende il nome dall'utilizzo di Cannabis Sativa, una pianta utilizzata soprattutto nelle formule di cosmetici adatti al trattamento di pelli secche, irritate e problematiche. L'ingrediente di maggior risalto è il cannabidiolo o Cbd, una molecola estratta dalla canapa e famosa per favorire il rinnovamento cellulare, ridurre le irritazioni e regolare la produzione di sebo. Si aggiungono i benefici legati a luppolo bio, prebiotici, caffeina, fitocomplessi vegetali. Parte importante della linea è l'utilizzo di packaging innovativo e sempre più attento all'ambiente. Tra i materiali utilizzati spiccano infatti la Plastica oceanica, ricavata dal riutilizzo di flaconi recuperati dai mari; la Bioplastica ottenuta dalla coltivazione di canna da zucchero e la Plastica riciclata post consumo. La linea si compone da prodotti nei formati da 30, 50, 150 e 200 ml.

Shelf life: 30 mesi dalla data di produzione. **Pao:** 6 mesi. **Certificazioni:** Ccpb.



Sapone di un tempo

www.saponediuntempo.it

COSMESI SOLIDA 'LESS PLASTIC MORE BEAUTY'

'- Plastic + Beauty' è una linea di cosmetici solidi (bagnodoccia, shampoo, detergenti viso/corpo, intimo e balsamo). Coniuga innovazione tecnologica e ricerca formulativa avanzata con i procedimenti della saponeria artigianale: colaggio in cassoni di legno, maturazione a cielo aperto, taglio a mano con filo d'acciaio. Passato e futuro in sinergia per una cosmesi sempre più rispettosa sia dell'ambiente, grazie a un procedimento a bassissimo impatto ambientale, sia della persona, grazie a formulazioni efficaci, concentrate e ricche di attivi naturali. A base di Shikakai dall'India, dattero del deserto dall'Africa, gypsophila dal Mediterraneo, è proposta in panetto da 50 g, in scatola in carta Fsc.

Pao: 12 mesi. **Certificazioni:** Bio Eco Cosmesi Aiab.



Turati Idrofilo

turati-idrofilo.com - cottonplus.it

COTTON PLUS "ECO-FRIENDLY PRE-CUT LINE"

Turati Idrofilo produce in Italia cotone idrofilo di altissima qualità da oltre 70 anni, senza smettere di fare ricerca e sviluppo e di raccogliere feedback dai propri consumatori. Il cotone viene commercializzato in tutto il mondo per la rimozione del trucco e la cura della pelle, per la prima infanzia, in ambito medicale e professionale. Oltre ai classici prodotti come i dischetti rotondi, quadrati e ovali o bastoncini cotonati, spicca la famiglia di prodotti 'Eco-friendly pre-cut line': gli innovativi dischetti pretagliati uniti gli uni gli altri da un pratico tratteggio. Una famiglia di prodotti innovativa, ideata per massimizzare la flessibilità di utilizzo da parte del consumatore, ridurre al minimo gli sprechi in produzione (fino al 35% rispetto ai tradizionali dischetti rotondi) e l'impatto ambientale, ottimizzare lo spazio occupato in fase di trasporto e ridurre in modo importante i costi di acquisto. Il puro cotone idrofilo di altissima qualità è trattato ad acqua (resistente, soffice e compatto, senza i fastidiosi pelucchi). Sbiancato esclusivamente con acqua ossigenata privo di candeggianti ottici, ipoallergenico e dermatologicamente testato. Eco-friendly pre-cut è disponibile in diverse declinazioni. Linea Beauty: Visage 80 pz, Maxi Visage 50 pz, Super Maxi 50 pz, Nails 70 pz. Linea Medical: Minimed 60 pz, Maximed 40 pz, Linea Baby: Baby 60 pz.

Shelf life: 5 anni.



Helan Cosmesi Di Laboratorio

www.helan.com

GEL IGIENIZZANTE MANI DOLCE IDRATAZIONE

Piacevole gel a rapido assorbimento, formula a base alcolica arricchita con l'inserimento degli estratti di fiori di camomilla e calendula biologici per una dolce azione igienizzante e purificante. Prodotto altamente idratante, grazie all'inserimento di acqua di camomilla bio e aloe vera succo biologici, nel massimo rispetto della cute delle mani dei bambini. Lascia un delicato profumo di pulito. Nel pratico formato pocket (tubo da 50 ml) ideale da tenere sempre a portata di mano.

Pao: 18 mesi.



I Provenzali

iprovenzali.it

SAPONETTA VEGETALE AL CARBONE

Il carbone vegetale è noto per le sue proprietà assorbenti, disintossicanti e purificanti. La nuova saponetta de I Provenzali è realizzata rispettando la ricetta originale, arricchita con oli essenziali di lavandino e di menta piperita, per un'azione depurativa, riequilibrante e detossinante. Per tutti i prodotti l'azienda utilizza packaging ecologici e riciclati made in Italy, materie prime naturali e bio, energia da fonti rinnovabili a zero impatto ambientale, per mantenere e portare avanti l'impegno a 360°. Cosmetico Sostenibile significa responsabilità a favore dell'ambiente e delle materie prime utilizzate, della filiera di origine tracciata e della dignità del lavoro. Confezione 100 grammi.



Soco

www.keramineh.it

LINEA RISTRUTTURANTE CON CENTRIFUGATO DI MANGO KERAMINE H BIO

Una linea pensata per ristrutturare e nutrire i capelli secchi e trattati e per tornare ad avere una chioma rigenerata, morbida e setosa. La Linea è composta dallo Shampoo Ristrutturante, che deterge delicatamente i capelli secchi e trattati, rispettando il naturale equilibrio idrolipidico della cute, e dalla Maschera Ristrutturante, che nutre e ristruttura in profondità, districando e donando morbidezza, idratazione e lucentezza. Nickel Tested. A base di Centrifugato di Mango antiossidante; Gliceridi di mandorla, borragine, lino, olivo; Burro di Karité particolarmente indicato per capelli secchi, crespi e sfibrati; proteine idrolizzate di riso per un'azione protettiva; Aloe Vera per il benessere del cuoio capelluto e per donare bellezza e lucentezza ai capelli. Shampoo in formato 250 ml. Maschera da 200 ml.

Pao: 12 mesi.

Certificazioni: Ccpb. Vegano



Verdesativa

www.verdesativa.com

MASCHERA CAPELLI NUTRIENTE

Maschera nutriente, idratante e ristrutturante specifica per capelli secchi, opachi, sfibrati, crespi, fini o trattati anche con cute grassa. L'olio di avocado, di argan, di oliva e il pantenolo sono idratanti, nutrienti ed elasticizzanti; l'olio di lino e di amla svolgono un effetto rinforzante, protettivo e districante. L'olio di canapa, ricco di Omega 3 e Omega 6, e la vitamina E sono invece degli efficaci antiossidanti e prevengono i segni del tempo. Questa maschera dona alla chioma morbidezza, districabilità, volume e luminosità. Facilita la pettinatura, dona vitalità e nutre i capelli dalla radice alle punte, senza appesantirli. Vaso da 200 ml.

Pao: 6 mesi.

Certificazioni: Aiab (Bio); Vegan Society (Vegan); Leal (no vivisezione).



Voltolina Cosmetici

www.arganiae.it

ARGANIAE MASCHERA CREMOSA ANTIAGE VISO ALLE CELLULE STAMINALI

Maschera cremosa alle cellule staminali della mela svizzera, adatta a tutti i tipi di pelle. Svolge un'azione ossigenante, rivitalizzante e di assorbimento del sebo grazie ai preziosi principi attivi contenuti nell'argilla verde e negli oli vegetali di argan, sesamo e girasole. Il Collagene vegetale ed il Complesso Nmf Vegetale ne completano l'azione antiage. Tubo da 150 ml.

Shelf life: 3 anni. **Pao:** 12 mesi.



Veronatura Unipersonale

www.veronatura.com

CAPELLI E UNGHIE DONNA

Integratore alimentare a base di estratti vegetali, studiato per supportare il benessere dei capelli, agendo sia sulla struttura del capello sia sul benessere psicofisico della persona. A base di estratti vegetali tra cui equisetio e rodiola, vitamine, cheratina e acido folico. Piloliere Pet bianco con etichetta, con 60 compresse da 400 mg.

Shelf life: 36 mesi.



Phytogarda

www.phytogarda.com

YOUR ALOE GEL

Delicato gel ad alto contenuto di succo fogliare (97%) di Aloe Vera 100% biologica. Adatto alla pelle sensibile, dona sollievo lasciando la pelle morbida e vellutata. Dermatologicamente testato e al nichel. Non applica. Tubo da 125 ml.

Pao: 12 mesi.



Setarè

www.setare.it

LONGEVITY-C SERUM

Siero di bellezza formulato con vitamina C Liposomiale (Microincapsulata), la forma più stabile e più velocemente assorbita di questa essenza di giovinezza. Questa forma innovativa e biotecnologica di somministrazione aumenta la biodisponibilità cutanea della Vitamina C di 1.540 volte, inoltre la protegge dalle aggressioni ambientali, trasportandola all'interno delle cellule cutanee ancora Fresca. Grazie all'associazione con il rame e lo zafferano (depigmentanti, antiossidanti e anti-pollution), contrasta e rallenta i segni tipici dell'invecchiamento (cedimenti, rughe, macchie) e dona, a un viso stanco e sofferente, freschezza e luminosità tipiche di una pelle giovane. In flacone da 30 ml.

Pao: 6 mesi.

Certificazioni: Aiab.



Zeca

www.naturaamica.care

PEDILUVI NATURA AMICA

I pediluvì Natura amica sono disponibili in tre varianti: deodorante, rilassante e rinfrescante. Aiutano a prevenire la formazione di cattivo odore, sciolgono la fatica e donano preziosi microelementi essenziali per una buona salute della cute. A base di allume di rocca, acido citrico e bicarbonato di sodio, sono proposti in minidoypack da 120 g (5 dosi).

Pao: 12 mesi.

Certificazioni: Aiab, Vegan quality.



Dalla Pianta al Prodotto Cosmetico

SEGUIAMO L'INTERO CICLO PRODUTTIVO 100% SOSTENIBILE



COLTIVAZIONE BIO



ESTRAZIONE INGREDIENTI BIO



CONTROLLO QUALITÀ RICERCA & INNOVAZIONE



PRODUZIONE COSMESI NATURALE & BIO



PRIVATE LABEL

PERSONALIZZIAMO LA VOSTRA LINEA BIO



N&B s.r.l. Società Benefit - Martano (LECCE) Tel. + 39 0836 575042 - nbnaturalisbetter.com

guida buyer - speciale novità green

Agosto/Settembre 2020

Biofficina Toscana

www.biofficinatoscana.com

DETERGENTE VISO PURIFICANTE

Un gel detergente-purificante per il viso dal tocco fresco e leggero, adatto all'uso quotidiano. Ideale per le pelli miste e grasse, grazie al mix di tensioattivi di origine vegetale pensato per regolare la produzione di sebo e con estratti bio toscani di mela e menta. Rispetta il pH cutaneo e lascia la pelle pulita e liscia, sprigionando un piacevole profumo. Da abbinare agli altri prodotti della linea viso purificante Biofficina Toscana (Siero viso purificante, Crema viso purificante e Gel idratante Oil free) per un effetto ottimale. Flacone con dispenser da 150 ml.

Shelf life: 30 mesi. **Pao:** 12 mesi. **Certificazioni:** Aiab, Lav, Vegan.



La Cosmottega

www.lacosmottega.it

OLIO VISO NUTRIENTE E ANTIOSSIDANTE SEMI DI CANAPA BIO E VINACCIOLI

L'Olio viso nutriente antiossidante semi di canapa Bio e vinaccioli è un trattamento di giovinezza specificamente pensato per pelli sensibili, secche e delicate. Restituisce tono e compattezza alla pelle preservandola dall'invecchiamento e dalla disidratazione. A base di olio di semi di canapa biologico, olio di vinaccioli e olio di rosa mosqueta è ricco di polifenoli, acidi grassi polinsaturi e vitamina E. Applicato la sera da solo o prima della crema, assicurerà al risveglio una pelle fresca e idratata. Flacone di vetro ambrato con contagocce da 30 ml.

Shelf life: 12 mesi. **Pao:** 6 mesi.



Giada Distributions

www.mossacosmetics.it

MOSSA RICH COMFORT HYDRATION CREAM

Crema idratante ricca. Dona alla pelle una piacevole sensazione di benessere. Formulata con estratto di mirtillo rosso e di lampone che donano un'istantanea idratazione e una sensazione di morbidezza. Suggerimento: se il tipo di pelle è normale o mista, utilizzare la crema durante la stagione fredda. Arricchita con estratto lenitivo di bisabololo e olio di jojoba biologico, burro di cacao biologico e burro di karité. Tubo da 50 ml.

Pao: 6 mesi.

Certificazioni:

Ecocert/cosmos natural.



Camorak - Puravida Bio

www.puravidabio.it

GEL DETERGENTE IGIENIZZANTE MANI BIO

Gel detergente igienizzante mani senza risciacquo, con alcool etilico al 70%. Utile e pratico in tutte le situazioni. Crea un leggero film protettivo idratante grazie all'aloe vera e all'olio di argan. I biofermenti agiscono come probiotici e assieme agli oligoelementi mantengono un corretto microbiota cutaneo. Una sinergia di attivi idratanti riequilibra la naturale barriera idro-lipidica. In dispenser da 100 ml.

Pao: 12 mesi. **Certificazioni:** Aiab, Gluten Free, Vegan.



Uragme

www.purobyforhans.it

PURO BY FORHANS - ZERO SENZA %

Dalla ricerca e pluriennale esperienza Forhans, arriva sul mercato la nuova linea di prodotti per corpo, viso e capelli Puro Bio Zero Senza %. La linea garantisce il massimo dell'idratazione e delicatezza grazie alla sua formula con ingredienti 100% naturali ed è indicata per pelli e capelli molto delicati, grazie agli oli essenziali e a una lista di ingredienti estremamente pulita. La texture è leggera e completamente trasparente. Prodotti in Italia, gli innovativi cosmetici Puro Bio Zero Senza % nascono dalla volontà di offrire il meglio che la natura mette a disposizione. La totale assenza di parabeni, petrolati, alcool, siliconi, Peg e coloranti artificiali caratterizza questa linea realizzata con materie prime da agricoltura biologica e principi attivi non trattati chimicamente, all'interno di formulazioni sviluppate nel pieno rispetto del consumatore e dell'ambiente. Flaconi in Pet e tappi in Pp, nei formati Bagno schiuma da 500 ml, Shampoo da 250 ml e Olio Corpo-Viso-Capelli da 100 ml.

Shelf life: 36 mesi.

Pao: 12 mesi.

Certificazioni: Aiab Bio Eco Cosmesi.



Try

www.rasayanabiocosmesi.it

RASAYANA LOZIONE RINFORZANTE TRIPHALA

Lozione rinforzante e vitalizzante, per capelli fragili, deboli, che tendono a cadere. Arricchita da estratti ayurvedici fortificanti e tonificanti di Brahmi e Triphala, che donano luce, volume e forza ai capelli, e di Centella asiatica che aiuta a mantenere l'elasticità. Contiene Caffeina e un complesso rinforzante con Scutellaria Baicalensis per capelli forti, volumizzati e più spessi. Scatolina esterna in cartoncino, flacone in vetro con contagocce da 30 ml.

Pao: 6 mesi.

Certificazioni: Aiab.



Altromercato Impresa Sociale Soc. Coop

www.altromercato.it

PASSION FLOWERS COFANETTO BALSAMO LABBRA E CREMA MANI BIO

Ispirato alle borse porta pennelli dei pittori, il cofanetto regalo Passion Flowers racchiude due prodotti pratici, efficaci ed eleganti, che fanno vivere l'allegria dei fiori del Messico: la crema mani addolcente, a base di cactus e girasole, e il balsamo labbra emolliente, con maracuja e mango. Due validi alleati in formato da borsetta per donare benessere e sollievo alle parti del corpo maggiormente esposte al freddo e alla disidratazione. Passion flowers combatte la disidratazione cutanea e rigenera la terra: alla base dei prodotti della linea c'è l'amaranto di Quali, realtà che nell'arida regione di Tehuacán, in Messico, ha ridato nuova linfa alla terra, portando acqua alla popolazione e creando le condizioni per lo sviluppo sostenibile di quest'area marginalizzata. Tra le materie prime principali, l'estratto di amaranto dal Messico; il mango dalle Filippine e il Mmarcauja dal Perù. La crema mani è disponibile in tubo di Pet 100% riciclabile, da 50 ml, il balsamo labbra in tubo in Pet 100% riciclabile, da 10 ml.

Pao: 12 mesi. **Certificazioni:** Natrue – Natural cosmetics.



Athena's

www.athenas.it - www.erboristica.it

TRATTAMENTO VISO – ANTIRUGHE INTENSIVO

Crema viso studiata per favorire i naturali processi di autorigenrazione cutanea, grazie alle proprietà ricostituenti del Collagene Vegetale, derivato da bio-fermentazione e a un esclusivo mix di oli vegetali che garantiscono il massimo apporto di Omega 3 e 6. Formulazione dalla texture fondente che, giorno dopo giorno, rimodella l'ovale, ricompatta la pelle, ristruttura la grana cutanea, regalando perfezione e giovinezza. 0% derivati petrolchimici, siliconi, coloranti, 98% ingredienti origine naturale. Testato a nickel, cromo e cobalto, dermatologicamente. In vasetto di vetro da 50 ml.

Shelf life: 12 mesi. **Pao:** 12 mesi. **Certificazioni:** Cosmetico vegano, Impatto Zero Lifegate.



Equilibra

www.equilibra.it

LINEA TRICOLOGICA

La Linea Tricologica Equilibra unisce l'esperienza del naturale allo studio del capello, per un risultato professionale. È composta da nove referenze: quattro shampoo (flacone da 300 ml), due balsami (tubo da 200 ml), una maschera capelli (vaso da 250 ml), fiale anti-caduta fortificanti (astuccio con 10 fiale da 8 ml) e cristalli liquidi (flacone da 50 ml). La linea - a base di aloe vera con azione idratante e lenitiva, olio di argan dalle proprietà emollienti, illuminanti e antiage, cheratina vegetale estratta dalla canapa e dal riso per rinforzare il capello rendendolo più elastico - contiene lo speciale Complesso Vegetale Phytosinergia, ad azione ristrutturante.

