



RASSEGNA STAMPA 2018

- **Aprile**
- **Maggio**
- **Giugno**

Spett.le

Gruppo FINI spA

Sede sociale:

Via Confine, 1583

41017 Ravarino (MO)

Amministrazione:

Via Albareto, 211

41122 Modena

info@nonsolobuono.it

www.nonsolobuono.it

06 luglio 2018

**COMUNICATO
STAMPA
APPROVATO**

Aprile 2018



Sede sociale:
Via Confine, 1583
41017 Ravarino (MO)
Amministrazione:
Via Albareto, 211
41122 Modena
info@nonsolobuono.it
www.nonsolobuono.it

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

Il Gruppo Fini, storica industria alimentare italiana, conferma la sua presenza a CIBUS per presentare le numerose novità che vedono protagonisti i brand Fini pasta fresca e Le Conserve della Nonna.

IL GRUPPO FINI A CIBUS 2018

L'azienda emiliana torna al Salone Internazionale dell'Alimentazione per rappresentare come sempre il connubio tra la tradizione italiana e l'innovazione del mercato contemporaneo.

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, titolare dei marchi **Fini**, brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912, e **Le Conserve della Nonna**, storica azienda alimentare italiana, torna ad incontrare il pubblico italiano e internazionale in occasione di **CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione** che si terrà a Parma dal 7 al 10 maggio, appuntamento imperdibile per i protagonisti della Food Industry. L'azienda emiliana sarà presso il **Padiglione 3, Stand G14**, con uno spazio di oltre 100 mq dotato di una cucina sempre operativa e **show cooking dal vivo**, con la possibilità di offrire assaggi di primi piatti con la pasta fresca Fini e ricette realizzate con i prodotti Le Conserve della Nonna. Il Gruppo approfitta di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.



Per la **pasta fresca Fini**, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium **"I Granripieni"**, sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due nuove referenze create per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e genuinità da parte dei consumatori. Da alcune settimane sono presenti sullo scaffale i **Ravioli Salsiccia e Funghi**, una ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana. In anteprima a Cibus verrà presentata anche la prima referenza di pasta fresca integrale, i **Ravioli Patate e Rosmarino**: un primo dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere. Inoltre, in occasione della manifestazione verrà presentata al pubblico e al mercato la nuova immagine della gamma di base **"Gli Autentici"**, con ricette migliorate e nuove confezioni.



Per **Le Conserve della Nonna** Cibus è l'occasione per il lancio del **nuovo marchio** e del **restyling del packaging**, frutto di mesi di collaborazione con l'istituto di ricerche IPSOS per l'analisi del posizionamento del brand e della riconoscibilità delle confezioni. Presso lo stand sarà anche possibile assaggiare l'ultima novità a scaffale: la **linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna**, proposta innovativa e dall'elevato contenuto di servizio. Quest'anno,

presso lo spazio **Cibus Innovation Corner**, nel Padiglione 4.1, tra i prodotti più innovativi del 2018 è presente anche la **crema Pere e Cacao** della linea **Gusto&Equilibrio** di Le Conserve della Nonna, una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.



**CIBUS
INNOVATION
CORNER**

Infine, dalle 14 alle 16 del 7 maggio, il Gruppo Fini promuove il convegno dal titolo **"La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale"**, temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti fondamentali dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

A Cibus il Gruppo Fini torna per riaffermare l'identità distintiva dei due marchi che rappresentano la grande tradizione - emiliana e italiana - e la capacità di innovare nel rispetto della qualità per la soddisfazione del consumatore contemporaneo.



BORDERLINE srl
C.F. e P.I. 03215951207 | REA: 80501070
www.borderlineagency.com

UFFICIO STAMPA
Via Parisio, 16
40137 Bologna (IT)
T. +39.051.4450204
F. +39.051.0130019
press@borderlineagency.com

COMMUNICATION MANAGER & P.R.
MATTEO BARBONI
M. +39.349.6172546
m.barboni@borderlineagency.com

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, è una grande realtà dell'alimentare italiana. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, storica realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta ripiena e sughi freschi che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre sughi, condimenti e confetture preparati secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo produttivo.



UNA STORIA DA ASSAPORARE.

Sede sociale:
Via Confini, 1583
41017 Ravarino (MO)
Amministrazione:
Via Albareto, 211
41122 Modena
info@nonsolobuono.it
www.nonsolobuono.it

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

Novità per la linea premium "I Granripieni" Fini, la selezione dei formati e delle ricette premium del celebre marchio emiliano di pasta fresca ripiena.

NUOVE PROPOSTE DELLA LINEA "I GRANRIPIENI" FINI

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.

"I Granripieni" di Fini, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata nella pasta fresca ripiena, nel 2017 ha raccolto importanti successi.

Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: **+25% di distribuzione numerica** e **+18% di ponderata** a dicembre 2017, aumenta il referenziamento medio della categoria a scaffale e **cresce la rotazione** di base dei prodotti **(+13%)**. La referenza più classica di Fini, i **Tortellini Antica Ricetta 1912**, rappresentativa di tutta la gamma, è quella

che ha avuto la **migliore performance distributiva** nel segmento della **pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo**: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza. Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de **"I Granripieni di Sapore"** con due nuove proposte all'insegna del gusto. I nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi**, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I **Ravioli Patate e Rosmarino**, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima

proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità. Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che **nel 2017** hanno registrato una **crescita del volume di vendita di oltre il 20%**: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social **#ilpranzodel-ladomenica**, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: da maggio a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladini Capital Partners, è una grande realtà dell'alimentare italiana. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, storica realtà di Ravarino (MO). Fini è un marchio di pasta ripiena e sughi freschi che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre sughi, condimenti e confetture preparati secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo produttivo.



BORDERLINE srl
C.F. e P.I. 03215951207 | REA: 80501070
www.borderlineagency.com

UFFICIO STAMPA
Via Parisio, 16
40137 Bologna (IT)
T. +39.051.4450204
F. +39.051.0130019
press@borderlineagency.com

COMMUNICATION MANAGER & P.R.
MATTEO BARBONI
M. +39.349.6172546
m.barboni@borderlineagency.com

COMUNICATO
STAMPA
APPROVATO

Maggio 2018



UNA STORIA DA ASSAPORARE.

Sede sociale:
Via Confine, 1583
41017 Ravarino (MO)
Amministrazione:
Via Albareto, 211
41122 Modena
info@nonsolobuono.it
www.nonsolobuono.it

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

Fini, storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena, rinnova la sua linea classica "Gli Autentici" con un nuovo packaging e ricette rivisitate.

NUOVO LOOK PER "GLI AUTENTICI" DI FINI

A completamento della strategia di riposizionamento della marca iniziata lo scorso anno con la linea premium "I Granripieni", Fini rinnova anche la sua linea più classica "Gli Autentici".

Fini, celebre azienda emiliana specializzata nella pasta fresca ripiena con oltre 100 anni di storia alle spalle, porta a compimento il percorso di innovazione iniziato con il **restyling** della linea premium "I Granripieni" e presenta l'aggiornamento **della linea base di referenze classiche "Gli Autentici"** in occasione di CIBUS 2018. A partire dal mese di giugno, la gamma di pasta fresca ripiena "Gli Autentici" di Fini si troverà nel banco frigo con un packaging completamente rinnovato, in linea con la nuova identità visiva presentata del brand modenese nel 2017.

Le nuove confezioni saranno caratterizzate dalla presenza centrale del **logo circolare FINI**, che rende immediatamente riconoscibile l'azienda



a scaffale, ma anche ben evidenti il **"Modena 1912"** a riconferma del legame con la tradizione e il territorio.

Il blu, colore caratteristico di Fini, è la sfumatura dominante anche nelle nuove confezioni de "Gli Autentici" e fa eco all'aspetto della linea premium "I Granripieni", seppur con una gradazione differente di colore a sottolineare la distinzione tra le due gamme.



Su ogni confezione, oltre alla visibilità del prodotto attraverso una trasparenza sulla pellicola, vengono ben esplicitati anche i gusti del ripieno. *"Gli ingredienti del ripieno - racconta l'agenzia Inox Design che dal 2017 ha curato tutto il restyling dell'immagine e del packaging di Fini - sono stati riprodotti a grandezza naturale, posati delicatamente su un piatto da portata, come fossero davvero pronti da assaporare".*

Le novità per "Gli Autentici" non si fermano all'estetica, ma riguardano anche le ricette: se non cambia la riconoscibile sfoglia ruvida, porosa e trafilata al bronzo tipica di Fini, le ricette di alcuni ripieni sono state rivisitate per offrire un gusto ancora più morbido e avvolgente in bocca. Anche questa fase rientra nella grande **strategia di valorizzazione dell'identità dell'azienda modenese** e delle caratteristiche che la differenziano nettamente dagli altri player del segmento,



guidata dal Marketing di Gruppo Fini a partire dal 2016. **Fini è l'unica grande realtà alimentare specializzata in pasta fresca ripiena della tradizione emiliana ad avere sede proprio in Emilia**, a Modena, a pochi chilometri dalla locanda in cui secondo la leggenda fu inventato il primo tortellino della storia.

Da questo stretto vincolo con la terra d'origine nasce la grande passione che da oltre 100 anni porta Fini a rappresentare il buono di Modena in tutta Italia e nel mondo.

Questo stesso legame è ciò che da sempre permette al brand italiano di continuare a portare innovazione per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e qualità dei consumatori.

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, è una grande realtà dell'alimentare italiana. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, storica realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta ripiena e sughi freschi che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre sughi, condimenti e confetture preparati secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo produttivo.



BORDERLINE srl
C.F. e P.I. 03215951207 | REA: BO501070
www.borderlineagency.com

UFFICIO STAMPA
Via Parisio, 16
40137 Bologna (IT)
T. +39.051.4450204
F. +39.051.0130019
press@borderlineagency.com

COMMUNICATION MANAGER & P.R.
MATTEO BARBONI
M. +39.349.6172546
m.barboni@borderlineagency.com

COMUNICATO
STAMPA
APPROVATO

Maggio 2018



Sede sociale:
Via Confine, 1583
41017 Ravarino (MO)
Amministrazione:
Via Albareto, 211
41122 Modena
info@nonsolobuono.it
www.nonsolobuono.it

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

Le Conserve della Nonna presenta a Cibus la linea di creme spalmabili a base di frutta e cacao, una proposta inedita per chi cerca la leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.

LA GOLOSITÀ DEL CACAO UNITA AL BUONO DELLA FRUTTA: UNA EVOLUZIONE DE LE CONSERVE DELLA NONNA ESPOSTA ANCHE AL CIBUS INNOVATION CORNER

Innovazione nella tradizione per la crema spalmabile di frutta e cacao della linea Gusto&Equilibrio, selezionata come uno dei prodotti più innovativi del mercato nello spazio Cibus Innovation Corner.

Dal 1973 Le Conserve della Nonna propone un'ampia gamma di confetture, buone come fatte in casa, con tanta frutta selezionata tra le varietà più adeguate per ottenere un gusto eccellente e la giusta consistenza, prodotti ideali da consumare al cucchiaino o per realizzare dolci ricette.

Oltre a queste proposte tradizionali, l'azienda ha creato una linea di composte di frutta "Gusto&Equilibrio", con abbinamenti originali di frutta e ingredienti funzionali, fatte con solo zucchero d'uva italiana, ricche di fibre e con un basso apporto calorico.



**CIBUS
INNOVATION
CORNER**

Di recente, la linea "Gusto&Equilibrio" si è ampliata con le **golose creme spalmabili a base di frutta in abbinamento al cacao**: una proposta inedita che, con attenzione all'equilibrio nutrizionale, unisce la migliore frutta

selezionata al cacao puro, in un connubio unico che permette di soddisfare il desiderio di appagamento della gola con l'attenzione alla riduzione dei grassi e degli zuccheri.

Le nuove proposte a base di frutta con l'aggiunta di cacao sono: la crema Pere e Cacao, la composta Pera e Granella di Cacao e quella Arancia e Granella di Cacao. Tre ricette originali e ricche di sapore con cacao puro al 100%, tutte a basso contenuto di grassi (solo lo 0.2% a porzione) e dolcificate solo con zucchero d'uva, ideali quindi per una colazione, una merenda o un momento di gratificazione all'insegna della golosità e della leggerezza.

In occasione di Cibus 2018, **la crema Pere e Cacao è stata selezionata come uno dei prodotti più innovativi dell'anno** ed è tra i protagonisti dello spazio **Cibus Innovation Corner**, vetrina esclusiva per quelle proposte che portano inedite novità nel mercato.

Tutte le ricette della linea "Gusto&Equilibrio" sono realizzate da Le Conserve della Nonna con il contributo della nutrizionista Chiara Manzi e certificate "Art joins Nutrition - Qualità Nutrizionale Garantita".



BORDERLINE srl
C.F. e P.I.: 03215951207 | REA: 80501070
www.borderlineagency.com

UFFICIO STAMPA
Via Parisio, 16
40137 Bologna (IT)
T. +39.051.4450204
F. +39.051.0130019
press@borderlineagency.com

COMMUNICATION MANAGER & P.R.
MATTEO BARBONI
M. +39.349.6172546
m.barboni@borderlineagency.com

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, è una grande realtà dell'alimentare italiana. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, storica realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta ripiena e sughi freschi che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre sughi, condimenti e confetture preparati secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo produttivo.

COMUNICATO
STAMPA
APPROVATO

Maggio 2018



Sede sociale:
Via Confine, 1583
41017 Ravarino (MO)
Amministrazione:
Via Albareto, 211
41122 Modena
info@nonsolobuono.it
www.nonsolobuono.it

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

Le Conserve della Nonna, brand del Gruppo Fini specializzato in conserve di pomodoro, confetture e condimenti a base vegetale, rinnova il logo, il packaging e tutta la l'immagine visiva.

LE CONSERVE DELLA NONNA RINNOVA LA SUA IMMAGINE

Nuovo logo e nuova identità grafica per Le Conserve della Nonna, che rinnova le etichette dell'intera gamma di prodotti per valorizzare ancora meglio la sua qualità, la visibilità e la leggibilità del packaging a scaffale.

Le Conserve della Nonna, storica azienda italiana nata a Ravarino (MO) nel 1973, si presenta al mercato con un nuovo logo e una **nuova visual identity** ancora più iconica e riconoscibile. Azienda unica nel panorama delle conserve in Italia e presente su oltre 7 diversi scaffali GDO con oltre 100 referenze, Le Conserve della Nonna presenta questo restyling in occasione di CIBUS 2018.

Il lavoro è frutto di analisi di mercato, focus group e pack test realizzati dall'ufficio Marketing dell'Azienda in collaborazione con l'Istituto IPSOS che hanno richiesto mesi di elaborazione e successive proposte.

Le indagini hanno confermato che Le Conserve della Nonna è un marchio che riesce a trasmettere ai consumatori solo **valori positivi**, riflesso della qualità del prodotto e dell'attenzione che da sempre l'azienda pone per offrire al mercato referenze genuine e semplici, realizzate con una lavorazione che segue la tradizione delle conserve fatte in casa, ma con tutte le sicurezze che solo una grande realtà può fornire.

Infatti, artigianalità, bontà e trasparenza sono i tre valori presi come base di partenza per lo studio del **restyling** che coinvolge tutta l'immagine coordinata del brand curata da Inox Design, società nata a Milano nel 1993 da un gruppo di professionisti della grafica e della comunicazione con l'obiettivo di attribuire ad ogni progetto una forte identità attraverso uno stile grafico efficace e distintivo.



BORDERLINE srl
C.F. e P.I. 03215951207 | REA: 80501070
www.borderlineagency.com

UFFICIO STAMPA
Via Parisio, 16
40137 Bologna (IT)
T. +39.051.4450204
F. +39.051.0130019
press@borderlineagency.com

COMMUNICATION MANAGER & P.R.
MATTEO BARBONI
M. +39.349.6172546
m.barboni@borderlineagency.com

COMUNICATO
STAMPA
APPROVATO

Maggio 2018



Sede sociale:
Via Confine, 1583
41017 Ravarino (MO)
Amministrazione:
Via Albareto, 211
41122 Modena
info@nonsolobuono.it
www.nonsolobuono.it

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

Le Conserve della Nonna lancia la nuova campagna di comunicazione: protagonisti una nonna e il nipote alle prese con i segreti della cucina tradizionale e della tecnologia moderna.

S.O.S. NONNA: GENERAZIONI A CONFRONTO PER LE CONSERVE DELLA NONNA

Nuovo progetto web per l'azienda di Ravarino all'insegna dell'ironia e della genuinità delle nonne 2.0

Il Gruppo Fini torna online con una **nuova iniziativa di comunicazione 100% social** per il rilancio di **Le Conserve della Nonna**, brand specializzato in conserve di pomodoro, confetture e condimenti vegetali con oltre 100 referenze sul mercato.

Già online a partire da aprile, il progetto **"S.O.S. Nonna"** è una **mini web-serie** che ha per protagonisti Nonna Adele e il nipote Andrea: i loro scambi in cucina rappresentano in modo simpatico, genuino e reale il confronto generazionale, sfruttando i linguaggi dei social network contemporanei.



Nonna Adele è la tipica signora di casa emiliana, sempre attiva e con una conoscenza sconfinata di segreti da utilizzare in cucina per rendere ogni ricetta un successo. Andrea è il classico ventenne dei giorni nostri, nativo digitale, un asso per quanto riguarda social e smartphone, ma completamente sprovvisto ai fornelli. Tra loro nasce un accordo di scambio reciproco: Andrea vuole ricevere tutti i consigli della burbera nonna Adele e in cambio le insegna ad essere una vera nonna 2.0.

Questa la trama che sottende alla **campagna di branded content che animerà la pagina Facebook del marchio con diversi formati in grafica e video**. I prodotti "Le Conserve della Nonna" sono sempre presenti, ma mai invasivi: fanno parte dell'ambientazione senza rubare la scena, così come succede nella vita reale dei consumatori.



In questo modo, attraverso questi filmati gli utenti entrano in contatto con i valori che definiscono l'anima di Le Conserve della Nonna, un mondo fatto di affetti, familiarità, semplicità e trasparenza. Inoltre, come sempre, la scelta del Gruppo Fini è quella di portare innovazione nella tradizione, unendo anche narrativamente passato e presente, rappresentati dai due iconici protagonisti, sfruttando le potenzialità di un mezzo di comunicazione come Facebook, che è al contempo trasversale e capillare, permettendo di raggiungere gli utenti realmente interessati in ogni momento.

"Questa strategia di branded content - dichiara Valentina Lanza, Responsabile Marketing e Comunicazione del Gruppo Fini - è stata pensata proprio per mettere in luce e raccontare in modo nuovo le qualità già ben riconosciute del marchio. Da più di quarant'anni Le Conserve della Nonna offre ai consumatori prodotti buoni come fatti in casa, tradizionali ma sempre al passo con i tempi. Con una buona dose di ironia e preziosi consigli, questo progetto è un'alternativa all'advertising classico per conquistare la mente e il cuore dei consumatori."

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, è una grande realtà dell'alimentare italiana. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, storica realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta ripiena e sughi freschi che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre sughi, condimenti e confetture preparati secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo produttivo.



BORDERLINE srl
C.F. e P.I. 03215951207 | REA: 80501070
www.borderlineagency.com

UFFICIO STAMPA
Via Parisio, 16
40137 Bologna (IT)
T. +39.051.4450204
F. +39.051.0130019
press@borderlineagency.com

COMMUNICATION MANAGER & P.R.
MATTEO BARBONI
M. +39.349.6172546
m.barboni@borderlineagency.com

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Aprile 2018

mediakey.tv

NEWS AWARDS VIDEO OPERATORI SHOP IL GRUPPO CONTATTI AREA UTENTI JOB C

04 aprile 2018

Gruppo Fini, Bitmama e Scuola Holden insieme per il contest creativo "Spadellami"

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi



Il 28 marzo parte il contest creativo "Spadellami" che vedrà protagonisti gli studenti della Scuola Holden, con l'intento di creare un circolo sempre più virtuoso tra aziende, agenzie e scuole.

"Spadellami" è un progetto del brand Fini Modena (Gruppo Fini) che introduce il metodo di cottura in padella della pasta ripiena Fini, dedicato a chi non ha tempo ma non vuole rinunciare per questo a un pasto gustoso.

Il 28 marzo "Spadellami" diventa un brief reale che Valentina Lanza (Direttrice Marketing Gruppo Fini) e Fabio Padoan (Chief Creative Officer Bitmama) passeranno ai team di studenti della Scuola Holden che parteciperanno al contest.

I team avranno due settimane di tempo per presentare le loro idee, durante le quali saranno guidati dalla direzione creativa di Bitmama, come se lavorassero realmente all'interno di un'agenzia.

Il secondo appuntamento, infatti, sarà la presentazione ufficiale delle proposte creative: una giuria di professionisti sceglierà le tre idee che andranno in finale. I tre team avranno altre due settimane per affinare le proposte, sempre con la supervisione creativa di Bitmama, non solo in termini di forza creativa, ma anche di coerenza con gli obiettivi del brief e il DNA del brand.

Questa seconda sessione terminerà con la presentazione finale delle tre idee e la scelta del team vincitore.

Una fine che è anche un inizio: con il sostegno e la supervisione di Bitmama, il team potrà realizzare la propria idea fino alla sua esecuzione, vederla andare online e firmarla come team creativo.

L'idea è quella di offrire agli studenti della Scuola Holden un'esperienza il più simile possibile a quella che vivrebbero all'interno di un'agenzia, in tutte le fasi che intercorrono tra l'idea iniziale del team e l'idea finale, affrontando passo dopo passo le richieste da una parte del cliente e dall'altra della direzione creativa.

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Aprile 2018

mediakey **.tv**

HOME TESTATE NEWS AWARDS VIDEO OPERATORI SHOP IL GRUPPO CONTATTI
NEWSLETTER ARCHIVIO NEWS

18 aprile 2018

Bitmama e "Le Conserve della Nonna" lanciano la mini-serie "S.O.S. Nonna"

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi



Parte in questi giorni "S.O.S. NONNA", la nuova campagna di comunicazione di "Le Conserve della Nonna" firmata Bitmama, tutta incentrata sui contenuti social. Una scelta che potrebbe stupire, da parte di un brand che affonda le radici nella tradizione, nei ritmi e nei valori di una volta, e invece è pensata proprio per trasmettere lo spirito più profondo della marca: "Le Conserve della Nonna" ha nel suo stesso DNA la capacità di far vivere le tradizioni al passo coi tempi e unire le generazioni, e sta inaugurando proprio quest'anno una serie di progetti dedicati a questo tema.

Nasce così l'idea di una mini web-serie che ha per protagonisti nonna Adele e suo nipote Andrea: un branded content che racconta in maniera simpatica ma allo stesso tempo genuina e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook. Adele è la

classica rezdora emiliana, abituata a prendersi cura dell'orto e cucinare per un'intera famiglia, un po' burbera ma anche molto affezionata al nipote e felice di tramandargli il suo amore per la cucina e per le cose fatte bene, Andrea è un ragazzo di 20 anni, un nativo digitale che non sa come tenere in mano un coltello da cucina, preparare delle polpette o distinguere un'erba aromatica dall'altra. Il loro è un vero scambio: Andrea aiuta Adele a destreggiarsi con lo smartphone e la porta un po' nel suo mondo, mentre Adele gli insegna trucchi e astuzie da nonna. Il risultato: pillole video che raccontano momenti di complicità fra i due protagonisti, insieme ad alcuni semplici tips&tricks da nonna che non tutti conoscono... E i prodotti? I vasetti "Le Conserve della Nonna" sono parte della narrazione, in maniera naturale, così come sono parte della vita delle persone.

I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di "cultura casalinga" e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina.

Credits

Chief Creative Director: Fabio Padoan
Head of art: Valeria Fuso
Senior Copywriter: Julie Carpinelli
Social Media Manager: Susanna Aruga, Cecilia Sponza
Client Service Director: Ethiopia Abiye
Account Manager: Francesca Casciato
Account Executive: Cecilia Longoni

Casa di produzione: Filmine
Regia: Valerio Valente
DOP: Danilo Monte
Producer: Enrico Cannizzo
Fotografo: Max Zarri

Le Conserve della Nonna lanciano la mini-serie "S.O.S. Nonna"

Questa notizia piace a 707 lettori

18 aprile 2018

Parte in questi giorni "S.O.S. NONNA", la nuova campagna di comunicazione di "Le Conserve della Nonna" firmata Bitmama, tutta incentrata sui contenuti social. Una scelta che potrebbe stupire, da parte di un brand che affonda le radici nella tradizione, nei ritmi e nei valori di una volta, e invece è pensata proprio per trasmettere lo spirito più profondo della marca: "Le Conserve della Nonna" ha nel suo stesso DNA la capacità di far vivere le tradizioni al passo coi tempi e unire le generazioni, e sta inaugurando proprio quest'anno una serie di progetti dedicati a questo tema.



Nasce così l'idea di una mini web-serie che ha per protagonisti nonna Adele e suo nipote Andrea: un branded content che racconta in maniera simpatica ma allo stesso tempo genuina e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook. Adele è la classica rezdòra emiliana, abituata a prendersi cura dell'orto e cucinare per un'intera famiglia, un po' burbera ma anche molto affezionata al nipote e felice di tramandargli il suo amore per la cucina e per le cose fatte bene, Andrea è un ragazzo di 20 anni, un nativo digitale che non sa come tenere in mano un coltello da cucina, preparare delle polpette o distinguere un'erba aromatica dall'altra. Il loro è un vero scambio: Andrea aiuta Adele a destreggiarsi con lo smartphone e la porta un po' nel suo mondo, mentre Adele gli insegna trucchi e astuzie da nonna. Il risultato: pillole video che raccontano momenti di complicità fra i due protagonisti, insieme ad alcuni semplici tips&tricks da nonna che non tutti conoscono... E i prodotti? I vasetti "Le Conserve della Nonna" sono parte della narrazione, in maniera naturale, così come sono parte della vita delle persone.

I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di "cultura casalinga" e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina.

Chief Creative Director: Fabio Padoan

Head of art: Valeria Fuso

Senior Copywriter: Julie Carpinelli

Social Media Manager: Susanna Aruga, Cecilia Sponza

Client Service Director: Ethiopia Abiye

Account Manager: Francesca Casciato

Account Executive: Cecilia Longoni

Casa di produzione: Filmine

Regia: Valerio Valente

DOP: Danilo Monte

Producer: Enrico Cannizzo

Fotografo: Max Zarri

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Aprile 2018

ADC Group

ADVexpress



ADC Group- ADVexpress- e20express- ADVexpressTV- Awards

Home / ADVexpress / Creative portfolio / Digital / Bitmama e le Conserve della Nonna lanciano la...

18/04/2018 12:42



Digital

Bitmama e le Conserve della Nonna lanciano la mini web serie "S.O.S. Nonna"

Un branded content che racconta in maniera simpatica ma allo stesso tempo genuina e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook. I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di "cultura casalinga" e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina.