Shelf life: 30 mesi.



Abundance And Health

www.abundanceandhealth.it

ALTRIENT C

Integratore di vitamina C liposomiale, pluripreparato e clinicamente testato. All'avanguardia nel settore della salute e della bellezza, Altrient C aiuta a incrementare l'elasticità della pelle, l'idratazione e i livelli di collagene del 61% in tre mesi. Ideale per chi ha stili di vita attivi e per gli amanti dell'outdoor, è un pratico gel in bustina da 1.000 mg di vitamina C con 500 mg di fosfatidilcolina (30 bustine per scatola). Prodotto vegano, dalla formulazione pura, senza glutine e zuccheri aggiunti, permette un assorbimento massimizzato evitando disturbi gastrointestinali. Non contiene: zuccheri, amidi, coloranti artificiali, aromi artificiali, prodotti a base di carne, derivati del latte, frumento, glutine, lievito.

Shelf life: 24 mesi.



Antica Erboristeria – Società Benefit

www.herbatint.com

HERBATINT VEGETAL COLOR

Colorazione capillare 100% biologica, dermatologicamente testata, con doppia azione, colore e cura, a base di erbe tintorie e piante ayurvediche coltivate responsabilmente in India, senza l'uso di pesticidi e fertilizzanti. Grazie al potere delle piante tintorie contenute nei suoi otto mix già pronti all'uso, colora, nutre e ricostituisce i capelli e il cuoio capelluto con un semplice gesto. La confezione contiene due sacchetti da 50 grammi cad, mentre sono banditi gli accessori usa-e-getta, per evitare uso superfluo di plastica. Antica Erboristeria è una società certificata B Corp e Benefit Corporation.

Certificazioni: Ecocert, Cruelty-free e Vegan.



Mami - Purobio For Skin

www.purobioforskin.com

LINEA ANTI-AGE GOTU AGE

La linea Gotu Age nasce come trattamento di bellezza antiage, concepito sui principi della skincare coreana. Dedicarsi al proprio benessere, interiore ed esteriore, per mantenere la bellezza. La linea è composta dalla crema viso (50 ml) e il siero (30 ml) che sono concepiti per soddisfare con un'azione antiage profonda le esigenze della pelle matura, che ha bisogno di ritrovare la sua naturale elasticità per un aspetto più giovane e fresco. L'intera linea è realizzata esclusivamente con ingredienti di origine vegetale. La centella asiatica riduce i segni del tempo, come rughe e cicatrici, con un effetto emolliente e lenitivo naturale sulla pelle del viso, mentre l'estratto di ginseng dona un boost di energia, aumentando l'elasticità e rimpolpando i volumi e il tono della cute. La formula è completata dagli isoflavoni di soia, che ritardano l'invecchiamento cutaneo, e dall'estratto di ginkgo biloba, per ridurre visibilmente le borse. Nickel tested.

Pao: 6 mesi. **Certificazioni:** Aiab, Vegan Ok.



Weleda Italia

www.weleda.it

MELOGRANO OLIO VISO RASSODANTE

Trattamento intensivo, altamente nutriente e di facile assorbimento, a base di ben otto oli vegetali bio. Ricco di acidi grassi insaturi e antiossidanti, contrasta i radicali liberi e, al tempo stesso, dona profonda idratazione alla pelle del viso che appare così fresca, radiosa e nutrita. Flacone da 30 ml in astuccio.

Shelf life: 25 mesi. **Certificazioni:** Natrue; Uebt.



Argital

www.argital.it

LINEA IGIENIZZANTE

La nuova linea Igienizzante è stata creata per detergere a fondo le mani, igienizzare le mascherine, le superfici e l'ambiente. Un risultato reso possibile dall'azione combinata di ingredienti 100% naturali, tra cui uno speciale mix di 15 oli essenziali Gold, selezionati per l'altissima efficacia, l'alcool etilico vegetale e il gel di argilla verde Argital, che assorbe lo sporco, igienizza e protegge la pelle. La Linea comprende: Spray igienizzante per mascherine e ambiente, con alcool etilico di origine vegetale e il mix di 15 oli essenziali Gold, dall'effetto balsamico; Sapone liquido igienizzante per mani, che deterge la pelle in modo profondo e sicuro, lasciandola morbida, idratata e delicatamente profumata; Mix igienizzante di oli essenziali Gold dall'altissima efficacia sull'apparato respiratorio; Igienizzante vegetale spray per mani idratante e profumato; Igienizzante universale per superfici, con azione polivalente. Confezionamento in Flaconi in plastica riciclabile o vetro (o.e. 10 ml), in diversi formati (10, 100, 290, 250 ml, 1 e 5 lt).

Shelf life: 36 mesi. **Certificazioni:** Cosmos Natural, Bioagricert.



SEZIONE HOME CARE

Clearco

www.heartandhome.it

HEART & HOME

Innovative profumazioni. Candele profumate in cera di soia naturale 100% bio, che rispetta l'ambiente, garantisce una combustione più pulita e un aroma più intenso. La miscela brevettata permette l'assenza di fumo. La base in vetro spesso previene il riscaldamento delle superfici a contatto con la candela, la chiusura in silicone sigilla la fragranza e previene la contaminazione degli aromi, così come il tappo salva profumo. Il baratto è un vero e proprio oggetto di design, studiato per un consumo uniforme della cera e una durata media molto superiore a quella delle candele tradizionali. Barattoli di vetro da 340, 230, 115 e 38 gr.

Certificazioni: Tuv.



Deco Industrie

www.detersivigreenemotion.it

GEL PIATTI ULTRA CONCENTRATO GREEN EMOTION

Gel piatti ultraconcentrato al fresco profumo di Limone. Sgrassante, ipoallergenico, metal tested (nichel, cromo, cobalto). Flacone in Pet 100% riciclato post consumo da 500 ml. Materie prime di origine naturale provenienti da fonti rinnovabili e sostenibili.

Shelf life: 2 anni. **Certificazioni:** Ecolabel.



I.C.E. For

www.icefor.com

LINEA L'ECOLOGICO

I detersivi L'Ecológico riducono i rischi per la salute, compresi irritazioni della pelle e degli occhi, e quantità di sostanze pericolose contenute (senza coloranti, Edta e fosfati). Contengono tensioattivi realizzati con scarti vegetali della barbabietola completamente biodegradabili e grano, da coltivazioni non sottratte al consumo umano. Gli imballaggi della linea sono realizzati al 100% in plastica riciclata certificata provenienti da raccolta differenziata post-consumo. Molti prodotti della linea hanno ottenuto l'etichetta ecologica europea Ecolabel superando severi test di valutazione di impatto ambientale. Sono consigliati da Legambiente onlus.

Certificazioni: Ecolabel, Plastica Seconda Vita, A.I.S.E Charter – Protocollo di Sostenibilità Ambientale.



Officina Naturae

www.officinaturae.com

PIATTI SOLIDO ARANCIO DOLCE SOLARA

Un detersivo solido per piatti molto concentrato, che sgrassa perfettamente anche le stoviglie più unte, rende puliti e brillanti i piatti ed elimina i cattivi odori. Dura quasi tre mesi (200 lavaggi), facendo risparmiare fino a due flaconi di plastica da 1 litro di detersivo liquido. È gentile con le mani e indicato anche per la pelle delicata. Profumato con olio essenziale di arancio dolce. Formulato senza l'utilizzo di conservanti, coloranti e profumi di sintesi. Il Piatti Solido Solara è disponibile anche nella versione Menta Piperita. In astuccio di cartoncino Fsc mix, formato da 180 grammi.

Shelf life: 36 mesi.



fine



RISO
VIGNOLA
dal 1880
Biologico

**RISI, CEREALI,
LEGUMI E FARINE**



Riseria Vignola Giovanni S.p.A.

Corso Dante 24, Balzola (AL) - www.risovignola.it





www.santangiolina.com

Esperienza e cooperazione

Da quasi 60 anni, Santangiolina Fattorie Lombarde produce le classiche Dop della pianura Padana. E ha recentemente introdotto anche alcune referenze bio. Le parole d'ordine: sostenibilità e benessere animale. A tu per tu con il presidente Antonio Baietta.

Quasi 60 anni di storia. E 280 soci allevatori. Santangiolina, società cooperativa lombarda, è specializzata nella produzione delle Dop del territorio: grana padano, taleggio, quattirolo e salva cremasco. Che propone anche in versione biologica per soddisfare le esigenze dei consumatori più evoluti, che apprezzano la sostenibilità del modello economico e produttivo della cooperativa. Ce ne parla Antonio Baietta, presidente di Santangiolina.

Iniziamo con la storia di Santangiolina: quando e come nasce la cooperativa?

Santangiolina è stata fondata nel 1961 da un gruppo di piccoli allevatori del lodigiano ubicati nella zona di Sant'Angelo Lodigiano e San Colombano al Lambro, che lavoravano come fornitori della Centrale del latte di Milano.

Quanti allevatori e produttori formano la cooperativa? Come siete organizzati?

Negli anni i soci sono aumentati progressivamente, fino ad arrivare al numero di 135 soci nel 1999 e agli attuali 280 soci allevatori, di cui 245 conferenti.

Quali valori uniscono un così grande numero di persone?

Santangiolina è una cooperativa aperta in ingresso e in uscita, che lavora solo per i propri soci. Non solo, noi vogliamo che i soci siano coinvolti nel progetto della cooperativa: chi sta in Santangiolina crede che proprio attraverso il modello cooperativistico possa poter veder crescere anche la propria azienda.

Avete adottato particolari iniziative di sostenibilità ambientale o per il benessere animale?

Sul benessere animale, abbiamo già iniziato nel 2018 a certificare le nostre aziende agricole utilizzando il metodo Crenba. Attualmente il 90% dei nostri allevamenti sono certificati. Ed entro dicembre 2020 è previsto che lo siano tutti quanti. La sostenibilità ambientale, invece, è un tema a noi molto caro. Lavoriamo molto nei nostri stabilimenti sull'efficienza energetica, sul recupero del calore e sulla riduzione del consumo di acqua. Stiamo per ottenere 'certificati bianchi' per l'efficienza energetica. Lo stabilimento di grana padano di Volta Mantovana



Antonio Baietta

è stato il primo caseificio italiano a ottenere la certificazione 'Carbon footprint' che riguarda la riduzione di anidride carbonica emessa nelle varie fasi di lavorazione del grana padano.

Quali sono i principali prodotti che compongono il vostro assortimento?

Oltre al grana padano, troviamo la produzione di formaggi freschi e stagionati, tra cui le tre Dop, taleggio, quattirolo lombardo e il salva cremasco. Stanno andando bene i formaggi a crosta fiorita, un prodotto che in Italia arrivava per la maggior parte dalla Francia: noi abbiamo iniziato a produrli con latte italiano e al momento hanno un trend costante di crescita a due cifre. Tutti i nostri formaggi, insieme al burro prodotto in Valsassina, sono venduti con il brand Santangiolina. Nella nostra gamma di prodotti vantiamo anche una linea di caciotte fresche e formaggi semi stagionati prodotti con latte di capra. Abbiamo infatti associati dallo scorso anno 6 allevatori che producono 300 quintali di latte di capra alla settimana, nella zona della pianura lombarda tra i fiumi Adda e Mincio.

Produce anche referenze biologiche, quali caratteristiche?

Si tratta di prodotti di filiera, da latte di piccoli pro-

duttori soci della cooperativa. Abbiamo puntato sia sulle Dop, come il taleggio, sia su prodotti freschi, il Gemma di latte e il Pitalou.

Quando e perché avete iniziato a produrre anche formaggi biologici?

Abbiamo iniziato due anni fa per valorizzare il latte dei nostri piccoli produttori che avevano iniziato il percorso di conversione al biologico nelle loro aziende agricole. Per noi è stata anche un'opportunità per ampliare l'offerta dei nostri formaggi venendo incontro alle esigenze dei consumatori più evoluti.

È cresciuta negli anni la richiesta da parte dei consumatori di formaggi bio?

È un mercato in crescita, ma è necessario farsi conoscere e soprattutto credere in questo modello di agricoltura. Nel 2019 abbiamo partecipato a fiere specializzate in Germania riscontrando un notevole interesse verso i nostri prodotti di filiera.

Cosa apprezzano maggiormente i consumatori delle vostre referenze biologiche?

Apprezzano soprattutto la provenienza da una filiera italiana che mette insieme produzione agricola, trasformazione e commercializzazione, un modello economico sostenibile in cui anche i piccoli produttori possono trovare il proprio spazio.

Avete progetti per i prossimi mesi?

L'obiettivo che abbiamo davanti è quello di aumentare la quota di latte prodotta dai soci e trasformata: vorremmo arrivare come detto al 50% entro il 2022-2023, mantenendo efficienti le strutture produttive ma soprattutto riuscendo ad attivare collaborazioni strategiche e sinergie produttive con le nostre due aziende consociate per creare un cammino di crescita comune. Abbiamo puntato su crescita dimensionale e innovazione attraverso la partecipazione a tre bandi regionali del Psr Lombardia, per 15 milioni di euro di investimenti complessivi (con un finanziamento al 30%), e a un bando del ministero delle Politiche agricole, presentato in filiera con la Igor di Novara. Si tratta di progetti, alcuni dei quali sono già stati approvati e finanziati, come quello della Misura 4.1 del Psr Regione Lombardia. Per gli altri è prevista la realizzazione e il completamento entro il 2022.

“Da 30 anni in sinergia con la natura”

Biosüdtirol cresce senza sosta. E produce ben 36 varietà di mele biologiche. Ce ne parla il direttore Werner Castiglioni, che attende una stagione dai contorni interessanti.

Oltre 250 agricoltori. E ben 36 varietà diverse di mele. Tutte quante rigorosamente coltivate con metodo biologico. È Biosüdtirol, cooperativa altoatesina la cui missione è produrre mele nel pieno rispetto della natura. Anzi, in sinergia con la natura. Senza compromessi. Nell'anno del 30esimo anniversario dalla cooperativa, Werner Castiglioni, il direttore, ci parla della stagione 2019/2020 e di quella appena avviata, con un occhio ai cambiamenti che ha portato il Covid nella vita in azienda e nei campi.

Quando e come nasce Biosüdtirol?

La cooperativa biologica Biosüdtirol è nata nel 1990. Quando sei uomini, contadini, si sono seduti attorno al tavolo di legno di un maso con un'idea chiara: coltivare mele con metodo biologico. Trent'anni dopo, quei sei contadini sono già diventati 250. E ogni anno si uniscono a noi, nella cooperativa Biosüdtirol, nuovi agricoltori, che condividono i nostri ideali. Ci alziamo ogni giorno per lavorare in sinergia con la natura, testardi e determinati, proprio come il primo giorno.

E anche quest'anno siete cresciuti...

Proprio così. Si sono aggiunti nuovi agricoltori che hanno deciso di cambiare il loro modo di coltivare - e prima ancora di pensare - passando dall'integrato al biologico. Avremo 150 ettari di terreno in più quest'anno che significano circa 7.500 tonnellate di mele in più. Quindi saremo pronti a fornire mele da agosto a luglio, 12 mesi all'anno!

Com'è andata la stagione 2019/2020?

Una piccola premessa. Nel mondo delle mele pensiamo in stagioni, quindi l'anno lavorativo inizia ad agosto e finisce il 31 luglio. La stagione 2019/2020 ha dato meno mele



del solito, a causa di una raccolta per ettaro un po' più debole di quella dell'anno passato. Tra le motivazioni: le gelate a maggio 2019, la grandine a inizio agosto 2019 e la cimice asiatica, che ha causato tantissimi danni alle nostre mele. I calibri sono stati un po' più piccoli del solito, sempre dovuti al freddo imprevisto a maggio. La stagione, però, dal punto di vista delle vendite, è andata molto bene: a fine giugno avevamo venduto tutte le mele!

Quali aspettative, invece, per quella appena avviata?

Le nostre aspettative per questa stagione sono altissime, siccome le dimensioni delle mele sono ottime e più grandi rispetto all'anno scorso. Per la stagione appena iniziata calcoliamo di poter proporre mele tutto l'anno, quindi anche nel mese di luglio e le prime due settimane di agosto per poi riprendere con la

nuova raccolta a metà agosto. Inoltre possiamo per la prima volta offrire quantità interessanti per quanto riguarda le varietà Natyra e Bonita nelle quali crediamo molto, ma che coltiviamo solo da pochi anni. Sono stati necessari un paio di anni per raggiungere una certa quantità per pianificare programmi rilevanti con i nostri clienti e partner. Sarà una stagione molto interessante.

Come ha inciso il Covid sull'azienda e come è cambiato il modo di lavorare?

Il nostro piano vendite del 2020 è proseguito regolarmente senza particolari shock. Abbiamo da subito adottato le misure previste dal decreto sicurezza. Laddove possibile è stato applicato lo smart working, mentre in stabilimento vengono pedissequamente osservati tutti i protocolli, dalla disinfezione delle linee alla distanza tra gli operatori. Il

Covid ci ha dimostrato nuovamente l'importanza delle risorse umane: senza di loro, la cooperativa non sarebbe stata in grado di continuare a fornire le mele bio.

Ci sono stati cambiamenti nei rapporti con i clienti e la distribuzione?

Certamente. A causa del Covid-19 gli incontri con i clienti sono diminuiti, contemporaneamente gli appuntamenti online sono cresciuti. Si fanno meno viaggi lavorativi, meno voli. Ovviamente si risparmia tempo e si diminuiscono le emissioni di CO2. Abbiamo installato buoni rapporti di fiducia con i nostri clienti negli anni passati, quindi lo spostamento sull'online non nuoce alle relazioni.

Cambieranno in futuro?

Quello che cambierà o è già cambiato per quanto riguarda il comportamento d'acquisto dei consumatori è lo spostamento sull'acquisto online. Anche la frequenza degli acquisti è diminuita. Per la mela che ha ottime caratteristiche di stoccaggio non è nessun ostacolo, anzi questo fatto rende la mela ancora più attrattiva per il consumatore.

Quali varietà offrite e quali sono le loro caratteristiche?

Offriamo più di 36 varietà di mele diverse, ciascuna caratterizzata da un sapore speciale e un aspetto unico. Dalle varietà classiche come le Royal Gala - la prima che viene raccolta e la nostra varietà principale - alle Granny Smith, conosciute come la mela verde per eccellenza, alle Fuji, che sono molto popolari in Italia. Dalle varietà Club come le Pink Lady o Kanzi, alle varietà meno conosciute, ma interessantissime e buonissime come le Natyra o la varietà Bonita.

LE MELE DI BIOSÜDTIROL: LE CLASSICHE



Gala

Mela dall'aroma dolce e soltanto un accenno di asprezza.



Golden

Dai tratti dolci e aromatici. Al morso succosa e soda.



Evelina

Agrodolce. Dalla polpa succosa e i tratti aromatici.



Fuji

La mela Biosüdtirol più dolce. Dalla consistenza decisa e succulenta.

Per conoscere tutte le varietà: www.biosuedtirol.com

La vision di Cottarelli

Investimenti pubblici, semplificazione della burocrazia, potenziamento dell'istruzione e una giustizia più rapida. Sono gli elementi per la ripartenza dell'Italia secondo il noto economista. Con un accenno anche alla patrimoniale...

«Stiamo vivendo una crisi sanitaria e una crisi da Pil, ma al momento abbiamo scongiurato una terza – e ben più grave – crisi, quella finanziaria...». Comincia così l'intervista con Carlo Cottarelli. Lo incontriamo in occasione di un meeting organizzato dalla fondazione Costruiamo il Futuro, creata dall'onorevole Maurizio Lupi. Il noto economista, ex commissario alla Spending review nei governi Letta e Renzi, traccia un quadro puntuale della situazione attuale da un punto di osservazione privilegiato. E non è un caso che la sua esperienza l'abbia portato a essere chiamato dal presidente della Repubblica, Sergio Mattarella, per ricoprire il ruolo di presidente del Consiglio pochi giorni prima dell'insediamento del Governo Conte I. «Siamo in una situazione di grande incertezza», prosegue Cottarelli. «Non sappiamo se ci sarà una seconda ondata della pandemia, non sappiamo quanto sarà forte la crisi negli altri paesi. Il numero di contagi a livello globale continua a crescere, non si sa quando finirà la fase uno nel mondo. Non sappiamo quando verrà trovato un vaccino».

In tutto questo che cosa può fare lo Stato?

Se sulla produzione e in generale sull'offerta c'è poco da fare, per la mancanza di domanda lo Stato può sostenere il reddito di chi lo ha perso, attuando quelle che io chiamo 'misure difensive': lo Stato ti aiuta in un momento di difficoltà. Attraverso sussidi di disoccupazione, cassa integrazione, sostegni ai prestiti fatti dalle banche alle imprese. Oltre a questo, esistono delle 'misure espansive': lo Stato ti dà una mano a rialzarti. Vengono posti in essere degli strumenti che cerano di creare più domanda rispetto a quella che ci sarebbe stata in assenza di Covid-19. Nel momento in cui le imprese tendono a spendere un po' di meno, si cerca di portarle a spendere un po' di più. Misure di questo genere sono l'Ecobonus per la ristrutturazione della casa, o il Bonus mobilità. In questo momento, però, il grosso delle misure introdotte in Italia, circa i 4/5, sono di carattere difensivo. Attenuano la botta, ma non danno una vera e propria spinta.

Per attuare queste misure, c'è bisogno di molti soldi. Di quanto crescerà il deficit pubblico quest'anno?

Come punto di riferimento possiamo prendere lo scorso anno, quando il deficit era stato di 32-33 miliardi. Quest'anno parliamo di circa 180-190 miliardi, in pratica sei volte tanto. In percentuale al Pil, l'anno scorso si era all'1,6%, quest'anno forse finiremo attorno al 12-13%. All'inizio del 2020 il rapporto tra debito pubblico e Pil era del 135%, già di per sé uno dei valori più alti dall'unità d'Italia. Alla fine di quest'anno ci troveremo con un debito pubblico pari al 160% del Pil. E l'aumento sarà il più forte dal 1861, ad eccezione del 1919, ai tempi della svalutazione della Lira. Servono quindi moltissimi soldi per



Carlo Cottarelli

finanziare il deficit, ma anche per rimborsare il debito che giace in scadenza, come Btp e Bot. Se ai 180 miliardi di debito pubblico sommiamo i titoli in scadenza, si arriva a un fabbisogno lordo di finanziamenti per lo Stato di 550 miliardi. Una cifra enorme.

Da dove possono provenire questi fondi?

Assicurazioni e banche italiane ed estere, risparmiatori italiani ed esteri. I tassi d'interesse sui titoli di stato italiani hanno cominciato a crescere. A inizio anno i titoli decennali di stato pagavano poco più dell'1%. Poi il tasso è salito fino a superare il 3%, dopo la conferenza stampa di inizio marzo in cui Christine Lagarde, presidente della Banca centrale europea, diede l'impressione che non ci sarebbe stato alcun aiuto da parte loro. Questo fu sufficiente a causare un'impennata dei tassi di interesse. Che ci avrebbe portato a una terza e ben più grave crisi, quella finanziaria.

E allora, come siamo riusciti a evitarla?

Per tutta una serie di motivi. Prima di tutto perché quella del Covid-19 è una situazione del tutto slegata alla situazione dell'Italia nello specifico. E anche perché c'è stato un aiuto da parte dell'Europa, che in questo momento avviene mediante un massiccio acquisto di titoli di stato da parte della Banca centrale europea. Dei 550 miliardi di cui lo Stato ha bisogno quest'anno, circa 230 arriveranno dalla Banca centrale europea. Altri soldi potrebbero arrivare dal cosiddetto Sure, il meccanismo di finanziamento delle casse integrazioni fornito a livello europeo, per circa 15-20 miliardi. Poi ci sarebbero i 36 miliardi del Mes sanitario per avviare agli effetti diretti e indiretti della pandemia,

che per motivi politici per ora non vogliamo accettare. In tutto questo, la Banca centrale europea ha assicurato che l'acquisto dei nostri titoli di Stato continuerà almeno per la prima metà del 2021. I tassi di interesse sono scesi, quindi al momento non abbiamo avuto grosse difficoltà nel finanziare questo debito pubblico grazie ai soldi che arrivano dall'Europa. E poi, il prossimo anno ci saranno i soldi del Recovery Fund: in parte si tratterà di prestiti, in parte di soldi dati a fondo perduto.

Che cosa la preoccupa in questo momento?

Non sappiamo quanto durerà la crisi sanitaria, né di quanto cadrà il Pil, né se ci sarà una seconda ondata della pandemia. Adesso i soldi arrivano soprattutto dalla Banca centrale europea, che compra i titoli di stato perché sta cercando di risolvere l'inflazione, con l'obiettivo di avvicinarla al 2%. Nel momento in cui, tra un anno o un anno e mezzo, l'inflazione comincerà a risalire, la Banca centrale europea smetterà di acquistare i titoli di stato e di aiutarci. E se l'inflazione dovesse raggiungere la soglia del 2%, la Banca centrale europea potrebbe fare il contrario di ciò che fa ora, e vendere i titoli di stato italiani sul mercato.

Questo avverrà davvero?

Ancora non si sa. Un altro elemento di incertezza riguarda la relazione tra l'Italia e l'Europa. Il Recovery Fund non viene dalla Banca centrale europea ma dall'Unione europea, e prevede l'elargizione di 150-170 miliardi di euro nel giro di un paio di anni. In cambio, però, l'Europa chiede qualcosa: l'Italia dovrà presentare il suo programma di riforme, e poi l'Unione europea monitorerà che queste riforme vengano effettivamente eseguite. Il tetto

sul deficit pubblico a livello europeo al momento è stato sospeso. A un certo punto verrà reintrodotta, e se non rispondiamo ai requisiti necessari, l'erogazione dei prestiti verrà interrotta.

Qual è lo scenario?

Nei prossimi anni si potrebbe creare un clima di tensione con l'Europa. Tensione che si ripercuoterebbe sui mercati finanziari e a quel punto il rischio di una crisi finanziaria potrebbe diventare reale. Del resto, anche la crisi del 2011-2012, quella dello spread a 800 punti, si verificò alcuni anni dopo la crisi globale del 2008-2009. Ciò che mi preoccupa è l'onda lunga della pandemia.

Che cosa possiamo fare per minimizzare questi rischi?

Rimbocarsi le maniche e fare in modo che questo paese riprenda a crescere. Non nell'immediato – il punto non è tornare alla situazione che avevamo nel 2019. Anche perché negli ultimi 20 anni l'Italia ha registrato uno dei tassi di crescita più bassi al mondo. Dobbiamo lanciare riforme che ci consentano di crescere, perché se c'è crescita, il problema del debito pubblico non esiste più. E in questo programma di riforme, l'aspetto fondamentale è avere poche priorità e puntare all'essenziale.

Io, ad esempio adesso punterei su quattro elementi.

Quali?

Il primo: il modo migliore per risollevare la domanda sono gli investimenti pubblici. Certo, tagliare le tasse è importante, ho sempre sostenuto che le aliquote in Italia siano troppo alte. Ma, in questo momento, ridurre le imposte rischia di portare gli italiani ad avere più soldi in tasca, ma a non spenderli. Il vantaggio dell'investimento pubblico, invece, è quello di creare domanda in modo diretto. E quando c'è la domanda, riparte l'indotto e con esso anche l'economia. Seconda cosa, bisogna semplificare questo paese, ucciso dalla burocrazia. Negli ultimi 25 anni le cose sono sempre andate peggio. Bisogna introdurre criteri manageriali nel rendere più efficiente la pubblica amministrazione, compresa la gestione del personale. Il Decreto semplificazioni va nella direzione giusta, ma bisogna tener conto che è solo il primo passo di una strada molto lunga. La riforma della burocrazia è la madre di tutte le riforme.

E poi?

Terzo elemento, non molto di moda e forse difficile da capire, ma essenziale: rendere la giustizia più veloce. L'incertezza del diritto è una delle maggiori cause di mancanza di investimenti esteri in Italia. Sto parlando di giustizia civile, dove i processi durano in media otto anni in Italia, mentre in Germania si risolvono in soli due anni. La situazione è simile nell'ambito della giustizia penale e di quella amministrativa. Anche se in quest'ultimo caso c'è stato qualche miglioramento.

E il quarto elemento?

Il quarto e ultimo aspetto, ma non meno

importante, perché il suo effetto sulla crescita è più a lungo termine, riguarda la pubblica istruzione: investire sulle persone. Oggi siamo al penultimo posto in Europa per spesa universitaria pro capite. Lo stesso discorso vale per gli asili nido, il che spiega anche le difficoltà nell'aumentare la partecipazione delle donne al mercato del lavoro. La pubblica istruzione, e di conseguenza anche la ricerca, è un investimento essenziale. Per la crescita ci sono tante cose da fare, ma queste quattro sono quelle a cui darei la priorità. Riusciremo a farlo? Spero di sì. Non sono né ottimista né pessimista: se vogliamo avere la possibilità di cambiare certe cose, dobbiamo impegnarci.

Come vede il mondo politico oggi?

Sempre più spesso vedo politici senza alcuna ideologia. Se non hai un'ancora ideologica, non hai un orientamento. Ci vogliono delle idee forti per spingere il paese in una determinata direzione.

E qual è per lei un'idea forte?

Vorrei tanto un'Italia in cui ci sia un'opportunità per tutti. Un'uguaglianza del punto di partenza. Dare a tutti una possibilità nella vita è essenziale. E per questo è importantissimo avere un'istruzione pubblica efficiente.

In effetti nel dopoguerra era andata così...

È stato uno dei momenti in cui c'è stata la possibilità concreta di cambiare il proprio destino. Di partire da niente e costruirsi un futuro. L'Italia stava crescendo nel suo complesso. Invece ora investiamo per gli anziani e non sui giovani. Anche perché i giovani sono pochi.

Lei ha indicato quattro punti. Quale sarà il più difficile da affrontare?

Senza dubbio la semplificazione. Ma se non riusciamo a farla, non andiamo da nessuna parte. Non ho nessuna fiducia che questa rivoluzione possa partire dai ministeri romani, perché il capo medio di gabinetto non ha la forma mentis per capire come si fa a semplificare. Quello che io ho cercato di fare con un gruppo di imprenditori del nord-est, è far partire dal basso alcune proposte. Partendo da cose concrete: abbiamo stilato un elenco di 91 piccole riforme che potrebbero essere attuate per semplificare la vita agli imprenditori. Tutto questo poi dovrà essere necessariamente tradotto in legge, ma il cambiamento può cominciare da lì.

Perché non è stata perseguita la strada dell'eliminare l'Iva fino a una certa data, nella fattispecie il 31 dicembre 2020?

Erano tre le proposte sul tavolo. Una era tagliare il cuneo fiscale, l'Irpef. L'altra era tagliare l'Iva. E la terza erano gli investimenti di governo. Il taglio dell'Iva funziona però se i commercianti riducono i prezzi. Ma i commercianti ridurrebbero i prezzi? Probabilmente no. Oltre a questo, il taglio dei prezzi sarebbe sufficiente per far aumentare la domanda? Anche considerando il clima di incertezza, che porta le persone a rimandare determinati acquisti? Difficile dirlo.

Da uno a dieci, quante possibilità ha l'Italia di riprendersi?

È inutile chiedersi se ce la faremo oppure no. Bisogna solo tirarsi su le maniche. Spesso ci lamentiamo dei poli-

tici, dimenticando che alla fine siamo noi a leggerli. Io ormai di mestiere faccio il predicatore, e sono tornato in Italia nel 2017 con questa idea fondamentale: spiegare come stanno le cose per cambiare l'opinione pubblica. Senza questo fondamentale passaggio, non c'è nulla da fare per l'Italia.

CHI È CARLO COTTARELLI

Laureato in Scienze Economiche e Bancarie presso l'Università di Siena, Carlo Cottarelli ha conseguito il master in Economia presso la London School of Economics. Ha lavorato nel Servizio Studi della Banca d'Italia, Dipartimento monetario e settore finanziario, e dell'Eni.

Dal settembre 1988 lavora per il Fondo monetario internazionale (Fmi), nell'ambito del quale ha fatto parte di diversi dipartimenti: il Dipartimento europeo, del quale è stato vicepresidente; il Dipartimento monetario e dei capitali; il Dipartimento Strategia, Politica e Revisione, e anche in questo caso è stato vicepresidente, occupandosi tra l'altro di riforma della sorveglianza; il Dipartimento Affari Fiscali. Dal 2008 al 2013 è stato direttore del Dipartimento Affari Fiscali del Fmi. Nel novembre 2013

è stato nominato dal Governo Letta commissario straordinario per la revisione della spesa pubblica. Il 1° novembre 2014, su nomina del Governo Renzi, è diventato direttore esecutivo nel Board del Fondo Monetario Internazionale. In seguito al tentativo fallito da parte di M5S e Lega di formare un governo dopo le elezioni politiche del 4 marzo 2018 e alla rinuncia all'incarico da parte di Giuseppe Conte, il presidente della Repubblica Sergio Mattarella convoca Cottarelli e gli conferisce l'incarico di presidente del Consiglio dei ministri, accettato con riserva, per la formazione di un governo tecnico provvisorio. Tuttavia, alcuni giorni dopo Cottarelli rinuncia a sua volta "essendosi nuovamente create le condizioni per un governo politico", spianando così la strada per la nascita del Governo Conte I.

Autenticità campana

Nel cuore dell'area Dop, La Contadina è fra i leader del comparto della mozzarella di bufala. Ma fra i prodotti non mancano ricotte e burrate. Anche biologiche.

Da allevamento e azienda agricola a caseificio. È stata la naturale evoluzione de La Contadina, società agricola di Grazzanise, nel casertano. È stato l'amore per la mozzarella di bufala che ha fatto sì che un allevamento, fondato nel lontano 1950, si sia trasformato, oltre 20 anni fa, in un'azienda produttrice di formaggi freschi e a pasta filata. Mozzarelle, burrate e ricotte, tutte quante esclusivamente preparate con latte di bufala, e disponibili anche nella versione biologica e senza lattosio. Inizialmente, la produzione era destinata soprattutto alla vendita per il mercato locale.

Progressivamente i prodotti bufalini La Contadina hanno conquistato anche i consumatori fuori dalla regione Campania. Tanto che, nel 2001, l'incremento della produzione ha reso necessario un ampliamento dello spazio a disposizione: viene costruita una nuova struttura e il caseificio si arricchisce di strumentazioni

all'avanguardia, sviluppando un proprio mercato anche all'estero, che oggi pesa sul 30% del fatturato totale. Oggi lo stabilimento si è gradualmente adeguato alle nuove esigenze produttive, qualitative e di mercato con numerosi ampliamenti e una continua innovazione nei macchinari. Attualmente, La Contadina può vantare una struttura moderna e funzionale.

Il segreto della costante crescita dell'azienda risiede nella continua ricerca della massima qualità della materia prima per garantire un buon prodotto. Oltre alle certificazioni obbligatorie, dunque, l'azienda ha ottenuto una serie di certificazioni volontarie: innanzitutto il riconoscimento come mozzarella di bufala campana Dop.

Ma anche l'Ifs, per garantire la sicurezza del prodotto fornito alla Gdo, e il Brc Food, che certifica i metodi di lavorazione e i criteri di igiene. E, naturalmente, il bollino biologico.

5MILA TONNELLATE DI PRODOTTO ALL'ANNO

La Contadina raccoglie il latte da circa 60 aziende conferenti, accuratamente selezionate e locate entro 15 chilometri dallo stabilimento di produzione. La catena di approvvigionamento, in questo modo, è molto breve. Così il latte arriva 'ancora caldo' al caseificio per essere immediatamente trasformato. Attualmente la produzione supera le 5mila tonnellate all'anno, fra mozzarelle, ricotte e burrate. Per la produzione di mozzarella, l'azienda segue scrupolosamente il disciplinare di produzione decretato dal ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali. E lo valorizza con la competenza acquisita in tanti anni di passione. Dalla materia prima alle diverse fasi di lavorazione fino al prodotto finito, il caseificio assicura che la mozzarella di bufala soddisfi tutte le norme sanitarie e di sicurezza per i propri consumatori. La standardizzazione della raccolta permette di avere regolarmente a disposizione un latte di alto livello. Ciò garantisce un'ottimizzazione del processo produttivo e un prodotto sempre uguale in qualità e caratteristiche.