Parte in questi giorni "S.O.S. NONNA", la nuova campagna di comunicazione di "Le Conserve della Nonna" firmata Bitmama, tutta incentrata sui contenuti social. Una scelta che potrebbe stupire, da parte di un brand che affonda le radici nella tradizione, nei ritmi e nei valori di una volta, e invece è pensata proprio per trasmettere lo spirito più profondo della marca: "Le Conserve della Nonna" ha nel suo stesso DNA la capacità di far vivere le tradizioni al passo coi tempi e unire le generazioni, e sta inaugurando proprio quest'anno una serie di progetti dedicati a questo tema.

Nasce così l'idea di una mini web-serie che ha per protagonisti nonna Adele e suo nipote Andrea: un branded content che racconta in maniera simpatica ma allo stesso tempo genuina e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook. Adele è la classica rezdòra emiliana, abituata a prendersi cura dell'orto e cucinare per un'intera famiglia, un po' burbera ma anche molto affezionata al nipote e felice di tramandargli il suo amore per la cucina e per le cose fatte bene, Andrea è un ragazzo di 20 anni, un nativo digitale che non sa come tenere in mano un coltello da cucina, preparare delle polpette o distinguere un'erba aromatica dall'altra. Il loro è un vero scambio: Andrea aiuta Adele a destreggiarsi con lo smartphone e la porta un po' nel suo mondo, mentre Adele gli insegna trucchi e astuzie da nonna. Il risultato: pillole video che raccontano momenti di complicità fra i due protagonisti, insieme ad alcuni semplici tips&tricks da nonna che non tutti conoscono... E i prodotti? I vasetti "Le Conserve della Nonna" sono parte della narrazione, in maniera naturale, così come sono parte della vita delle persone.

I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di "cultura casalinga" e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina.

Chief Creative Director: Fabio Padoan

Head of art: Valeria Fuso

Senior Copywriter: Julie Carpinelli

Social Media Manager: Susanna Aruga, Cecilia Sponza

Client Service Director: Ethiopia Abiye

Account Manager: Francesca Casciato

Account Executive: Cecilia Longoni

Casa di produzione: Filmine

Regia: Valerio Valente

DOP: Danilo Monte

Producer: Enrico Cannizzo

Fotografo: Max Zarri

<http://www.adcgroup.it/adv-express/creative-portfolio/digital/bitmama-e-le-conserve-della-nonna-lanciano-la-mini-serie-s-o-s-nonna.html>

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE

/ **brand**/social

BITMAMA FIRMA IL SOCIAL BRANDED CONTENT DI "LE CONSERVE DELLA NONNA"

18 Aprile 2018



DALL'AGENZIA

Parte in questi giorni **"S.O.S. NONNA"**, la nuova campagna di comunicazione di **"Le Conserve della Nonna"** firmata **Bitmama**, tutta incentrata sui contenuti social. Una scelta che potrebbe stupire, da parte di un brand che affonda le radici nella tradizione, nei ritmi e nei valori di una volta, e invece è pensata proprio per trasmettere lo spirito più profondo della marca: **"Le Conserve della Nonna"** ha nel suo stesso DNA la capacità di far vivere le tradizioni al passo coi tempi e unire le

generazioni, e sta inaugurando proprio quest'anno una serie di progetti dedicati a questo tema.

Nasce così l'idea di una **mini web-serie** che ha per protagonisti nonna **Adele** e suo nipote **Andrea**: un **branded content** che racconta in maniera simpatica ma allo stesso tempo genuina e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook. Adele è la classica *rezdòra* emiliana, abituata a prendersi cura dell'orto e cucinare per un'intera famiglia, un po' burbera ma anche molto affezionata al nipote e felice di tramandargli il suo amore per la cucina e per le cose fatte bene, Andrea è un ragazzo di 20 anni, un nativo digitale che non sa come tenere in mano un coltello da cucina, preparare delle polpette o distinguere un'erba aromatica dall'altra.

Il loro è un vero scambio: Andrea aiuta Adele a destreggiarsi con lo smartphone e la porta un po' nel suo mondo, mentre Adele gli insegna trucchi e astuzie da nonna. Il risultato: **pillole video** che raccontano momenti di complicità fra i due protagonisti, insieme ad alcuni semplici *tips&tricks* da nonna che non tutti conoscono... I vasetti **"Le Conserve della Nonna"** sono parte della narrazione, in maniera naturale, così come sono parte della vita delle persone.

I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di **"cultura casalinga"** e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina.

CREDITS

Chief Creative Director: Fabio Padoan
Head of art: Valeria Fuso
Senior Copywriter: Julie Carpinelli
Social Media Manager: Susanna Aruga, Cecilia Sponza
Client Service Director: Ethiopia Abiye
Account Manager: Francesca Casciato
Account Executive: Cecilia Longoni

Casa di produzione: Filmine
Regia: Valerio Valente
DOP: Danilo Monte
Producer: Enrico Cannizzo
Fotografo: Max Zarri

Alcuni link potrebbero risultare non attivi in quanto pubblicazioni a carattere temporaneo.

Aprile 2018



Aziende e Mercati

Le Conserve della Nonna protagoniste della web serie "S.O.S. nonna"

19 aprile 2018 Autore 0 Commenti



Al via "S.O.S. nonna", mini web serie di Le Conserve della Nonna firmata Bitmama, tutta incentrata sui contenuti social per trasmettere lo spirito più profondo della marca, fatto di tradizioni che si evolvono al passo coi tempi. Protagonisti sono nonna Adele e il nipote Andrea che raccontano in maniera simpatica e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook. Adele è la classica "rezdòra" emiliana, abituata a prendersi cura dell'orto e cucinare per un'intera famiglia, molto affezionata al nipote e felice di tramandargli il suo amore per la cucina e per le cose fatte bene, Andrea è un nativo digitale che non sa come tenere in mano un coltello da cucina, preparare delle polpette o distinguere un'erba aromatica dall'altra. Il loro è un vero scambio: Andrea aiuta Adele a destreggiarsi con lo smartphone, mentre Adele gli insegna trucchi e astuzie da nonna. Il risultato: pillole video che raccontano momenti di complicità fra i due protagonisti, insieme ad alcuni semplici tips&tricks da nonna che non tutti conoscono. I vasetti "Le Conserve della Nonna" sono parte della narrazione, in maniera naturale, così come sono parte della vita delle persone. I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di "cultura casalinga" e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina. La produzione è di Filmine con la regia di Valerio Valente e la fotografia di Max Zarri.

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Aprile 2018



Creative & Communication

Digital

Market & Research

Media

Partner for your business

Bitmama e Le Conserve della Nonna presentano la mini-serie S.O.S. Nonna

19 aprile 2018



Parte in questi giorni **S.O.S. Nonna**, la nuova campagna di comunicazione di **Le Conserve della Nonna** firmata **Bitmama**, tutta incentrata sui contenuti social.

La mini web-serie ha per protagonisti nonna Adele e suo nipote Andrea: un branded content che racconta l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook.

I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di cultura casalinga e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina.

Credit

Chief Creative Director: Fabio Padoan

Head of art: Valeria Fuso

Senior Copywriter: Julie Carpinelli

Social Media Manager: Susanna Aruga, Cecilia Sponza

Client Service Director: Ethiopia Abiye

Account Manager: Francesca Casciato

Account Executive: Cecilia Longoni

Casa di produzione: Filmine

Regia: Valerio Valente

Dop: Danilo Monte

Producer: Enrico Cannizzo

Fotografo: Max Zarri

Alcuni link potrebbero risultare non attivi in quanto pubblicazioni a carattere temporaneo.

Aprile 2018

Pubblicità *Italia*

CREATIVITY | MARKETING | MEDIA | DIGITAL | PITCH | WORLD | PEOPLE

/ web serie

BITMAMA E LE CONSERVE DELLA NONNA LANCIANO LA MINI WEB SERIE 'S.O.S. NONNA'

19 APRILE 2018



Parte in questi giorni 'S.O.S. Nonna', la nuova campagna di comunicazione di **Le Conserve della Nonna** firmata **Bitmama**, tutta incentrata sui contenuti social.

Una mini web-serie che ha per protagonisti nonna Adele e suo nipote Andrea: un branded content che racconta in maniera simpatica ma allo stesso tempo genuina e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook.

Adele è la classica rezdòra emiliana, abituata a prendersi cura dell'orto e cucinare per un'intera famiglia, un po' burbera ma anche molto affezionata al nipote e felice di tramandargli il suo amore per la cucina e per le cose fatte bene, Andrea è un ragazzo di 20 anni, un nativo digitale che non sa come tenere in mano un coltello da cucina, preparare delle polpette o distinguere un'erba aromatica dall'altra.

Il loro è un vero scambio: Andrea aiuta Adele a destreggiarsi con lo smartphone e la porta un po' nel suo mondo, mentre Adele gli insegna trucchi e astuzie da nonna.

Il risultato: pillole video che raccontano momenti di complicità fra i due protagonisti, insieme ad alcuni semplici tips&tricks da nonna che non tutti conoscono.

I vasetti Le Conserve della Nonna sono parte della narrazione, in maniera naturale, così come sono parte della vita delle persone. I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di 'cultura casalinga' e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina.

Credits

Chief creative director: Fabio Padoan
Head of art: Valeria Fuso
Senior copywriter: Julie Carpinelli
Social media manager: Susanna Aruga, Cecilia Sponza
Client service director: Ethiopia Abiye
Account manager: Francesca Casciato
Account executive: Cecilia Longoni
Casa di produzione: Filmine
Regia: Valerio Valente
DOP: Danilo Monte
Producer: Enrico Cannizzo
Fotografo: Max Zarri

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Aprile 2018



HOME NEWS NOTIZIA DEL GIORNO TGDO PRIMO PIANO INTERVISTA SUCCESSI E STRATEGIE APERTURE

News

Le Conserve della Nonna torna in comunicazione



Le Conserve della Nonna presenta "S.O.S. Nonna", la nuova campagna firmata Bitmama, incentrata sui contenuti social.

Si tratta, infatti, di una mini web-serie che coinvolge nonna Adele e suo nipote Andrea: un branded content che racconta in maniera simpatica, genuina e reale l'incontro fra due generazioni e che ha per protagonisti i prodotti del brand.

I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui i personaggi si sfidano a rispondere a una

domanda di "cultura casalinga" e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina.

19 Aprile 2018

04/04/2018 16:22

Spadell AMI

L'ESTATE

UN CONTEST RIPIENO DI IDEE



Digital

Gruppo Fini, Bitmama e Scuola Holden insieme per il contest creativo 'Spadellami'

Il 28 marzo 'Spadellami' diventa un brief reale che Valentina Lanza (Direttrice Marketing Gruppo Fini) e Fabio Padoan (Chief Creative Officer Bitmama) passeranno ai team di studenti della Scuola Holden che parteciperanno al contest. I team avranno due settimane di tempo per presentare le loro idee, durante le quali saranno guidati dalla direzione creativa di Bitmama, come se lavorassero realmente all'interno di un'agenzia.

Il **28 marzo** parte il contest creativo 'Spadellami' che vedrà protagonisti gli studenti della **Scuola Holden**, con l'intento di creare un circolo sempre più virtuoso tra aziende, agenzie e scuole.

'Spadellami' è un progetto del brand **Fini Modena (Gruppo Fini)** che introduce il metodo di cottura in padella della pasta ripiena Fini, dedicato a chi non ha tempo ma non vuole rinunciare per questo a un pasto gustoso.

Il 28 marzo 'Spadellami' diventa un brief reale che **Valentina Lanza** (Direttrice Marketing Gruppo Fini) e **Fabio Padoan** (Chief Creative Officer Bitmama) passeranno ai team di studenti della Scuola Holden che parteciperanno al contest.

I team avranno due settimane di tempo per presentare le loro idee, durante le quali saranno guidati dalla **direzione creativa di Bitmama**, come se lavorassero realmente all'interno di un'agenzia.

Il secondo appuntamento, infatti, sarà la **presentazione ufficiale delle proposte creative**: una giuria di professionisti sceglierà le tre idee che andranno in finale. I tre team avranno altre due settimane per affinare le proposte, sempre con la supervisione creativa di Bitmama, non solo in termini di forza creativa, ma anche di coerenza con gli obiettivi del brief e il DNA del brand.

Questa seconda sessione terminerà con la **presentazione finale delle tre idee** e la **scelta del team vincitore**. Una fine che è anche un inizio: con il sostegno e la supervisione di Bitmama, il team potrà realizzare la propria idea fino alla sua esecuzione, vederla andare online e firmarla come team creativo.

L'idea è quella di offrire agli studenti della Scuola Holden un'esperienza il più simile possibile a quella che vivrebbero all'interno di un'agenzia, in tutte le fasi che intercorrono tra l'idea iniziale del team e l'idea finale, affrontando passo dopo passo le richieste da una parte del cliente e dall'altra della direzione creativa.

SP

Alcuni link potrebbero risultare non attivi in quanto pubblicazioni a carattere temporaneo.

Aprile 2018

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE

/ **brand**/attività culturali

FINI MODENA LANCIA IL CONTEST SPADELLAMI. CON BITMAMA E LA SCUOLA HOLDEN

4 Aprile 2018



Il 28 marzo è partito il contest creativo **Spadellami** che vedrà protagonisti gli studenti della **Scuola Holden**, con l'intento di creare un circolo sempre più virtuoso tra aziende, agenzie e scuole.

Spadellami è un progetto del brand **Fini Modena (Gruppo Fini)** che introduce il metodo di cottura in padella della pasta ripiena Fini, dedicato a chi non ha tempo ma non vuole rinunciare per questo a un pasto gustoso.

Il 28 marzo **Spadellami** diventa un brief reale che Valentina Lanza (Direttrice Marketing Gruppo Fini) e Fabio Padoan (Chief Creative

Officer **Bitmama**) passeranno ai team di studenti della Scuola Holden che parteciperanno al contest.

I team avranno due settimane di tempo per presentare le loro idee, durante le quali saranno guidati dalla direzione creativa di Bitmama, come se lavorassero realmente all'interno di un'agenzia.

Il secondo appuntamento, infatti, sarà la presentazione ufficiale delle proposte creative: una giuria di professionisti sceglierà le tre idee che andranno in finale. I tre team avranno altre due settimane per affinare le proposte, sempre con la supervisione creativa di Bitmama, non solo in termini di forza creativa, ma anche di coerenza con gli obiettivi del brief e il DNA del brand. Questa seconda sessione terminerà con la presentazione finale delle tre idee e la scelta del team vincitore. Una fine che è anche un inizio: con il sostegno e la supervisione di Bitmama, il team potrà realizzare la propria idea fino alla sua esecuzione, vederla andare online e firmarla come team creativo.

L'idea è quella di offrire agli studenti della Scuola Holden un'esperienza il più simile possibile a quella che vivrebbero all'interno di un'agenzia, in tutte le fasi che intercorrono tra l'idea iniziale del team e l'idea finale, affrontando passo dopo passo le richieste da una parte del cliente e dall'altra della direzione creativa.

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Aprile 2018



HOME NEWS NOTIZIA DEL GIORNO TGDO PRIMO PIANO INTERVISTA SUCCESSI E STRATEGIE APERTURE PRO

News

Gruppo Fini, al via il contest creativo "Spadellami"



Il 28 marzo ha preso avvio il contest creativo "Spadellami", un progetto del brand Fini Modena (Gruppo Fini) che introduce il metodo di cottura in padella della pasta ripiena Fini, dedicato a chi non ha tempo di cucinare ma non vuole rinunciare per questo a un pasto gustoso.

Con l'intento di creare un circolo sempre più virtuoso tra aziende, agenzie e scuole, i team di ragazzi che parteciperanno all'iniziativa dovranno partire dal brief "Spadellami" e sviluppare le loro idee come se lavorassero in una vera agenzia.

La presentazione ufficiale delle proposte creative avverrà davanti a una giuria di professionisti che sceglierà le tre idee che si sfideranno in finale per aggiudicarsi la vittoria del contest.

Il gruppo vincitore potrà realizzare il proprio progetto fino alla sua esecuzione, vederlo andare online e firmarlo come team creativo.

L'iniziativa del Gruppo Fini coinvolge gli studenti della Scuola Holden in collaborazione con Bitmama e offre agli alunni un'esperienza il più simile possibile a quella che vivrebbero all'interno di un'agenzia, in tutte le fasi che intercorrono tra l'idea iniziale e quella finale, affrontando passo dopo passo le richieste del cliente e della direzione creativa.

05 Aprile 2018

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Aprile 2018



Home > Esperti > Eventi > Food

Il Gruppo Fini accoglie il pubblico di Cibus 2018 con nuove referenze e show cooking

◆ Fiera Parma, Parma (PR) - Cibus
◆ dal 07 maggio 2018 al 10 maggio 2018
di Mariella Belloni

Articolo georeferenziato



L'azienda emiliana torna al Salone Internazionale dell'Alimentazione per rappresentare come sempre il connubio tra la tradizione italiana e l'innovazione del mercato contemporaneo

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, titolare dei marchi **Fini**, brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912, e **Le Conserve della Nonna**, storica azienda alimentare italiana, torna ad incontrare il pubblico italiano e

internazionale in occasione di CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione che si terrà a Parma dal 7 al 10 maggio, appuntamento imperdibile per i protagonisti della Food Industry.

L'azienda emiliana sarà presso il Padiglione 3, Stand G14, con uno spazio di oltre 100 mq dotato di una cucina sempre operativa e **show cooking dal vivo**, con la possibilità di offrire assaggi di primi piatti con la pasta fresca Fini e ricette realizzate con i prodotti Le Conserve della Nonna.

Il Gruppo approfitta di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.

Per la **pasta fresca Fini**, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium "**I Granripieni**", sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due nuove referenze create per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e genuinità da parte dei consumatori. Da alcune settimane sono presenti sullo scaffale i **Ravioli Salsiccia e Funghi**, una ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana. In anteprima a Cibus verrà presentata anche la prima referenza di pasta fresca integrale, i **Ravioli Patate e Rosmarino**: un primo dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere.

Inoltre, in occasione della manifestazione verrà presentata al pubblico e al mercato la nuova immagine della gamma di base "**Gli Autentici**", con ricette migliorate e nuove confezioni.

Per **Le Conserve della Nonna** Cibus è l'occasione per il lancio del **nuovo marchio** e del **restyling del packaging**, frutto di mesi di collaborazione con l'istituto di ricerche IPSOS per l'analisi del posizionamento del brand e della riconoscibilità delle confezioni. Presso lo stand sarà anche possibile assaggiare l'ultima novità a scaffale: la **linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna**, proposta innovativa e dall'elevato contenuto di servizio. Quest'anno, presso lo spazio **Cibus Innovation Corner**, nel Padiglione 4.1, tra i prodotti più innovativi del 2018 è presente anche la **crema Pere e Cacao** della linea **Gusto&Equilibrio** di Le Conserve della Nonna, una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.

Infine, **dalle 14 alle 16 del 7 maggio**, il Gruppo Fini promuove il convegno dal titolo "*La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale*", temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti fondamentali dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

A Cibus il Gruppo Fini torna per riaffermare l'identità distintiva dei due marchi che rappresentano la grande tradizione - emiliana e italiana - e la capacità di innovare nel rispetto della qualità per la soddisfazione del consumatore contemporaneo.

Il Gruppo Fini, storica industria alimentare italiana, conferma la sua presenza a CIBUS per presentare le numerose novità che vedono protagonisti i brand Fini pasta fresca e Le Conserve della Nonna.

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Aprile 2018

Spot News

La golosità del cacao e il buono della frutta: una prelibata novità Le Conserve della Nonna

Le Conserve della Nonna propone un'ampia gamma di marmellate e confetture, buone come fatte in casa. Prugna, ciliegia, albicocca, fichi, fragola e tanti altri gusti realizzati con frutta selezionata tra le varietà più adatte ad ottenere un gusto e una consistenza eccellenti affinché siano prodotti ideali da consumare al cucchiaino o per realizzare dolci ricette.



Oltre ai gusti classici, la gamma Le Conserve della Nonna comprende le composte di frutta "Gusto & Equilibrio", fatte con solo zucchero d'uva italiana, ricche di fibre e con un basso apporto calorico. Il sapore dei prodotti della tradizione si unisce alle proprietà nutrizionali degli ingredienti funzionali: Albicocca e curcuma, Fragola e goji, Arancia e zenzero, Ciliegia e aloe. In questa gamma di composte si sono recentemente aggiunte le più golose **creme spalmabili a base di frutta in abbinamento al cacao**: una proposta inedita che, con attenzione

all'equilibrio nutrizionale, unisce la leggerezza della frutta al cacao puro, in un connubio unico che permette di soddisfare il desiderio di appagamento e l'attenzione alla linea. La tradizione delle composte e delle confetture di frutta viene così innovata da questa nuova combinazione firmata Le Conserve della Nonna: crema di **pera e cacao**, la composta **pera e granella di cacao** e quella **arancia e granella di cacao**. Tre ricette originali e ricche di sapore con cacao puro al 100%, tutte a basso contenuto di grassi (solo lo 0.2% a porzione) e dolcificate solo con zucchero d'uva, ideali quindi per una colazione, una merenda o un momento di gratificazione all'insegna della golosità e della leggerezza.

Le ricette "Gusto & Equilibrio" caratterizzate da originali abbinamenti sono perfettamente bilanciate per favorire l'equilibrio nutrizionale, perché certificate "Art joins Nutrition il marchio che identifica i prodotti di qualità nutrizionale garantita".

www.nonsolobuono.it



DailyNet

Il quotidiano del marketing in rete

#062

ANNO XVI - GIOVEDÌ 05 APRILE 2018



Aziende Tognana rilancia il suo sito internet con l'agenzia Cricket

Contestualmente il brand presenta anche Tognana Home, un webzine a cura di una redazione composta da diversi esperti, chef e influencer

Tognana presenta un sito web completamente rinnovato nei contenuti e nel design e lancia la prima webzine che dà consigli e suggerimenti sul mondo 'cassa', accanto a notizie legate all'azienda. Con un design vivace e dinamico e una fruizione semplificata, il sito Tognana-porcellane.it - progettato dall'agenzia Cricket - si è arricchito di contenuti interessanti per gli utenti, dalla storia dell'azienda ai cataloghi fino agli eventi e alle fiere in programma.

DIVERSE TIPOLOGIE DI CLIENTE

In particolare, il sito istituzionale nasce dalla necessità sentita dall'azienda di avvicinarsi ancora di più a tutti i tipi di clienti - dalla grande distribuzione al dettagliante fino al consumatore finale - e di fornire loro una panoramica completa sull'azienda e sull'offerta di prodotti nei segmenti cottura, tavola e dei complementi d'arredo. Durante la navigazione è possibile scoprire le caratteristiche distintive di ciascun marchio del



gruppo e acquistare i prodotti selezionati nella sezione 'shop' dedicata all'e-commerce. Visitando le schede prodotto è possibile inoltre scrivere una recensione e condividere le proprie linee preferite sui canali social.

TOGNANA HOME

Accanto al nuovo sito, Tognana lancia anche il suo primo magazine 'Tognana Home': un web-

zine a cura di una redazione di esperti, chef e influencers, in cui trovare articoli che spaziano dalle ricette agli eventi, fino a consigli d'arredamento e suggerimenti per una mise-en-place impeccabile. I lettori del magazine non solo possono così scoprire tante idee ed ispirazioni, ma anche suggerire alla redazione un nuovo tema per il prossimo articolo.

LA PRESENZA SUI SOCIAL

Tognana continua inoltre l'attività sui social network Facebook, Instagram e Pinterest, gestiti da Cricket, comunicando le novità delle linee cottura, tavola e interior. Su Facebook e Instagram sarà inoltre possibile seguire le dirette dalle fiere e dagli eventi, a partire dal prossimo Fuorisalone.

Concorsi Gruppo Fini, Bitmama e Scuola Holden insieme per il contest "Spadellami"

Al via l'iniziativa che vedrà gli studenti dell'Istituto realizzare la propria idea fino alla sua esecuzione, vederla andare online e firmarla come team creativo



È partito il contest creativo "Spadellami" che vedrà protagonisti gli studenti della Scuola Holden, con

l'intento di creare un circolo sempre più virtuoso tra aziende, agenzie e scuole. "Spadellami" è un progetto del brand Fini Modena (Gruppo Fini) che introduce il metodo di cottura in padella della pasta ripiena Fini, dedicato a chi non ha tempo ma non vuole rinunciare per questo a un pasto

gustoso. Il 28 marzo "Spadellami" diventa un brief reale che Valentina Lanza, Direttrice Marketing Gruppo Fini, e Fabio Padoan, Chief Creative Officer Bitmama, passeranno ai team di studenti della Scuola Holden che parteciperanno al contest. I team avranno due settimane di tempo per

presentare le loro idee, durante le quali saranno guidati dalla direzione creativa di Bitmama, come se lavorassero realmente all'interno di un'agenzia.

LE PROPOSTE

Il secondo appuntamento, infatti, sarà la presentazione ufficiale delle proposte creative: una giuria di professionisti sceglierà le tre idee che andranno in finale. I tre team avranno al-

tre due settimane per affinare le proposte, sempre con la supervisione creativa di Bitmama, non solo in termini di forza creativa, ma anche di coerenza con gli obiettivi del brief e il DNA del brand. Questa seconda sessione terminerà con la presentazione finale delle tre idee e la scelta del team vincitore. Una fine che è anche un inizio: con il sostegno e la supervisione di Bitmama, il team potrà realizzare la propria idea fino alla sua esecuzione, vederla andare online e firmarla come team creativo.

DailyNet

Il quotidiano del marketing in rete

#072

ANNO XVI - GIOVEDÌ 19 APRILE 2018

Campagne Le Conserve della Nonna approda sui social con la serie "S.O.S. Nonna". Firma Bitmama



L'operazione digitale vuole far rivivere le tradizioni culinarie del passato e unire le diverse generazioni

È partita in questi giorni "S.O.S. Nonna", la nuova campagna di Le Conserve della Nonna firmata Bitmama, tutta incentrata sui contenuti social. Una scelta che potrebbe stupire, da parte di un brand che affonda le radici nella tradizione, nei ritmi e nei valori di una volta, e invece è pensata proprio per trasmettere lo spirito più profondo della marca: "Le Conserve della Nonna" ha nel suo stesso DNA la capacità di far vivere le tradizioni al passo coi tempi e unire le generazioni, e sta inaugurando proprio quest'anno una serie di progetti dedicati al tema.

LA WEB-SERIE

Nasce così l'idea di una mini web-serie che ha per protagonisti nonna Adele e suo nipote Andrea: un branded content che racconta in maniera simpatica ma allo stesso tempo genuina e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook.

Adele è la classica rezdora emiliana, abituata a prendersi cura dell'orto e cucinare per un'intera famiglia, un po' burbera ma anche molto affezionata al nipote e felice di tramandargli il suo amore per la cucina e per le cose fatte bene. Andrea è un ragazzo di 20 anni, un nativo digitale che non sa come tenere in mano un coltello da cucina, preparare delle polpette o distinguere un'erba aromatica dall'altra. Il risultato è un vero scambio.

DIVERSI FORMATI

I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: cinque episodi principali, quattro pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di "cultura casalinga" e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina. Chief Creative Director: Fabio Padoan; Head of art: Valeria Fusco; Senior Copywriter: Julie Carpinelli; Casa di produzione: Filmine; Regia: Valerio Valente; Fotografo: Max Zarri.

Vuoi Raggiungere 40.000.000 di Contatti e Generare LEAD Qualificata?