NEL CUORE DELL'AREA DOP

Il sito produttivo e l'allevamento di bufale di proprietà della famiglia, si trovano tra le città di Capua e Mondragone, territorio situato nella zona della Dop, un'area incontaminata e priva di stabilimenti industriali, destinata in gran parte all'allevamento per la filiera bufalina. L'attuale stabilimento si estende su una superficie totale di oltre 20mila metri quadrati di cui 8mila sono coperti. L'azienda agricola di famiglia consta di un allevamento di circa 2000 capi e di terreni coltivati per l'alimentazione delle stesse di oltre 200 ettari.



LA BUFALA ANCHE IN VERSIONE BIO

Dal 2016, il caseificio campano ha avviato anche la produzione di referenze realizzate con latte biologico: la mozzarella di bufala campana Dop, la mozzarella di latte di bufala e la ricotta di bufala. E, da settembre, anche la burrata. Il biologico, infatti, stava acquisendo sempre maggiore spazio sul mercato. Da qui l'esigenza di La Contadina di rispondere ai bisogni di consumatori sempre più attenti negli acquisti tanto alla salute quanto all'ambiente. La crescita del segmento bio, lenta ma costante, ha dato ragione al caseificio, che grazie alla nuova linea ha potuto raggiungere un numero sempre più ampio di consumatori, che sanno apprezzare la freschezza e la qualità dei prodotti La Contadina.



L'AZIENDA IN PILLOLE

- Data di fondazione: 1998
 - Andamento vendite nel 2019: in crescita
 - Trend rispetto al 2018: +9%
 - Certificazioni aziendali e di prodotto: Iso 9001:2008, Ifs, Brs, biologico, Ohsas
 - Iniziative di sostenibilità ambientale: impianto fotovoltaico e di Biogas dal 2015.
- Entrambi soddisfano il 40% del nostro fabbisogno energetico

www.caseificiocooplacontadina.com

Dr.Schär approda nel biologico

L'azienda, che da oltre 40 anni produce alimenti senza glutine, espande ora la propria gamma. E presenta una linea per i consumatori più attenti a salute e ambiente.

Specializzata da oltre 40 anni nella produzione di alimenti senza glutine, Dr. Schär ora sbarca nel mercato biologico. L'azienda altoatesina, figlia di una piccola drogheria di Merano, pioniera nella produzione di alimenti adatti ai celiaci, ha ereditato dalla madre la spinta a migliorare sempre i propri prodotti. Così oggi è in grado di proporre referenze non solo di alta qualità, gustose e nutrienti, ma anche ecologiche e biologiche: una linea di nove prodotti senza glutine, selezionati per chi sceglie il biologico per motivi salutistici o etici.

Da una drogheria, un marchio internazionale

Schär nasce nel 1922, quando il dottor Anton Schär di Innsbruck mette a punto una linea di prodotti dietetici privi di glutine per bambini con problemi gastrointestinali. Quando all'età di 23 anni inizia a gestire la drogheria di famiglia a Merano, Ulrich Ladurner si interessa a questi prodotti senza glutine, che entrano quindi nel suo assortimento. Ladurner, che ha sempre creduto nelle potenzialità di questi prodotti, nel 1979 diventa proprietario del marchio. Da allora si specializza esclusivamente in alimenti senza glutine e nel 1981 lancia ufficialmente sul mercato il marchio Schär. Oggi, grazie a un vasto assortimento di referenze gustose e di alta qualità, Dr.Schär vanta un fatturato globale di 375 milioni di euro (dato 2019). Inoltre, nelle 18 sedi proprie di produzione e distribuzione ubicate in 11 paesi, 1.400 collaboratori lavorano per la realizzazione di 115 referenze destinate ai consumatori con specifiche esigenze alimentari di tutto il mondo.

La ricerca sulle migliori materie prime

Negli ultimi anni, attraverso l'R&D Centre di Trieste, l'azienda si è impegnata nella ricerca sulle materie prime, studiando nuove possibili varietà di cereali e selezionando quelle più idonee



La sede dell'azienda a Bolzano

ai diversi processi produttivi. In questo ambito Dr.Schär ha diretto anche Re-Cereal, un importante progetto dedicato alle diverse colture cerealicole tipiche dell'alta montagna, finalizzato sia al recupero e alla valorizzazione di miglio, avena e grano saraceno, sia al potenziamento delle loro componenti nutracetiche e alla promozione del loro utilizzo nell'industria alimentare.

Nasce la linea bio

Forte dell'esperienza e della ricerca dell'R&D Centre di Trieste, Dr. Schär ha dunque dato vita alla nuova linea biologica: Schär Bio. Che nasce nel segno della limitazione dell'impatto sulla natura, attraverso la riduzione dei rifiuti da imballaggio. Per le confezioni dei prodotti, infatti, sono stati scelti materiali riciclabili, riducendo l'utilizzo di plastica. Inoltre, tutti i materiali cartacei utilizzati sono certificati Fsc (prodotti secondo una gestione responsabile di foreste e piantagioni).

Per realizzare i prodotti Schär Bio vie-

ne impiegata un'ampia varietà di materie prime. Cereali, pseudo-cereali, frutta secca, semi, tutti naturalmente senza glutine: avena, teff, amaranto integrale, mandorle, semi di lino. Che, oltre ad arricchire i prodotti di diversi sapori, apportano sostanze vitali e fibre, utili al benessere dell'organismo, contribuendo a una dieta senza glutine equilibrata. Non solo: per garantire un maggiore apporto di fibre, alcune delle farine utilizzate sono integrali o semi integrali. Tutte quante le materie prime utilizzate provengono da coltivazioni controllate. E il rapporto duraturo con agricoltori di fiducia, esperti e competenti e con mulini locali consente di assicurare i più elevati standard qualitativi e di sicurezza. Grazie a questo approccio alla filiera biologica, Schär è in grado di offrire ai consumatori, prodotti sicuri, privi di conservanti, pesticidi, Ogm, senza aromi e senza coloranti artificiali. Completa l'offerta Schär Bio un servizio di consulenza erogato da un team di nutrizionisti qualificati che affianca il consumatore nelle scelte alimentari.



www.drshaer.com

SCHÄR BIO: UN ASSORTIMENTO COMPLETO PER OGNI MOMENTO DELLA GIORNATA

L'assortimento biologico Schär Bio include snack, biscotti, merendine, panini e pasta, fatti con una selezione unica di farine e cereali biologici, in grado di rispondere a diversi gusti ed esigenze e pensati per un consumo quotidiano, da colazione a cena e in ogni momento di pausa. Tutti i prodotti sono senza conservanti e adatti per chi segue un'alimentazione vegetariana; alcuni di questi sono adatti anche per il consumo vegano. Tutti i prodotti inoltre sono privi di frumento, incontrando le necessità di chi è allergico a tale cereale. E molti dei prodotti sono anche senza lattosio. Alcune referenze sono disponibili nel pratico formato monoporzione, ideali per il consumo fuori casa.

- **Schär Bio Pan Crisp Cereal:** fetta croccante biologica senza glutine ai cereali
- **Schär Bio Apple Bisco:** biscotti biologici con mele
- **Schär Bio Choco Bisco:** biscotti biologici con cioccolato fondente
- **Schär Bio Madeleines Classic:** merendine biologiche, senza glutine e senza lattosio
- **Schär Bio Madeleines Choco:** merendine biologiche con cioccolato, senza glutine e senza lattosio
- **Schär Bio Panini Classic:** panini biologici classici, senza glutine e senza lattosio
- **Schär Bio Panini Cereal:** panini biologici ai cereali, senza glutine e senza lattosio
- **Schär Bio Penne Cereal:** pasta biologica integrale senza glutine e senza lattosio
- **Schär Bio Spaghetti Cereal:** pasta biologica integrale senza glutine e senza lattosio.

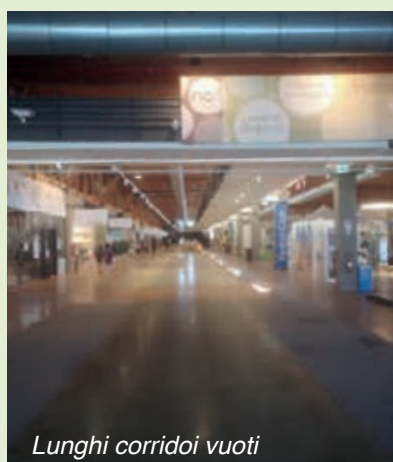
Quel parco non vale più un Fico

Fatturato 2019 in calo.

Con una perdita d'esercizio di oltre tre milioni di euro. Una consistente diminuzione dei visitatori. E una situazione post lockdown drammatica. È crisi nera per la grande Fabbrica Italiana Contadina di Bologna.



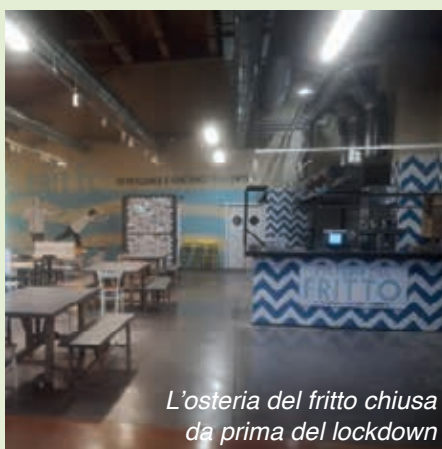
Nel supermercato Eataly non c'è nessuno



Lunghi corridoi vuoti



Le biciclette all'ingresso con le ragnatele



L'osteria del fritto chiusa da prima del lockdown

Un fatturato di 34 milioni di euro, in calo del 20% rispetto all'anno precedente; una perdita d'esercizio pari a 3,14 milioni di euro; una consistente diminuzione dei visitatori: sono i numeri impietosi del bilancio 2019 di Fico. La grande Fabbrica Italiana Contadina di Bologna soffre e il lockdown le ha assestato una sberla da ko. Siamo stati facili profeti. Sin dall'inizio abbiamo scritto su queste pagine che il progetto non ci convinceva. Che la location, il vecchio mercato generale alla periferia di Bologna, era sbagliata. Che difficilmente i turisti sarebbero arrivati. Che i bolognesi, dopo un breve innamoramento, sarebbero tornati alle loro trattorie storiche. Voce che grida nel deserto.

Fico era nato dalla fervida mente di Oscar Farinetti, fondatore di Eataly, supportato da Coop Alleanza 3.0 e dalla politica locale. L'idea era di creare un grande polo dell'alimentazione. Per mostrare, a italiani e turisti, le eccellenze dell'agroalimentare nazionale. 140 milioni di euro spesi, 100mila mq di superficie e 40 fabbriche, cioè 40 aziende presenti, con stand e spazi per corsi, degustazioni, ristorazione e produzione. E poi orti, animali, eventi culturali, giostre tematiche.

La cerimonia di apertura si era svolta il 15 novembre 2017 alla presenza del sindaco, rappresentanti del Governo, politici, imprenditori. L'obiettivo dichiarato - a regime, cioè a tre anni dall'apertura - era di sei milioni

di visitatori, mentre quello del primo anno di attività era di circa tre milioni. Siamo nel 2020 e nessuno è stato centrato.

Come spiega bene la relazione di Tiziana Premori, amministratore delegato di Eatalyworld srl, la società che gestisce il parco gastronomico, sul bilancio 2019. Fico ha archiviato perdite nette di esercizio pari a 3,14 milioni, che vanno a confrontarsi con il mini utile di 19mila euro dell'anno prima. Il valore della produzione è invece calato a 34,31 milioni dai 42,59 milioni del 2018, mentre il margine operativo lordo nel 2019 è risultato negativo per 4,34 milioni, in peggioramento dal 'rosso' di 3,13 milioni dell'esercizio precedente. "Il secondo anno di attività" - scrive Tiziana Premori nella relazione sulla gestione datata 28 maggio 2020 - "ha visto una graduale diminuzione dei visitatori, che si sono assestati a poco più di un milione e 600mila (paganti) a fine 2019. I visitatori 'italiani fuori Bologna' e stranieri sono aumentati ma non abbastanza per sopperire alla perdita di presenze dei bolognesi, calati dopo il primo periodo di novità".

I numeri, oltre ad essere impietosi, raccontano poi di una difficoltà oggettiva del parco. Lo dice la stessa Tiziana Premori: "I dati mettono in luce la difficoltà del parco di attrarre più visitatori e quindi di raggiungere i risultati economici attesi. Le ricerche di mercato poste in essere nel corso del 2019 hanno evidenziato come il parco

non abbia una vera e propria identità: è spesso percepito dai visitatori come un centro commerciale con vendita e somministrazione di prodotti alimentari".

Se n'erano accorti anche prima. Ed erano corsi ai ripari, dapprima assumendo l'ex direttore marketing di Disneyland Paris e poi coinvolgendo una società, la Zamperla, attiva nella costruzione di parchi a tema. È nato così, all'interno di Fico, Luna Farm, un'area dedicata ai bambini con attrazioni di vario genere e tipo.

Le visite a Fico

Tutto inutile. La Fabbrica piange. L'abbiamo visitata per bene tre volte nel 2018: il 13 febbraio, il 6 giugno, il 30 agosto. E due volte quest'anno: il 20 febbraio (prima del lockdown) e il 23 luglio. Purtroppo il ritornello è sempre stato lo stesso: visitatori che latitano, ristoranti vuoti, prezzi troppo elevati.

Ma è proprio la visita del 23 luglio la più drammatica. Il lockdown pare abbia assestato il colpo di grazia al parco. Lo si vede subito dalla polvere e dalle ragnatele delle biciclette che avrebbero dovuto essere usate dai visitatori. I parcheggi sono semivuoti, come pure i corridoi e il punto vendita. Sono le 13.00 quando entriamo e subito l'impressione è di un grande vuoto. Uno dei primi ristoranti che troviamo è l'osteria del fritto di Pasquale e Gaetano Torrente: nessuno in cucina, nessuno ai tavoli. Il ragaz-

zo della birreria di fronte conferma la serrata: "Sono chiusi dal prima del lockdown. Dovrebbero sostituirli ma finora non si è visto nessuno". Nessuno anche alla Focacceria. Al Mare di Guido, finalmente troviamo qualcuno, saranno in quattro. Ma non sarà per le ostriche a 4 euro?

Nessuno alla libreria Coop. Gli stand Amadori e Madeo sono rigorosamente chiusi. Fermi gli impianti della centrale del latte di Granarolo come pure quelli della mortadella di Bologna. Ciò che impressiona maggiormente sono i corridoi: lunghi e spaventosamente vuoti.

La curiosità ci spinge verso Luna Farm, il parco giochi creato all'interno di Fico. Anche qui grande delusione. Le giostre sono ferme. All'interno quattro bambini. Eppure i prezzi sono buoni: in luglio la società che li gestisce ha applicato dei notevoli sconti. Un biglietto da 12 euro è passato a 5. Ma non c'è verso. Anche qui pianto e stridor di denti.

Il 12 giugno scorso, in occasione dell'assemblea di Eatalyworld srl, i due azionisti Eataly srl e Fico.op srl (società che fa capo ad Alleanza 3.0), rappresentati rispettivamente da Nicola Farinetti, uno dei figli di Oscar, e Mariangela Corrado, hanno approvato i numeri del 2019 e deciso di coprire la perdita quasi per intero con i 2,8 milioni versati a marzo dai soci.

Per ora la storia si chiude qui. Ma la domanda che in molti si pongono è: quanto durerà ancora?



Il Luna Farm. Doveva essere il nuovo punto di forza del Parco. Doveva...



HOPLA[®]

Veg & Bio

100% vegetale

BEVANDE VEGETALI

Una novità dedicata a chi ama una bontà semplice, senza altro da aggiungere.

Novità



TUTTO IL BUONO DEL VEGETALE, TUTTO IL BENESSERE DEL BIOLOGICO!

Soia, Riso, Mandorla e Avena: quattro bevande 100% vegetali, biologiche e senza zuccheri aggiunti, ideali da gustare nella loro semplicità o da utilizzare come ingrediente per la realizzazione di piatti dolci e salati.

www.hoplabio.it

un'idea di
treValli

Il biologico: una scelta naturale

La Latteria di Chiuro ha un profondo legame con il territorio valtellinese. Che si traduce in azioni concrete per la protezione dell'ambiente. Incluso il lancio di una linea di prodotti certificati.

Nata nel 1957 da un piccolo gruppo di allevatori della media Valtellina, la Latteria di Chiuro affonda le sue radici in provincia di Sondrio. E fin dai primi passi ha fatto del legame con il territorio un pilastro della sua crescita. Un legame che significa attenzione alla realtà locale e rispetto per l'ambiente della montagna, tutela della natura e sostenibilità, che rappresenta un impegno sempre maggiore. Ecco spiegata la scelta di proporre una linea di prodotti biologici certificati.

Azioni concrete e investimenti mirati

Dalle parole ai fatti. La Latteria di Chiuro ha impostato le proprie iniziative in campo ambientale su azioni concrete e misurabili, studiate per ridurre sempre più l'impatto della produzione in termini di emissioni e inquinamento.

Questo percorso nel 2019 ha portato a dichiarare zero emissioni di CO2 nell'impianto di produzione. Un traguardo frutto di investimenti mirati: interventi per il recupero di acqua piovana e condense, adeguamento degli impianti elettrici e idraulici, sostituzione della caldaia a vapore con un'apparecchiatura di nuova generazione. I nuovi edifici della Latteria, inoltre, sono tutti di classe energetica A.

Non finisce qui: lo scorso anno l'azienda ha ottenuto anche la certificazione di attività 'Verde dentro' rilasciata dall'ente Tüv Süd. Il riconoscimento attesta che tutta l'energia elettrica utilizzata proviene da fonti completamente rinnovabili e tracciabili al 100%. Nel caso della Latteria di Chiuro, si tratta di energia idroelettrica proveniente dalla centrale di Grosio, in provincia di Sondrio, che consente all'azienda di ridurre di oltre 560 tonnellate le emissioni annue di CO2. Il logo Repower, presente su molte confezioni, segnala che i prodotti della Latteria di Chiuro sono 'Verdi dentro'. Proprio il packaging è un altro importante fronte di lavoro per l'azienda valtellinese: per gli imballaggi, la Latteria sceglie sempre più di utilizzare materie prime riciclabili e sta sviluppando nuove soluzioni per ridurre al minimo l'impatto ambientale.

Una scelta naturale

Sviluppare una linea di prodotti biologici certificati è stato dunque un passaggio naturale. Introdotta a partire dal 2011, attualmente la linea Bio della cooperativa di Chiuro comprende gli yogurt AlpiYo Bio e formaggi freschi e stagionati, tutti legati alla tradizione casearia valtellinese e prodotti esclusivamente con latte proveniente da allevamenti certificati della provincia di Sondrio.

Tradizione e ambiente sono parole ricorrenti, nella filosofia dell'azienda valtellinese, un consorzio che riunisce 27 allevatori della zona fra Sondrio e Bormio. Perché, per la Latteria di Chiuro, creare prodotti biologici significa dare continuità a uno stile di vita tipico della tradizione della Valtellina. Uno stile di vita fatto di rispetto della natura e della montagna, degli animali e delle persone. Uno stile di vita che guarda al passato per garantire il futuro. E così 'bio', nella Latteria di Chiuro, vuol dire tradurre in buone pratiche i valori fondanti dell'attività, giorno dopo giorno.



IL BIO CHE SA DI MONTAGNA

La gamma di prodotti biologici della Latteria di Chiuro include formaggi e latticini, freschi e stagionati, tutti quanti legati alla tradizione casearia valtellinese e prodotti con latte raccolto in provincia di Sondrio.

AlpiYo Bio

Lo yogurt biologico AlpiYo Bio coniuga la leggerezza del latte della Valtellina e il gusto della frutta. Il marchio biologico garantisce la naturalità degli ingredienti e anche il controllo dell'intera filiera: tutti i passaggi rispondono a rigide norme per tutelare il consumatore, con la massima trasparenza.

M'ama Bio

M'ama Bio è un formaggio a pasta molle dal gusto delicato, fresco e dolce. I sapori ricordano gli aromi della crema di latte di montagna. È stato il primo prodotto biologico della Latteria ed è stato

ideato con un obiettivo preciso: rispettare e valorizzare la Valtellina, sua terra d'origine.

Tellino Bio

Il Tellino Bio è un formaggio leggero ma appetitoso, con un sapore delicato e fresco accompagna da una crosta fiorita bianca. Perfetto per chi cerca alimenti che uniscano gusto e leggerezza, è ottimo per il consumo quotidiano in famiglia.

Casera Dop Bio

Nella linea biologica della Latteria di Chiuro non poteva mancare un formaggio classico della Valle, a segnare ancora una volta il legame con il territorio. È il Valtellina Casera Dop Bio, proposto tre stagionature diverse: minimo 70 giorni, minimo 180 giorni, minimo 300 giorni. Un formaggio nato da una tradizione casearia secolare, da scoprire nelle varie fasi della sua evoluzione, curata scrupolosamente dai maestri stagionatori.



www.latteriachiuoro.it

Attenti a quei due!

Mario Gasbarrino e Gabriele Nicotra, dopo il sodalizio in Unes, saranno alla guida di Decò Italia. Nata dalla partnership tra Multicedi e Gruppo Arena.

“E' bello vivere perché vivere è cominciare, sempre, ad ogni istante”, scriveva Cesare Pavese.

Una citazione che calza a pennello per la nuova avventura professionale di Mario Gasbarrino e Gabriele Nicotra. Due manager di lungo corso che non hanno avuto timore di accettare la proposta di Giovanni Arena, direttore generale dell'omonimo Gruppo, e Claudio Messina, consigliere di amministrazione di Multicedi. Dalla partnership tra le due realtà del Gruppo VEGE nasce Decò Italia, società consortile, che avrà l'obiettivo di sviluppare e gestire le marche private per oltre 700 punti vendita facenti parte delle due società, che producono un fatturato totale alle casse di circa 2,4 miliardi. La parola ora a Gasbarrino e Nicotra, rispettivamente amministratore delegato e direttore generale della nuova società.

Quali sono le origini del progetto?

Gabriele Nicotra [GN]: I primi contatti con i vertici di Gruppo Arena e Multicedi risalgono a circa un anno fa. Tutto nasce dal desiderio di sviluppare la marca privata, mettendo a frutto la nostra esperienza in un nuovo progetto. Ad accelerare l'iter è stata anche la vivacità delle due imprese ben radicate al Sud: penso soprattutto all'acquisizione dei pdv Sma da parte di Arena in Sicilia e al cambio di management in Multicedi. Poi, il parere autorevole di Mario è stato il punto di svolta.

Mario Gasbarrino [MG]: Sono stato contattato 3-4 mesi fa, quindi non ho seguito la gestazione iniziale. Ci tengo a dire – visto che in tanti me lo domandano – che quando dichiaravo che avrei lasciato il mondo della distribuzione, dicevo la verità. Poi, certo, 'il primo amore non si scorda mai'. Ho trovato una serie di condizioni eccezionali che mi hanno fatto accettare la proposta.

Quali?

MG: La bontà del progetto, che è di grande lungimiranza perché riguarda la gestione della marca privata, cioè il dna di un'azienda. Qualcosa che non si può externalizzare, perché definisce l'identità di un'insegna.

E ha un bacino di 2,4 miliardi di euro con ampie possibilità di crescita. Poi mi hanno convinto le persone, dotate di un'umiltà e di una passione eccezionali. Del resto sono fortunato: ho la possibilità di scegliere le persone con cui fare business. Il terzo elemento è più personale: accettare significa in qualche modo riavvolgere il film della mia vita. Sono cresciuto a Napoli, e sono diventato grande professionalmente in Sicilia, con Sigros.

Perché la scelta della sede a Milano, per un gruppo a trazione centro-meridionale?

GN: Milano è vicina all'Europa. E poiché siamo convinti che i buyer debbano uscire, andare in giro e scoprire nuove realtà, è la location ideale. Inoltre, permette di avere stretti contatti con il gotha del mondo distributivo. C'è una facilità di avere confronti e stimoli che altrove è più difficile.

Come sarà la divisione del lavoro tra voi?

MG: Io lavorerò più 'in periferia', ma sarà comunque fondamentale tessere i rapporti tra sede centrale e le aziende sul territorio. Aggiungo che con Gabriele, che si concentrerà sulla strategia di prodotto, ci conosciamo da tanti anni e ci intendiamo al volo. Aiuterà poi l'umiltà del management di Arena e Multicedi. E abbiamo un minimo comun denominatore: siamo tutti del Sud, pronti per una sorta di 'Spedizione dei mille' al contrario...

Ma quanto peserà il successo del Viaggiator Goloso?

MG: La storia non si ripete, e andiamo sempre più verso un contesto fatto da supermercati più piccoli, omnichannel, con un target ben preciso. Non a caso i format generalisti sono in affanno, e la specializzazione 'vince' sul formato. Perciò, dato che appunto la storia non si ripete, bisognerà trovare la formula su misura per i vari contesti: quello che funziona a Milano non è detto funzioni a Catania. Sarà importante puntare su una marca privata che non sia mainstream, ma che abbia un posizionamento chiaro. Si tratta di osservare, studiare e analizzare. Coscienti che gli asset strategici, ormai,

non sono più i punti vendita, ma i fornitori. Il portafoglio fornitori è il vero valore aggiunto.

GN: Il segmento premium è da presidiare perché può e deve diventare un brand. Va analizzato sulla base di un asse valoriale ben preciso, a cui si lega l'attività di branding con un alto valore aggiunto. E questa è una sfida più percorribile nel segmento premium.

Insomma, le sfide all'oriz-

zonte non mancano...

MG: Come mi ha detto il vostro direttore Angelo Frigerio, accettando ho segnato un gol 'alla Insigne [noto calciatore del Napoli, ndr]'. Ma ho potuto farlo grazie al gioco di squadra con Gabriele, un 'Ronaldo a parametro zero' pronto a rimettersi in gioco.

Da sinistra:
Mario Gasbarrino e
Gabriele Nicotra



Quality is the key

Artigiani del gusto con la passione per l'eccellenza.

Per la nostra Bresaola Bio scegliamo solo le carni migliori, provenienti da selezionatissimi allevamenti biologici che lavoriamo con sale, qualche spezia e tanta cura. Genuina, dal sapore morbido, pulito: per gustare la bontà artigianale e la tradizione custodita nella semplicità.

Perché la nostra Bresaola Bio è sana e gustosa:

Ad alto contenuto di proteine	
A basso contenuto di grassi	✓ No OGM
Vitamine B PP	✓ No allergeni
Zinco	✓ No glutine
Ferro	✓ No lattosio

Info: T: +39 0342 489007 - info@salumificiososio.it - www.labresaoladebaita.it

ANTEPRIMA AUTUNNO/INVERNO



Prodotti dolci e salati da forno. Farina delle più disparate tipologie e pasta in innumerevoli varianti. Conserve, salumi, latticini, e tanto altro. Una vetrina con tutte le novità per la stagione presentate dalle aziende.

ALCE NERO www.alcenero.com



FROLLINI AVENA E GRANO SARACENO

I Frollini biologici di avena e grano saraceno Alce Nero sono prodotti secondo i valori Alce Nero, da sempre rivolti al rispetto della terra, della sua fertilità e delle persone che la lavorano. Sono realizzati con una ricetta composta da pochi ingredienti, senza aromi né prodotti di origine animale, come burro o uova. Questi frollini si caratterizzano inoltre per essere fonte di fibre e per essere prodotti con cereali 100% italiani coltivati secondo il regolamento biologico.

Ingredienti

Farina di avena integrale* (32%), zucchero di canna*, farina di grano saraceno* (15%), olio extravergine di oliva (14%), farina di riso* (14%), purea di mela*, sciroppo di riso*, agenti lievitanti (carbonati di ammonio, carbonati di sodio). *Biologico
Peso medio/pezzature
250 g
Caratteristiche
Biologico. Senza aromi, burro e uova. Fonte di fibre. Cereali 100% italiani. Solo con olio extravergine di oliva. Senza frumento.
Confezionamento
Pack in carta.

DR. SCHÄR www.drschaer.com/it



SCHÄR BIO APPLE BISCO

Biscotti biologici senza glutine con mele; contengono ingredienti pregiati quali: avena (40%), semi di lino e semi di girasole, zucchero di canna.
Peso medio/pezzature
Confezione da 105 g.
Caratteristiche
Senza glutine, senza frumento, vegano; fonte di fibre.
Confezionamento
Disponibili in una confezione da 105 g, suddivisi in pratiche porzioni.
Tempi di scadenza
12 mesi.

PASTIFICIO AVESANI www.pastificioavesani.it



RAVIOLI ALLE VERDURE GRIGLIATE

Pasta fresca all'uovo con ripieno alle verdure grigliate.
Ingredienti
Ingredienti della pasta (60%): semola di grano* duro, uova* 30%
Ripieno (40%): ricotta* (siero di latte*, sale, correttore di acidità: e270), verdure miste grigliate in proporzione variabile* 19% (peperoni*, zucchine*, melanzane*), patate disidratate in fiocchi*, tofu* (soia* 54%, acqua), formaggio a pasta dura (latte*, sale, enzima coagulante), olio di semi di girasole*, polpa di pomodoro* (pomodori* pelati in cubetti, succo di pomodoro*), latte* in polvere, aglio**, sale, basilico**, pepe**.
*Agricoltura Ue bio
**Agricoltura non Ue bio
Peso medio/pezzature
250 g
Caratteristiche
Uova 30% sulla pasta. Verdure miste grigliate in proporzione variabile 19% sul ripieno.
Confezionamento
Vaschetta.
Tempi di scadenza
45 giorni.

CONFETTURE D'ALESSANDRO www.dalessandroconfetture.it



FRUTTA BIO - CONFETTURA EXTRA BIO-LOGICA DI AMARENE

Confettura di amarene biologiche con zucchero di canna bio, senza glutine, 110% di frutta.
Ingredienti
Amarene, zucchero di canna bio.
Peso medio/pezzature
320 g
Caratteristiche
Confettura extra biologica senza glutine certificata Aic.
Confezionamento
Vasetto in vetro.
Tempi di scadenza
3 anni dalla produzione.

BRIO/ALCE NERO www.briospa.com - www.alcenero.com



MELAGRANA CHICCOSA ALCE NERO

La melagrana bio coltivata in Italia di varietà Wonderful si caratterizza per il colore rosso rubino intenso differenziandosi dalle altre varietà per alcune particolari qualità: i chicchi (arilli), solitamente amari e fibrosi, sono invece poco lignificati e dal sapore agrodolce, risultando insieme facili da sgranare, gradevoli da gustare e adatti anche per la preparazione di succhi e prodotti derivati. Il frutto presenta inoltre uno spessore elevato della buccia, che consente maggiore e migliore conservazione e stoccaggio del prodotto, permettendo di aumentarne la conservabilità e di garantire una più costante e modulabile uscita sul mercato.
Peso medio/pezzature
2 frutti – 750 g venduto a peso egualizzato.
Caratteristiche
La Melagrana Chiccosa si presta a svariati usi in cucina: può essere gustata al naturale, anche al cucchiaino, con succo di limone, oppure come guarnizione o ancora come condimento in macedonie di frutta e insalate fredde.
Confezionamento
Vaschetta con maniglie interamente in carta riciclata.

IORE DI PUGLIA www.fioredipuglia.com



TORCETTE CLASSICHE

Prodotto da forno. Torcette fatte a mano con olio extravergine di oliva dall'antica ricetta di Giuseppe Fiore con materie prime di origine pugliese.
Ingredienti
Farina di grano tenero, vino bianco, olio extra vergine di oliva, sale, aroma naturale di oliva.
Peso medio/pezzature
200 g
Caratteristiche
Prodotto da forno realizzato a mano di origine pugliese secondo ricetta tradizionale.
Confezionamento
In vaschetta.
Tempi di scadenza
12 mesi.



ANANAS DOLCETTO ALCE NERO

Varietà esclusiva Pan di Zucchero, nuova per il mercato italiano, dolce e biologica da filiera di cooperazione solidale. Arriva già matura per via aerea dal Togo. Si mangia anche la parte centrale. Disponibile tutto l'anno.
Peso medio/pezzature
900 g venduto a peso egualizzato.
Caratteristiche
Forma allungata e distintiva. Dolcezza spiccata. Già maturo, pronto al consumo. Matura sulla pianta e non in nave. Trasporto per via aerea con tempi ridotti di approvvigionamento. Qualità costante grazie alle condizioni climatiche stabili in Togo. Prezzo fisso tutto l'anno. Biologico, novità a scaffale. Filiera sostenibile da progetto di cooperazione solidale. Disponibilità continuativa tutto l'anno.
Confezionamento
Collarino a fascia in carta riciclata certificata Fsc, 100% riciclabile compresa etichetta di legge. Chiusura a baionetta con etichetta a sigillo. Tabella nutrizionale e info sulla conservazione e utilizzo del prodotto.
Tempi di scadenza
3-5 giorni.

LAMERI www.lameri.it



MIX 5 FIOCCHI INTEGRALI BIO

Miscela di fiocchi di cereali integrali bio (avena, segale, frumento, farro, orzo).
Ingredienti
Fiocchi di avena integrale* (33,8%), fiocchi di segale integrale* (20,5%), fiocchi di frumento integrale* (20,5%), fiocchi di farro integrale* (15%), fiocchi di orzo integrale* (10,2%).
*Biologico
Origine: Agricoltura Ue
Peso medio/pezzature
500 g
Confezionamento
Busta con etichetta fronte + retro.
Tempi di scadenza
12 mesi.

MOLINO DE VITA www.molinidevita.it

SEMOLA INTEGRALE DI GRANO DURO BIO AD ALTO CONTENUTO IN FIBRE

Il prodotto viene ottenuto attraverso una macinazione 'intera' del grano, a basso tasso di raffinazione e stacciatura e alta valenza tecnologica. Possiede un contenuto in fibra minimo dell'8% e contiene il 95% del germe, un alto tenore in vitamine, sali minerali, composti antiossidanti, proteine ad alto valore biologico, e stabilità.
Ingredienti
Semola integrale di grano duro.
Caratteristiche
Biologico. Ad alto contenuto in fibre.
Confezionamento
Rinfusa in cisterne, sacchi 25 kg o big bag 800 kg.
Tempi di scadenza
6 o 12 mesi.



EURO COMPANY www.eurocompany.it



GRATTINO - IL FERMENTINO GRATTUGIATO

Grattino è il grattugiato 100% vegetale realizzato con anacardi e noci di macadamia. Croccante e vivace, dal gusto deciso, grazie alla leggera piccantezza del pepe nero, alle note speziate della noce moscata e al tocco acidulo tipico dei prodotti fermentati. La perfetta e versatile alternativa vegetale per arricchire i tuoi piatti di pasta preferiti, ma si presta a numerose ricette come verdure gratinate, parmigiane vegetali e per realizzare sfiziose panature.
Ingredienti
Anacardi* 75.5%, noci di macadamia* 18.9%, acqua, sale, spezie*, fermenti lattici. *Biologici
Peso medio/pezzature
75 g
Caratteristiche
Prodotto fresco fermentato a base di frutta secca (conservare in frigorifero tra 0°C e +4°C). Biologico. 100% vegetale.
Confezionamento
Doypack.
Tempi di scadenza
6 mesi.

FARMO www.farmo.com



FUSILLONI - LENTICCHIE E CECI

Pasta biologica e senza glutine.
Ingredienti
Farina di lenticchie e farina di ceci da agricoltura biologica.
Peso medio/pezzature
250 g
Caratteristiche
Ricca in proteine e fonte di fibre. I fusilloni solo un nuovo formato, più grande, a quattro ali e con il buco al centro.
Confezionamento
In astuccio riciclabile nella carta.
Tempi di scadenza
30 mesi.

segue

PURA BONTÀ A ZERO COMPROMESSI!

Dal 1978, Probios il biologico italiano tra etica, storia, passione e cura della terra



Non soffermarti alle apparenze.
Fai una scelta consapevole,
valuta con attenzione ciò che leggi sulla confezione.

WWW.PROBIOS.IT
SEGUICI SU [social media icons]

FIOR DI LOTO

www.fiordiloto.it



FETTE BISCOTTATE BIO ZER%GLUTINE

Zer%Glutine sforna una croccante novità senza glutine: le fette biscottate bio nelle pratiche porzioni salva freschezza. La ricetta oltre a essere senza glutine è anche vegana, ricca di fibre e senza olio di palma.

Ingredienti

Miscela a base di amido di mais con farina di quinoa bio [amido di mais bio, farina di riso bio, farina di quinoa bio, farina di semi di lino bio, proteine vegetali del pisello bio, fibre vegetali di psyllium bio, addensanti (gomma di xanthan, gomma di guar bio)], farina di riso bio, acqua, olio di semi di girasole alto oleico bio, lievito (Saccharomyces cerevisiae), sciroppo di riso bio 2%, sale.