SEMPLICI, FACILI, VELOCI...
...soprattutto PERFORMANTI!!!

ResultsADV
beyond excellence

www.resultsadv.it
info@resultsadv.it
mob.377.54.32.760

Vuoi Raggiungere 40.000.000 di Contatti e Generare LEAD Qualificate?

SEMPLICI, FACILI, VELOCI...
...soprattutto PERFORMANTI!!!

ResultsADV
beyond excellence

www.resultsadv.it info@resultsadv.it mob.377.54.32.760

* sulla tua prima campagna a fronte di un ordine minimo di 1000€

CONCORSI

Fini, Bitmama e Scuola Holden insieme per il contest creativo "Spadellami"



È partito il contest creativo "Spadellami" che vedrà protagonisti gli studenti della Scuola Holden, con l'intento di creare un circolo sempre più virtuoso tra

aziende, agenzie e scuole. "Spadellami" è un progetto del brand Fini Modena (Gruppo Fini) che introduce il metodo di cottura in padella della pasta ripiena

Fini, dedicato a chi non ha tempo ma non vuole rinunciare per questo a un pasto gustoso. "Spadellami" è un brief reale che Valentina Lanza (direttrice marketing Gruppo Fini) e Fabio Padoan (chief creative officer Bitmama) passeranno ai team di studenti della Scuola Holden che parteciperanno al contest. I team avranno due settimane di tempo per presentare le loro idee, durante le quali saranno guidati dalla direzione creativa di Bitmama, come se lavorassero realmente all'interno di un'agenzia. Il secondo appuntamento, infatti, sarà la presentazione ufficiale delle proposte creative:

una giuria di professionisti sceglierà le tre idee che andranno in finale. I tre team avranno altre due settimane per affinare le proposte, sempre con la supervisione creativa di Bitmama, non solo in termini di forza creativa, ma anche di coerenza con gli obiettivi del brief e il DNA del brand. Questa seconda sessione terminerà con la presentazione finale delle tre idee e la scelta del team vincitore. Una fine che è anche un inizio: con il sostegno e la supervisione di Bitmama, il team potrà realizzare la propria idea fino alla sua esecuzione, vederla andare online e firmarla come team creativo.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Nickelodeon collabora con la Fondazione KidsRights

Nickelodeon ha annunciato la partnership con la Fondazione KidsRights lanciando #KidsCan, campagna internazionale che darà visibilità alle storie di 9 ragazzi di tutto il mondo vincitori o in nomination al Children's Peace Prize che stanno creando un valore positivo nelle loro comunità. Come fase successiva dell'iniziativa internazionale di Nickelodeon "Together for Good", le piattaforme di Nickelodeon avranno in onda i profili di #KidsCan per informare i ragazzi rispetto a quelli che sono i loro diritti e su ciò che loro stessi possono mettere in pratica per fare la differenza in modo

positivo. Questi nuovi profili verranno caricati uno al mese da aprile a dicembre, durata della campagna, mettendo in luce i vincitori del Children's Peace Prize, come Chaeli Mycroft, giovane attivista sudafricano, che ha avviato una campagna per fornire attrezzature, terapie e un programma di sostegno a migliaia di ragazzi disabili. In Italia la campagna è partita lo scorso 2 aprile con la messa in onda del primo spot. I profili di #KidsCan saranno anche caricate sull'hub della campagna "Together for Good" e sui siti locali di Nickelodeon, e verranno condivisi attraverso i social media usan-

do l'hashtag #KidsCan. Gli utenti potranno anche partecipare al quiz "Come puoi aiutare gli altri?" con cui i ragazzi da casa possono interagire con i ragazzi dei profili protagonisti delle storie e verranno indirizzati sulla

piattaforma di KidsRights. L'iniziativa internazionale di Nickelodeon "Together for Good", è stata lanciata nel 2015 per responsabilizzare i bambini ad essere parte attiva dei cambiamenti positivi in tutto il mondo.



AGENZIE

Deloitte Digital allarga le competenze a comunicazione e advertising



Deloitte Digital, creative digital consultancy pensata per unire consumer experience, comunicazione e tecnologia che fa capo a

Deloitte, cresce e allarga la sua operatività ai servizi di marketing planning, creatività, branding e advertising, nonché di ideazione

e gestione di campagne di comunicazione multi-canale. Competenze che si rafforzano grazie anche all'ingresso di Alessandro Gaudio con il ruolo di lead advertising & comunicazione, mentre Emanuele Viora e Andrea Jaccarino sono i nuovi executive creative director alla guida di un reparto creativo in costante crescita. Deloitte Digital, che in Italia oggi conta uno staff di oltre 400 persone, si propone così come interlocutore unico in grado di accompagnare i clienti nella loro digital transformation con competenze che spaziano dal customer engagement all'analisi dei dati,

dall'information technology al digital marketing, dal service design alla definizione della strategia di comunicazione, dall'esecuzione alla gestione su tutti i canali. Andrea Laurenza, Deloitte Digital leader, ha commentato: «Il mondo digitale spinge i nostri clienti a competere sempre più sul terreno dell'esperienza. Oggi noi ci poniamo all'intersezione tra creatività e gestione e analisi dei dati con un modello di data-driven creativity abilitato dalla tecnologia che ci consente di massimizzare gli impatti delle attività di comunicazione lungo tutto il customer journey. Ciò si aggiunge ai servizi di digital strategy, experience design e trasformazione tecnologica che sono al centro della nostra offerta».

VIDEO

Le Conserve della Nonna protagoniste della web serie "S.O.S. nonna"

Al via "S.O.S. nonna", mini web serie de Le Conserve della Nonna firmata Bitmama, tutta incentrata sui contenuti social per trasmettere lo spirito più profondo della marca, fatto di tradizioni che si evolvono al

passo coi tempi. Protagonisti sono nonna Adele e il nipote Andrea che raccontano in maniera simpatica e reale l'incontro fra due generazioni, con il linguaggio nativo di Facebook. Adele è la classica "rezzdora" emi-

liana, abituata a prendersi cura dell'orto e cucinare per un'intera famiglia, molto affezionata al nipote e felice di tramandargli il suo amore per la cucina e per le cose fatte bene, Andrea è un nativo digitale che non sa come tenere in mano un coltello da cucina, preparare delle polpette o distinguere un'erba aromatica dall'altra. Il loro è un vero scambio: Andrea aiuta Adele a destreggiarsi ai lo smartphone, mentre Adele gli insegna trucchi e astuzie da nonna. Il risultato: pillole video che raccontano momenti di complicità fra i due

protagonisti, insieme ad alcuni semplici tips&tricks da nonna che non tutti conoscono. I vasetti "Le Conserve della Nonna" sono parte della narrazione, in maniera naturale, così come sono parte della vita delle persone. I contenuti si articoleranno in diversi formati, pensati per rispondere a diversi obiettivi di comunicazione e momenti di campagna: 5 episodi principali, 4 pillole in cui Adele e Andrea si sfidano a rispondere a una domanda di "cultura casalinga" e diversi format fotografici, pensati per coinvolgere gli utenti nella conversazione e fornire approfondimenti di cucina. La produzione è di Filmine con la regia di Valerio Valente e la fotografia di Max Zarri.



TODAY

LA TUA INFORMAZIONE QUOTIDIANA DAL 1989

Anno XXIX Giovedì 05/04/2018

N°062

L'INTENTO È CREARE UN CIRCOLO VIRTUOSO TRA AZIENDE, AGENZIE E SCUOLE

GRUPPO FINI, BITMAMA E SCUOLA HOLDEN LANCIANO IL CONTEST 'SPADELLAMI'

Il 28 marzo è partito il contest creativo 'Spadellami' e vede protagonisti gli studenti della **Scuola Holden**, con l'intento di creare un circolo sempre più virtuoso tra aziende, agenzie e scuole. 'Spadellami' è un progetto del brand **Fini Modena (Gruppo Fini)** che introduce il metodo di cottura in padella della pasta ripiena Fini, dedicato a chi non ha tempo ma non vuole rinunciare per questo a un pasto gustoso. Dal 28 marzo 'Spadellami' è diventato

un brief reale che **Valentina Lanza** (Direttrice Marketing Gruppo Fini) e **Fabio Padoan** (Chief Creative Officer Bitmama) hanno passato ai team di studenti della Scuola Holden che partecipano al contest. I team avranno due settimane di tempo per presentare le loro idee, durante le quali saranno guidati dalla direzione creativa di **Bitmama**, come se lavorassero realmente all'interno di un'agenzia.

Il secondo appuntamento, infatti, sarà la presentazione ufficiale delle proposte cre-

ative: una giuria di professionisti sceglierà le tre idee che andranno in finale. I tre team avranno altre due settimane per affinare le proposte, sempre con la supervisione creativa di Bitmama, non solo in termini di forza creativa, ma anche di coerenza con gli obiettivi del brief e il DNA del brand. Questa seconda sessione terminerà con la presentazione finale delle tre idee e la scelta del team vincitore.



INCARICO PER L'AGENZIA ESPERTA IN DIGITAL MARKETING E SOLUZIONI LOYALTY

OLOJIN FIRMA IL NUOVO POSIZIONAMENTO STRATEGICO DE IL GIULIA

L'agenzia trevigiana **Olojin**, esperta in digital marketing e soluzioni loyalty, si è aggiudicata il budget per il nuovo posizionamento strategico de **Il Giulia**.



storico centro commerciale nel cuore di Trieste che ha intrapreso da qualche mese un importante intervento di restyling strutturale che interessa anche una nuova strategia commerciale e di comunicazione. La scelta di Olojin come partner digitale ha portato il centro commerciale non solo ad una nuova immagine coordinata, ma anche a riposizionarsi sul web grazie alla presa in carico dei canali social (Facebook e Twitter) e alla realizzazione del nuovo sito (**ilgiulia.it**) arricchito con un magazine e una sezione notizie sempre nuovi. Nel sito è possibile

trovare aggiornamenti puntuali su 'il Giulia domani' riguardanti l'avanzamento dei lavori di restyling strutturale per coinvolgere in maniera trasparente i propri clienti in questa fase di rinnovamento generale. L'agenzia fornisce anche il proprio supporto nell'ideazione e realizzazione di eventi caratterizzati dal forte legame con i valori e la vita del territorio. Il progetto anticipa il lancio di un programma di loyalty che vedrà unite le differenti realtà commerciali, con una collezione di punti digitale e l'offerta di diversi servizi interattivi.



DONA IL TUO 5XMILLE UNA SCELTA CHE A TE NON COSTA NULLA MA CHE SALVA LA VITA!

Con la destinazione gratuita del tuo 5XMILLE a **Soleterre** dai una speranza concreta di guarigione a oltre 16.000 bambini malati.

SCRIVI IL CODICE FISCALE DI SOLETERRE

9 7 3 2 9 3 1 0 1 5 1

E FIRMA NEL RIQUADRO "SOSTEGNO DELLE ORGANIZZAZIONI NON LUCRATIVE DI UTILITÀ SOCIALE" NELLA DICHIARAZIONE DEI REDDITI.

AIUTACI A DIFFONDERE
IL NOSTRO CODICE FISCALE!

VAI SU SOLETERRE.ORG/5XMILLE
O CHIAMACI AL NUMERO GRATUITO 800.90.41.81

soleterre



WEB MARKETING FESTIVAL

**l'agorà digitale dove si incontrano innovazione,
formazione e networking**

Un evento diventato un punto di riferimento per AD, manager, web marketer e professionisti che, a vario titolo, operano all'interno del mondo digital grazie ad un'ampia offerta formativa e a un'area espositiva popolata da key player italiani e internazionali.

Il 21, 22 e 23 Giugno la moderna struttura del Palacongressi di Rimini accoglierà la sesta edizione del **Web Marketing Festival**, l'evento italiano più importante sul web marketing e l'innovazione digitale che anche quest'anno trasformerà il capoluogo romagnolo in un polo di riferimento per aziende del settore, professionisti e appassionati di digital innovation. È proprio quest'ultima a costituire il **core** di un evento nato nel 2012 come singolo conference day e trasformatosi, nell'arco di 6 anni, in un Festival di tre giorni in grado di riferirsi al mondo del digitale nella sua accezione più ampia e di porsi come un contenitore di oltre 50 eventi, con più di 30 sale tematiche verticali e 20 iniziative, tra cui il **Digital Job Placement** dedicato alle professioni digitali e la **Startup Competition** più grande d'Italia.

Una crescita, quella del Festival, certificata dai numeri in crescendo degli scorsi anni e soprattutto dell'edizione **2017: più di 12.000 presenze registrate, 200 sponsor, brand e companies e oltre 300 tra startup e investitori** hanno contribuito a costruire un'edizione "record" e giustificato un cambiamento nel format, a fronte delle esigenze di un pubblico sempre più ampio. Da qui, la nascita della prima tre giorni del Web Marketing Festival e l'ulteriore ampliamento di un già vasto programma formativo, comprendente gli speech ispirazionali previsti sul palco del Festival - che ha già ospitato i rappresentanti di aziende leader quali Google, Facebook, Microsoft e LEGO -, e gli interventi di oltre 400 tra relatori esperti e ospiti sui diversi ambiti del web marketing.

Ecommerce, Big Data, Blockchain, Coding&IT, Programmatic, Brand, Advertising, Startup, Open Innovation, Industry 4.0, Digital Transformation: sono solo alcuni dei temi di un evento che si rivolge a professionisti e marketers ma anche e soprattutto a manager e AD per le opportunità di networking legate alla presenza di player italiani e internazionali all'interno dell'Area Espositiva. Oltre 100 aziende si uniranno a brand del calibro di Google, Aruba, Nexi - CartaSi, Trustpilot, Gruppo Fini, Fondazione FICO e Facile.it nell'area riservata agli sponsor, dove conoscere potenziali clienti e creare nuove opportunità di business.

Un'agorà, dunque, in cui si incontreranno non solo il presente e il futuro del web marketing, ma anche i talenti e le realtà corporate che, come afferma l'ideatore del Festival Cosmano Lombardo, **"sono il simbolo dell'Italia che crede nell'innovazione, sospinta da soluzioni tecnologiche, idee e progetti di primo piano: un'avanguardia digitale Made in Italy dalla maturità internazionale"**.

www.webmarketingfestival.it

RASSEGNA
STAMPA
CARTACEA

Aprile 2018

**LO SHOPPING
PER LA TUA
CUCINA**

a cura di
Cairo Communication



La mozzarella Latte Fieno B.R.M.I. nel nuovo formato da 100 gr è preparata con il latte fresco fieno proveniente dai masi di montagna dell'Alto Adige. Il "latte fieno" è infatti un particolare tipo di latte prodotto da mucche foraggiate in modo tradizionale solo con erba fresca, fieno e cereali, escludendo ogni mangime insilato e geneticamente modificato.

Morbide, tenere e naturalmente senza lattosio, le Madeleine con pepite di cioccolato CÉRÉAL offrono tutta la bontà e il piacere dei dolcetti tipici francesi senza penalizzare chi soffre di intolleranze al lattosio e allergie alle proteine del latte. Senza Latte, senza lattosio, senza glutine e senza olio di palma.



NOVITA' AL SUPER



Il Cavolo Riccio Kale è una verdura a foglia ed è il fratello gentile del cavolo nero, più tenero, più delicato, ma altrettanto ricco di preziosi principi nutritivi. È infatti considerato uno dei vegetali più salutari e ricchi di nutrienti, un vero e proprio superfood. Naturalmente ricco di fibre, vitamina A, K, folati e manganese, è fonte di calcio. Senza sale né grassi aggiunti. Da OROGEL.



FINI presenta i nuovi ravioli Salsiccia e Funghi della linea "I Granripieni". Fini, selezione dei formati e delle ricette gourmet del celebre marchio emiliano.



Dall'esperienza e tradizione del Salumificio FRATELLI BERETTA entrano a far parte della gamma SALAMINI tre nuove ricette: finocchio, jalapeño, e in foto, tartufo. Squisiti e ricercati, sono ideali da consumare in qualsiasi momento della giornata.

Dal gusto naturale, piacevole e dissetante, con una nota al limone e con la dolcezza dello zucchero di canna, ESTATHE VERDE BIO offre la cultura del tè preparato secondo il tradizionale processo di infusione. Una bevanda, pensata per chi vuole unire il gusto di un vero infuso di tè verde a un momento di puro piacere, in linea con uno stile di vita attento e consapevole.



Caratterizzata dall'inconfondibile forma a chiocciola, Girella Caffè MOTTA racchiude la carica del vero caffè nel doppio pan di Spagna e nella crema di farcitura che si unisce alla golosità del cacao. Un gusto inedito è deciso per trasformare colazione e merenda in un originale vortice di gusto, che si svela a ogni morso, per i golosi di tutte le età.



Veggie spinaci e ceci PAI: delizioso snack di patate che combina il gusto sfizioso degli spinaci e dei ceci, ideale per uno spuntino goloso. Senza glutine e senza coloranti.



Lo strudel di mele KOCH è il tipico dolce altoatesino ripieno di mela, cannella, uvetta e zucchero avvolti nel dolce abbraccio della pasta sfoglia. Grazie a Koch è possibile assaporare lo Strudel tipico dell'Alto Adige direttamente a casa propria, in maniera pratica e veloce.

Antonio Amato
pasta fresca
dal cuore
mediterraneo



PRODUZIONE

lo di apprezzare Cibus Connect lo scorso anno, per cui siamo fiduciosi anche per il prossimo anno. Sarebbe opportuno realizzare più meeting e momenti di scambio con i clienti e con i partner del nostro organo. Indubbiamente noi italiani realizzeremo già a livello di organizzazione diretta dell'azienda, ma anche la fiera sarebbe sicuramente bene a creare matching e dando calendarietti, per ottimizzare ulteriormente i tempi. Attendiamo dunque la prossima edizione, convinti che sarà anche questa volta un'ottima opportunità per farci conoscere in Italia e all'estero».

Per **Luca Fontana**, direttore vendite di **Bergamo Italia**, «Alle aspettative per il 2018 non siamo molto. Sarà infatti un'occasione per far conoscere ai retailer del territorio nazionale, oltre a quelli del mercato internazionale, le novità che andiamo ad arricchire la nostra gamma di prodotti. Sarà un'ottima opportunità per far assaggiare le nuove varietà di prodotti aromatici, ai cremosi prodotti a pasta molle e alle numerose soluzioni da gusto, riconfermando l'aspirazione dell'azienda per l'ambiente del gusto e di consumo del cliente di oggi. Chab infatti si consente di confrontare in pochi giorni con la maggior parte dei partner esistenti, favorendo così un scambio proficuo di idee e opinioni. Il risultato è un confronto molto prezioso con i clienti e con i migliori potenziali clienti alla ricerca di nuove collaborazioni».

Abbiamo constatato il miglioramento della kermesse, sia a livello infrastrutturale che di incremento della presenza di buyer italiani ed esteri. Per questo, durante la prossima edizione, contiamo di farci ulteriormente apprezzare come novità stand con ricette tradizionali, ottenute mediante processi produttivi innovativi.

Categoria	Verdite in % (mil. di euro)	Var. % rispetto al 2016
Acqua minerale	1.933	7,6
Bevande gasate	1.349	25
Bevande plastiche	1.151	-0,9
Bevande glassate	1.036	1,2
Birra	1.500	7,3
Aperitivi alcolici	130	3,2
Aperitivi non alcolici	842	0,9
Vino	1.894	1,8
Champagne e spumanti	459	7,7
Tot. Bevande	9.250	3,7
Chiacchiere e spumanti + superlatte	13.379	6,1
Totale Iper per chioccioli	22.629	5,2

Fonte Iper: permacati + supermercati + superlatte

Large Consumo

LARGO CONSUMO n. 4/2018

24

PRODUZIONE

Chiara Corbelli. Le criticità sono soprattutto legate all'aspetto logistico e allo spazio industriale. Per la prossima edizione naturalmente non aspetteremo per realizzare incontri non solo con buyer nazionali ma anche internazionali. **Pietro Corbelli.** executive member of the board e rappresentante della terza generazione aziendale di **Pietro Corbelli SpA**, charissée che nel gruppo Pietro Corbelli non può mancare a Cibus 2018 in quanto evento di riferimento dell'agroalimentare italiano, una grande vetrina di visibilità internazionale, fondamentale per essere avvenimenti tra i più importanti del settore food in Italia e all'estero.

“L’aspettativa nei confronti di qualsiasi fiera è di ricevere molti visitatori stranieri”

Saremo presenti con entrambi i nostri marchi: Pietro Conconi, introvato con il marchio "Pasta di Conconi" e con il marchio "Pasta di Conconi" per dare vita ai nostri abbinamenti migliori. Conconi è un marchio che ha fatto parte della nostra storia da sempre. Conconi è un marchio che ha fatto parte della nostra storia da sempre. Conconi è un marchio che ha fatto parte della nostra storia da sempre.

Categoria	Vendite in valore in milioni di euro)	Var. %	Vendite in volume in migliaia di kg/litri)	Var. %
Latte	1.085	-1,5	954	+2,8
Sottoprodotti di latte UHT	112	3,5	52	4,8
Panna / besciamella	175	-0,8	35	-1,4
Burro	117	1,9	21	-7,1
Fornaggi	1.816	1,5	205	0,7
Dessert	215	1,4	29	+4,0
Ricotta	3.466	0,5	1.286	-2,3
Formaggi a pasta variabile	1.214	3,2	145	2,0
Formaggi a pasta formiggi				
a pasta variabile	5.092	1,4	1.439	-1,8

*Fonte Italia Biomercati e supermercati + superette
Fonte IRI per ONS

Larga Consone

ARGO CONSUMO n. 4/2018

45

**L'VIII Annuario
Industria
Alimentare
in Italia**



**Andriani porta a Cibus
l'innovazione e la qualità
del gluten free Felicia**

FOCUS

PRODUZIONE

nello specifico emiliana e modenese.

Sulla nostra origine potiamo grandemente orgogliarci. Ma non è la nostra origine a giustificare la nostra partecipazione anche nelle attività di comunicazione. Dal nostro magazine on line www.italianmagazine.it a www.italianmagazine.com Non Solo Buono, alle numerose iniziative che da ormai due anni continuiamo a promuovere per valorizzare le ricchezze gastronomiche non solo di Roma, ma di tutta l'Italia. Insieme a *Non Solo Buono*, la nostra rivista gastronomica, nia dell'Emilia Romagna in generale. Le criticità che in passato abbiamo riscontrato su Chiuso erano più che altro limitazioni di tipo logistico, ma con questa edizione crediamo che l'entusiasmo della Fiere di Roma abbia lavorato molto bene per rendere la visita ancora più agevole per tutti, espositori, buyer e visitatori, sia italiani che stranieri.

Le nostre aspettative sono alte, e con la firma di quanto Chiusi sia per noi una delle imprese che ha più possibilità delle esportazioni a cui non possiamo assolutamente mancare. Quest'anno avremo uno stampo molto grande, dotato di una cucina sempre attiva e potente, e di una linea di prodotti che vorremmo programmare assai: dei nostri prodotti "slow cooking". Con l'Inflazione che sale, i consumatori ci hanno dato una premiazione. I Clienti ci sono tutti, e le linee dedicate al mercato estero. Le conserve della Noma, proprio a Chiusi, che debuttano con il restyling del packaging e il riposizionamento del marchio in comunicazione. Inoltre, per la prima volta, saremo organizzatori e main sponsor di un incontro dedicato all'equilibrio nutrizionale, tema che orientiamo da prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato».

«Anche quest'anno, come nel 2016, la nostra azienda ha deciso di partecipare a Chius con il marchio Germinal Bio» - afferma **Paolo Pisano**, direttore commerciale del gruppo **Mangiarasciòmerginal** - Uno stand di 108 mq ospiterà grandi novità: la prima è stata presentata da un restyling totale che interessa Germinal Bio dai primi mesi dell'anno. Un nuovo logo, un nuovo germoglio che cresce e prospera è il primo passo di un nuovo look che interesserà tutta la gamma: stessi colori di sempre, stessa qualità di prodotti e il gusto irresistibile, ma con una nuova veste. Presenteremo tante altre novità: partiremo da una nuova famiglia di Medagliette, nuovi freschi, Preschi e Chiusi, nuovi piatti pronti freschi. Preschi Chiusi

Da sempre è l'evento di riferimento del mercato agroalimentare italiano ed è un'ottima opportunità di visibilità nazionale e internazionale, una piazza per incontrare i retailer italiani e dal mondo e far scoprire le nostre novità e i nostri brand».

MARGO CONSUMO n. 4/2018 49

PRODUZIONE

petto del bestiame, con oltre un secolo di storia ed esperienza».

«Le fiere, e Chbus in particolare data una sua entità, sono l'opportunità unica per creare connessioni efficienti con gli stakeholders e per farsi conoscere in contesti competitivi come quello in cui ci troviamo a operare quotidianamente», spiega **Christos Davras**, amministratore unico di **Olympus Italia srl**. «Negli ultimi anni Chbus è stata per noi un'efficiente vetrina che ci ha consentito non solo di entrare in contatto con parte dei nostri clienti attuali, ma anche un modo di confrontarci con il mercato di riferimento, lo strumento migliore per capire dove siamo e dove vogliamo arrivare.

“Uno dei pochi momenti in Italia in cui tutto il settore Food & Bev si attiva”

Questa imminente edizione è per noi la terza consecutiva. Così portiamo in tavola la qualità dei nostri prodotti autentici. La qualità dei nostri prodotti autentici Greci, dallo yogurt alla Peca ma non solo... come per il mercato di riferimento, che ha visto il nostro prodotto e il nostro marchio diventare sempre di più. La nostra strategia è quella di consolidare il posizionamento dei nostri prodotti, già apprezzati dai consumatori per l'alta qualità e autentica, e contemporaneamente integrare l'offerta con novità interessanti come la Peca Olympus marinata da cuocere al forno, i formaggi greci da grigliare, i prodotti funzionali a base di Kefir e in parte dei freschissimi succhi di frutta naturali al 100%.

Valentina Lunza, responsabile marketing e comunicazione di **Gruppo Fatti**, assicura che: «Anche nell'edizione 2018 saranno a Cibus, manifestazione che per noi resta uno degli appuntamenti più interessanti nel panorama italiano e non solo. Il Gruppo Fatti, con i suoi brand Fatti pasta fresca e Le Conchiglie della Nonna, occuperà uno stand di oltre 100 mq a Cibus, che rappresenta per noi sempre un'ottima occasione per incontrare i professionisti del food e del mondo del retail. Cibus è una fiera che ha ormai una consolidata storia al vertice delle spalle e nel nostro settore è sicuramente una delle manifestazioni più accreditate».

inoltre, trattandosi di un evento che si svolge proprio nella nostra regione, ter-
za d'ordine, ma d'onore, tra tante eccellenze italiane
nel campo alimentare, questo appunta-
mento ci permette di sottolineare il no-
stro forte legame con l'Emilia, la nostra
associazione di aziende italiana a 100%.