Peso medio/pezzature

182 g (7 pacchetti da 26 g circa ciascuno).

Caratteristiche

Bio, senza glutine, senza olio di palma, ricche di fibre, ricetta vegana.

Confezionamento

Astuccio in carta con all'interno 7 flowpack in plastica da 26 g circa ciascuno.



BIOCROC TRIANGOLI DI MAIS BIO E BIOCROC TRIANGOLI DI MAIS CON LEGUMI BIO MULTIPACK
I due gusti più amati dei triangoli di Biocroc (mais e mais e legumi) disponibili nelle confezioni multipack che contengono 6 bustine da 20 grammi.

Ingredienti

Biocroc triangoli di mais bio: mais bio 89%, olio di mais bio, sale marino 1%.

Biocroc triangoli di mais e legumi bio: mais bio 57,4%, misto di legumi bio 30% in proporzione variabile (piselli bio, fagioli bio, lenticchie rosse bio, ceci bio), oli vegetali bio (olio di mais bio, olio di girasole bio), proteine di pisello bio, sale marino, aroma naturale di oliva.

Peso medio/pezzature

120 g (6 x 20 g).

Caratteristiche

Biocroc triangoli di mais bio: bio, senza glutine, non fritti. Biocroc triangoli di mais e legumi bio: bio, senza glutine, non fritti.

Confezionamento

120 g (6 x 20 g) incarto in plastica.

BAULE VOLANTE

www.baulevolante.it



LINEA CIOCCOLATO MONORIGINE

La Linea Cioccolato Monorigine Baule Volante comprende tre referenze di cioccolato fondente con percentuali differenti. La Cioccolata extra fondente Togo all'85%, la Cioccolata extra fondente Perù 70% e la Cioccolata extra fondente Ecuador 75%.

Ingredienti

Pasta di cacao, zucchero da fiori di cocco, burro di cacao, estratto di vaniglia.

Peso medio/pezzature

60 g

Tempi di scadenza

14 mesi.

DEVODIER PROSCIUTTI

www.devodier.com



PROSCIUTTO CRUDO ITALIANO BIOLOGICO DEVODIER MIN. 24 MESI

Filiera nata dalla collaborazione con i migliori allevamenti italiani che adottano i più elevati standard di biosicurezza. L'allevamento biologico rispetta il benessere degli animali, garantendo loro libertà di movimento sia in ricoveri confortevoli che in aree esterne, con la sicurezza aggiunta di un'alimentazione controllata e della certificazione di un ente esterno lungo tutta la filiera. Infine il prodotto mantiene tutte le garanzie classiche delle nostre produzioni: solo carne Italiana e sale, stagionatura al naturale e caratteristiche di gusto uniche e fidelizzanti.

Ingredienti

Carne di suino italiano, sale.

Caratteristiche

100% italiano, biologico, stagionatura minimo 24 mesi.

FORNO MIOTTI

www.fornomiotti.com

CROSTATA MIRTILLO BIO

Prodotto artigianale da forno farcito con confettura extra di mirtillo bio. Forma rettangolare, decorazione tradizionale con strisce e priva di bordi.

Ingredienti

Pasta frolla*: farina di grano tenero tipo "0", zucchero di canna*, margarina* (olio vegetale di girasole*), burro di karité*, acqua, aroma naturale, misto d'uovo*, sale, aromi naturali.

Confettura extra di mirtillo* 25%: zucchero di canna*, purea di mirtillo* 48%, gelificante: pectine.

*Ingrediente da agricoltura biologica

Peso medio/pezzature

250 g

Caratteristiche

Prodotto artigianale senza aggiunta di conservanti all'impasto. Piacevole alla vista, all'olfatto e al gusto, privo di bordi, tanta farcitura e più golosità. Utilizzo di ingredienti selezionati di alta qualità.

Confezionamento

Vassoio trasparente, confezione flow-pack con film trasparente.

Tempi di scadenza

4 mesi.



GIROLOMONI

www.girolomoni.it

SPAGHETTI INTEGRALI DI FARRO BIO

Spaghetti prodotti con farina integrale di farro Triticum Dicocum, un cereale antico ricco di principi nutritivi.

Ingredienti

Farina integrale di farro Triticum Dicocum bio, acqua.

Peso medio/pezzature

500 g

Caratteristiche

Pasta prodotta utilizzando 100% di farina integrale di farro Triticum Dicocum, un cereale antico con un buon contenuto di proteine e betaglucani che ne favoriscono la digestione. Inoltre, la macinazione prima e l'essiccazione poi della pasta avviene in tempi molto lunghi (circa 12 ore) al fine di mantenere tutti i principi nutritivi e organolettici presenti nei cereali.

Confezionamento

Film neutro trasparente e etichette in polipropilene.

Tempi di scadenza

24 mesi.



FUSILLI GRANO DURO CAPPELLI

Fusilli prodotti con semola di grano duro Cappelli coltivato con metodo biologico dai soci della Cooperativa sulle colline marchigiane.

Ingredienti

Semola di grano duro varietà Cappelli bio, acqua.

Peso medio/pezzature

500 g

Caratteristiche

La varietà Cappelli ha eccezionali caratteristiche proteiche e organolettiche, che si ritrovano nella pasta. La lenta moltura del chicco e poi l'essiccazione ne permette il mantenimento. Lo spessore della pasta unito alla porosità, data dalla trafilatura in bronzo, lo rendono un formato interessante, per le occasioni speciali.

Confezionamento

Film neutro trasparente ed etichette in polipropilene.

Tempi di scadenza

36 mesi.



ICAM CIOCCOLATO

www.icamcioccolato.com – www.vaninicioccolato.com

TAVOLETTE VANINI BIO MONORIGINE UGANDA

Sei referenze, tutte rigorosamente biologiche, realizzate con un incredibile e unico cacao ugandese, proveniente dalle cooperative di Bundibugyo dove Icam ha edificato un centro di raccolta del cacao, in cui, insieme con le persone del posto si realizzano interamente le fasi di fermentazione ed essiccazione delle fave di cacao. Le tavolette bio sono disponibili in sei gusti che si legano al profilo aromatico del cacao: tavoletta fondente 70% cacao Uganda; tavoletta latte 34% cacao Uganda; tavoletta gianduia con nocciole intere; tavoletta latte 34% con mandorle intere tostate; tavoletta fondente 56% con nocciole intere e caramello; tavoletta fondente 56% con pistacchi interi salati.

Ingredienti

Cioccolato bio monorigine Uganda fondente e al latte. Inclusioni tutte rigorosamente bio: nocciole intere, mandorle intere, nocciole intere e caramello, pistacchi interi salati.

Peso medio/pezzature

Tavoletta da 100 g.

Caratteristiche

Certificazione Bio Ecocert.

Confezionamento

Tavolette in astuccio.

Tempi di scadenza

Tav. fondente 70% cacao Uganda: 24 mesi.

Tav. latte 34% cacao Uganda, tav. fondente 56% con pistacchi interi salati, tav. latte 34% con mandorle intere tostate: 18 mesi.

Tav. fondente 56% con nocciole intere e caramello, tav. gianduia con nocciole intere: 15 mesi.



IL MANGIAR SANO

www.germinalbio.it

TORTINO LIMONE FARRO

Prodotto dolciario da forno al limone. I Tortini Limone Farro Germinal Bio, morbidi e golosi, arricchiscono sia la colazione che un veloce spuntino. Ottimi per la colazione, con una tazza di té caldo, ma perfetti anche come merenda, accompagnati da una spremuta fresca.

Ingredienti

*Zucchero di canna 29%, *uova, *farina di farro 23%, *olio di girasole 13%, *fecola di patate, *succo di limone 3,3%, *farina di lupini, *fibra di avena, agenti lievitanti (carbonati di ammonio, tartrati di potassio, carbonati di sodio), sale, *aroma naturale di limone. *Biologico.

Peso medio/pezzature

180 g (4 x 45 g)

Caratteristiche

Biologico, con farina di farro, senza olio di palma, con ingredienti dal commercio equo e solidale.

Confezionamento

Imballo primario: film in polipropilene.

Imballo secondario: film in polipropilene + vaschetta in cartoncino.

Tempi di scadenza

150 giorni.



FIOCCHI AVENA

I Flocchi Avena Germinal Bio associati a una dieta varia ed equilibrata, sono il prodotto ideale per il benessere sin dal mattino. Una porzione da 30 grammi di flocchi d'avena bio apporta 1,5 g di beta-glucani, fibra naturalmente presente nell'avena e in molti altri cereali. Il sapore delicato dei flocchi d'avena bio li rende perfetti per arricchire yogurt, zuppe di verdure, minestre e consommé.

Ingredienti

Avena biologica.

Peso medio/pezzature

300 g

Caratteristiche

Biologico, con beta-glucani, ricchi in fibre, avena, vengano, senza uova, senza latte, fonte di proteine.

Confezionamento

Imballo primario: imballaggio recuperabile mediante compostaggio e biodegradazione (certificato OK Compost Industrial).

Imballo secondario: astuccio in cartoncino.

Tempi di scadenza

270 giorni.



YOGURT
AlpiYo Bio

Bontà e leggerezza dalla Valtellina.

Lo yogurt biologico AlpiYo Bio è la sintesi perfetta tra qualità del latte della Valtellina e gusto della frutta. AlpiYo Bio è lo yogurt di montagna dedicato a tutti coloro che amano la genuinità e il piacere di degustare cose buone fatte proprio come una volta. Provatelo in tanti gusti esclusivi.

CONFEZIONE EXTRA DI MIRTILLI

LA FILIERA SOCIALE COOPERATIVA CHIURO - dal 1907

www.alpiyo.it

MOLINO DeVita

LA TRADIZIONE CHE SI RINNOVA DI GENERAZIONE IN GENERAZIONE

Semola di grano duro Bio 100% Italia

Sede Legale: Via Donizzetti, 16 - Casalnuovo Monterotaro, 71033 (FG)
Stabilimento: S.P. 11 Torremaggiore, Casalnuovo Monterotaro Km. 14 - 71030 Casalevecchio di Puglia (FG)

www.molinidevita.it • Email: info@molinidevita.it • Telefono: (+39) 0881 556556 • Fax: (+39) 0881 558451

TREVISAN DOLCIARIA
 www.trevisandolciaria.it

BISCOTTI TUTTAFRUTTA

Un biscotto dolce grazie ad una ricetta con il 21% di frutta: datteri, uvetta e mele. Ideale per colazione, merenda e spuntini dolci.

Ingredienti

Farina di grano tenero tipo "0" 61%, olio di semi di girasole alto oleico* 16%, estratto di datteri* 16%, uvetta sultanina* (uva sultanina*, olio di girasole* 0.5%) 2%, datteri in cubetti* (datteri*, farina di riso* 2%) 2%, mela disidratata in pezzetti* 1%, agenti lievitanti (tartrato monopotassico, carbonato acido di sodio, amido di mais), sale marino. *Da agricoltura Biologica

Peso medio/pezzature

200 g

Caratteristiche

Biologico. Adatto a vegetariani e vegani. Senza latte e senza uova. A bassissimo contenuto di sodio. Fonte di fibre. Con olio di girasole. Senza lievito di birra.

Confezionamento

Sacchetto.

Tempi di scadenza

12 mesi dalla produzione.

ILTA ALIMENTARE
 www.amiolegumi.it

AMÍO MY GOURMET

La nuova linea di piatti pronti Amio My Gourmet è composta da tre referenze di legumi pronti in ricette gustose: Zuppa di Legumi e Avena al Pomodoro, Lenticchie alla Mediterranea con Erbe Aromatiche, Ceci speziati al Curry con Mirtilli Rossi. Si tratta di ricette monoporzione in vaschette da 270 grammi, conservabili a temperatura ambiente. Amio My Gourmet si rivolge ad un pubblico metropolitano e contemporaneo, con piatti gustosi, ingredienti naturali, facili da consumare direttamente nella pratica vaschetta (idonea al microonde), senza necessità di essere conservati in frigorifero o, a seconda delle stagioni, di essere riscaldati.

Peso medio/pezzature

Monoporzione da 270 g.

Caratteristiche

Conservazione fuori dal frigo. 100% vegetale. Da agricoltura biologica. Senza conservanti, senza coloranti e senza glutammato. Senza glutine (due prodotti della linea). Pronto in un minuto.

Confezionamento

Vaschetta adatta al microonde.

Tempi di scadenza

12 mesi.

CERRETO - AMANTI DEL BIOLOGICO
 www.cerretobio.com

FAGIOLI ROSSI
DELLA LINEA PRESTO COTTI

Fagioli rossi al vapore ed essiccati; la cottura a vapore mantiene integra la gran parte delle proprietà nutrizionale del legume; per ultimare la cottura bastano 5 minuti di bollire in pentola. Semplicissimi e veloci da usare come base per piatti unici e per secondi piatti proteici.

Ingredienti

Fagioli rossi biologici.

Peso medio/pezzature

180 g

Caratteristiche

Biologico. Si conserva a temperatura ambiente. 100% vegetale. Pronto in pochi minuti.

Confezionamento

Sacchetti in polipropilene prestampato, dotati di etichetta autoadesiva.

Tempi di scadenza

15 mesi.

LA CONTADINA
 www.caseificiocooplacontadina.com

MOZZARELLA DI LATTE DI BUFALA BIO

In risposta alle tendenze di mercato e alle richieste dei consumatori, sempre più attenti ai propri acquisti e alle informazioni sulle etichette, nasce la Mozzarella di bufala bio La Contadina. Fatta con latte proveniente da allevamenti biologici e certificata dall'ente Ccqb.

Ingredienti

Latte di bufala biologico pastorizzato, sale, caglio.

Peso medio/pezzature

125 g.

Confezionamento

Vasetto da 125 g.

Tempi di scadenza

34 giorni.

MOLINO FILIPPINI
 www.molinofilippini.com

COUS COUS 4 LEGUMI BIO

Il cous cous si presenta come un primo piatto completo al pari di pasta e riso. È altamente digeribile, buono e povero di grassi. Per questo motivo è un alimento adatto a tutti: bambini, anziani, atleti e soprattutto a chi ama mangiare con gusto e in modo sano. Il cous cous Molino Filippini viene prodotto in un impianto 4.0 costruito ad hoc e completamente allergen free. Per realizzarlo viene utilizzata la farina selezionata e macinata da Molino Filippini garantendo così altissimi livelli di controllo su tutta la filiera.

Ingredienti

Farina di ceci* 35%, farina di lenticchie rosse* 25%, farina di lenticchie gialle* 25%, farina di piselli* 15%. (*prodotto bio)

Peso medio/pezzature

250 g

Caratteristiche

Senza glutine, vegan, Kosher, pronto in 5 minuti, fonte di fibre e proteine, biologico.

Confezionamento

Esterno: astuccio cartone.

Interno: sacchetto 4 saldature in plastica.

Tempi di scadenza

18 mesi (confezionato in atmosfera protettiva).

PREPARATO PER PANE BIO

Miscela di ingredienti di qualità bio dedicata alla preparazione di pane bianco senza glutine in pochi semplici passaggi. È sufficiente aggiungere al preparato pane bio solo acqua, lievito e olio. L'impasto può essere fatto a mano o con l'utilizzo della macchina per pane. Ideale da farcire anche con semi o frutta secca.

Ingredienti

Farina impalpabile di riso*, amido di mais*, amido di tapioca*, zucchero*, sale, addensante: gomma di xanthan, agente lievitante: bicarbonato di sodio, correttore di acidità: tartrati di potassio. (*prodotti Bio).

Peso medio/pezzature

500 g

Caratteristiche

Aic senza glutine, Icea, Bollino ministero della Salute, Vegan, ideale per macchina del pane.

Confezionamento

Sacchetto 4 saldature.

Tempi di scadenza

18 mesi confezionato in atmosfera protettiva.

FARINA PER POLENTA TARAGNA ISTANTANEA BIO

Una bilanciata miscela senza glutine di farina integrale di mais e farina di grano saraceno precotta, perfetta per realizzare in pochi minuti uno dei piatti tipici della tradizione valtellinese.

Ingredienti

Farina di mais precotta* e farina di grano saraceno integrale* da agricoltura biologica.

Peso medio/pezzature

500 g

Caratteristiche

Icea, Aic, Valtellina Qualità, Kosher, pronto in 5 minuti.

Confezionamento

Sacchetto 4 saldature.

Tempi di scadenza

18 mesi confezionato in atmosfera protettiva.

EUROFOOD - NÁTTÚRA
 www.nattura.it

AVENA SOFFIATA BIO

L'Avena Soffiata Náttúra da agricoltura biologica è fonte di fibre e fonte di proteine. Inoltre è senza zuccheri aggiunti. L'avena è conosciuta fin dall'antichità per le sue preziose proprietà nutrizionali ed è ideale per iniziare la giornata con gusto ed energia. Contiene naturalmente betaglucani la cui assunzione contribuisce al mantenimento di livelli normali di colesterolo nel sangue. È ideale da tuffare in yogurt o bevande vegetali ed anche per condire insalate o zuppe.

Ingredienti

Avena soffiata biologica.

Peso medio/pezzature

100 g

Caratteristiche

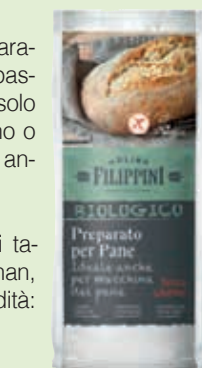
Bio, VeganOK, fonte di fibre, fonte di proteine, senza zuccheri aggiunti, con betaglucani.

Confezionamento

Astuccio certificato Fsc.

Tempi di scadenza

5 mesi.


CONAPI - MIELIZIA
 www.mielizia.com - www.conapi.it

MIELE BIO DI ACACIA MIELIZIA

Un miele classico, in formato famiglia, ma di filiera garantita Conapi-Mielizia. Il prodotto è tracciabile con Qr Code, con indicazione della regionalità in etichetta, 100% italiano e non pastorizzato.

Ingredienti

Miele di acacia.

Peso medio/pezzature

700 g vaso vetro.

Caratteristiche

Biologico. Da filiera tracciabile con Qr Code. Non pastorizzato. 100% italiano e con regionalità indicata in etichetta.

Confezionamento.

Vaso vetro.

Tempi di scadenza

30 mesi dal confezionamento.