LARGO CONSUMO n. 4/2018

Acqua Lauretana
la più leggera e salutare
ideale per ogni consumatore

FOCUS



PASTA FRESCA

Artiside Pasticciello

UNA VENTATA DI FRESCHEZZA

Innovazione e creatività sostengono la crescita della categoria, che si mostra dinamica e pronta ad accogliere i nuovi trend di consumo. A cominciare dal premium e dal salutistico

FACCIAMO IL PUNTO

Nell'ultimo ventennio è stata la categoria di una crescita costante di oltre 100%, con un trend che si proietta ancora più di milioni nella scelta dei consumatori. La pasta fresca confezionata - evidenzia

Justo Bonetto, Segretario Generale dell'Associazione Produttori Pasta Fresca - è protagonista di un boom che meriterebbe maggiore considerazione. Il suo principale punto di forza, costantemente perseguito dalla nascita come

prodotto industriale. Non certo un vanto da unire purtoppo ai suoi vantaggi. Poiché, per essere anche i prodotti freschi della pasta, in grado di soddisfare quella freschezza del nuovo e del diverso che permea i mercati. Tutto ciò per quella base di gastronomia che le è propria. Ci sono aziende capaci di fornire centinaia

di ricette di pasta farcita per soddisfare le esigenze tradizionali e nutrizionali dei consumatori italiani ed europei. Nei ready to eat a base

di pasta fresca e dunque di successo. Così come i prodotti innovativi, privi di glutine e vegani che sono stati finora, a nostro avviso,

affrontati prudentemente in modo sett. Le uniche vere debolezze del settore rimangono quelle proprie, in special modo del mercato italiano, legate alla Gdo e alla sua tendenza

genetica di spingere ogni giorno di più alla riduzione dei prezzi. Questo, specie negli operatori più piccoli, crea una qualche difficoltà a pianificare le strategie di tutta la pasta fresca.



Dopo aver triplicato il suo giro d'affari negli ultimi 20 anni, la categoria continua a segnare interessanti trend di crescita. Merito degli investimenti in innovazione portati avanti anzitutto dai big player, che hanno l'effetto di rendere dinamico il mercato e pronto a recepire le esigenze dei consumatori. Il binomio tra qualità e servizio si concretizza attraverso i nuovi lanci che riciclano in chiave moderna le ricette della tradizione, con un focus sull'italianità delle materie prime e l'utilizzo di ingredienti selezionati. Tra i segmenti, spicca la corsa della pasta di semola fresca.

DASHBOARD

✓ LA PASTA DI SEMOLA FRESCA È IN NETTA CRESCITA	+9% A VOLUME
✓ LA PASTA FRESCA RIPIENA ARRETRA AL SUD	-2,2% A VALORE
⬆️ up	LE POLITICHE DEI PREZZI AL RIBASSO spesso avallate dalla Gdo
⬆️ down	AL Sud i consumi di PASTA FRESCA RIPIENA sono in affanno
⬆️ down	LA PRESSIONE PROMOZIONALE REGGONO ALLA CRESCITA DELLA PL

NUMERI

POCHI SEGNI MENO

Nell'ultimo anno la pasta fresca confezionata ha registrato una crescita del 4,2% a volume e del 2,7% a valore. Un trend pienamente in linea con il filone generale dell'alimentare che vede i consumatori prediligere, soprattutto nel ambito del primo pasto, i prodotti freschi e di qualità. In termini territoriali, come abbiamo visto, il trend è positivo in Area 2 (tra i territori del Nord-Est e del Centro-Nord), mentre al contrario i territori del Sud e del Centro-Sud accusano un calo del 9,2% nel giro d'anno. Per quanto riguarda i segmenti, spicca la performance del segmento di semola fresca, che nell'aggregato registra un trend di crescita del 5,4% a volume e del 3,4% a valore. Risultato differente però il trend della pasta fresca ripiena, che rappresenta circa il 60% del fatturato totale della categoria. Questo segmento, infatti, cresce in maniera più contenuta rispetto alla media generale, attestandosi a +1,5% a volume e +1,1% a valore. Si osservano variazioni positive significative solamente in Area 2, dove la vendita è aumentata del +3,8% a volume e del +3% a valore. In Area 4, invece, risale una contrazione degli affari pari al -2,2%.

NELL'ULTIMO ANNO LA PASTA FRESCA CONFEZIONATA È CRESCIUTA A VOLUME DEL +4,2%

Rana, i numeri del leader

I consumatori, sempre più attenti ed esigenti, si aspettano un'ampia varietà di prodotti, cercando nella pasta un modo per esprimere la propria personalità. Da sempre - dichiara Gian Luca Rana, Cco di Pasticificio Rana - presidiamo il mercato con una vasta offerta di ricette in grado di soddisfare e anticipare i diversi bisogni dei consumatori, creando in questo modo anche nuovi segmenti che non esistevano prima all'interno della categoria. A partire in particolare dalla pasta ripiena, segmento nel quale Rana conferma la sua leadership.

Chiudendo il 2017 con una quota del 38,3% a volume e del 20,5% a valore, Rana ha confermato il suo primato anche nel segmento della pasta fresca. Qui offriamo una gamma di

formati ispirati alle principali ricette italiane, realizzate con l'esclusivo processo Sloggiagrezza, per una pasta che non solo è sana e nutriente, ma trattiene meglio il sugo. Anche i fogli di lasagne, disponibili nelle tre varianti Sloggiavello, Sloggiagrezza e Spinaci, rappresentano un segmento di successo per Rana, che consolida la sua leadership in questo ambito con una quota a valore del 60,4% nel 2017. Lo stesso vale per gli gnocchi, un segmento in cui siamo leader grazie a un assortimento di qualità che comprende una linea di classici, affiancata dagli gnocchi ripieni, nei tre gusti di ricotta e prosciutto, ricotta e grana, e ricotta e mozzarella, prosciutto e cotto.

TREND

LA PASTA DI SEMOLA VOLA IN AREA 3

Tra i vari segmenti, a segnare i risultati migliori è la pasta di semola fresca, con un aumento del 5% a volume e del 6,1% a valore. In Area 3, che comprende la Toscana e il Lazio, la crescita è stata particolarmente significativa, con un aumento del 11,7% a volume e del 13,7% a valore. In Area 2, invece, la crescita è stata più contenuta, attestandosi a +1,5% a volume e +1,1% a valore. Si osservano variazioni positive significative solamente in Area 2, dove la vendita è aumentata del +3,8% a volume e del +3% a valore. In Area 4, invece, risale una contrazione degli affari pari al -2,2%.

Pasta fresca confezionata, le dimensioni e i trend del mercato

165.552.599	+4,2	765.271.831	+2,7	4,62	+17,5
Vendite a volume	Var%	Vendite a valore	Var%	Prezzo Medio	Var%

Totale Italia - in kg e in euro - 31. marzo 2018 - Fonte: Nielsen MarketTrack

PASTA FRESCA

**INNOVAZIONE
VITALITÀ E CREATIVITÀ
FANNO LA DIFFERENZA**

Dai segmenti tradizionali fino a quelli più in linea con i moderni trend alimentari, l'innovazione gioca un ruolo decisivo nella crescita della categoria, portando anch'essa sul dinamicismo del big player. Merito della tecnologia alimentare che ha permesso di creare una linea tutta nuova di pasta fresca ripiena che è attualmente allo studio del nostro team R&D. È una strategia che pasta, soprattutto quando si affida a prodotti in grado di coniugare i plus di gusto alla qualità riconosciuta degli ingredienti.

«Visto il successo già ottenuto lo scorso anno ha registrato una crescita di oltre il 20% nei volumi di vendita. Segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta che si adattano alle esigenze di chi ama la sfoglia ripiena e pensa di Fini, realizzata con farine 100% italiane, ha contribuito al successo delle proposte».



Finis si aggiunge alla altre sei della linea premiata i Granpieni, che nel 2017 ha registrato una crescita di oltre il 20% nei volumi di vendita. Segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta che si adattano alle esigenze di chi ama la sfoglia ripiena e pensa di Fini, realizzata con farine 100% italiane, ha contribuito al successo delle proposte».

PLAYERS	ALBERT 1947	CASA MILO	GRUPPO FINI	PASTAIO DI MAFFEI	PASTIFICIO AVEGANI
Marchi	Albert	Casa Milo	Fini pasta fresca	Maffei, Teneretti, Supersano	Avesani
Fatturato 2017 (€)	12 mln (obiettivo 2018)	nd	95 mln (tot. gruppo)	25 mln	14,8 mln
Volumi (t)	3,5 mln di kg	nd	nd	15 mln di kg	nd
Canali di vendita	Gdo 100% (di cui Expert 43%, Private Label 8%)	Gdo 80%, Normal Trade 20%	Gdo 90%, Altro 10%	Gdo 90%, Altro 10%	Gdo 30%, Horeca 30%
Top SKU	Ravioli all'Americana	Orecchiette Casa Milo Bio da 250g	Tortellini al Prosciutto Crudo e Parmigiano Reggiano Antica Ricetta 1912	Maffei Bari Vecchia da 500g	Tortellini Superfini Prosciutto Crudo da 250g

142 FOOD Aprile 2018

Segue a pag 144

PASTA FRESCA

**PAROLA
DI BUYER**

L'INNOVAZIONE È PROTAGONISTA

Sulle logiche di assortimento della pasta fresca confezionata ricade la spinta innovativa, che ha portato i top player a declinare i criteri nelle nuove linee con più attenzione nei confronti di chi ha fatto la scelta dei consumatori. «Riguardo invece alla pasta fresca sfusa presente nel banco gastronomia - commenta Arnaldo Giovazzi, Buyer freschi, surgelati, bevande e commercializzato di Crail - le politiche assortimentali sono generalmente legate alla vocazione e alla tradizione del territorio in cui è ubicato il negozio, nonché ai consumi locali. Altro fattore che ne caratterizza l'organizzazione è la dimensione dei punti di vendita. Del resto, in negozi di grandi superfici e con un'offerta più completa, è più facile trovare questo tipo di servizio, e più facile trovare questo tipo



**Avesani spinge
sull'export**

Ha chiuso lo scorso anno con l'uti fatturato pari a 17 milioni di euro, in crescita del 5% rispetto al 2016, dopo il +15% sul 2015. Per l'azienda veneta, i prodotti più performanti sono i classici e i formati della Tradizione, linea che rappresenta l'Unione tra materie prime Dop e ricette tipiche. Da poco - dichiara Alessandro Chierini, Direttore commerciale di Pasificio Avesani - abbiamo deciso di puntare su Avesani Bio e i Biovegetariani, con la quale presidiumo questo specifico segmento. All'estero, invece, i nostri clienti apprezzano anzitutto la linea Avesani Gold, che comprende gnorli e ravioli con una particolare forma e ricettazioni da gourmet. Intanto, nei prossimi mesi abbiamo un ricco programma di partecipazione a fiere, tra le quali segnaliamo Alimentaria a Barcellona, nonché Cibus a maggio e Sali nel mese di ottobre.

PLAYERS	PASTIFICIO BANA	PIATTI FRESCI ITALIA	RAVOLIPIO LO SCIOATTOLO
Marchi	Giovenni Bana	Viva la Mamma Beretta, Arturo Vogliazzi	Scolatolo - la pasta fresca
Fatturato 2017 (€)	650 mln (previsione 2017)	117,5 mln (lit. az.)	30 mln
Volumi (t)	nd	21.000	nd
Canali di vendita	nd	Gdo 44%, Discount 25%, AFH e altri canali 14%, Export 9%	Gdo
Top SKU	Tortellini Superfini Prosciutto Crudo da 250g	Tortellini al prosciutto crudo con farina di farro	Pertina al Parmigiano Reggiano

144 FOOD Aprile 2018

PASTA



C'È SPAZIO PER CRESCERE

Promuovere le caratteristiche peculiari della pasta fresca, anzitutto avvicinando consumatori stranieri al gusto italiano, resta un must per spingere le vendite oltreconfinarie. Un'opportunità, peraltro, che coinvolge sempre più direttamente anche le aziende medio-piccole.

Le prospettive per l'export - osserva **Justo Bonetto, Segretario Generale dell'Associazione Produttori Pasta Fresca** -, sono ancora buone nonostante la massiccia invasione di pasta fresca italiana in Europa, con la Francia, Spagna, Germania, Svezia ed altri paesi che hanno già aperto le porte al nostro prodotto. Ma ogni anno questo

limite di Chicago per aumentare la capacità produttiva e rispondere così a una domanda in continua espansione". Anche un player di tutt'altre dimensioni come **Alibert** realizza all'estero il 63% del giro d'affari, contando su importanti partnership con distributori internazionali, ai quali recentemente si è aggiunto il Gruppo Rewe, permettendo così l'ingresso nel mercato tedesco e austriaco.

Quanto ai prodotti più apprezzati, oltreconfine, la pasta fresca rimane la categoria a più alta crescita. Gli Stati Uniti sono il Paese in cui la pasta fresca italiana ha registrato il più alto incremento, con un +10,5% rispetto al 2017. **Picciotti, Deleato di Alibert 1967** e **Casa Milo** sono i marchi che hanno registrato la più alta crescita in termini di fatturato, con un +10,5% e un +10,4% rispettivamente.

SUL TOTALE CATEGORIA, LA PASTA FRESCA RAPIENA INCIDE IL 60%

CHEF GOURMET

la primavera in tavola

gran ravioli alla ricotta di bufala e spinaci

Un classico che abbiamo voluto reinterpretare in chiave di primavera: gran ravioli alla ricotta di bufala e spinaci, con condimento di salsa di pomodoro e basilico. Un'idea che ha fatto innamorare i palati di Chef Gourmet. Alibert ha fatto bagliando con vino bianco che raggiunge qualche anno di età. Utile con un giro di olio semi vergine di oliva.



PASTA FRESCA

Pasta fresca confezionata, le dimensioni e i trend dei segmenti

	Vendite a volume	Var. %	Vendite a valore	Var. %
Totale pasta fresca confezionata	165.552.599	+4,2	765.271.831	+2,7
Gnocchi	41.950.691	+5,1	121.643.640	+5,4
Ripiena fresca	67.001.557	+1,5	458.133.964	+1,1
Semola fresca	31.735.048	+9,0	79.152.507	+8,1
Uovo fresco	24.865.303	+4,4	106.341.721	+3,4

Totale Italia - in kg e in euro - a.t. marzo 2018 - Fonte: Nielsen MarketTrack

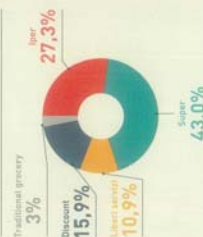
Piatti Freschi Italia entra nel mercato della pasta fresca

Con una nuova linea di tre referenze di pasta fresca e tre di pasta ripiena, a fine 2017 **Piatti Freschi Italia** è entrata nel mercato della pasta fresca, caratterizzata da prodotti di qualità, con un alto grado di freschezza e una maggiore frequenza di consumo, rispetto al mercato della gastronomia, principale ambito di azione dell'azienda, restando fedele ai valori del brand che si caratterizza per l'innovazione e la qualità dei prodotti.

La gamma di **Viva la Mamma Beretta** è preparata con un'elevata percentuale di semola di grano duro 100% italiana e farine di grano saraceno e uova da allevamento a terra e si caratterizza per la sfoglia molto elastica e sottile.

PASTA FRESCA CONFEZIONATA

Incidenza % a valore per canale



Totale Italia - a.t. marzo 2018 - Fonte: Nielsen MarketTrack

NOVITÀ DI PRODOTTO	DESCRIZIONE	IN COMMERCIO DA	FORMATI	PREZZO CONSIGLIATO	TARGET
ALIBERT 1967 Granoli agli Asparagi e Pesto Rosso	Primo piatto primaverile adatto al risotto, con pasta fresca e asparagi naturali grazie alla freschezza degli asparagi	Agosto 2017	250 g	2,49 euro	Singole e famiglie che adottano uno stile di vita sano
CASA MILO Orecchiette Integrali Bio	Orecchiette integrali biologiche Casa Milo	Ottobre 2017	250g	nd	Trasversale

NOVITÀ
DI PRODOTTO

GRUPPO FINI

Ravioli Salisiccia e Funghi



LUCIANA MOSCONI

Cappelletti alla Carne



ARGO AGLI INGREDIENTI CERTIFICATI

ne di pasta fresca non solo in ampiezza ma anche con profondità di offerta - illustra **Carlo Carbone, Direttore Commerciale del Pastaio di Maffei**. Da parte nostra, avendo una quota importante di semola nel portafoglio prodotti, cresciamo in linea con l'andamento del mercato. Negli anni, tuttavia, ci siamo distinti per aver saputo sfruttare a talvolta anche antiche e nobilitate tendenze di consumo. Come performance, tutto il nostro pacchetto salustico, composto da biologico, integrale e senza glutine, è quello che ci sta dando maggiori soddisfazioni, attirando l'interesse anche della distribuzione. Da questi anni l'azienda allarga e dichiara sul suo logo la gamma di semola Maffei grado 100% italiano. Inoltre, puntiamo a riaggiornare il ruolo sempre più importante anche nei pacchetti ripieni».



LA PASTA ALL'UOVO
FRESCA CRESCE
A VOLUME DEL

+7.7%

Fini, buoni risultati per i Granripieni

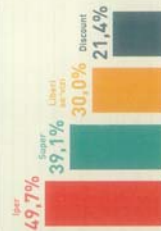
Per contrastare l'ascesa delle pi e differenziare la proposta, le marche si affidano a iniziative di marketing orientate a evidenziare gli aspetti distintivi dell'offerta, come il legame con i territori.

Fino al 30 aprile - racconta Valentina Lanzetta, Responsabile Marketing e Comunicazione del Gruppo Fini - acquistando una confezione di un prodotto scelto tra le proposte della linea

Granipreni di Fimi è possibile partecipare al concorso Con noi a Modena. Una volta effettuato l'acquisto è sufficiente collegarsi al sito www.connoiamodena.it e compilare i moduli e inserire i dati.

dello scontrino d'acquisto. Si potrà scoprire immediatamente se si ha vinto ogni giorno un buono elettronico del valore di 100 euro, ma soprattutto partecipare all'estrazione settimanale di

PASTA FRESCA CONFEZIONATA
La pressione promoz. nei canali

[illegible]

1.1. marzo 2018 - Fonte: Nielsen MarketTrack

NOVITÀ
DI PRODOTTO

STAILO DI MAFFI



integrale
biologica 10

ASTIFICIO RANA



Stoglaveto

raccolta e spinaci
nuova ricetta

SCOIATTOLO

1

 Fusilli 100% lenticchie

100 **1000** **10000**

0000-0001-9786-300X

PASTA

Lo Scoiattolo, focus sul benessere

certificazione vegana, essendo realizzati con farina 100% legumi, nelle declinazioni lentischio-cocci-pielli. Il packaging si fa minimal ma accattivante, studiato in simbiosi con il prodotto, è fondamentale far vedere il prodotto al consumatore, favorendo la percezione della qualità.

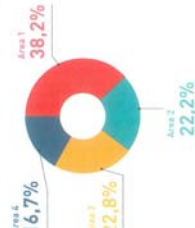
Una logica seguita anche per una quarta novità assoluta, lanciata meno di due mesi fa: i **Noodies freschi, molto vicini al vero gusto orientale**, in cui il prodotto ha la consistenza e il sapore dei noodies, ma mesco in più un riassorbimento

per permettere a tutti i consumatori di individuare le differenti linee di prodotto, percependone immediatamente plus e posizionamento. Il team di R&S, vero motore dell'azienda, continua a studiare e creare novità di prodotto in grado di affermarsi su diversi segmenti di mercato poco esplorati, dei quali si fa portavoce. All'estero, invece, i Paesi che più apprezzano la nostra offerta sono i

paesi del Nord Europa, a cominciare da Danimarca, Svezia, Olanda. Qui i gusti più apprezzati sono quelli di pasta con i quali in cui gli abbinamenti degli ingredienti danno vita a un piatto completo, con ingredienti molto caratterizzanti".

Al centro della strategia dell'azienda lombarda c'è il focus su un'alimentazione consapevole ma gustosa, bilanciata e pratica. "La nostra ultima novità - annuncia Alice Galli, Responsabile Comunicazione & Marketing di Raviofficio Lo Scoiattolo - sono tre fusilli freschi biologici in esclusiva Esselunga per l'anno 2018. Vantano la

PASTA FRESCA CONFEZIONATA
Incidenza % a valore per area



Totale Italia - a.1. marzo 2018 - Fonte: Nielsen MarketTrack

PASTA FRESCA CONFEZIONATA
Trend delle aree a valore



Totale Italia - a.1. marzo 2018 - Fonte: Nielsen MarketTrack

**Buitoni innova nel
multicereale**

Tra le ultime novità del marchio di Nestlé c'è una new entry nella gamma Pasta Fresca ai 5 Cereali. Dal grano al riso, dal farro all'orzo fino all'avena, questa linea propone adesso anche dei ravioli a base di farne alternative, che soddisfano il palato strizzando l'occhio verso chi desidera sperimentare mangiando sano e bene. Pacchiusi in un soffice sciroppo di miele, i cereali multigrano di Buitoni - il sapere unico degli

asparagi incontra il gusto deciso e sapiente del Grana Padano Dop, per un risultato equilibrato e sorprendente. Pronti in soli 4 minuti, nel comodo e pratico formato con doppia porzione, i Ravioli ai 5 Cereali agli Asparagi e Grana Padano Dop va ad ampliare la gamma che già conta le gustose varianti Stracchino e Prosciutto Crudo e Ricotta ed Erbori, due ripieni sempre più attenti al gusto e alla salute. I ravioli ai 5 Cereali e Grana Padano Dop, disponibili in tutti i supermercati e nei mercati al prezzo consigliato di € 2,19.

**Luciana Mosconi, è ora di puntare
sul premium**

È la seconda marca nel mercato della pasta all'uovo secca, con una quota del 16% a valore e interessanti trend di crescita. Ma nei punti del pastificio marchigiano adesso c'è anche l'ingresso di una nuova linea di prodotti, la stessa storia della già consolidata da tempo. "Prima di tutto la qualità - illustra

Marcello Pennazzi, Amministratore Delegato del Pastificio Luciana Mosconi - Puntiamo infatti su un posizionamento premium. A mio avviso, in questi anni il comparto della pasta fresca si è appiattito secondo una logica squisitamente industriale. Crediamo, dunque, che sia possibile avvicinare i consumatori attraverso la riscoperta del fatto in casa, con proposte non gourmet ma basate

sul ripieno della tradizione e su sfoglie per lasagne e tagliatelle. Al centro del nostro piano c'è il nuovo modernissimo stabilimento di Ancona, dedicato alla categoria, e un focus su grano duro e semola di grano duro, prodotti che sono i protagonisti italiani. Gli impasti per i ripieni sono preparati con carni scelte da allevamenti italiani. Parmigiano Reggiano 2024 mesi. Le ricette, inoltre, non contengono glutammato, aromi artificiali e conservanti aggiunti. Un'altra peculiarità è il packaging semplice e parlante, che evidenzia il contenuto dei prodotti e le loro caratteristiche. Intanto, nell'ultimo trimestre di quest'anno saremo on air con una campagna di spot riguardanti la pasta fresca".

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Maggio 2018



Il Gruppo Fini fra tradizione e innovazione

Durante Cibus 2018, l'azienda emiliana ha presentato numerose novità che vedono protagonisti i brand Fini pasta fresca e Le Conserve della Nonna

10

Maggio
2018

Il Gruppo ha approfittato di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.

Per la pasta fresca Fini, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium I Granripieni, è stata ampliata con due nuove referenze. Da alcune settimane sono disponibili a scaffale i Ravioli Salsiccia e Funghi. In anteprima è stata presentata la prima referenza di pasta fresca integrale: i Ravioli Patate e Rosmarino caratterizzati da una sfoglia integrale ottenuta soltanto con semola e acqua. Inoltre, la gamma di base Gli Autentici si presenta con ricette migliorate e nuove confezioni.



Per Le Conserve della Nonna Cibus è stata l'occasione per il lancio del nuovo marchio e del restyling del packaging, frutto di mesi di collaborazione con l'istituto di ricerche IPSO. Presso lo stand anche l'ultima novità a scaffale: la linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna. Quest'anno, presso l'Innovation Corner, tra i prodotti più innovativi del 2018 figurava anche la crema Pere e Cacao della linea Gusto&Equilibrio di Le Conserve della Nonna.

La tematica centrale che ha guidato il Gruppo Fini durante la manifestazione è stata quella della responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuta fondamentale dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Maggio 2018

in_ formare

Cibus Innovation Corner

La 19ª edizione del Salone Internazionale dell'Alimentazione sarà ricordata come la fiera delle novità

14
Maggio
2018

Il 7 maggio, giorno di apertura della rassegna è stato inaugurato il *Cibus Innovation Corner*, presso il nuovo padiglione 4.1, destinato ad ospitare una selezione dei 100 prodotti più innovativi fra quelli presentati alla manifestazione. Inoltre sono stati tenuti dibattiti sui trend e sulle dinamiche di innovazione del food. L'Innovation Corner è la testimonianza di come l'industria agroalimentare stia virando sempre più verso le nuove tendenze.

Le esigenze dei consumatori richiedono a tutti gli attori della filiera di operare in termini di innovazione e sostenibilità, con una forte attenzione alla salute e al benessere. Seguendo questo trend, i prodotti esposti nell'Innovation corner facevano capo alle linee *vegetarian*, *vegan*, *gluten free*, *lactose free*, *sugar free* e *lower-fat*.

L'approccio strategico dell'industria alimentare è sempre maggiormente orientato alla reinterpretazione della tradizione gastronomica italiana. In questo senso sono stati presentati i prodotti che, pur rispettando la tradizione, esulano dalle metodologie classiche di produzione o consumo.

Le principali innovazioni

Il **brodo vegetale** biologico si arricchisce di spezie orientali (Cannamela), la **stracciatella** diventa snack grazie al suo nuovo packaging (Capurso).

Le **bowls** di cereali stringono nuove amicizie con il pesce (Medusa) e le **uova** bio, sia i tuorli sia gli albumi, vengono presentate nelle nuove confezioni svita-avvita (Eurovo).

L'**aceto**, grande protagonista della tavola italiana, cambia *modus operandi*: il balsamico si grattugia grazie alla sfera di Modena IGP (Acetaia Terra del Tuono); quello di mele, non filtrato e non pastorizzato, si beve al mattino con il miele (Acetificio Marcello De Nigris). Inoltre, opportunamente mixato con frutta e mosti d'uva, diventa una bibita, proposta in nove varietà (Acetum). E ancora, aromatizzato risulta molto più versatile (Acetum); con l'aggiunta di mosto d'uva e semi di senape diventa un nuovo condimento (Società Agricola Modena).



I **legumi**, trasformati in fiocchi, diventano uno snack (Colfiorito) e il **riso venere** viene servito come una bevanda priva di lattosio, glutine e senza zuccheri aggiunti (Riso Gallo). I **ceci** diventano la base di produzione per il couscous (Sipa International), per gli snack (Valledoro - Probios) e per la pasta secca (Rummo).

Il **dado** viene sostituito da vegetali biologici essiccati che si reidratano in acqua (Taflò) e i "formaggini" diventano uno snack vegetale a base di pomodoro e olio d'oliva (Prealpi). La **maionese** viene presentata nella sua versione vegetale (Bonomelli) e in quella **vegan** biologica arricchita con curcuma e zenzero (Il Nutrimento).

Il **kiki**, potenziale sostituto della pasta e del riso, viene presentato nella variante a base di lenticchie rosse e in quella a base di ceci (Farmo).