COMPOSTA BIOLOGICA DI FRAGOLE MIELIZIA

La composta di fragole Mielizia è realizzata con un'elevata percentuale di frutta (più del 100%), senza pectina aggiunta e dolcificata solo con miele dei nostri soci Conapi-Mielizia e zucchero d'uva. Le fragole sono italiane, con indicazione di provenienza regionale (Calabria) in etichetta. Il prodotto è tracciabile con QR Code.

Ingredienti

Fragole italiane, miele, zucchero d'uva, succo di limone.

Peso medio/pezzature

250 g vaso vetro.

Caratteristiche

Bio. Senza pectina. Tracciabile con qr code. Dolcificato al miele.

Confezionamento

Vaso vetro.

Tempi di scadenza

24 mesi dal confezionamento.

ASTRA BIO
 www.irisbio.com

POLPA DI POMODORO CON VERDURE

La Polpa di pomodoro con verdure Iris è ottenuta da pomodori coltivati, lavorati e certificati secondo i metodi e gli standard dell'agricoltura biologica. Le coltivazioni in provincia di Cremona sono particolarmente favorite dalle caratteristiche dei terreni agricoli e dal clima. Dopo il raccolto i pomodori vengono trasformati a crudo senza l'aggiunta di zuccheri e pastorizzati dopo il confezionamento per mantenere inalterate le proprietà organolettiche della materia prima e della polpa di pomodoro con verdure. La linea comprende polpa di pomodoro al basilico, piccante, con verdure, la varietà semplice, i pomodori pelati e la passata di pomodoro.

Ingredienti

Pomodoro 95%; ortaggi in porzione variabile (4%): carote, cipolle, sedano; basilico; sale marino.

Peso medio/pezzature

340 g

Caratteristiche

Garantito Icea.

Confezionamento

12 pezzi per termopacco. Vasetto in vetro.

Tempi di scadenza

24 mesi.

SPAGHETTI DI FARRO SEMI INTEGRALE

Gli spaghetti di farro semi integrale sono prodotti solo con la varietà Triticum dicoccum che è indicata proprio per la pastificazione perché mantiene la cottura, di sapore spiccato ma dolce. Anche il farro utilizzato per produrre gli spaghetti di farro semi integrale fa parte della Filiera Iris composta da agricoltori e contadini italiani e anche da Iris Coop Agricola a Calvatone.

Ingredienti

Farina di farro Triticum dicoccum, acqua.

Peso medio/pezzature

Disponibile in 500 g e 5 kg.

Caratteristiche

Gli spaghetti di farro semi integrale mantengono la cottura, adatta anche alla ristorazione. Una alternativa valida alla pasta di semola tradizionale. Tutta la lavorazione risponde pienamente alla metodologia tradizionale, con trafilatura al bronzo, al fine di ottenere una pasta gradevolmente più ruvida e porosa, ideale per assorbire ed esaltare i sughi. La lavorazione è effettuata senza danneggiare i pregiati contenuti negli spaghetti di farro semi integrale. Le materie prime hanno origine da agricoltura italiana. Prodotto certificato Icea.

Confezionamento

Pack polipropilene, PP5, 12 pezzi per cartone.

Tempi di scadenza

36 mesi.

CONCHIGLIONI SEMI INTEGRALI

I conchiglioni semi integrali sono prodotti con una miscela di grani scelta con cura a ogni nuovo raccolto per garantire un prodotto ad alto valore nutrizionale e con una tenuta di cottura ottimale. I grani duri utilizzati per produrre i conchiglioni semi integrali, sono coltivati direttamente all'interno della filiera Iris e anche da Iris coop agricola a Calvatone. La pasta di semolato integrale mantiene la cottura, adatta anche alla ristorazione. Si distingue per profumo e sapore intenso dalla semola biologica tradizionale. Tutta la lavorazione risponde pienamente alla metodologia tradizionale, con trafilatura al bronzo, al fine di ottenere una pasta gradevolmente più ruvida e porosa, ideale per assorbire ed esaltare i sughi.

Ingredienti

Semolato di grano duro, acqua.

Peso medio/pezzature

500 g

Caratteristiche

Prodotto certificato Icea. Origine della materia prima: da agricoltura italiana.

Confezionamento

Pack in polipropilene, PP5.

Tempi di scadenza

36 mesi.

MIONETTO
 www.mionetto.com

PROSECCO DOC BIO EXTRA DRY - PRESTIGE COLLECTION

Ottenuto con il 100% di uve provenienti da coltivazione biologica e coltivate senza aggiunta di prodotti chimici e fertilizzanti sintetici, questo Prosecco Doc è il risultato di una vinificazione trattata separatamente in cantina per garantirne la purezza.

Peso medio/pezzature

750 ml

Caratteristiche

Spumante Extra Dry dal perlage persistente e cremoso, che mescola profumi di fiori di acacia con generose note di mela golden, ananas e arancia.

Acidità: 5,5 - 6,5 g/l. zuccheri: 14 - 17 g/l.

Tempi di scadenza

Da consumare entro un anno dall'imbottigliamento.



guida buyer - autunno/inverno

Agosto/Settembre 2020

VECCHIO VARZI
www.vecchiovarzi.it
**SALAME VECCHIO VARZI BIO**

Il nuovo Salamame Vecchio Varzi bio nasce dall'opportunità di fare incontrare questo trend con la tradizione, la competenza del salumificio e delle sue persone, premiati dalle più importanti guide, con la magia della stagionatura in una valle che da secoli è rinomata grazie al microclima che consente una perfetta stagionatura del salamame. Questo salamame si ottiene utilizzando unicamente le parti più nobili di suini allevati secondo le regole dell'allevamento biologico.

Ingredienti

Carne di suino bio, sale, pepe bio, aglio bio, vino rosso bio. Conservanti: potassio nitrito. Antiossidante: ascorbato di sodio

Peso medio/pezzature

330 g

Caratteristiche

Carne suina proveniente dalle regioni Piemonte, Lombardia, Emilia Romagna. Suini nati, allevati e macellati in Italia. Insacco in budello naturale, legato a macchina. Senza glutine, senza zuccheri aggiunti, senza proteine del latte. Macinatura: 10 mm. Carne magra: colore rosso vivo. Grasso: bianco rosato. Profumo: intenso e corposo. Sapore: dolce e delicato.

Confezionamento

Nessun confezionamento.

Tempi di scadenza

150 giorni. Garantito alla consegna 75 giorni.

VALLE FIORITA
www.vallefiiorita.it
**PANIZZA AMICOBIA**

Prodotto da forno dalla caratteristica forma allungata, cotto in forno su pietra ad alta temperatura, presenta i connotati e i profumi tipici della pizza. All'interno del prodotto durante la cottura si sviluppa una tasca tale da renderlo ideale per le farciture. L'impasto è preparato con acqua di mare microfiltrata e con lievito madre tale da rendere il prodotto leggero, croccante e altamente digeribile.

Ingredienti

Semola di grano duro Senatore Cappelli, farina di grano tenero tipo "0", lievito madre, acqua di mare microfiltrata, olio extravergine di oliva, sale marino iodato, germe di grano tenero.

Peso medio/pezzature

Confezione da 1pz – 180 g.

Caratteristiche

Il prodotto, una volta scaldato, rimane morbido e sprigiona il profumo e il sapore tipici della pizza cotta su pietra. Inoltre l'utilizzo di acqua di mare microfiltrata conferisce al prodotto un gusto unico, oltre ad essere naturalmente salato e quindi privo di sale aggiunto.

Confezionamento

Confezionato in Atm con flow pack ed etichetta, è disponibile sia nella versione ambient che surgelata.

Tempi di scadenza

60 giorni.

RUGGERI
www.ruggerishop.it
**PREPARATO COMPLETO PER PANE 9 CEREALI BIOLOGICO**

Questo preparato per pane contiene un blend di nove cereali: grano tenero, grano duro, mais, avena, riso, segale, farro, miglio e orzo. Inoltre, la pasta acida di farro e la farina maltata d'orzo contribuiscono a esaltare e arricchire il sapore del pane. Il Preparato per Pane 9 Cereali è perfetto sia per la preparazione a mano che con macchina del pane.

Ingredienti

Farina di grano tenero tipo "1" (70%), semola di grano duro (3%), farina di mais (3%), semi di sesamo*, griz di soia*, fiocchi di avena* (2%), glutine vitale di frumento*, farina di riso* (2%), farina di segale* (2%), (2%), semi di lino*, farina di farro* (2%), pasta acida di farro* (1%), farina di grano tenero tipo "0" (1%), farina maltata d'orzo* (0,5%), sale marino a basso contenuto di sodio, lievito di birra essiccato.

*Ingredienti biologici.

Peso medio/pezzature

Confezione da 500 g.

Caratteristiche

Prodotto con certificazione biologica. Packaging dotato della soluzione di confezionamento Ruggeri Tasca Magica: una tasca interna separa il lievito dalle farine e preserva le caratteristiche del prodotto senza l'utilizzo di conservanti.

Confezionamento

Packaging in PP/PE (polipropilene/poliestere).

Tempi di scadenza

12 mesi.

POGGIO DEL FARRO
www.poggiodelfarro.com
**FARRO BIODRINK**

Il farro BioDrink è una bevanda a base di farro biologico, senza zuccheri aggiunti. Naturalmente priva di lattosio e colesterolo può gradevolmente sostituire, soprattutto nei casi di intolleranza, il comune latte vaccino. Dal sapore delicato, il BioDrink è ottimo da gustare in ogni momento della giornata, sia caldo che freddo: a colazione, al naturale o con cacao o caffè, insieme ai cereali, o a merenda gustato caldo o freddo. È pratico e versatile e si presta ad essere utilizzato anche in cucina per la preparazione di dolci, creme o besciamelle.

Ingredienti

Ingredienti: acqua, farro* (15%), olio di semi di girasole*, olio di cartamo*, sale marino.

*Biologico.

Peso medio/pezzature

1 l

Caratteristiche

Biologico, senza zuccheri aggiunti, senza amidi ne addensanti. Naturalmente priva di lattosio, è un'ottima alternativa al latte tradizionale.

Confezionamento

Tetrapack Brik con cartone Fsc e tappo in polietilene.

Tempi di scadenza

12 mesi.

YUKYBIO
www.yukybio.com
**FETTE BISCOTTATE INTEGRALI**

Preparate artigianalmente con pochi e genuini ingredienti nel bio-forno, con olio extravergine d'oliva. Realizzate con farina integrale per un maggiore apporto di fibre e per variare il proprio regime alimentare. Sono il frutto di una lunga lievitazione con lievito naturale che le rende leggere, friabili e digeribili.

Ingredienti

Farina integrale di grano tenero*, lievito naturale pasta madre di grano tenero*, olio extravergine d'oliva*, sciroppo di riso*, sale.

Peso medio/pezzature

200 g

Caratteristiche

Con lievito naturale di pasta madre, senza latte, senza uova, con olio Evo.*Biologico.

Confezionamento

Confezione richiudibile.

Tempi di scadenza

10 mesi.

SALUMIFICIO SOSIO
www.labresaoladebaita.it
**BRESAOLA BIO**

La bresaola bio è realizzata con carne bovina selezionata nei migliori allevamenti bio e certificata lungo tutta la filiera. Il prodotto è sottoposto a stringenti e continui controlli di processo che ne garantiscono la qualità, a tutela del consumatore. Disponibile anche in barattolo, ideale per l'affettamento.

Caratteristiche

Filiera biologica certificata da Icea. Senza glutine, lattosio e Ogm. Ad alto contenuto di proteine e basso contenuto di grassi.

Peso medio/pezzature

Intera 2,1 – 4,0 kg.

Trancio 1,6 – 2,2 kg.

Confezionamento

Sottovuoto con involucri a base polimerica tipo imballo esterno.

Tempi di scadenza

90 giorni dalla data di confezionamento.

SIPA INTERNATIONAL
www.martinotaste.com
**AL NATURALE COUSCOUS DI LENTICCHIE ROSSE BIO**

Cous cous prodotto con 100% farina biologica di lenticchie rosse. Prodotto da filiera certificata biologica al 100%. Sano e gustoso, perfetto per una alimentazione genuina; alto in proteine e altamente digeribile. Adatto a tutti, dai bambini ai più anziani, perfetto per tutti gli sportivi e per tutte quelle persone attente all'alimentazione visto l'importante apporto proteico. Prodotto con farine di lenticchie rosse selezionate e delicatamente cotte a vapore in uno speciale processo produttivo creato da martino.

Peso medio/pezzature

400 g

Caratteristiche

Vegan ok, Kosher, 100% filiera biologica certificata italiana, delicatamente cotta a vapore.

Confezionamento

Box 400 g

Tempi di scadenza

2 anni.

MOLINO ROSSETTO
www.molinorossetto.com
**AVENA IN FIOCCHI AL NATURALE BIO**

Avena al naturale biologica sotto forma di fiocchi. Ideali da gustare di mattina per la prima colazione in accompagnamento al latte o allo yogurt, i fiocchi d'avena bio possono essere usati anche per comporre il proprio muesli personalizzato con frutta fresca e secca. Nella preparazione di dolci si presentano molto versatili, da provare come ingrediente principale o miscelati alla farina.

Ingredienti

Fiocchi d'avena.

Peso medio/pezzature

400 g.

Caratteristiche

Biologico. Confezione che garantisce massima conservabilità del prodotto e adatta anche al consumo fuori casa.

Confezionamento

400 g in "V pack" in carta Fsc e con tappo in Pe Green. Pratico, riciclabile, riutilizzabile.

Tempi di scadenza

13 mesi.

SARCHIO
www.sarchio.com
PAFFITO SARCHIO

Bio, gluten free e senza olio di palma, i Paffito Sarchio sono soffici cornetti di mais rivisitati in chiave vegan senza l'aggiunta di formaggio. Sfiziosi e leggeri perché non fritti ma cotti al forno, sono irresistibili da sgranocchiare.

Ingredienti

Farina di mais, olio di semi di girasole, sale marino.

Peso medio/pezzature

45 g

Caratteristiche

Bio, vegan, gluten free e senza olio di palma.

Tempi di scadenza

8 mesi.

**MUESLI ACTIVE**

Active è un muesli biologico funzionale, senza glutine, che grazie alla naturale presenza dei betaglucani dell'avena aiuta a ridurre il colesterolo fin dalla prima colazione. Gustoso e croccante per la presenza di mandorle intere, noccioline e pezzetti di mela che si uniscono ai fiocchi d'avena integrale, è anche ricco di fibre e di sali minerali come fosforo, magnesio, rame e manganese.

Ingredienti

Cereali in fiocchi, fiocchi di avena integrale, fiocchi di grano saraceno, mandorle, noccioline tostate, mela essicata e riso croccante.

Peso medio/pezzature

250 g

Caratteristiche

Biologico, senza glutine.

**SARCHIO RUSTICOTTI SICILIA**

Uno sfizioso e croccante sostituto del pane, biologico e ricco di fibre. I Rusticotti Sicilia Sarchio sono realizzati esclusivamente con farine macinate a pietra di grani antichi integrali siciliani. Una ricetta semplice e leggera che racchiude il gusto, gli aromi e i profumi del cuore del Mediterraneo. Completano la linea i Rusticotti Puglia con le olive e i Rusticotti Toscana aromatizzati al timo.

Ingredienti

Farina integrale di grano Tiriilia, farina integrale di grano Maiorca, olio di semi di girasole altoleico, farina integrale di grano Russello, farina integrale di grano Margherito.

Peso medio/pezzature

200 g

Caratteristiche

A base di grani antichi 100% italiani, senza olio di palma, in confezione interamente riciclabile nella carta.

Tempi di scadenza

10 mesi.


ITALIAN FOOD
www.ilpomodoropetti.com
IL POLPOSISSIMO BIO

Polpa di pomodoro biologico finissima, un prodotto unico sul mercato a base di 100% pomodoro toscano di alta qualità. Grazie all'eccellenza della materia prima e della lavorazione a bassa temperatura questa polpa conserva al meglio il colore rosso vivo e il sapore autentico e naturale del pomodoro fresco. La consistenza è molto morbida, grazie all'incontro della polpa di pomodoro sminuzzata con la delicata dolcezza del succo del pomodoro stesso. Richiede tempi di cottura brevi per esaltare il gusto ed è molto versatile in cucina, particolarmente adatta per condire pasta fresca all'uovo e come base per tutti i tipi di pizza.

Ingredienti

Pomodoro biologico (99,75%), sale.

Peso medio/pezzature

Formato ad alto servizio - Cluster da 2 x 200 g.

Caratteristiche

Materia prima 100% toscana, biologico, vegan, gluten free, senza conservanti.

Confezionamento

Packaging total red caratteristico della gamma Petti. Front pack elegante ed essenziale. Scatole easy open.

Tempi di scadenza

1095 giorni.


COOPERLAT
www.hoplabio.it
**BEVANDA DI MANDORLA HOPLÀ VEG&BIO**

È una bevanda 100% vegetale, biologica e senza zuccheri aggiunti. È ideale per realizzare ottimi cappuccini grazie alla sua soffice schiuma. Gustosa da bere anche fredda in ogni momento della giornata, può essere utilizzata per preparare deliziose ricette dolci e salate.

Ingredienti

Acqua, mandorle* 5%, stabilizzante: gomma di gellano, sale. Senza glutine. *Biologico.

Peso medio/pezzature

1000 ml

Caratteristiche

100% vegetale, biologica, senza zuccheri aggiunti, senza glutine, naturalmente privo di lattosio.

Confezionamento

Tetra edge con tappo.

Tempi di scadenza

9 mesi.

BESCIAMELLA HOPLÀ VEG&BIO

Besciamella Hopla veg&bio è già pronta per cucinare ed è la base ideale per la realizzazione di piatti raffinati e ricchi di gusto come lasagne, cannelloni e verdure al forno. Cremosa e delicata, è 100% vegetale e biologica.

Ingredienti

Acqua, *olio di girasole (7%), *amido di riso, *amido di tapioca, *fibra vegetale, *proteine vegetali (riso, pisello), sale, addensanti: gomma di xantano, gomma di guar, farina di semi di carrube, estratto naturale di noce moscata, aroma naturale. *Biologico. Senza glutine.