Sempre sul filone della reinterpretazione della tradizione gastronomica italiana, le **paste ripiene** sono state presentate con semole integrali, senza uova e con ingredienti biologici (Fini Modena - Pastificio Rana).

Le **paste secche**, invece, hanno subito un'innovazione più forte: dalla pasta al caffè Kimbo (La Fabbrica della Pasta di Gragnano) ai paccherini alla frutta (Rustichella d'Abruzzo). Gli **gnocchi**, passati alla grattugia, vengono realizzati con patate cotte al vapore e barbabietole (Master).

I **sughi pronti** si arricchiscono di bietole biologiche (Puma Conserve) e le **uova di quaglia**, insieme al tartufo sia bianco sia nero, vengono proposte come antipasto pronto (Tartuflanghe).

La **quinoa** assume una connotazione dolce presentandosi come dessert (Viru) e la zucca potimarron diventa una crema arricchita dalle castagne (Del Santo).



Non sono mancate le spinte innovative per i prodotti semilavorati, cercando di contenere lo spreco degli **imballaggi**: crema di ricotta surgelata in *sac à poche* disponibile in vari gusti (Ricocream Cozzo), il fior di mozzarella in *crumble* (Granarolo) e l'nduja calabrese pronta per il dosaggio, anch'essa, in *sac à poche* (Mado). Si è anche cercato di ovviare al problema dei **coloranti alimentari** producendo referenze sia secche sia umide del tutto naturali, derivanti esclusivamente da frutta e verdura (Molini Spigadoro).

M.P.

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Maggio 2018



Web Marketing Festival 2018: perchè non potete proprio perderlo

il 21, 22 e 23 giugno a Rimini arriva l'evento sull'innovazione digitale

Dal 21 al 23 giugno Rimini accoglie la 6ª edizione del **WMF**, l'evento più completo sulla formazione digitale, 3 giorni di formazione, business opportunity, musica, talk ispirazionali, dibattiti e intrattenimento.

Quest'anno, noi di **iFood**, siamo media partner dell'evento, che vedrà un programma interamente dedicato al food, ecco solo alcuni dei temi trattati nei tre giorni e che proprio non potete perdere se, come noi siete food-addicted o food blogger:



22 giugno 16.10:

Motta e i social: buttati, che è morbido (forse), con Alberto Raselli e Monica Brosadola (Motta):

Motta e i suoi claim sono ormai un must, come non ricordare "Me lo merito io, Buondi, Buondi Motta" e "La morale è sempre quella, fai merenda con Girelli" ognuno di noi da bambino avrà sentito (e ripetuto) questo slogan non si quante volte.

Recentemente è tornata sulla scena comunicativa scegliendo i canali più vicini ai suoi consumatori, social, blogger, personaggi più o meno famosi, riuscendo a mantenere la personalità e la coerenza ma coinvolgendo gli utenti del web con il tono scherzoso e irriverente che ha sempre contraddistinto l'azienda, ammettendo che piaccia o no, l'ultimo spot dei buondi con la bimba e l'asteroide è semplicemente geniale.

caratteristici di Modena, all'interno del fotoromanzo i prodotti del gruppo Fini compaiono ovviamente come product placement e non come focus principale, proprio per non distogliere l'attenzione dalle avventure della sfortunata e un po' confusa Matilde.

22 giugno 17.10

Instagram non è fotografia ma storytelling: la case history #aModenaStory, con Francesco Mattucci (Garage Raw) e Valentina Lanza (Gruppo Fini)

Chi segue il profilo "Non Solo Buono" su Instagram avrà certo notato

"aModenaStory, il primo fotoromanzo a puntate che nasce dalla proposta dell'agenzia Garage Raw per il Gruppo Fini Modena.

Viene raccontata la storia di Matilde e delle sue vicissitudini, tra fidanzati scomparsi e misteriosi coinquilini, il tutto è ambientato nei luoghi più

Una trama che ricalca il romanzo rosa d'appendice, un remake dei vecchi fotoromanzi con la divisione in episodi e l'attesa per conoscere gli sviluppi della storia, ma con il quid in più del popolo di Instagram, incline all'interazione, i follower si confrontano tra di loro sulle teorie più disparate "chi sarà il misterioso osservatore?" "Sarà veramente innamorato?" tifano per un personaggio o per l'altro, proprio come accade sotto il profilo dei più noti influencer.

22 Giugno 18.10

Food photography: come realizzare fotografie di cibo professionali a prova di social con Samuela Conti

Non devo certo spiegarvi l'importanza di belle immagini e dei social, per chi fa del food la sua mission di vita, attraverso i social e le immagini veicoliamo la nostra visione del cibo, grazie a questo intervento potrete acquisire le competenze tecniche ed artistiche di base per la realizzazione di foto di cibo da utilizzare per la promozione del vostro brand su siti, blog e social.

Verranno trattati i principi della food photography, ma anche l'importanza del set, delle luci e dei colori, insomma si tratterà l'argomento a 360°, uno speech ideale per chi è un semplice appassionato di food photography, ma anche per chi ci lavora giornalmente.



Per tutti i lettori di iFood abbiamo un incentivo in più a partecipare, potrete iscrivervi al WMF, fino al **20 giugno**, al **prezzo scontato** di 99 euro, invece che 249, solo inserendo il codice sconto **"wmfmedia18"** nell'apposito spazio in fase di acquisto, non avete più scuse, ci vediamo a Rimini!



RASSEGNA STAMPA INTERNET

Alcuni link potrebbero risultare non attivi in quanto pubblicazioni a carattere temporaneo.

Maggio 2018

Italia a Tavola

PROFESSIONI ATTREZZATURE ALIMENTI OLIO VINO BIRRA BEVANDE SALUTE LOCALI EVENTI TURISMA
LA SQUADRA NETWORK ABBONAMENTI CONTATTI EURO-TOQUES PARTNER CERCA PER CODICE

HOME ALIMENTI **TENDENZE + MERCATO**



di Marco Di Giovanni

Pasta Fini e Le Conserve della Nonna Nuove proposte, dal gusto tutto emiliano

Pubblicato il 25 Maggio 2018 | 15:51



laT Italia a Tavola

Da una parte il brand di pasta fresca Fini, dall'altro l'azienda alimentare Le Conserve della Nonna: questa offerta del Gruppo Fini, che a Cibus 2018 ha portato una gamma consolidata e ampliata. Alla base dell'offerta dell'azienda emiliana, come sempre la sinergia fra tradizione italiana e innovazione del mercato contemporaneo.



Già lo stand, di grande impatto, con uno spazio di oltre 100 mq e dotato di una cucina sempre operativa e show cooking dal vivo, ha attratto a sé numerosi operatori del settore, curiosi di scoprire quelle che sono le novità del 2018 del Gruppo.



Per quanto riguarda la **Pasta fresca Fini**, si parla di evoluzione a tutto tondo: la linea premium "I Gran ripieni", sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due referenze, sempre incentrate attorno ai valori del Made in Italy, gusto e genuinità. Si tratta dei Ravioli Salsiccia e Funghi, ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana, e Ravioli Patate e Rosmarino, un'anteprima in occasione della fiera, la prima referenza di pasta fresca integrale, dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere. Cambia look invece la gamma di base "Gli Autentici", con ricette migliorate e nuove confezioni.



Un nuovo marchio e un nuovo packaging invece per **Le Conserve della Nonna**, una rivoluzione che è frutto di mesi di collaborazione con l'Istituto di ricerche Ipsos per far sì che le confezioni fossero sempre più riconoscibili dal consumatore finale. Ma anche qui una novità importante: la linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna. Ha fatto invece il suo ingresso nello spazio Cibus Innovation Corner, e ovviamente nelle tavole degli italiani, tra i prodotti più innovativi del 2018, la crema Pere e Cacao della linea Gusto&Equilibrio di Le Conserve della Nonna, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.



Entrando più nello specifico de Le Conserve della Nonna, «la gamma di sughi presenta anche nuove ricette che introdurremo nei prossimi mesi sul mercato - ha spiegato Andrea Ghia, amministratore delegato Gruppo Fini - mentre la linea, lanciata qualche mese fa, di nuove confetture conta delle referenze nutrizionalmente certificate, che contengono come ingredienti le fave di cacao».



«Fini, fondata nel 1912, e Le Conserve della Nonna, del 1974, sono due marchi che si posizionano in una fascia medio-alta del mercato - conclude l'ad - sono due ambasciatori dell'eccellenza italiana agroalimentare. Un comun denominatore, questo, per i due marchi, legati anche dall'emilianità: Fini nasce a Modena, città natale della pasta fresca ripiena, mentre Le Conserve della Nonna a Ravenna, a pochi chilometri da Modena».



Con questi presupposti è facile vedere nei prodotti dai più tradizionali ai più innovativi una stessa e costante mission aziendale: «Tenere radicati i valori e la proposta dei nostri marchi al territorio».

Per informazioni:
gruppo.fini.it
nonsolobuono.it/fini
nonsolobuono.it/conserve-della-nonna



Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.

Maggio 2018

comunicati.net

Home » Aziende » Alimentari

Il Gruppo Fini a CIBUS 2018

04/mag/2018 17:42:05 Borderline Agency [Contatta l'autore](#)

L'azienda emiliana torna al Salone Internazionale dell'Alimentazione per rappresentare come sempre il connubio tra la tradizione italiana e l'innovazione del mercato contemporaneo

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano **Paladin Capital Partners**, titolare dei marchi **Fini**, brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912, e **Le Conserve della Nonna**, storica azienda alimentare italiana, torna ad incontrare il pubblico italiano e internazionale in occasione di **CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione** che si terrà a Parma dal 7 al 10 maggio, appuntamento imperdibile per i protagonisti della Food Industry.

L'azienda emiliana sarà presso il **Padiglione 3, Stand G14**, con uno spazio di oltre 100 mq dotato di una cucina sempre operativa e **show cooking dal vivo**, con la possibilità di offrire assaggi di primi piatti con la pasta fresca Fini e ricette realizzate con i prodotti Le Conserve della Nonna.

Il Gruppo approfitta di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.

Per la **pasta fresca Fini**, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium **"I Granripieni"**, sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due nuove referenze create per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e genuinità da parte dei consumatori. Da alcune settimane sono presenti sullo scaffale i **Ravioli Salsiccia e Funghi**, una ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana. In anteprima a Cibus verrà presentata anche la prima referenza di pasta fresca integrale, i **Ravioli Patate e Rosmarino**: un primo dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere.

Inoltre, in occasione della manifestazione verrà presentata al pubblico e al mercato la nuova immagine della gamma di base **"Gli Autentici"**, con ricette migliorate e nuove confezioni.

Per **Le Conserve della Nonna** Cibus è l'occasione per il lancio del **nuovo marchio** e del **restyling del packaging**, frutto di mesi di collaborazione con l'istituto di ricerche IPSOS per l'analisi del posizionamento del brand e della riconoscibilità delle confezioni. Presso lo stand sarà anche possibile assaggiare l'ultima novità a scaffale: la **linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna**, proposta innovativa e dall'elevato contenuto di servizio. Quest'anno, presso lo spazio **Cibus Innovation Corner**, nel Padiglione 4.1, tra i prodotti più innovativi del 2018 è presente anche la **crema Pere e Cacao** della linea **Gusto&Equilibrio** di Le Conserve della Nonna, una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.

Infine, dalle 14 alle 16 del 7 maggio, il Gruppo Fini promuove il convegno dal titolo **"La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale"**, temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti fondamentali dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

A Cibus il Gruppo Fini torna per riaffermare l'identità distintiva dei due marchi che rappresentano la grande tradizione - emiliana e italiana - e la capacità di innovare nel rispetto della qualità per la soddisfazione del consumatore contemporaneo.

<http://www.nonsolobuono.it>

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.

Maggio 2018

Il Gruppo Fini a CIBUS 2018

May

7
2018**Matteo Barboni**

L'azienda emiliana torna al Salone Internazionale dell'Alimentazione per rappresentare come sempre il connubio tra la tradizione italiana e l'innovazione del mercato contemporaneo

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, titolare dei marchi Fini, brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912, e Le Conserve della Nonna, storica azienda alimentare italiana, torna ad incontrare il pubblico italiano e internazionale in occasione di CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione che si terrà a Parma dal 7 al 10 maggio, appuntamento imperdibile per i protagonisti della Food Industry.

L'azienda emiliana sarà presso il Padiglione 3, Stand G14, con uno spazio di oltre 100 mq dotato di una cucina sempre operativa e show cooking dal vivo, con la possibilità di offrire assaggi di primi piatti con la pasta fresca Fini e ricette realizzate con i prodotti Le Conserve della Nonna.

Il Gruppo approfitta di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.

Per la pasta fresca Fini, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium "I Granripieni", sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due nuove referenze create per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e genuinità da parte dei consumatori. Da alcune settimane sono presenti sullo scaffale i Ravioli Salsiccia e Funghi, una ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana. In anteprima a Cibus verrà presentata anche la prima referenza di pasta fresca integrale, i Ravioli Patate e Rosmarino: un primo dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere.

Inoltre, in occasione della manifestazione verrà presentata al pubblico e al mercato la nuova immagine della gamma di base "Gli Autentici", con ricette migliorate e nuove confezioni.

Per Le Conserve della Nonna Cibus è l'occasione per il lancio del nuovo marchio e del restyling del packaging, frutto di mesi di collaborazione con l'istituto di ricerche IPSOS per l'analisi del posizionamento del brand e della riconoscibilità delle confezioni. Presso lo stand sarà anche possibile assaggiare l'ultima novità a scaffale: la linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna, proposta innovativa e dall'elevato contenuto di servizio. Quest'anno, presso lo spazio Cibus Innovation Corner, nel Padiglione 4.1, tra i prodotti più innovativi del 2018 è presente anche la crema Pere e Cacao della linea Gusto&Equilibrio di Le Conserve della Nonna, una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.

Infine, dalle 14 alle 16 del 7 maggio, il Gruppo Fini promuove il convegno dal titolo "La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale", temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti fondamentali dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato. A Cibus il Gruppo Fini torna per riaffermare l'identità distintiva dei due marchi che rappresentano la grande tradizione - emiliana e italiana - e la capacità di innovare nel rispetto della qualità per la soddisfazione del consumatore contemporaneo.

Link:<http://www.nonsolobuono.it>

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.

Maggio 2018

AREA-PRESS.EU

COMUNICATI STAMPA & PRESS RELEASE

Il Gruppo Fini a CIBUS 2018

Posted on 8 maggio 2018 by Borderline Agency

L'azienda emiliana torna al Salone Internazionale dell'Alimentazione per rappresentare come sempre il connubio tra la tradizione italiana e l'innovazione del mercato contemporaneo

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, titolare dei marchi **Fini**, brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912, e **Le Conserve della Nonna**, storica azienda alimentare italiana, torna ad incontrare il pubblico italiano e internazionale in occasione di **CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione** che si terrà a Parma dal 7 al 10 maggio, appuntamento imperdibile per i protagonisti della Food Industry.

L'azienda emiliana sarà presso il **Padiglione 3, Stand G14**, con uno spazio di oltre 100 mq dotato di una cucina sempre operativa e **show cooking dal vivo**, con la possibilità di offrire assaggi di primi piatti con la pasta fresca Fini e ricette realizzate con i prodotti Le Conserve della Nonna.

Il Gruppo approfitta di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.

Per la **pasta fresca Fini**, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium **"I Granripieni"**, sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due nuove referenze create per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e genuinità da parte dei consumatori. Da alcune settimane sono presenti sullo scaffale i **Ravioli Salsiccia e Funghi**, una ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana. In anteprima a Cibus verrà presentata anche la prima referenza di pasta fresca integrale, i **Ravioli Patate e Rosmarino**: un primo dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere.

Inoltre, in occasione della manifestazione verrà presentata al pubblico e al mercato la nuova immagine della gamma di base **"Gli Autentici"**, con ricette migliorate e nuove confezioni.

Per **Le Conserve della Nonna** Cibus è l'occasione per il lancio del **nuovo marchio** e del **restyling del packaging**, frutto di mesi di collaborazione con l'istituto di ricerche IPSOS per l'analisi del posizionamento del brand e della riconoscibilità delle confezioni. Presso lo stand sarà anche possibile assaggiare l'ultima novità a scaffale: la **linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna**, proposta innovativa e dall'elevato contenuto di servizio. Quest'anno, presso lo spazio **Cibus Innovation Corner**, nel Padiglione 4.1, tra i prodotti più innovativi del 2018 è presente anche la **crema Pere e Cacao** della linea **Gusto&Equilibrio** di Le Conserve della Nonna, una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.

Infine, dalle 14 alle 16 del 7 maggio, il Gruppo Fini promuove il convegno dal titolo **"La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale"**, temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti fondamentali dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

A Cibus il Gruppo Fini torna per riaffermare l'identità distintiva dei due marchi che rappresentano la grande tradizione – emiliana e italiana – e la capacità di innovare nel rispetto della qualità per la soddisfazione del consumatore contemporaneo.

www.nonsolobuono.it

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.

Maggio 2018

Comunicati stampa

Ogni giorno tutte le informazioni aggiornate dal Web. Richiedi gratuitamente la pubblicazione del tuo comunicato.



Ti trovi su: [Home](#) » [Weblog](#) » [Gastronomia](#) » [Blog article: Il Gruppo Fini a CIBUS 2018](#)

Il Gruppo Fini a CIBUS 2018

19 maggio 2018 da  Borderline Agency

L'azienda emiliana torna al Salone Internazionale dell'Alimentazione per rappresentare come sempre il connubio tra la tradizione italiana e l'innovazione del mercato contemporaneo

Il **Gruppo Fini SpA**, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano **Paladin Capital Partners**, titolare dei marchi **Fini**, brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912, e **Le Conserve della Nonna**, storica azienda alimentare italiana, torna ad incontrare il pubblico italiano e internazionale in occasione di **CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione** che si terrà a Parma dal 7 al 10 maggio, appuntamento imperdibile per i protagonisti della Food Industry.

L'azienda emiliana sarà presso il **Padiglione 3, Stand G14**, con uno spazio di oltre 100 mq dotato di una cucina sempre operativa e **show cooking dal vivo**, con la possibilità di offrire assaggi di primi piatti con la pasta fresca Fini e ricette realizzate con i prodotti Le Conserve della Nonna.

Il Gruppo approfitta di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.

Per la **pasta fresca Fini**, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium **"I Granripieni"**, sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due nuove referenze create per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e genuinità da parte dei consumatori. Da alcune settimane sono presenti sullo scaffale i **Ravioli Salsiccia e Funghi**, una ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana. In anteprima a Cibus verrà presentata anche la prima referenza di pasta fresca integrale, i **Ravioli Patate e Rosmarino**: un primo dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere.

Inoltre, in occasione della manifestazione verrà presentata al pubblico e al mercato la nuova immagine della gamma di base **"Gli Autentici"**, con ricette migliorate e nuove confezioni.

Per **Le Conserve della Nonna** Cibus è l'occasione per il lancio del **nuovo marchio** e del **restyling del packaging**, frutto di mesi di collaborazione con l'Istituto di ricerche IPSOS per l'analisi del posizionamento del brand e della riconoscibilità delle confezioni. Presso lo stand sarà anche possibile assaggiare l'ultima novità a scaffale: la **linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna**, proposta innovativa e dall'elevato contenuto di servizio. Quest'anno, presso lo spazio **Cibus Innovation Corner**, nel Padiglione 4.1, tra i prodotti più innovativi del 2018 è presente anche la **crema Pere e Cacao** della linea **Gusto&Equilibrio** di Le Conserve della Nonna, una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.

Infine, dalle 14 alle 16 del 7 maggio, il Gruppo Fini promuove il convegno dal titolo "La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale", temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti fondamentali dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

A Cibus il Gruppo Fini torna per riaffermare l'identità distintiva dei due marchi che rappresentano la grande tradizione - emiliana e italiana - e la capacità di innovare nel rispetto della qualità per la soddisfazione del consumatore contemporaneo.

www.nonsolobuono.it

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Maggio 2018

JOY Free Press

Diamo voce ai tuoi pensieri con comunicati di pubblica utilità

Comunicati generici Il Gruppo Fini a CIBUS 2018

Il Gruppo Fini a CIBUS 2018

4 Mag 2018 | Comunicati generici Tags: Cibus 2018 Gruppo Fini Le Conserve della Nonna made in Italy

L'azienda emiliana torna al Salone Internazionale dell'Alimentazione per rappresentare come sempre il connubio tra la tradizione italiana e l'innovazione del mercato contemporaneo

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, titolare dei marchi Fini, brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912, e Le Conserve della Nonna, storica azienda alimentare italiana, torna ad incontrare il pubblico italiano e internazionale in occasione di CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione che si terrà a Parma dal 7 al 10 maggio, appuntamento imperdibile per i protagonisti della Food Industry.

L'azienda emiliana sarà presso il Padiglione 3, Stand G14, con uno spazio di oltre 100 mq dotato di una cucina sempre operativa e show cooking dal vivo, con la possibilità di offrire assaggi di primi piatti con la pasta fresca Fini e ricette realizzate con i prodotti Le Conserve della Nonna.

Il Gruppo approfitta di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.

Per la pasta fresca Fini, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium "I Granripieni", sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due nuove referenze create per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e genuinità da parte dei consumatori. Da alcune settimane sono presenti sullo scaffale i Ravioli Salsiccia e Funghi, una ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana. In anteprima a Cibus verrà presentata anche la prima referenza di pasta fresca integrale, i Ravioli Patate e Rosmarino: un primo dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere.

Inoltre, in occasione della manifestazione verrà presentata al pubblico e al mercato la nuova immagine della gamma di base "Gli Autentici", con ricette migliorate e nuove confezioni.

Per Le Conserve della Nonna Cibus è l'occasione per il lancio del nuovo marchio e del restyling del packaging, frutto di mesi di collaborazione con l'istituto di ricerche IPSOS per l'analisi del posizionamento del brand e della riconoscibilità delle confezioni. Presso lo stand sarà anche possibile assaggiare l'ultima novità a scaffale: la linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna, proposta innovativa e dall'elevato contenuto di servizio. Quest'anno, presso lo spazio Cibus Innovation Corner, nel Padiglione 4.1, tra i prodotti più innovativi del 2018 è presente anche la crema Pere e Cacao della linea Gusto&Equilibrio di Le Conserve della Nonna, una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.

Infine, dalle 14 alle 16 del 7 maggio, il Gruppo Fini promuove il convegno dal titolo "La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale", temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti fondamentali dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

A Cibus il Gruppo Fini torna per riaffermare l'identità distintiva dei due marchi che rappresentano la grande tradizione - emiliana e italiana - e la capacità di innovare nel rispetto della qualità per la soddisfazione del consumatore contemporaneo.

www.nonsolobuono.it



01. Giu 2018
Invio Comunicati Sta

Home
Chi Siamo
Nuov

Il Gruppo Fini a CIBUS 2018

Scritto da [BorderlineAgency](#) il 6 maggio 2018. Pubblicato in [Alimentari e Bevande](#), [Aziende](#)

L'azienda emiliana torna al Salone Internazionale dell'Alimentazione per rappresentare come sempre il connubio tra la tradizione italiana e l'innovazione del mercato contemporaneo

Il **Gruppo Fini SpA**, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, titolare dei marchi **Fini**, brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912, e **Le Conserve della Nonna**, storica azienda alimentare italiana, torna ad incontrare il pubblico italiano e internazionale in occasione di **CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione** che si terrà a Parma dal 7 al 10 maggio, appuntamento imperdibile per i protagonisti della Food Industry.

L'azienda emiliana sarà presso il **Padiglione 3, Stand G14**, con uno spazio di oltre 100 mq dotato di una cucina sempre operativa e **show cooking dal vivo**, con la possibilità di offrire assaggi di primi piatti con la pasta fresca Fini e ricette realizzate con i prodotti Le Conserve della Nonna.

Il Gruppo approfitta di Cibus per presentare a tutti i protagonisti della filiera le numerose novità del 2018.

Per la **pasta fresca Fini**, evoluzione a tutto tondo: novità di prodotto e di identità. La linea premium **"I Granripieni"**, sull'onda del successo ottenuto nel 2017, è stata ulteriormente ampliata con due nuove referenze create per rispondere sempre meglio alle richieste di gusto e genuinità da parte dei consumatori. Da alcune settimane sono presenti sullo scaffale i **Ravioli Salsiccia e Funghi**, una ricetta che celebra i gusti tipici della gastronomia italiana. In anteprima a Cibus verrà presentata anche la prima referenza di pasta fresca integrale, i **Ravioli Patate e Rosmarino**: un primo dal sapore intenso, ricco e rustico, all'insegna del benessere.

Inoltre, in occasione della manifestazione verrà presentata al pubblico e al mercato la nuova immagine della gamma di base **"Gli Autentici"**, con ricette migliorate e nuove confezioni.

Per **Le Conserve della Nonna** Cibus è l'occasione per il lancio del **nuovo marchio** e del **restyling del packaging**, frutto di mesi di collaborazione con l'Istituto di ricerche IPSOS per l'analisi del posizionamento del brand e della riconoscibilità delle confezioni. Presso lo stand sarà anche possibile assaggiare l'ultima novità a scaffale: la **linea di zuppe e le vellutate Le Conserve della Nonna**, proposta innovativa e dall'elevato contenuto di servizio. Quest'anno, presso lo spazio **Cibus Innovation Corner**, nel Padiglione 4.1, tra i prodotti più innovativi del 2018 è presente anche la **crema Pere e Cacao** della linea **Gusto&Equilibrio** di Le Conserve della Nonna, una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.

Infine, dalle 14 alle 16 del 7 maggio, il Gruppo Fini promuove il convegno dal titolo **"La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale"**, temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti fondamentali dalla realtà emiliana, ancora prima che il trend salutistico diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

A Cibus il Gruppo Fini torna per riaffermare l'identità distintiva dei due marchi che rappresentano la grande tradizione – emiliana e italiana – e la capacità di innovare nel rispetto della qualità per la soddisfazione del consumatore contemporaneo.

www.nonsolobuono.it

RASSEGNA
STAMPA
TELEVISIVA

Maggio 2018



50

Osservatorio Cibus IL FENOMENO FOOD

Italia da esportazione, la ripresa è sul piatto

Cresce l'export dell'alimentare e in testa ci sono Russia, Cina, Spagna.
Mentre i consumatori chiedono informazione di qualità su ciò che mangiano
A Parma va in scena la virata del settore. Dazi di Trump permettendo

di Irene Consigliere

Prosegue la corsa dell'alimentare italiano: il cibo sempre più sotto i riflettori. Secondo l'ultima edizione della Censis compilata da Federalimentare («Mangiano informati: come gli italiani scelgono cibo buono e sicuro», 2017), il 99,9% degli italiani adulti e il 93% dei giovani, conosce, parla e si appassiona di cibo. Non solo. Da un'altra analisi del Censis emerge che sempre di più i consumatori chiedono informazione di qualità: in particolare i tre quarti (78,7%) della popolazione italiana maggiorenne (e 79,4% del Millennials, compresi fra i 18 e i 34 anni) «informa prima di acquistare un alimento. Il 57% lo fa tramite siti web e seguono questo comportamento il 74,3% del Millennials «informati» mentre il 35,5% usa i motori di ricerca (il 39,9% del Millennials considerati). In parallelo cresce l'industria alimentare, con un fatturato che nel 2017 in Italia ha raggiunto i 137 miliardi di euro (+3,8% dall'anno precedente (dati Federalimentare).