Peso medio/pezzature

500 ml

Caratteristiche

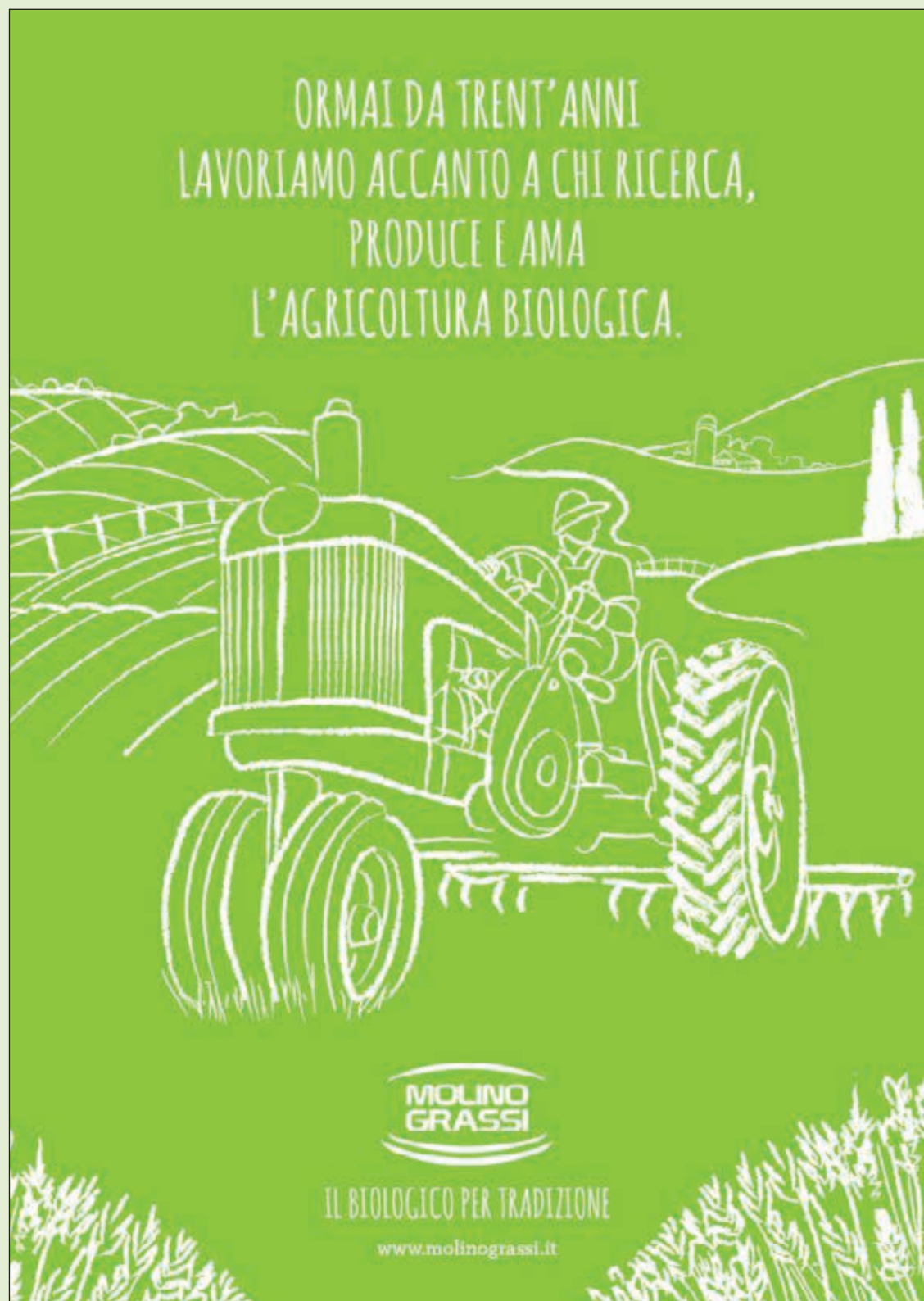
100% vegetale. Biologica. Naturalmente priva di lattosio, senza glutine, priva di allergeni, senza grassi idrogenati, senza olio di palma.

Confezionamento

Tetra brick.

Tempi di scadenza

12 mesi.



GOLFERA

www.benfattogourmet.it


PARMIGIANA DI MELANZANE - BEN FATTO BIO "IL CIBO SINCERO"

La parmigiana Ben Fatto Bio: melanzane da agricoltura biologica selezionate e cucinate al forno insieme a cremosa besciamella, salsa di pomodoro e mozzarella. Piatto pronto artigianale, con ingredienti bio freschi, senza conservanti, pronto in 4 minuti nel forno a microonde.

Peso medio/pezzature
250 g

Caratteristiche

Piatti freschi e genuini, artigianali e curatissimi, dal grande appeal organolettico perché con ingredienti freschi e una lunga shelf-life, risultato ottenuto grazie anche al mix di innovative tecnologie utilizzate

Confezionamento

Monoporzione da 250 g in vassoio alluminio per microonde 100% riciclabile.

Tempi di scadenza
Almeno 30 giorni.

MASTER

www.mammaemma.it


GNOCCHETTI CON FARINA INTEGRALE BIO

Realizzati con solo patate fresche selezionate a mano e cotte al vapore nella loro buccia, questi gnocchetti sono realizzati con solo tre ingredienti: patate fresche, farina integrale e sale. Un prodotto sano e genuino che non rinuncia al gusto. Ideale per una dieta vegana.

Ingredienti

Patate 70%, farina integrale di grano tenero 27%, sale, olio di semi di girasole.

Peso medio/pezzature
400 g

Caratteristiche

Fatti con 100% di vere patate fresche, selezionate a mano. Senza conservanti. Lista ingredienti corta. Vegan Ok.

Confezionamento

Sacchetto neutro dentro ad astuccio di cartone.

Tempi di scadenza
60 giorni.

UNIGRÀ

www.unigra.it - www.orasivegetale.it


BEVANDA DI AVENA BIO ORASI

Bevanda a base di avena bio, senza zuccheri aggiunti e a basso contenuto di grassi, ideale per la colazione.

Ingredienti

Acqua, mandorla biologica, olio di semi di girasole biologico, lithothamnium calcereum, sale marino.

Peso medio/pezzature
1 litro

Caratteristiche

Biologica, quindi prodotta nel rispetto degli equilibri naturali del terreno. Senza zuccheri aggiunti. A basso contenuto di grassi. Etichetta corta e con ingredienti semplici. 100% vegetale, dunque adatta anche per un'alimentazione vegetariana o vegana. Fonte di calcio. Senza lattosio, senza soia e senza frutta a guscio.

Confezionamento

Brik tetraedge con tappo.

Shelf life

12 mesi.

MOLINO NALDONI

www.molinonaldoni.it


FARINA MANITOBA

La Manitoba firmata Naldoni è una farina di grano tenero tipo "0" macinata in purezza presso lo stabilimento di Faenza, senza l'aggiunta di enzimi e agenti chimici, utilizzando solo ed esclusivamente grano 100% Manitoba, ossia grano Cwrs proveniente dal Canada. La farina Manitoba di Naldoni ha un'alta percentuale di proteine, in particolare di glutine, ed è una farina di "forza", pertanto è particolarmente indicata per lavorazioni che richiedono un lungo tempo di lievitazione e può essere anche utilizzata come rinforzo a farine più deboli.

Ingredienti

Farina di grano tenero tipo "0".

Peso medio/pezzature

25 kg e 1 kg

Caratteristiche

W 370 - P/L 0,50.

Confezionamento

Sacchi di carta da 25 kg.

Sacchi di carta da 1 kg in confezioni termoretraibili da 10 pezzi.

Tempi di scadenza

300 giorni (25 kg).
365 giorni (1 kg).

WWW.AMICANATURA.IT

www.amicanatura.it


POLPETTINE DI BOVINO BIO

Polpettine di bovino bio surgelate, certificate BioAgricert, a base di carne rossa, controllata lungo tutta la filiera di agricoltura biologica.

Ingredienti

A base di carne bovina.

Peso medio/pezzature
20 g circa ciascuna.

Caratteristiche

Impasto tradizionale, semplice e gustoso, a base di carne rossa di alta qualità, ricca di proteine e minerali. Lavorate senza aggiunta di conservanti chimici o additivi, sono facilmente cucinabili in pochi minuti al forno o in padella.

Confezionamento

Astuccio Amica Natura da 300 g.

Tempi di scadenza

18 mesi.

WELL ALIMENTARE ITALIANA

www.wellalimentare.it

BRODO GRANULARE BIO VEGETALE CLASSICO

Un preparato granulare per brodo e condimento, ricco di verdure ed estratti naturali, dal sapore pieno e armonioso e con ingredienti biologici. Facile da usare, per preparare brodi, minestre, risotti e per arricchire e armonizzare sughi, salse, secondi piatti e contorni, anche senza aggiungere sale.

Ingredienti

Sale da cucina, amido di mais*, maltodestrine di mais*, succo di verdure e verdure disidratate* (cipolla*, carota*, sedano*, prezzemolo*, porro*)(12%), olio di girasole*, estratto di lievito*, aromi naturali vegetali, spezie**, antiossidante: estratto di rosmarino*.

*Ingredienti da agricoltura biologica Ue

**Ingredienti da agricoltura biologica non Ue

Peso medio/pezzature

Formato: barattolo 150 g

Caratteristiche

Senza glutine, senza lattosio, senza glutammato aggiunto. Da agricoltura biologica. Vegan.

Confezionamento

Unità di Vendita: barattolo 150 g.

Imballo: vassoio termopack 12 barattoli.

Tempi di scadenza

24 mesi.

BONTÀ DI BRODO BIO CREMOSO CONCENTRATO

Un brodo liquido concentrato, preparato con succhi di verdure ed estratti naturali, che, grazie al suo processo di produzione brevettato, restituisce tutta la fragranza e il sapore delizioso dei suoi ingredienti 100% naturali. La sua consistenza morbida e cremosa, solubile all'istante, lo rende facile da usare, pratico e molto versatile.

Ingredienti

Bontà di Brodo bio vegetale: succo di verdure* (65%), sale marino, olio di girasole*, succo di limone*, estratto di lievito*, maltodestrine di mais*, aromi naturali vegetali, addensante: gomma xanthano. Porro*, prezzemolo*, zenzero**, antiossidante: estratto di rosmarino*.

Bontà di Brodo bio carne: succhi di verdure* (40%), acqua, sale marino, olio di girasole*, brodo di manzo concentrato* (4,8%), succo di limone*, estratto di lievito*, aromi naturali, maltodestrine di mais*, grasso di manzo* (1%), addensante: gomma xanthano. Spezie*, antiossidante: estratto di rosmarino*.

*Ingredienti da agricoltura biologica Ue

**Ingredienti da agricoltura biologica non Ue

Peso medio/pezzature

Astuccio cartone contenente 4 vaschette da 25 g

Caratteristiche

Crema concentrato. Facile da usare e versatile. Solubile all'istante, a caldo e a freddo. Senza glutine, senza lattosio, senza glutammato aggiunto. Da agricoltura biologica. Vegan (versione vegetale).

Confezionamento

Astuccio cartone contenente 4 vaschette da 25 g.

Tempi di scadenza

Bontà di Brodo bio vegetale:

14 mesi.

Bontà di Brodo bio carne:

18 mesi.

TRIBALLAT

www.sojasun.it

LINEA ALLA FRUTTA SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI

Una nuova linea di alternative vegetali allo yogurt alla frutta, ricca di gusto e senza zuccheri aggiunti, composta da due varianti: ciliegia e mirtillo e banana e passion fruit. Le due alternative vegetali allo yogurt firmate Sojasun mixano una gustosa base soia con una selezione di frutta proveniente da agricoltura biologica e sono naturalmente dolci grazie al succo di mela. Con fermenti selezionati, sono ideali per tutti coloro che desiderano concedersi una pausa fresca e leggera, 100% vegetale.

Ingredienti

Sojasun Bifidus Banana e Passion Fruit: succo di soia* 83% (acqua, semi di soia* 10,2%), frutta* 10,4% (banana* 8%, succo di frutto della passione* 2,4%), succo concentrato di mela*, amido di tapioca*, aromi naturali*, fermenti selezionati di cui Bifidus e Lactobacillus acidophilus.

Sojasun Bifidus Ciliegia & Mirtillo: succo di soia* 83% (acqua, semi di soia* 10,2%), frutta* 9% (mirtillo* 7%, ciliegia* 2%), succo concentrato di mela*, amido di tapioca*, aromi naturali*, fermenti selezionati di cui Bifidus e Lactobacillus acidophilus.

*Da agricoltura biologica. Soia senza Ogm.

Peso medio/pezzature

Formato esclusivo da 150 grammi.

Caratteristiche

La nuova linea vanta la presenza del bifidus con frutta, è priva di zucchero e lattosio.

Confezionamento

Vasetto di plastica.

Tempi di scadenza

32 giorni.

PROBIOS

www.probios.it


CIAMBELLINE LIMONE E ZENZERO SENZA ZUCCHERO

Dal sapore fresco e pungente grazie all'accostamento del limone con lo zenzero, le Ciambelline Probios sono senza zuccheri: la naturale dolcezza è data dall'eritritolo biologico, una sostanza naturale estratta dal mais. Ideali per tutti coloro che seguono una dieta a basso contenuto di zuccheri, sono prodotte con olio di girasole e senza olio di palma. Sono inoltre garantite senza latte e uova, sono disponibili nella confezione da 200 g.

Peso medio/pezzature

200 g

Caratteristiche

Biologico. Senza Zuccheri. Con olio di girasole (senza olio di palma). Vegan (senza latte e uova).

MOLINO PASINI

www.molinopasini.com


ORIGINE LOMBARDIA

La linea di farine 100% di filiera lombarda di Molino Pasini nasce con l'obiettivo di nobilitare l'enorme patrimonio dell'arte dell'agricoltura. Origine Lombardia è la proposta che unisce l'azienda di trasformazione dei cereali con gli agricoltori della regione. Si valorizzano, così, le produzioni locali utilizzando varietà di grano tenero più idonee alla realizzazione dei prodotti indicati. Le farine, ottenute da un'attenta scelta che ne assicura elevata qualità, sono prodotte seguendo rigidi criteri di sicurezza alimentare e valorizzando il territorio. Tutto questo processo è stato certificato da un ente esterno che nel marzo 2016 ha rilasciato a Molino Pasini la certificazione Uni En Iso 22005: 2008 Rintracciabilità nelle Filiere Agroalimentari. La linea si compone di quattro prodotti: torte e frolle; pane e pizza; lievitati; pasta fresca.

Ingredienti

Farina di grano tenero, di sola origine lombarda certificata

Peso medio/pezzature

Sacchetti da 1 kg.

Caratteristiche

Molino Pasini, in collaborazione con coltivatori e raccoglitori in territorio lombardo, ha selezionato tipologie di grano tenero che, in base alle caratteristiche pedoclimatiche, garantiscono una costanza qualitativa e produttiva.

Confezionamento

Fardelli da 10 confezioni da 1 kg.

Tempi di scadenza

9 mesi.

TERRE DI PUGLIA

www.terredipuglia.it

TARALLIAMO 'MANGIO ITALIANO' - TARALLI CLASSICI 200 G

Terre di Puglia presenta Taralliamo Mangio Italiano' un progetto di filiera tutta italiana con 100% materie prime dei fornitori di Terre di Puglia: Frantoio Muraglia per l'olio extravergine di oliva, Selezione Casillo per la farina di grano tenero, Cantina Lamona per il vino bianco. I Taralli Classici Taralliamo saranno disponibili nelle seguenti grammature 200, 300 e 500 grammi.

Ingredienti

Farina di grano tenero tipo 0*, vino bianco*, olio extra vergine di oliva* 23%, sale*.

*Di origine italiana

Peso medio/pezzature

Busta da 200 g.

Tempi di scadenza

12 mesi.


PASSATA DI POMODORO CILIEGINO BIOLOGICA

La Passata di pomodoro ciliegino biologica è realizzata esclusivamente con pomodori ciliegini freschi di agricoltura biologica. Densa e corposa, è frutto della selezione accurata dei pomodori che, trattati con procedimenti semplici e naturali, rendono la passata una vera e propria spremuta di pomodoro. Inoltre, la passata biologica Agromonte è preparata nel rispetto delle tradizionali ricette siciliane.

Ingredienti

Pomodoro ciliegino (98%), sale.

Peso medio/pezzature
360 g

Caratteristiche

Fatto con pomodori ciliegino 100% italiani e con certificazione biologica. Senza glutine.

Confezionamento

Bottiglia di vetro da 360 g.

Tempi di scadenza

Prodotto a lunga conservazione.

CAMPINELLE BIO

Le fette Bio della linea Campinelle incontrano le esigenze dei consumatori più attenti alla qualità biologica che non vogliono rinunciare allo sfizio e alla praticità di un gustoso formaggio filante nella propria cucina.

Ingredienti

Formaggio biologico (75%), acqua, sale di fusione: citrato di sodio, sale da cucina.

Peso medio/pezzature
200 g (8 fette).

Caratteristiche

Aspetto di forma regolare, omogeneo con assenza di granulosità, colore bianco/paglierino, sapore e odore caratteristico del prodotto, consistenza morbida e compatta.

Confezionamento

Fette da 25 g sigillate singolarmente in pacchetti da 200 g.

Tempi di scadenza

180 giorni.


FOCACCIA BIO CON POMODORINI

La PIZZA+1 ha sviluppato una linea di focacce (da conservare fuori frigo) confezionate a peso fisso che, senza l'utilizzo di nessun conservante possano offrire una qualità adeguata alle aspettative del consumatore non solo per un consumo immediato, ma anche per un possibile consumo differito nel tempo.

Ingredienti

Farina di grano tenero tipo "0", pomodori (32%), olio extravergine di oliva (8,8%), sale, lievito, malto d'orzo, farina di malto di frumento, aceto di malto d'orzo, origano.

Peso medio/pezzature

170 g

Caratteristiche

Realizzate con un impasto che utilizza solo ingredienti naturali e puro olio extravergine di oliva, le focacce de La PIZZA +1 sono abbondantemente farcite e raggiungono l'ideale fragranza di una focaccia appena sfornata.

Confezionamento

Confezionate in atmosfera modificata in confezioni flow pack.

Tempi di scadenza

15 giorni.





Ecodetersivi **PURO** Detox your Home!

Semplicità e Tradizione
Certificazione Biologica
0% Chimica Nociva



I TRATTAMENTI INTENSIVI
NATURALI PER PROLUNGARE
LA VITA DELLA LAVATRICE E
DELLA LAVASTOVIGLIE