E con questi risultati che debutta Cibus 2018, a Parma da oggi, lunedì 7 maggio, a giovedì 10. All'esposizione di riferimento del settore, organizzata da Fiere di Parma e Federalimentare presiede rispettivamente da Antonio Cellio e Luigi Pio Scandavaglia, saranno presentate le novità debutterà anche l'Osservatorio Alimentare, una piattaforma digitale dedicata al comparto agroalimentare italiano. Uno spazio di approfondimento scientifico per cittadini e giornalisti sul come ci si nutre.

Oltreconfina

Alcuna più significativo è l'incremento dell'export a +6,3%, con un valore di 32 miliardi di euro. La destinazione principale è l'Europa, ma crescono gli Usa, l'Asia, soprattutto Cina, Hong Kong, Co-



Federalimentare
Il presidente Luigi Pio Scandavaglia, che è anche coo di Instac

rea del Sud, Thailandia e Taiwan. Con i consumi alimentari ancora deboli in Italia, le esportazioni quindi diventano sempre più strategiche. Crescono infatti in tutti i Paesi, ma si registra in particolare un recupero di Russia, Spagna e Sud America mentre si mantiene estremamente sostenuta la crescita in Nord America e in Asia.

I mercati

Tra i primi venti mercati, le performance più vistose sono state registrate, nell'ordine, a dispetto dell'embarago, dalla Russia, con un tasso del +18%, e poi dalla Cina, più 16%, seguita da Spagna (+16%) e Polonia (+15%). I prodotti che si

sono comportati meglio anche nel 2017 sono formaggi, salumi, dolci e spumanti, ma hanno mostrato tassi di sviluppo interessanti le anche le farine specialità, i preparati gastronomici e dietetici, i distillati e le acque minerali.

Il futuro

E quali sono le prospettive per il futuro? Nonostante il consumatore resti prudente e concentrato soprattutto sui segmenti low cost e premium, sacrificando la fascia intermedia, per il 2018 predomina un crollo ottimismo. L'export dovrebbe mantenere lo stesso trend di crescita del 2017 a +5/6%. Le vendite alimentari interne, infine, potrebbero assistere finalmente a una marginale ripresa in volume e valore, associandosi ai progressi di produzione ed export. Per la prima volta quindi tutti i principali parametri potrebbero mostrare in varia misura, senza eccezioni, dinamiche positive.

Ma qual è ora il principale obiettivo dell'industria alimentare? Prima di tutto la promozione del modello italiano delle sue ricche proposte enogastronomiche sui mercati del mondo. Entro il 2020 gli altri due traguardi da raggiungere sono: una quota export di 50 miliardi (dati 35 miliardi del 2017) e un incremento dell'export del 10% (dati 12% del 2017). Tra gli ostacoli alla crescita vi sono ancora fenomeni della confusione, degli inasprimenti daziari decisi dall'amministrazione Trump oltre che all'embarago su un mercato strategico come quello russo. In conclusione bisogna quindi tenere conto anche della vulnerabilità del food & beverage, oltre che delle sue potenzialità.



L'EVENTO

Chef al lavoro sui prodotti innovativi

Questa edizione di Cibus, a Parma dal 7 al 10 maggio, sarà speciale perché il governo uscente ha definito il 2018 l'Anno del cibo e ha posto tra gli obiettivi la crescita produttiva e l'esportazione del made in Italy. Al fenomeno, organizzato da Fiere di Parma e Federalimentare, saranno presenti 3.100 espositori (100 in più rispetto al 2017).

Sono altri 80 mila visitatori professionali, dei quali il 20% dell'estero e tra questi 2.500 top buyer. Mille i nuovi prodotti esposti (i nomi sul sito www.cibus.it) e una selezione dei 100 più innovativi sarà esposta nel Cibus Innovation Corner, una nuova area.

Vetrine

Antonio Cellio, amministratore delegato di Fiere di Parma che organizza Cibus con Federalimentare, mille nuovi prodotti



Cresce il numero degli chef che cucineranno i nuovi prodotti per la degustazione dei visitatori, sia nei singoli stand che nelle Food Court dedicate ai chef tipici regionali. Mentre la gamma degli alimenti a denominazione d'origine sarà esposta dal Consorzio di tutela nell'ambito di Alce, l'Associazione italiana consorzi indicatori geografici.

Diversi i convegni, gli incontri e laboratori previsti per approfondire le novità dell'industria agroalimentare italiana. Alcuni appuntamenti: il 7 maggio, nel contesto World Food Forum, si terrà l'evento «Food & evolution made in Italy: Making the best better». Il 9 maggio «Le nuove frontiere del Food: che cosa chiede il consumatore e dove si muove l'innovazione» e il 9 maggio «Cibus 2018: Come comprenderlo, come prepararlo, cosa mangeremo (GdoWeek Market)». Il 10 maggio sarà invece la volta di «Next generation chefs» a cura di Alma, scuola internazionale di cucina italiana.

I.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I casi

Formaggi, ravioli e zuppe bio: gli stand del buono

Con l'export alimentare in aumento, le aziende si danno da fare per presentare novità appetibili (è il caso di Dario) per il mercato straniero. Così a Cibus, il salone internazionale dell'alimentazione, si muove per esempio fra i 3.100 espositori il consorzio del Grana padano, che con oltre 4 milioni e 900 mila forme è la Dop più consumata al mondo e si presenterà in questa occasione in sinergia con la Mozzarella Bufala Campana.

«Nel 2017 Grana padano ha registrato un nuovo record produttivo di 4 milioni 942 mila 54 forme, l'1,7% in più rispetto all'anno precedente — dice il presidente, Nicola Cesare Baldrighi —. È una tenden-

za che trova importanti riscontri anche nell'export. Qui la crescita, rispetto al 2016, è stata del 2,4% pari a un milione 799 mila 227 forme vendute in ogni parte del mondo. Il mercato più importante, in termini di consumi, si conferma la Germania con 455 mila 878 forme esportate, seguito dalla Francia (207 mila 276) e, l'Oceano, dal Nord America con 194 mila 333 forme tra Stati Uniti (145 mila 177) e Canada». Nell'anno del cibo italiano nel mondo, dunque, si allinea due formaggi simboli del Paese e propongono eventi per conoscere meglio le due realtà.

Tra chi rappresenta l'industria nazionale a Cibus ci sarà anche la bolognese Alce

Nero, società per azioni nata nel 1978, le cui quote sono detenute da oltre mille agricoltori, apicoltori e trasformatori biologici.

«L'azienda si impegna per realizzare un'agricoltura biologica, pulita e responsabile, rispettosa della legalità e dell'ambiente circostante — racconta Gianluca Puttini, responsabile marketing —. Nessun utilizzo di sostanze chimiche di sintesi come pesticidi ed erbicidi, scelta di terreni idonei, lavorazioni che esaltano le caratteristiche organolettiche e nutrizionali delle materie prime: questi i criteri che contraddistinguono la nostra filosofia». Alce Nero ora vuole crescere nel



Expansione

Nicola Cesare Baldrighi, presidente del consorzio Grana padano: +2,1% le vendite all'estero, soprattutto in Germania

fresco e anche nel surgelato: «Faremo assaggiare estratti di frutta e zuppe fresche, insalate e nuove tisane, oltre che nuovi prodotti biologici», annuncia Puttini.

Anche il gruppo Fini, che appartiene al fondo italiano Paladin Capital Partners e comprende i marchi Fini (brand di pasta fresca ripiena nato a Modena nel 1912) e Le Conserve della Nonna, incontrerà i visitatori di Cibus con show cooking dal vivo. Inoltre organizza il convegno, in programma il 7 maggio, dal titolo «La cucina del benessere: nuovi ingredienti, tendenze emergenti e responsabilità sociale», affronterà temi di responsabilità sociale d'impresa da sempre ritenuti importanti dall'industria emiliana, ancora prima che il salutismo diventasse una delle tendenze dominanti del mercato.

I.C.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SPECIALE CIBUS 2018

CRESCE TUTTA LA FILIERA ALIMENTARE

Stime fatturato 2017 a 137 miliardi di euro E l'export fa il record

Tirano i mercati del Nord America e Asia, in lieve recupero Russia, Spagna e Sud America

Michela Traina

■ C'è grande attesa per i risultati del nostro settore alimentare. I risultati, decisamente positivi, saranno presentati oggi a Cibus 2018, la rassegna biennale organizzata da Fiere di Parma e Federalimentare. Ecco una sintesi.

Nel 2017 la produzione alimentare ha registrato un aumento dell'1,7% rispetto all'anno precedente (1,1%). Una ripresa inconfutabile che ha riportato il settore a livello di produzione del 2007, ultimo anno pre-crisi. Il fatturato del settore ha fatto realmente un balzo in avanti, ben superiore alle più rosee aspettative. Infatti, dopo 4 anni fermi a quota 132 miliardi, la combinazione tra aumenti di produzione e prezzi alimentari alla produzione (2% in media d'anno) ha portato a una stima del fatturato 2017 di ben 137 miliardi (+3,8 sul 2016).

Con consumi alimentari, purtroppo ancora deboli in Italia, la parte del leone l'ha fatta l'export, cresciuto del 6,3% sul 2016 e con un valore complessivo di oltre 31,9 miliardi in euro (dati 2017, Federalimentare e Osservatorio CibusExport). Si capisce, dunque, quanto sia sempre più strategico esportare, visto che, negli ultimi dieci anni, l'export ha segnato un +75,7%, contro il 24,7% del totale industria.

Le esportazioni crescono in tutte le geografie, anche se va sottolineato finalmente un recupero di Russia, Spagna e Sud America mentre si mantiene estremamente sostenuta la crescita in Nord America e in Asia. Le merceologie che performano meglio anche nel 2017 sono formaggi, salumi, dolciario e spumanti, ma mostrano tassi di sviluppo molto interessanti le farine speciali, i preparati gastronomici e dietetici, distillati e acque minerali. L'import 2017 di settore, invece, chiude a quota 22 miliardi (+6% rispetto all'anno precedente). Per quanto concerne le vendite alimentari, il 2017 ha chiuso con un +0,8% in valore e un -1,0% in volume, confermando la perdurante stagnazione.

La fiducia del consumatore, purtroppo, è ancora modesta con un cauto ottimismo per il 2018. Il fatturato di settore continuerà a crescere e l'export dovrebbe confermare il positivo trend del 2017, posizionandosi attorno al +5-6%.

Cibus 2018 sarà anche la vetrina per ben 1.300 nuovi prodotti alimentari, molti dei quali rientrano tra i prodotti ispirati a salute e benessere e i piatti già pronti. In particolare, nell'area di Cibus Innovation Corner, verranno presentati 100 prodotti tra i più innovativi in esposizione, a dimostrazione di come, strategicamente, l'industria cerchi di

soddisfare la domanda, reinterpretando la ricca tradizione gastronomica italiana. Così tra i prodotti salutistici potrete trovare la pasta con farina di fagioli verdi mungo (Andriani). Tra i tanti piatti pronti più originali, ecco la vellutata di zucca con tartufo nero (Acqualagna Tartufi) o l'insalata di fagiolo di soia, ceci e fagioli rossi (Saclà). Tra i formaggi, farà bella mostra il Trullocchiato pugliese stagionato in grotta con aggiunta di fermenti propionici in fase di riposo (Dellizia). E che dire del comparto salumi e carni? Ecco il salame ma-

gro fatto con prosciutto, macerato nel vino rosso Gutturiano, senza glutine, senza latte (Peveri). E la pasta? Colpisce quella di Gragnano al caffè (Fabbrica Pasta Gragnano) e per gli amanti dei dolci, la composta di pere Williams e cacao, spalmabile su pane, crepes ed altro (Fini). Per non parlare della sfera di aceto balsamico di Modena da grattugiare (Terra del Tuono)? Sono solo alcuni esempi di quello che da oggi troverete nella grande vetrina di Fiere di Parma.



Un'immagine d'archivio della kermesse biennale organizzata da Fiere di Parma e Federalimentare



CIBUS
19° SALONE INTERNAZIONALE
DELL'ALIMENTAZIONE

PARMA.7 | 10 MAGGIO.2018

**WELCOME TO
FOODLAND**



Per informazioni:
Viale delle Esposizioni 393A - 43126 Parma - Ph. +39.0521 996 884 | e-mail: cibus@fiereparma.it
www.cibus.it - Segui CIBUS su:

«CIBUS 2018» A PARMA

Come bio comanda Salute con gusto pure al supermarket

Al salone dell'industria alimentare
i 100 cibi innovativi che compreremo

LA SPESA DEL FUTURO

LE PASTE

I rigatoni sono arrivati al caffè

■ Apparentemente un prodotto innovabile e impermeabile ai cambiamenti. E invece le nostre paste sono spesso «rinventate» dai nostri pastifici. La Fabbrica della pasta di Gragnano presenta al pubblico la pasta artigianale al caffè Kimbo, prodotta in alcuni dei formati più usati: una pasta dal gusto suggestivo e piacevole, più energica perché naturalmente ricca di caffeina ma anche con una maggiore concentrazione di fibre. Per i salumi estremi Felicità propone i



farfalle da legumi verdi lungo tipo: pane di ricca di proteine e fibre e abita un alto contenuto di fosforo, ferro, zinco e manganese. Coloratissimi i farfalletti alla frutta prodotti da Farfalletti d'Abruzzo: all'ananas, alla pesca e all'arancia, al melograno, ai frutti di bosco, al kiwi, alla melissa e agli oli di oliva e di carciofo. La Molisana pasta invece nell'Italia unita con le nuove confezioni di pasta 100 per cento di grano nazionale, di cui l'azienda della famiglia Ferro è egiziana.

DOLCI

Il gelato con la liquirizia Amarelli

■ Di gelati alla liquirizia se ne sono già visti in giro. Ma mai uno prodotto da Amarelli, l'azienda calabrese leader nella produzione della golosa radice si chiama GelatoMadre e non ha aromi, stabilizzanti, emulsionanti, coloranti e addensanti. Novità anche nelle conserve: c'è quella pere e cacao prodotta dalle Conserve della Nonna del gruppo Fini. Golosa e a basso contenuto di grassi (appena lo 0,9 per cento), pesando alla dolcezza spalmabile, ecco quello



a i tre ingredienti (pistacchio oppure mandorla oppure nocciola al 50 per cento, olio extravergine d'oliva e zucchero) prodotta da Bacco senza latte, uova e olio di palma. Anche il panettone si rinnova: Il Vecchio Forno propone quello farcito alla crema di zucca, zenzero e cannella con canditi di zucca e la siciliana Fiasconaro il Marron Noir, che ha come «guest star» il marron glacé.

PIATTI PRONTI

Il brodo in bustina come un tè

■ Vissuto in conto ai clienti più frettolosi, spesso singolo. Ecco la Polenta Valsugana Express, venduta in una cap monodose che può essere infusa nel microonde e cotta in tre minuti (in tre gusti). Interessante il brodo Mio, il brodo vegetale che si prepara come una tisana in bustina: l'ha inventato Aronzy ed è perfetto per i più piccoli. Sano e con molti «senza» sale, glutine, coloranti. Cadeva la moda gastroenterica della zuppa la linea brodo di Zerbiuati, che propone insalate di riso e quinoa con vegetali freschi che combinano molti dei superfood del

momento. Infine dalla Società Italiana la barattolo con edam, ceci e fagioli resati e con fagioli zom e germogli di legumi.

CONDIMENTI E BEVANDE

Mi dà un calice di Riso Venere?

■ Ci sarà di tutto nel carrello che verrà la sera di aceto balsamico di Modena da grattare di Tetra del Tuoio: l'aceto di vino rosso che segue la moda dei vini (Dio Vittorio), il saleroso dell'Innalca con tartufo bianco (Inaldi) la sempre «liquida» di Acetomodena, condimento realizzato con mosto cotto di uve bianche di Trebbiano e aceto di vino aromatizzato per infusione con grani di senape; il Vitropepy, un condimento alla



curcuma le olio extravergine d'oliva da squazzare sui piatti (Carnapaglia sirenata italiana). E le bevande? Quella vegetale con tè verde di Riso Gallo: la bibita al mandarino verde (10 per cento) di Slobat Tomarchio; il 4-20 Mixed drink a base di estratto di eucalipto e sciroppo di white sidra. Da bere così come liquore di cocktail. Tutto rigorosamente naturale.

Andrea Cuomo

■ Quando vi si mette a tavola c'è l'Italia delle dop e delle igr, delle riserve, delle eccellenze, dei formaggi affinati nelle fosse da formaggio con la fufura. E c'è l'Italia dell'industria alimentare. Che produce salsa, paste, biscotti, salumi, arrosti, oli, prodotti in scatola. La prima di far sognare. La seconda ci fa mangiare tutti i giorni. E il modo in Italy che troviamo sugli scaffali del supermercato, quello che cerca di coniugare qualità e quantità, bontà e prezzo accessibile. Quello che lavora sfruttando le tecnologie, calcolando le mode e a volte creandole. Un settore in grande salute: nel 2017 ha

fatturato per 137 miliardi (e nel 2018 si pensa a 140) ed esportato per 32 miliardi (quest'anno i miliardi saranno 34).

Questa Italia è raccontata ogni due anni a Cibus, la rassegna dell'industria alimentare italiana che chiude oggi alla fiera di Parma la sua diciannovesima edizione, con cibi importanti: più di 3 mila espositori su una superficie di oltre 135 mila mq, 2500 rep buyer da tutto il mondo, 1300 nuovi prodotti presentati. Alcuni innovativi per ingredienti, packaging, formato, tecnologia. Ecco i più interessanti che abbiamo trovato, suddivisi per tipologia. Finiranno nel nostro carrello domani, tra un mese, tra un anno. Fate spazio nel vostro frigo.

PIZZE E SNACK

Cavolfiore per una fetta «no gluten»

■ Anche la pizza ha imparato a innovare. Diventando più salustica, come nel caso di quella prodotta dalla Rotli si chiama Pareo ed è prodotta da cavolfiore italiano biologico. Naturalmente è perfetta per i celiaci. Fa una certa impressione la Peregineas pizza, pane gustoso prodotto da Cherchi con una consistenza grigia senza che lo rende perfetto per creare contrasti di colore nel piatto.



base di ceci e fave in condimento arricchibile di Valdeaz: le bisbetiche senza glutine di Puglia Sapori; i triangolini ai funghi (Che Bon) di Castelford, anch'essi perfetti per i celiaci. Sono buoni e sani i Veggy Snack dell'azienda agricola Vallet, verdure che vengono disidratate a freddo per conservare le proprietà nutritive e diventare croccanti senza essere fritti e senza aggiunta di grassi e conservanti. L'alternativa alle patate per un aperitivo non-vegano.

FORMAGGI E SALUMI

La mozzarella? Ora è in crumble

■ La mozzarella in crumble? Sembra una follia ma è prodotta da Granarolo con lo scopo principale di utilizzare per la pizza per guadagnare tempo e ridurre gli sprechi: è composta con tecnologia log che permette di conservare la freschezza. Una variazione della mozzarella, la straciatella, è trasformata in snack dall'azienda casertana pugliese Capurso: una confezione innovativa dotata di una piccola bustina che permette di gustarla anche camminando.



Parmacotto si è inventato il petto di pollo alla curcuma, senza glutine, lattosio, polifenoli e addensanti. Amate la «india», il tipico sapore piccante qualunche calabrese? Ora c'è quella in sac a poche prodotta dalla Madeco, che ne facilita l'utilizzo in cucina. Hanno la caratteristica di essere velocissime da preparare le conserve di mince Bontà di Bottega: lo speciale involucro di cottura ne assicura l'integrità e permette la cottura in pochi minuti in acqua, nel microonde o nel forno.

PRODOTTI SALUSTICI

Ecco l'aceto da bere che ci depura

■ È uno dei settori più innovativi, sia perché più «giovane» rispetto ai prodotti più tradizionali, sia perché più evoluto e attento. Alcuni esempi? Il Nutrimento, milanese senza uova, ma con la sola ai gusti curcuma e zenzero. Miki, una specialità alimentare a base di farina di lenticchie prodotta da Parma, che si pone come alternativa al riso e viene definita «l'alimento nutrizionale».



mente più equilibrato si sente per i modiglioni di rapa rossa e lenticchie di Mangiarano Germinato, vegani, biologici e senza glutine. L'Integrazore Energia Bio di Conapi prodotto con solo tre ingredienti: mela, papaya rossa (entrambi italiani) e mela arancia (ma i semi e la buccia sono ancora presenti). Infine l'aceto di mela non filtrato e non pastorizzato da bere al mattino, prodotto dalla De Nigro: due cucchiaini al mattino in un bicchiere d'acqua pare abbiano grandi proprietà depurative.

ALTRO

Legumi da passeggio e pomodoro a spicchi

■ Altre novità sparse: Tomatino di Pralpi, uno snack vegetale a spicchi a base di pomodoro al 100 per cento. Perfetto per gli studenti. Il pane di patate senza latte di Eucroverde, a prova di allergia. I legumi trasformati in snack da passeggio con rimodellatura di Colfiorito: l'alimento biologico in bottiglia di Eucroverde le patate della San Carlo con pezzi di pomodoro, prezzemolo e basilico le uova di quaglia con tufo bianco di Tardifranghe.



BPER:
Banca

Vicina. Oltre le attese.

■ e-mail: cronaca.mo@gazzettamodena.it

Modena ECONOMIA

PARMA » DECINE DI AZIENDE PROTAGONISTE ALLA RASSEGNA

Agroalimentare modenese senza rivali a Cibus 2018

Da un grande gruppo come Cremonini alle realtà locali come Verucchia e Crm Il ritorno di "Negri" dopo la delocalizzazione e la pasta di ceci e lenticchie

di **Andrea Ancarani**

Si conclude oggi a Parma la rassegna Cibus dedicata al settore agroalimentare, caratterizzata da una presenza significativa di realtà modenese. Abbiamo incontrato i punti di alcuni degli imprenditori modenesi presenti a Parma.

Per Franco Lucini di Marzio, di Promec - Azienda speciale per l'internazionalizzazione della Camera di Commercio di Modena, Cibus 2018 è una grande occasione per le eccellenze modenesi di fare sistema e farsi conoscere. Anche a questo scopo abbiamo introdotto, come novità di quest'anno, uno spazio di show cooking dove ciascuna azienda vede cucinati i propri prodotti da uno chef della scuola di Serramazzoni.

Grande soddisfazione è stata espressa da Massimiliano Orlandi, responsabile del Prosciutto Verucchia (Zoccal, una delle sette realtà modenesi a Cibus 2018 con Promec): le attese non sono state disattese. La Verucchia Dispensa, Fratelli Bilo, Pregio, Azienda Agricola Pedroni, Toschi Vignola, Caffè Cagliari.

Il Prosciutto Verucchia ha presentato un prosciutto prodotto artigianalmente a Zoccal: «Il prosciutto di Zoccal», afferma Orlandi, «nasce interamente dal nostro Appennino ed è un prodotto di eccellenza da poche migliaia di copie l'anno da momento che non prevede l'uso di conservanti ad eccezione del sale ed è sottoposto a un controllo meteo-temperale lungo tutta la filiera a partire dall'uovo e fino ai tagli e all'uso in cucina».

Per Daniele Bazzini, Ad di Negri srl, «l'azienda rappresenta l'occasione di presentarsi ai visita-



Uno stand di Aceto Balsamico a Cibus 2018: un prodotto fra i grandi protagonisti della rassegna di Parma

tori con una mostra verde dopo il terribile terremoto di sei anni fa a seguito del quale abbiamo deciso spostare la produzione dal Modenese per sopravvivere. Solo in questi giorni stiamo avviando un nuovo stabilimento a Nord di Modena che verrà inaugurato a breve e che sarà tra i più grandi, per capacità produttiva, e moderni d'Europa. A Cibus ci siamo presentati rinnovati e con nuovi prodotti come la linea Panini particolarmente prodotta con ingredienti naturali».

Tra le realtà modenesi anche il Pastificio Ferrari di Montebello, che ha presentato una linea di formati di pasta prodotti interamente con farine di ceci e lenticchie. Per Alessandro Gio-

si, responsabile di prodotti «la nostra filosofia di produzione è metà via tra l'artigianale e il tradizionale, non ci consentiva di fare numeri importanti ma di rimanere concentrati sulla qualità. Produciamo circa 10 quintali al giorno che esportiamo per circa il 40% specialmente in Russia, Francia, Germania, Francia e Svizzera, e prevediamo di arrivare al 60% di esportazione».

La modenese CRM, azienda specializzata nella produzione di piadine e tigelle che ha di recente cambiato proprietà, ha annunciato il lancio di una linea di prodotti «cariati». Luca Orlandi, responsabile marketing di CRM, dice che il ciclo di vita dei nostri prodotti è di cie-

ca tre mesi, questo ci impedisce di esportare e lontano e di mantenere un'attenta gestione delle scorte. Con la nuova linea di surgelati prevediamo di incrementare l'export anche in Europa e Asia».

Il Gruppo Cremonini, con il marchio Montana, ha sottolineato come sia la filiera della carne si sta sviluppando di dove l'azienda di essere una produttrice poco sostenibile per l'alto consumo di acqua, finora di circa 15.400 litri per chilo grammo: ora è stato calcolato che il consumo diretto di acqua per produrre un hamburger Montana di un chilo costa circa 22,8 litri, equivalenti a 728 per litro, circa la metà da quanto richiesto nei mesi.



A passeggio fra gli stand di Cibus 2018: oltre ottantamila i visitatori

CIBUS 2018. I DATI DI FEDERALIMENTARE

Record per l'export italiano: nel 2017 crescita del 6,3%

Federalimentare al Cibus di Parma ha presentato i dati sull'annata 2017, che si è confermata da record per l'export agroalimentare italiano con un +6,3% sul 2016 arrivando a circa 34 miliardi su 140 miliardi di fatturato totale. Numeri importanti per questa edizione numero 19 di Cibus con la presenza di 3.100 espositori su più di 135.000 metri quadrati espositivi, con oltre 80.000 visitatori professionali e la presentazione di più di mille nuovi prodotti.

Secondo Gian Domenico Auricchio, presidente di Fiere di Parma-Cibus è l'espressione apicale dell'Anno del Cibo Italiano, in ambito business. Un parterre espositivo unico nel panorama internazionale che si è affermata come la piattaforma privilegiata per l'export dei prodotti nazionali verso tutti i mercati obiettivi. Restano tuttavia da risolvere problemi per le imprese italiane che esportano, tra i principali la contraffazione e barriere burocratiche. Secondo Luigi Scordamaglia, presidente di Federalimentare, «l'Italian Sounding e i falsi arredo un danno di oltre 90 miliardi di euro alla nostra economia».

Occorre continuare sulla strada degli accordi bilaterali ma anche fare cultura portando i nostri prodotti di eccellenza in giro per il mondo».

Si è confermata numerosa la presenza di imprese modenesi presenti a Cibus 2018. Ecco l'elenco delle aziende presenti a Parma: Acetaia Cazzola & Fiorini, Acetaia Modena, Acetaia Giuseppe Cremonini, Acetaia Malpighi, Acetaia Villa Modena, Acetificio Carandini

Emilio, Aceto balsamico del Duca di Adriano Gerosoli, Agricola Due Vittorie, Alico, Angelo Po, Acetaia Compagnia del Montale, Acetaia Fini Modena, Acetaia Leonardo, Acetaia

Marchi, Acetifici Italiani, Aceto Balsamico Condimentale D'intorni, Acetum, Alcar Uno, Alis, Antichi sapori di Marchi Patrizia & C., Azienda Agricola Manicardi, Azienda Agricola Rossi Barattini, C.R.M. BP prosciutti, Casa del gelato, Consorzio del prosciutto di Modena, Consorzio tutela Aceto Balsamico di Modena, Consorzio tutela Aceto Balsamico Tradizionale di Federalimentare, Edizioni Pubblicità Italia, Fattoria Ca' Dante, Filiera S, Azienda Agricola Pedroni di Giuseppe Pedroni, Bellei Luigi & Figli, C.I.P.O.F. Sca, Caffè Cagliari, Eurochef, Fattorie Giacobazzi, Fondo Montebello, Formbags, Gaggi il Salumificio, Gran Deposito Aceto Balsamico G. Giusti, Inalca Food & Beverage, Industria salumi Simonini, La Vecchia Dispensa, Menù, Modena Estense 1958, Mussini, Parmareggio, Forno Levizzano, Godeat, Gruppo Fini, Inalca, Impazzia, Mazzetti l'Originale Divisione A.M., Messori Cioccolateria, Monari Federzoni, Negri, Pasticceria Quadrifoglio, Pastificio Ferrari Italia, Premieres, Prosciuttificio Leonardi, Prosciuttificio Verucchia, Salumificio F.lli Guerinzi, Sarchio, Toschi Vignola, VR Aceti, Pregio, Promec-Azienda speciale della Camera di Commercio di Modena per l'internazionalizzazione, Prosciuttificio San Francesco, PubliMedia Press, Salumificio Vecchi, Società agricola AcetoModena S.S. Villani.

DOPO IL RESOCONTO TRIMESTRALE

Borsa, balzo di Bper a 4,90

Una giornata risolutiva per il titolo azionario di Bper Banca, che ha evidentemente risentito positivamente dell'annuncio del giorno prima riguardante il resoconto trimestrale al 31 marzo scorso. Una trimestrale con utile netto di 251 milioni di euro, la migliore in senso assoluto nell'intera storia del gruppo bancario. Il mercato di Piazza Affari ha apprezzato perché ieri il titolo Bper ha realizzato un +8,26 per cento che ha portato la quotazione a 4,90 euro. Giornata particolarmente positiva anche per le azioni della modenese Promec, che ha fatto segnare un +9,68 a 1,70 euro.

MODENA IN BORSA

PREZIO OTTUALE	% VARIAZIONE
114,05 €	-0,74%
4,90 €	+8,26%
3,11 €	+0,96%
1,29 €	+4,55%
15,00 €	INV.
25,10 €	-0,32%
4,11 €	+2,87%
1,70 €	+9,68%
0,25 €	-0,40%
9,28 €	+2,58%

L'ISTITUTO DI CREDITO CHE COMPRENDE BSGSP

Banco Bpm, l'utile raddoppia a 223 milioni

Banco Bpm, il grande istituto di credito che comprende il modenese Banco S. Germinio e S. Prospero, ha diffuso ieri i dati relativi al bilancio trimestrale. Banco Bpm ha chiuso il primo trimestre dell'anno con un utile netto di 223 milioni di euro, quasi raddoppiato rispetto ai 113 milioni dello stesso periodo del 2017. Migliora anche la qualità dell'attivo con i crediti deteriorati in calo di 1,7 miliardi di euro su fine 2017. La loro incidenza sul totale dei crediti si abbassa dal 12,1 al 10,7% mentre il livello di copertura dei crediti dubbi sale dal 40,8 al 42,8% di fine

2017 al 53,7%. Al bilan del titolo ha contribuito la chiusura di 178 milioni legata al riassestimento nella banca di unione, con la cessione del 60% delle joint venture con Unipol e Asitalia e la cessione di 1,1 miliardi di euro. Sul fronte del conto economico i proventi operativi (ricavi) si attestano a 1,16 miliardi di euro, con il calo delle commissioni (-7,6%) compensato dalla crescita del margine di interesse (+8,3%). Le rettifiche nette sui crediti, salgono a 3,54 miliardi rispetto ai 2,82 miliardi del primo trimestre del 2017 (200,3 milioni al netto delle rettifiche legate all'applicazione del principio

contabile Itr 9). Grazie all'azione di declassificazione delle rettifiche nette sono scese nel trimestre a 5,2 miliardi, in calo di 1,3 miliardi su fine 2017, con un'incidenza sugli impieghi scesa dal 6% al 4,9% e una copertura salita dal 30,9% al 36,4%. L'istituto ha confermato il piano di smaltimento degli apil che prevede la cessione di circa 3 miliardi entro giugno 2018. A seguito di tale operazione, che prevede l'ottenimento della Cica sulla cui base senior della cartolarizzazione, lo stock delle sofferenze nette scenderà a circa 3,5 miliardi e la loro incidenza sul totale degli impieghi al 3,3%.

► **Pasta fresca ripiena**

Un piatto fra novità e tradizione

Pracatica, versatile, creativa e al tempo stesso tradizionale, la pasta fresca rimane riesce a soddisfare i bisogni dei consumatori, puntando sulla qualità delle materie prime, sulle ricette antiche e sul contenuto di servizio. Per questo il mercato cresce nonostante la forte pressione delle promozioni e degli aumenti nelle materie prime. Le risposte di Valentina Anzani, responsabile marketing e comunicazione del Gruppo Fni, aiutano a fare il punto sulle tendenze del comparto.

Come si è concluso il 2017 e quali sono le previsioni per il 2018?

Per il 2017 è stato un anno molto positivo per il gruppo. I risultati sono stati determinati soprattutto dal lavoro di styling che abbiamo fatto su questo storico marchio e dall'individuazione di un nuovo brand positioning strategico. Sul fronte dei prodotti, questa operazione ha portato alla nascita di "I Granigami", che ha speso la sua essenza di "granmaglietta", con una crescita a doppia cifra + 25% di distribuzione numerica e + 18% di performance, anche al contributo delle attività di marketing. Per il 2017 abbiamo deciso di lanciare una nuova linea di prodotti. Fini ha chiuso un anno molto positivo con un incremento del fatturato di mercato di 0,2 punti, che lo attesta stabilmente al secondo posto del mercato. Nel 2017 abbiamo iniziato un simile lavoro di rebranding anche su "Le Conserva della Norina, secondo marchio del gruppo.

Come si stanno muovendo i prezzi? Quali fattori che li influenzano e quale peso hanno le promozioni?

Il mercato della pasta fresca ripiena è caratterizzato da alti volumi di prodotto e da elevati margini di profitto. I rendimenti in promozione, in generale, oltre il 50%. Questo ha influito nel tempo anche sulle consuetudini del consumatore che si è abituato ad acquistare a prezzo scontato ed è quindi oggi particolarmente sensibile alla presenza di promozioni a scatto. In generale, al momento della scelta del prodotto da acquistare. Questo comporta per la marca la necessità di avere un packaging che comunichi in maniera ben evidente i vantaggi del prodotto. In termini di ripieno, si può dire che la pasta, sia in termini di gusto che di ripieno

che di qualità delle materie prime utilizzate nel prodotto stesso per non risultare banalizzata e per catturare l'attenzione del cliente che invece preferisce acquistarla a prezzo pieno. Sul prezzo del prodotto influiscono poi le oscillazioni del costo delle materie prime:

per esempio nel secondo semestre 2017 abbiamo scontato un importante aumento del costo dell'uovo che continua a protrarsi anche nei primi mesi del 2018.

In che modo si sta manifestando l'andamento delle vendite nei diversi canali distributivi?

Nonostante un inizio 2018 recessivo, il mercato della pasta fresca ripiena mostra una tendenza di crescita positiva (la valore aggiunto è +1,4%, dati al febbraio 2018). Le vendite in Gdo indicano però un rallentamento: le crescite in volume sono in crescita a *super* (+2%) a volume rispetto agli anni '90 (-0,8%) a volume e in lieve sofferenza. Questo fenomeno si manifesta già da tempo a causa del progressivo cambio di abitudine dei consumatori che fa della spesa più ricorrente il corso della settimana, piuttosto che il fine settimana. La tendenza di crescita avviene in passato. Una consuetudine che si accentua in particolare modo nelle regioni del Nord Italia dove il consumo di pasta fresca ripiena avviene più spesso nei fine settimana. I dati del settore sono però da considerarsi quasi esclusivamente in termini di volume, in quanto il prezzo di acquisto è più stabile rispetto a quello di vendita.

Quali sono i segmenti più performanti e per quale motivo?

Il mercato della pasta fresca ripiena nel 2017 ha continuato ad avere in generale un trend positivo con la crescita di tutti i segmenti, in particolare quelli più tradizionali con ripieni a base carne, ma anche di verdure, più in linea con i nuovi



Valentina

Ravioli e tortellini si consumano tradizionalmente nei giorni di festa, ma oggi soddisfano anche un'esigenza di praticità e gusto quotidiani.

Trend dell'alimentare. La nostra linea "Granripici" incentrata su ripieni morbidi e gustosi, sulla selezione delle materie prime e su formati premium di pasta, nel 2017 ha registrato una crescita del volume di vendita di oltre il 20%. Oltre ai ripieni Fini si è concentrata anche sulla filosofia, elemento che riteniamo d'interesse da parte del nostro consumatore e che quindi ha contribuito al successo di questi prodotti.

Secondo il Rapporto Coop 2018, i carrelli del lusso, del pronto, dell'etnico e della salute sono in aumento. Quali di queste tendenze il vostro settore riesce a interpretare al meglio?

Le ricerche che abbiamo condotto in collaborazione con l'Istituto IPSOS sul consumatore di pasta fresca ripiena ci hanno confermato che gli italiani pensano a questi alimenti principalmente in maniera tradizionale, per il pranzo della domenica o le occasioni di festa seguiti da prodotti più classici come i tortellini al prosciutto crudo o i ravioli di carne o di ricotta. Ciò non toglie che in alcune aree del Nord del Paese si faccia sempre più un uso quotidiano di questi alimenti e con un quesito di indagine abbiamo potuto considerare la pasta fresca ripiena quasi un piatto pronto, data la sua velocità di preparazione e consumo.

La salutorietà di questo tipo di pasta non è da trascurare, infatti il consumatore che acquista in quarto prodotto tradizionale dell'azienda italiana, ma c'è comunque un desiderio di trovare sia più comforte in merito agli ingredienti, principalmente uova e farine. Per questo a Chiavari presentiamo nella linea "7 Granfiumi" una nuova referenza di pasta fresca integrale,

dal sapore ricco, intenso e rustico, ma all'insegna del benessere quotidiano.

Già da qualche anno i social network, in particolare Facebook e Instagram, sono diventati imprescindibili nella nostra

La strategia di marketing, in particolare i suoi momenti del viaggio del nostro cliente: mezzo del largo consumo delimitare; ovvero nel momento dell'acquisto. E in quello del postacquisto. L'awareness è in quello del postacquisto. L'awareness è un importante strumento di generazione di awareness, posto nel contante su una reach molto ampia, con ancora dei piccoli competitori che si sono già fatti avanti. E che hanno una buona disposizione del budget su un pubblico super targetizzato. La televisione resta ancora un mezzo importante per la comunicazione in Italia, ma il grande pubblico televisivo è concentrato solo nel primetime che è sempre più multi screen, meno attento e refrattario all'advertising tradizionale. Mentre i social network sono diventati il mezzo di comunicazione da preferire per tutto l'arco della giornata dalle persone in modalità mobile. E quindi con molte più possibilità di interazione.

riscono a produrre contenuti inga-
nanti, interessanti e di qualità.
Inoltre, il ruolo fondamentale dei social
network sta nella generazione del
contenuto: il cosiddetto passaparola perché, si sa, le
persone si fidano sempre di più degli
amici che dei marchi e di quello che gli
accanto in pubblicità. In questo caso
la parola si dà solo per prima generare e
poi gestire la conversazione su questi ca-
nali. I social network sono dunque il ter-
reno di scontro tra i marchi e i loro
nemici. Ma ci adatteremo costantemente
e perseguire questi due obiettivi di avan-
zare e passaparola perché le attività su
Facebook e Instagram non possono fer-
marsi mai e devono mantenersi al passo
con gli aggiornamenti della piattaforma
in continua evoluzione.

Valentina Lanza ha alle spalle oltre dieci anni di esperienza in aziende alimentari del lungo consumo. Nel 2014 è arrivata al Gruppo Fini per realizzare il progetto di trasformazione digitale e la strategia di content marketing on line consolidando la comunicazione dell'azienda modenese titolare dei due marchi Fini pasta fresca e Le Consenze della Nonna.

SCHEDA MERCATO

Pasta fresca ripiena

Dimensione / Trend del mercato - Pasta fresca ripiena						
Volume	a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	Valore	a.t. 2020/17	a.t. 2020/18
Hg	60.000.000,00	67.023.000,00	11,54	140.453.000,00	149.500.000,00	107.450.000,00
Allocazione per tipologia punto di vendita (% su vendite totale a valore)						
Iper				39,86	23,49	22,58
Libero servizio				30,86	23,49	13,66
Allocazione per tipologia punto di vendita (% su vendite totale a volume)						
Iper				14,25		
Libero servizio				10,57		
Specialisti drug				14,25		
Tradizionali				0,00		
				2,61		

Dimensione / Trend del mercato - Pasta fresca all'uovo						
Volume	a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	Valore	a.t. 2020/17	a.t. 2020/18
Hg	23.996.551,25	24.342.233,50	3,16	100.602.562,63	102.151.688,13	154.688,13
Allocazione geografica						
Area 1				29,97	22,37	18,31
Area 2				23,37	29,38	18,31
Allocazione per tipologia punto di vendita (% su vendite totale a valore)						
Iper				19,22		
Libero servizio				11,15		
Specialisti drug				14,25		
Tradizionali				0,00		
				2,75		

Fonte: Nielsen Trade-Mix

Prezzo medio (euro/Kg)						
Pasta fresca ripiena			Pasta fresca all'uovo			
a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	
Totale Italia	8,07	6,84	-0,46	4,26	4,20	
Supermercati	8,01	7,95	-0,05	4,97	4,94	
Libero servizio	8,07	8,01	-0,72	5,09	5,06	
Libero servizio	8,13	7,90	-2,76	5,25	5,70	
Discount	3,62	3,69	2,11	2,34	2,37	
Specialisti drug	8,95	0,00	-	6,07	0,00	
Tradizionali	7,94	7,78	-2,03	6,38	6,41	

La prestazione promozionale (in %)						
Pasta fresca ripiena			Pasta fresca all'uovo			
a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	
Totale Italia	38,50	37,71	26,01	28,31		
Supermercati	50,14	49,59	39,99	39,58		
Libero servizio	41,57	40,41	30,62	29,59		
Libero servizio	29,15	29,26	21,78	21,97		
Discount	19,17	17,02	18,96	18,96		
Specialisti drug	25,05	0,00	39,86	0,00		
Tradizionali	8,68	8,44	5,87	4,60		

Il numero medio di referenze (in unità)						
Pasta fresca ripiena			Pasta fresca all'uovo			
a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	
Totale Italia	9,28	9,24	4,09	4,09		
Supermercati	61,09	62,24	14,98	15,41		
Libero servizio	24,14	24,51	8,11	8,25		
Libero servizio	10,47	10,67	4,07	4,13		
Discount	11,47	11,41	4,65	4,70		
Specialisti drug	20,83	0,00	5,67	0,00		
Tradizionali	4,19	3,86	2,11	2,03		

Investimenti pubblicitari 2017 (in euro)						
Pasta all'uovo			Pasta fresca all'uovo			
Pasta di semola			a.t. 2020/17	a.t. 2020/18	var. %	
Fonte: Nielsen Trade-Mix			4.750.000	17.028.000		

Pasta fresca a marchio dei distributori - Quote % di mercato						
Quote in volume			Quote in valore			
2015	2016	Var. %	2015	2016	Var. %	
Pasta fresca ripiena	20,1	20,4	0,2	20,4	20,7	
Pasta fresca all'uovo	30,7	30,3	-2,5	29,9	27,2	

Gruppo Fini

Gruppo Fini è una società 100% italiana, nato specifico emiliano, titolare di due marchi: Fini, storico brand dell'alimentare nato a Modena nel 1912 e attivo da sempre nel settore della pasta fresca ripiena, e Le Conselve della Nonna, altro marchio storico emiliano che produce e commercializza pomodoro, sughi, vegetali, legumi e confetture di frutta. Nel 2015 l'azienda ha ampliato il suo stabilimento produttivo di Ravenna (Modena) con un importante investimento di 6,5 milioni di euro per l'installazione di macchinari altamente performanti nella produzione di pasta fresca e l'adozione di processi produttivi virtuosi. Oggi Fini rappresenta la più grande realtà produttrice di pasta fresca ripiena di schietta tradizione emiliana proprio in Emilia, a soli 20 km da Castelfranco Emilia, dov'è nata la leggenda del tortellino. Con il marchio Fini "la pasta fresca di Modena dal 1912" si serve in tavola la sfoglia emiliana: galla, ruvida e porosa perché trafilata al bronzo e fatta con farre 100% italiane. Merito, con Le Conselve della Nonna, che nasce nel 1973 proprio a Ravenna, il gruppo presiede su differenti scaffali il posizionamento dei prodotti in vaso di vetro come fatti in casa. Il tappo a quadranti bianchi e rosso è diventato icona della marca e altamente riconoscibile.



Le Conselve della Nonna

I 2017 per il Gruppo Fini è stato un anno importante di lavoro su entrambi i marchi: Fini pasta fresca e Le Conselve della Nonna. Fini ha lanciato la linea premium "I Granripieni" composta da ricette gourmet fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta, tutta realizzata con l'inconfondibile sfoglia ruvida e porosa, trafilata al bronzo e fatta con farine 100% italiane. Tutti gli indicatori oggi segnano una crescita a doppia cifra per questi prodotti: +25% di distribuzione numerica e +18% di ponderamento medio della categoria a scaffale e crescita della rotazione di base dei prodotti (+13%). Grazie a queste performance e al contributo dato anche dalle altre linee di prodotto, Fini ha chiuso un anno molto positivo con un incremento della quota di mercato di 0,3 punti, e si attesta stabilmente al secondo posto del mercato. Sull'onda di questo successo del 2017 della linea "I Granripieni", nei primi mesi del 2018 la gamma si è arricchita di una nuova referenza: la Mezzelune Salsiccia e Funghi, che racchiudono un



I ravioli salsiccia e funghi sono una delle ultime ricette lanciate sul mercato

ripieno saporito e speziato, in linea con i trend di un mercato che premia i ripieni a base di carne e che ricerca i gusti tipici della gastronomia italiana. Di altre due referenze, è stato pianificato invece il lancio a primavera. Due nuove ricette sempre rivolte al target gourmet a cui è dedicata la linea "I Granripieni", ovvero a quei consumatori che, con la garanzia di un grande gruppo alimentare, vogliono sperimentare il piacere del mangiare bene la pasta di stampo artigianale fatta in Emilia. Dal punto di vista della comunicazione del brand, Fini continua a mantenere la città di Modena con tutte le sue eccellenze protagoniste delle sue iniziative. Questa precisa strategia, in accordo con tutte le iniziative marketing, intraprese dal brand nell'ultimo anno, ha l'obiettivo di presidiare il posizionamento differenziante di Fini come l'unica e l'originale pasta fresca emiliana fin dal 1912. Sul fronte Le Conselve della Nonna, il 2018 è un grande anno di cambiamento ed evoluzione.

A partire dal restyling del packaging che sarà presentato in anteprima a maggio a Clus e che è frutto di mesi di analisi di posizionamento del brand e di ricerche qualitative e pack test realizzate in collaborazione con Ipsos.

La capacità di innovare nel rispetto della tradizione e da sempre la caratteristica distintiva de Le Conselve della Nonna, un marchio multi categoria che è già 100 anni che produce e distribuisce prodotti sotto sette scaffali diversi della Gdo (passate, legumi, sughi, spagetti, salate, vegetali sott'olio e frutta sciroppata) e che a febbraio 2018 ha arricchito ulteriormente la sua offerta con una linea di zuppe e vellutate. Per questo, nel panorama dell'indu-



Una vellutata Le Conselve della Nonna con il caratteristico tappo a quadrati

ustria conserveria italiana, Le Conselve della Nonna rappresenta una realtà unica, con un'offerta caratterizzata da prodotti realizzati con l'attenzione tipica di una cucina domestica. Da sempre l'azienda si è distinta per la semplicità delle ricette, il rispetto della stagionalità e della maturazione delle materie prime: è stata la prima azienda italiana a confezionare le passate in vasi di vetro e ha fatto del suo tappo a quadrati una vera icona.

L'AZIENDA IN CIFRE

Fatturato 2016: 95 milioni di euro totale
Marchi: Fini pasta fresca e Le Conselve della Nonna, prodotti su sughi vegetali, legumi e composte di frutta
Canalizzazione vendite: 80%
gdo, 20% dettaglio tradizionale
Superficie stabilimento: 20 mila metri quadrati
Numero dipendenti: 100

I PUNTI DI FORZA

- ricetta nel segno della tradizione emiliana, realizzata con materie prime di qualità
- restyling del logo e del packaging (Fini) e delle etichette (Le Conselve della Nonna) per aumentare la riconoscibilità e la riconoscenza alimentare
- posizionamento di lungo e medio termine

LA SEDE

Gruppo Fini Spa
Via Confino, 1583
41017 Ravenna (Mo)
www.gruppoфини.it
www.nonsolobuono.it

SHOPPING

GNOCCHI: PERCHÉ SOLO DI GIOVEDÌ?



A base di patate, sono chicche soffici e goduriose con ogni sugo

Gli indispensabili

PER SCOLARE

Dalla linea "Presto", una pratica paletta che, grazie alla particolare sagoma del filo d'acciaio inox, permette di scolare gli gnocchetti senza deformarli.

➔ Pala per gnocchi, Tescoma, € 8,40.



Contiene 0,6 g di prodotto in più

GUSTO SPRINT

Non solo risotto: con lo zafferano aromatizzi e dai sprint anche ad altri primi, come gli gnocchi alla crema di funghi.
➔ Zafferano, Leprotto, € 5,26 (4 bustine da 0,16 g l'una).



2

IL CLASSICO

Pomodoro e fiordilatte per una sorrentina con i fiocchini

➔ 1. Salsa di pomodoro ciliegino, Pam & Panorama, € 1,79 (330 g).
➔ 2. Mozzarella Fior di Latte, Brimi, € 1,19 (100 g).



li trovi nel reparto surgelati

DALL'ALTO ADIGE

Realizzati con farina, latte, uova e spinaci, questi gnocchetti tipici della cucina altoatesina sono squisiti conditi solo con burro fuso e formaggio grattato.

➔ Spätzle agli spinaci, Koch, € 2,80 (500 g).

TRE TIPOLOGIE, UN'UNICA EMOZIONE

Un buon piatto di gnocchi è un primo irresistibile e veloce, specie se... non devi farlo a mano! Se hai problemi con il glutine, puoi provare quelli fatti con la farina di quinoa. Se invece non vuoi o puoi consumare uova e latte, esistono anche nella versione vegana. A te la scelta!

- ➔ 1. Gnocchi di patate, Fini, € 1,80 (busta da 500 g).
- ➔ 2. Gnocchi di patate con quinoa, Nattúra, € 3,00 (vaschetta da 400 g).
- ➔ 3. Gnocchi di patate vegani, Nonno Nanni, € 2,52 (vaschetta da 500 g).



1



2



3

SHOPPING

ASPARAGI: BONTÀ DELLA PRIMAVERA



Ricchi di vitamine, favoriscono anche la depurazione

L'idea light

PRATICA E VELOCE

Una pasta priva di glutine, con tante fibre e poche calorie, da condire con asparagi, mandorle ed erbe aromatiche.

➔ Riso di shirataki, Zenpasta, € 10,49 (200 g che diventano 900 una volta reidratato il prodotto).



Da fare in padella o al forno

DAL FREEZER

Provenienti solo ed esclusivamente da coltivazioni italiane, queste punte sceltissime sono tenere, prelibate e cuociono in fretta.

➔ Punta di asparagi, Orogel, € 4,40 (300 g).



Perfetta tutto l'anno

NON SOLO CROSTINI

Ideale su pane, crostini e tartine, questa crema può essere usata anche per condire la pasta.

Vasetto da 190 g. ➔ Crema di asparagi, Le conserve della nonna, € 2,99.

COSÌ È PIÙ COMODO

Dalla "Linea Expert", un piccolo utensile comodo per pulire i gambi degli asparagi, eliminando la parte più dura e legnosa. Disponibile nei colori panna, arancio, corallo e verde.

➔ Pela asparagi, Tescoma, € 4,90.

Valido aiuto in cucina

TRE PRIMI PIATTI... VERDISSIMI

Una crema al 100 per cento vegetale che devi soltanto riscaldare; un gustoso preparato per il risotto o pasta fresca dal ripieno delicato. Tre primi diversi, adatti a ogni esigenza, con un unico comune denominatore: gli asparagi.

- ➔ 1. Vellutata di asparagi, Dimmidisi, € 3,00 (620 g).
- ➔ 2. Risotto agli asparagi, Kania/Lidi Italia, € 0,79 (175 g).
- ➔ 3. Ravioli asparagi e Grana padano Dop ai 5 cereali, Buitoni, € 3,19 (250 g).



**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Giugno 2018

**Largo
Consumo**

19/06/2018

Mercato & Imprese 2018 - Approfondimento Comunicazione d'Impresa - pagina 55 - 1 pagina - Iniz. Redazionali Speciali

Schede aziendali

Un 2017 ricco di novità per il Gruppo Fini



Gruppo Fini è una società 100% Italiana, nello specifico emiliana, titolare di due marchi: Fini, storico brand dell'alimentare nato a Modena nel 1912 e attivo da sempre nel settore della pasta fresca ripiena, e **Le Conserve della Nonna**, altro marchio storico emiliano che produce e commercializza pomodoro, sughi, vegetali, legumi e confetture di frutta. Nel 2015 l'azienda ha ampliato il suo stabilimento produttivo di Ravarino (Modena) con un importante investimento di 6,5 milioni di euro per l'installazione di macchinari altamente performanti nella produzione di pasta fresca e l'adozione di processi produttivi virtuosi. Oggi Fini rappresenta la più grande realtà produttrice di pasta fresca ripiena di schietta tradizione emiliana proprio in Emilia, a soli 20 km da Castelfranco...

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Giugno 2018



HOME NEWS NOTIZIA DEL GIORNO TGDO PRIMO PIANO INTERVISTA SUCCESSI E STRATEGIE APERT

News

Fini amplia la linea I Granripieni



Dopo i Ravioli Salsiccia e Funghi, l'azienda presenta un'altra novità: i Ravioli Patate e Rosmarino, la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova.

La sfoglia, integrale, biologica e 100% italiana, ha un'ottima tenuta in cottura, mentre il ripieno vegetale è morbido e saporito.

Questa nuova referenza è protagonista, insieme agli altri prodotti della linea, del progetto di comunicazione web e social

#ilpranzodelladomenica, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: fino a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower.

Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate saranno protagoniste di uno show

cooking presso Fico a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta da stampare su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

19 Giugno 2018

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Giugno 2018



**Focus
On Line**

Associato ANETT - Associazione Nazionale Editori Telematici Tempolbero



HOME

CHI SIAMO

ARCHIVIO

CONTATTI

LINK

REGISTRATI



Fini: nuove proposte della linea I Granripieni

14/06/2018

Fini, il marchio emiliano di pasta fresca ripiena, nato nel 1912 a Modena, ha aggiunto due ricette alla linea **I Granripieni**, che esaltano il gusto ed il connubio tra tradizione e innovazione.

I nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi** sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I **Ravioli Patate e Rosmarino** sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste due nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che, nel 2017 hanno registrato una crescita del volume di vendita di oltre il 20%: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I **Granripieni** sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social **#ilpranzodelladomenica**, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: fino ad ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto **Fini** abbinato ad ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine, la giuria **Fini** selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso **FICO** a Bologna. Sarà anche scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Giugno 2018

DEGUSTA

HOME NEWS DEGUSTA TV LA RIVISTA SITO PRE 2017 CONTATTI CLUB DEGUSTA STORE



Nuove Proposte Della Linea "I Granripieni" Fini

8th Giu Cucina e gastronomia

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione. "I Granripieni" di Fini, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata in pasta fresca ripiena, continua a raccogliere importanti successi.

Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: +25% di distribuzione numerica e +18% di ponderata a dicembre 2017, aumenta il referenziamento medio della categoria a scaffale e cresce la rotazione di base dei prodotti (+13%). La referenza più classica di Fini, i Tortellini Antica Ricetta 1912, rappresentativa di tutta la gamma, è quella che ha avuto la migliore performance distributiva nel segmento della pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza. Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de "I Granripieni di Sapore" con due nuove proposte all'insegna del gusto. I nuovi Ravioli Salsiccia e Funghi, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I Ravioli Patate e Rosmarino, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità. Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che nel 2017 hanno registrato una crescita del volume di vendita di oltre il 20%: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social #ilpranzodelladomenica, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: fino al prossimo ottobre, ogni domenica una "food blogger" pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che sarà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

Gianfranco Leonardi

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.

Giugno 2018

SAPORI
NEWS.COM

Fini: nuove proposte della linea I Granripieni

In Food 06/2018 Giovanni Scotti 344 Views 0 comments



***Fini**, il marchio emiliano di pasta fresca ripiena, nato nel 1912 a Modena, ha aggiunto due ricette alla linea **I Granripieni**, che esaltano il gusto ed il connubio tra tradizione e innovazione.*

I nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi** sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I **Ravioli Patate e Rosmarino** sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste due nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che, nel 2017 hanno registrato una crescita del volume di vendita di oltre il 20%: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I **Granripieni** sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social **#ilpranzodelladomenica**, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: fino ad ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto **Fini** abbinato ad ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine, la giuria **Fini** selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso **FICO** a Bologna. Sarà anche scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

Info: www.gruppofini.it

Giovanni Scotti

Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.

Giugno 2018

comunicati.net

Nuove proposte della linea "I Granripieni" Fini

06/giu/2018 11:48:05 Borderline Agency [Contatta l'autore](#)

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.

"I Granripieni" di **Fini**, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata nella pasta fresca ripiena, nel 2017 ha raccolto importanti successi. Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: **+25% di distribuzione numerica** e **+18% di ponderata** a dicembre 2017, aumenta il referenziamento medio della categoria a scaffale e **cresce la rotazione di base dei prodotti (+13%)**. La referenza più classica di Fini, i **Tortellini Antica Ricetta 1912**, rappresentativa di tutta la gamma, è quella che ha avuto la **migliore performance distributiva nel segmento della pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo**: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza.

Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de **"I Granripieni di Sapore"** con due nuove proposte all'insegna del gusto.

I nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi**, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I **Ravioli Patate e Rosmarino**, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che **nel 2017** hanno registrato una **crescita del volume di vendita di oltre il 20%**: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social **#ilpranzodelladomenica**, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: da maggio a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

www.nonsolobuono.it

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Giugno 2018

GASTRONOMIA

Nuove proposte della linea "I Granripieni" Fini

June
7
2018



Matteo Barboni
Borderline srl

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.



"I Granripieni" di Fini, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata nella pasta fresca ripiena, nel 2017 ha raccolto importanti successi. Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: +25% di distribuzione numerica e +18% di ponderata a dicembre 2017, aumenta il referenziamento medio della categoria a scaffale e cresce la rotazione di base dei prodotti (+13%).

La referenza più classica di Fini, i Tortellini Antica Ricetta 1912, rappresentativa di tutta la gamma, è quella che ha avuto la migliore performance distributiva nel segmento della pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza.

Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de "I Granripieni di Sapore" con due nuove proposte all'insegna del gusto.

I nuovi Ravioli Salsiccia e Funghi, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I Ravioli Patate e Rosmarino, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che nel 2017 hanno registrato una crescita del volume di vendita di oltre il 20%: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social #ilpranzodelladomenica, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: da maggio a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

www.nonsolobuono.it

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Giugno 2018

JOY Free Press

Diamo voce ai tuoi pensieri con comunicati di pubblica utilità

Nuove proposte della linea "I Granripieni" Fini

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.

"I Granripieni" di Fini, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata nella pasta fresca ripiena, nel 2017 ha raccolto importanti successi. Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: **+25% di distribuzione numerica** e **+18% di ponderata** a dicembre 2017, aumenta il referenziamento medio della categoria a scaffale e **cresce la rotazione** di base dei prodotti (+13%). La referenza più classica di Fini, i **Tortellini Antica Ricetta 1912**, rappresentativa di tutta la gamma, è quella che ha avuto la **migliore performance distributiva** nel segmento della **pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo**: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza.

Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de "I Granripieni di Sapore" con due nuove proposte all'insegna del gusto.

I nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi**, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I **Ravioli Patate e Rosmarino**, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che nel 2017 hanno registrato una **crescita del volume di vendita di oltre il 20%**: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social **#ilpranzodelladomenica**, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: da maggio a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

www.nonsolobuono.it

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

*Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.*

Giugno 2018

Nuove proposte della linea "I Granripieni" Fini

Novità per la linea premium "I Granripieni" Fini, la selezione dei formati e delle ricette premium del celebre marchio emiliano di pasta fresca ripiena.

Modena, 16/05/2018 - 12:45 (informazione.it - comunicati stampa - cibi e bevande) Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.

"I Granripieni" di Fini, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata nella pasta fresca ripiena, nel 2017 ha raccolto importanti successi. Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: +25% di distribuzione numerica e +18% di ponderata a dicembre 2017, aumenta il referenzialimento medio della categoria a scaffale e cresce la rotazione di base dei prodotti (+13%).

La referenza più classica di Fini, i Tortellini Antica Ricetta 1912, rappresentativa di tutta la gamma, è quella che ha avuto la migliore performance distributiva nel segmento della pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza.



Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de "I Granripieni di Sapore" con due nuove proposte all'insegna del gusto.

I nuovi Ravioli Salsiccia e Funghi, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I Ravioli Patate e Rosmarino, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con **semola** integrale di grano antico **Senatore Cappelli**, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che nel 2017 hanno registrato una crescita del volume di vendita di oltre il 20%: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social #ilpranzodelladomenica, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: da maggio a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

Sito Web
<http://www.nonsolocbuono.it>

Ufficio Stampa
Matteo Barboni
Borderline Srl (Leggi tutti i comunicati)
via Parisio 16
40137 Bologna Italia
borderline@borderlineagency.com



07. Giu 2018
Invio Comunicati Sta

Home
Chi Siamo
Nuov

Home | Lifestyle | Alimentari e Bevande |

Nuove proposte della linea "I Granripieni" Fini

Scritto da [BorderlineAgency](#) il 7 giugno 2018. Pubblicato in [Alimentari e Bevande](#), [Aziende](#)

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.

"I Granripieni" di Fini, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata nella pasta fresca ripiena, nel 2017 ha raccolto importanti successi. Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: **+25% di distribuzione numerica** e **+18% di ponderata** a dicembre 2017, aumenta il referenziamento medio della categoria a scaffale e **cresce la rotazione** di base dei prodotti (+13%). La referenza più classica di Fini, i **Tortellini Antica Ricetta 1912**, rappresentativa di tutta la gamma, è quella che ha avuto la **migliore performance distributiva** nel segmento della **pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo**: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza.

Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de "I Granripieni di Sapore" con due nuove proposte all'insegna del gusto.

I nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi**, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I Ravioli Patate e Rosmarino, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che **nel 2017** hanno registrato una **crescita del volume di vendita di oltre il 20%**: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social **#ilpranzodelladomenica**, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: da maggio a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

www.nonsolobuono.it

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.

Giugno 2018

Comunicati stampa

Ogni giorno tutte le informazioni aggiornate dal Web. Richiedi gratuitamente la pubblicazione del tuo comunicato.



Ti trovi su: [Home](#) » [Weblog](#) » [Varie](#) » Blog article: Nuove proposte della linea "I Granripieni" Fini

Nuove proposte della linea "I Granripieni" Fini

9 giugno 2018 da  Borderline Agency

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.

"I Granripieni" di **Fini**, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata nella pasta fresca ripiena, nel 2017 ha raccolto importanti successi. Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: **+25% di distribuzione numerica** e **+18% di ponderata** a dicembre 2017, aumenta il referenziamento medio della categoria a scaffale e **cresce la rotazione di base dei prodotti (+13%)**. La referenza più classica di Fini, i **Tortellini Antica Ricetta 1912**, rappresentativa di tutta la gamma, è quella che ha avuto la **migliore performance distributiva** nel segmento della **pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo**: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza.

Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de **"I Granripieni di Sapore"** con due nuove proposte all'insegna del gusto.

I nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi**, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I **Ravioli Patate e Rosmarino**, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che **nel 2017** hanno registrato una **crescita del volume di vendita di oltre il 20%**: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social **#ilpranzodelladomenica**, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: da maggio a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

www.nonsolobuono.it

Alcuni link
potrebbero
risultare non
attivi in quanto
pubblicazioni a
carattere
temporaneo.

Giugno 2018

AREA-PRESS.EU

COMUNICATI STAMPA & PRESS RELEASE

Nuove proposte della linea "I Granripieni" Fini

Posted on 6 giugno 2018 by Borderline Agency

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiungono due ricette all'insegna dell'esaltazione del gusto e del connubio tra tradizione e innovazione.

"I Granripieni" di Fini, linea premium che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi proposti dalla storica azienda emiliana nata nel 1912 a Modena specializzata nella pasta fresca ripiena, nel 2017 ha raccolto importanti successi. Tutti gli indicatori di performance hanno indicato una crescita a doppia cifra per la linea: **+25% di distribuzione numerica** e **+18% di ponderata** a dicembre 2017, aumenta il referenziamento medio della categoria a scaffale e **cresce la rotazione** di base dei prodotti (+13%). La referenza più classica di Fini, i **Tortellini Antica Ricetta 1912**, rappresentativa di tutta la gamma, è quella che ha avuto la **migliore performance distributiva** nel segmento della **pasta fresca con ripieni a base di prosciutto crudo**: un'ulteriore testimonianza della riconosciuta esperienza dello storico marchio emiliano nel formato della tradizione per eccellenza.

Da questo successo nascono nuove proposte: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de **"I Granripieni di Sapore"** con due nuove proposte all'insegna del gusto.

I nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi**, disponibili da marzo nel banco frigo, sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

I **Ravioli Patate e Rosmarino**, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale è morbido e gustoso. Il risultato è una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianità, del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerca novità e qualità.

Queste nuove referenze si aggiungono alle altre sei della gamma, che **nel 2017** hanno registrato una **crescita del volume di vendita di oltre il 20%**: segno che la ricerca di qualità e di appagamento da parte del consumatore ha trovato risposta in questa linea composta da ricette fortemente incentrate sul gusto, sulla scelta delle materie prime e sui formati di pasta.

I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione web e social **#ilpranzodelladomenica**, realizzato in collaborazione con 20 food blogger selezionate in tutta Italia: da maggio a ottobre, ogni domenica una food blogger pubblicherà una ricetta personalizzata con un prodotto Fini abbinato a ingredienti tipici del suo territorio, condividendola sui social e stimolando la partecipazione dei follower. Al termine delle 20 settimane, la giuria Fini selezionerà le tre ricette più originali e le blogger selezionate, con il supporto tre follower, saranno protagoniste di un live cooking show presso FICO a Bologna. Verrà infine scelta una ricetta che verrà stampata su un'edizione speciale della confezione del prodotto impiegato.

www.nonsolobuono.it

Benessere in un assaggio

Spesso si considera la pasticceria come genere voluttuario, nemico della dieta. Tuttavia, qualcosa sta cambiando e la cucina del benessere esiste ed è praticabile. Se ne è discusso a Cibus, nel convegno organizzato da **Gruppo Fini e Greci Alimentare**. Tra i relatori **Davide Comaschi** il quale, nel portare la sua esperienza, ha spiegato come per gli addetti ai lavori sia importante prestare attenzione agli insegnamenti della scienza della nutrizione, pur non negando che, in pasticceria, una delle priorità sia il gusto. I professori **Claudio Corradini** e **Antonella Cavazza** dell'Università di Parma, Dipartimento di Scienze Chimiche, della Vita e della Sostenibilità Ambientale, hanno illustrato i processi di trasformazione che avvengono in cottura e l'importanza dell'**inulina**, una fibra alimentare naturale che si può utilizzare negli impasti come supporto per la riduzione dello sviluppo di acrilammide. Su questa problematica, Comaschi ha ribadito come la scoperta dell'inulina rappresenti un grande risultato per gli artigiani e, in particolare, il fatto che ne esistano varie tipologie per diversi effetti: è così possibile lavorare ottenendo dolci più leggeri, con meno grassi, ma con la stessa struttura, in modo da garantire duttilità e rispettare la richiesta di gusto. Sulla base di queste considerazioni, ha inoltre sottolineato come sia necessario prestare maggiore attenzione ai risultati della ricerca: i professionisti del food hanno bisogno di essere formati anche su queste evoluzioni della scienza alimentare e scoprire come innovare in direzione di una cucina sempre più legata al raggiungimento e al mantenimento del benessere. Un pensiero sostenuto da **Chiara Manzi**, esperta di nutrizione e fondatrice di Art joins Nutrition Academy, Accademia Europea di Nutrizione Culinaria, che ha spiegato come cucina e scienza possano collaborare per una cultura alimentare che unisca piacere e attenzione per una vita sana. Una collaborazione testimoniata anche da **Andrea Ghia**, CEO del Gruppo Fini e Greci Alimentare: per la mission "non solo buono", che lui stesso ha voluto affidare alle aziende che guida, il cibo deve essere autentico, cioè rispettoso di tradizioni e territorio; bello da portare in tavola e per tutti, prestando attenzione alle crescenti intolleranze, e teso ad offrire l'equilibrio nutrizionale nel piatto. Infatti, dal 2015 le aziende del gruppo commercializzano referenze certificate Gusto&Benessere da Art joins Nutrition Academy e sono stati fra i primi in Italia a lanciare prodotti realizzati secondo la moderna scienza della nutrizione. Tra questi **PizzaPiù**, "la pizza del benessere", che attraverso un mix di farine, semi e ingredienti funzionali diventa digeribile e bilanciata, mentre le composte di frutta de **Le Conserve Della Nonna** sono con zucchero d'uva, curcuma, zenzero e bacche di goji. Insomma, emerge forte il concetto di responsabilità sociale d'impresa.

Matteo Barboni



In una sola operazione

La **One Shot Depositor Tuttuno** di **Selmi Chocolate Machinery** consente di realizzare in una sola operazione prodotti ripieni, tra cui praline su stampo in policarbonato, *boule*, ovetti e elaborati con fattezze particolari. La macchina inietta, in tempi e modi differenti, cioccolato e ripieni nelle percentuali richieste, grazie ad un meccanismo a pistoni di alta precisione, producendo contemporaneamente la camicia esterna in cioccolato e l'interno della pralina. L'alimentazione del cioccolato viene fornita a ciclo continuo dalla temperatrice posta dietro la macchina, mediante ricircolo su corpo pompa. "È un dettaglio di fondamentale importanza – sottolinea il titolare, **Paolo Selmi**



– in quanto consente al cioccolato di essere sempre temperato per un ottimo risultato in fase di smodellaggio, dopo il raffreddamento". Il ripieno viene erogato dalla tramoggia termoregolata sulla testata della macchina in alluminio teflonato alimentare ed è possibile inserire all'interno della ganache inclusioni di dimensione massima 2 mm. La macchina può essere equipaggiata con un caricatore stampi automatico, per aumentare la velocità produttiva, e di sistema di vibrazione stampi, per distribuire il cioccolato uniformemente ed evitare difetti sul prodotto finale. Tuttuno, in abbinamento al tunnel di raffreddamento circolare SPIN500, assicura compattezza in termini di spazio occupato, massima funzionalità ed elevata produzione. "È possibile testare le performance di Tuttuno presso il Training Centre aziendale – conclude Selmi – supportati dai nostri chef: vi invitiamo a trascorrere una giornata con il Team Selmi". www.selmi-group.it





LE RICETTE DELLA NUTRIZIONISTA

SE LE CHIEDETE QUALE SIA IL SUO LAVORO, LEI VI RISPONDERÀ "SPACCO FELICITÀ!". ED È PROPRIO CIO CHE FA LA DOTTRESSA CHIARA MANZI, CHE HA RIVOLUZIONATO IL CONCETTO STESSO DI ALIMENTAZIONE. ECCO I SUOI SEGRETI E UNA DIETA TIPO DI UNA SETTIMANA

Laureata in Nutrizione umana, specializzata in Nutrizione Antaging e Nutrizione cuinaria, ha studiato come le cotture degli alimenti, i loro abbinamenti e le dosi possano modificare gli effetti che ha il cibo sul nostro corpo: questo è il concetto di Nutrizione culinaria, una branca nata negli Stati Uniti nel 1999 e portata da lei in Italia, coadiuvata ogni giorno dai suoi Cuochi Evolution. Le sue "ricette del benessere", certificate per la sicurezza nutrizionale, sono ora a disposizione di tutti.

L'ESPERTA
A.S. la nutrizionista Chiara Manzi, che ha fondato la prima accademia di Nutrizione culinaria in Europa, insegna alla Bocca di Milano.



**BUONO
DA
VIVERE!**

Questo è il suo motto: rendere leggeri e antietà i cibi più golosi, quelli che fanno di solito male perché troppo calorici, così non te ne privi e in più resti giovane e in salute.

GIUGNO 2018 DIVA E DONNA CUCINA

LE RICETTE DELLA NUTRIZIONISTA

IDEE PER UNA SETTIMANA

GIORNO 1

COLAZIONE

- 200 ml di latte parzialmente sovrasmontato + caffè e 1 cucchiaino di eritritolo se gradito + 30 g di fette biscottate integrali + 15 g di marmellata

SPUNTINO

- 1 frutto da 150 g + 20 g di noci

PRANZO

- 250 g di asparagi al forno conditi con 1 cucchiaino di olio; linguine al pesto Evolution; caffè e 1 cucchiaino di eritritolo se gradito

LINGUINE AL PESTO EVOLUTION

Ingredienti per 4 persone:

- 280 g di linguine • 100 g di fagiolini • 50 g di patate • 40 g di basilico • 2 cucchiaini di olio di oliva extravergine • 10 g di parmigiano • 15 g di pinoli • 8 g di mollica • 1 spicchio di aglio • 4 g di sale iodato • ghiaccio, 2-3 cubetti

Preparazione: 1/ Smincia le patate, tagliele a cubetti e mettile a cuocere con la pasta e i fagiolini. 2/ Frulla i pinoli, il basilico, l'olio, l'aglio, il parmigiano, sale, mollica (se usi pasta integrale non è necessario aggiungere l'aglio) e il ghiaccio: frulla il pesto con il ghiaccio di consente di non surriscaldare il basilico durante la frullatura; manteniamo così intatta la vitamina C, che protegge le nostre cellule dall'invecchiamento. Inoltre ci consente di utilizzare meno grassi lasciando tutto il gusto del piatto più famoso della tradizione genovese. 3/ Salta in padella la pasta sciolata con patate e fagiolini. Fuori dal fuoco aggiungi il pesto e amalgama. Servi ben caldo.

SPUNTINO

- 125 ml di yogurt magro + 1 frutto da 150 g

CENA

- 70 g di radicchio verde + 100 g di pomodori + 1 cucchiaino di olio; 40 g di riso con 30 g di lenticchie su peso secco condite con 1 cucchiaino di olio



LINGUINE AL PESTO EVOLUTION
DIFFICILE BASSA
PRONTA IN 15 MIN

GIORNO 2

COLAZIONE

- 250 ml di tisana + 50 g di biscotti secchi + 1 cucchiaino di eritritolo se gradito

SPUNTINO

- 125 ml di yogurt magro + 20 g di mandorle + 1 frutto da 150 g

PRANZO

- 250 g di fagiolini saltati in padella con carota e cipolla nera + 1 cucchiaino di olio + 100 g di pane integrale; 100 g di merluzzo + 1 cucchiaino di olio; caffè e 1 cucchiaino di eritritolo se gradito

SPUNTINO

- 1 frutto da 150 g

CENA

- Pomodori ripieni di riso Evolution; insalata mista con 10 g di radicchio,

20 g di rucola condita con 1 cucchiaino di olio

POMODORI RIPIENI DI RISO EVOLUTION

Ingredienti per 4 persone:

- 500 g di pomodori tondi • 50 g di riso • 20 g di olive nere denocciolate • oregano • basilico • 1 g di olio di oliva extravergine (da usare con lo spray) • sale marino iodato

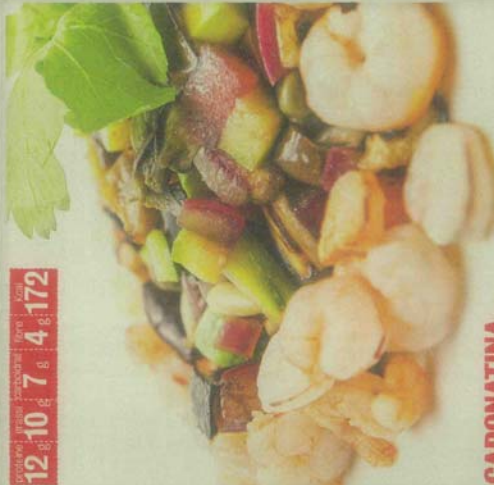
Preparazione: 1/ Cuoci il riso in acqua bollente salata fino a metà cottura e scolalo. 2/ Prendi i pomodori tondi, taglia la calotta superiore e svuotali con un cucchiaino dei semi e della parte interna. 3/ Rinfila la polpa interna dei pomodori molto finemente, aggiungi il basilico, l'origano, 5 g di sale, le olive tagliate finemente, la scorza del limone e l'olio. Aggiungi il riso e mescola. 4/ Riempi i pomodori e riposiziona la ca-

LE RICETTE DELLA NUTRIZIONISTA

12 10 7 4 172

CAPONATINA DI MELANZANE EVOLUTION

DIFE BASSA
PRONTA IN 50 MIN • RIPOSO



CONDITO CON SOFFRITO IN PADILLA DI 150 g DI CAROTE + 50 g DI CIPOLLA + 50 g DI SARDANO + 1 CUCCHIAIO DI OLIO + 30 g DI LENTICCHIE SU PESO SECCO; CHEESECAKE EVOLUTION

INGREDIENTI PER 5 PERSONE:
• 240 ml di yogurt greco 0% di grassi
• 90 g di biscotti tipo Digestive + 60 g di stracchino + 30 g di eritritolo + 20 g di burro + 1 limone non trattato + 170 g di frutti di bosco misti (more, lampocini, mirtillo) + 20 ml di acqua + 12 g di frullina + 6 g di gelatina in fogli + vaniglia in polvere

Preparazione: 1/ In un frullatore riduci l'eritritolo a velo. Trita molto finemente i biscotti e mescolali con l'acqua e il burro, precedentemente sciolto. 2/ Versa l'impasto di biscotti sulla base di una teglia rotonda del

GIORNO 4

COLAZIONE
• 250 ml di tisana + se gradito 1 cucchiaino di eritritolo + 30 g di fette biscottate integrali + 15 g di marmellata

SPUNTINO
• 125 ml di yogurt magro + 20 g di noca + 1 frutto da 150 g

PRANZO
• 250 g di broccoli al vapore conditi con 1 cucchiaino di olio; gnocchi alla romana Evolution; caffè e 1 cucchiaino di eritritolo se gradito

CENA
• 70 g di insalata verde + 150 g di tagliolini saltati in padella con curcuma e pepe nero + 1 cucchiaino di olio + 100 g di pane integrale; 100 g di fettine di pollo condite con 1 cucchiaino di olio

GIORNO 5

COLAZIONE
• 200 ml di latte parzialmente scremato + caffè e 1 cucchiaino di eritritolo se gradito + 40 g di pane integrale leggermente tostato + 10 g di miele + 10 g di mandorle

SPUNTINO
• 1 frutto da 150 g + 10 g di mandorle

PRANZO
• piatto unico con 40 g di farro

CENA
• 70 g di insalata verde + 150 g di tagliolini saltati in padella con curcuma e pepe nero + 1 cucchiaino di olio + 100 g di pane integrale; 100 g di fettine di pollo condite con 1 cucchiaino di olio

INGREDIENTI PER 4 PERSONE:
• 1 l di latte parzialmente scremato + 250 g di semolino + 30 g di pomodori pachino + 25 g di burro + 20 g di parmigiano + 18 g di inulina + 6 g di sale iodato + 2 uova + pepe nero + curcuma + noce moscata

Preparazione: 1/ Metti a bollire il latte con il sale, poca noce moscata, l'inulina, curcuma e pepe nero. All'ebollizione, versa a pioggia il semolino, mescolando bene per evitare grumi. 2/ Lascia cuocere adagio per circa 10 minuti. Togli dal fuoco e unisci le uova e il burro. Mescola vigorosamente e fai raffreddare. 3/ Stendi il semolino sul piano del tavolo a forma di cilindro e chiudi come una caramella. 4/ Ponili in frigo per 20 minuti. Apri la carta da forno, taglia il cilindro in tanti dischi e disperdili a scala su una piastrina foderata con carta da forno. 5/ Cospargi con il parmigiano grattugiato e appoggia sopra i pomodori a metà. Fai gratinare al grill o in forno molto caldo.

SPUNTINO
• 1 frutto da 150 g

MINIGUIDA A ERITRITOLE E INULINA

L'INULINA è una fibra naturale estratta dalla cicoria. Ha un effetto prebiotico perché favorisce la crescita dei batteri buoni dell'intestino. E' senza sapore, si presenta sotto forma di polvere bianca e si aggiunge solo in piccole dosi quando indicata. L'inulina a catena lunga aiuta a ridurre l'assorbimento dei grassi e abbassa l'indice glicemico dei cibi perché fa innalzare meno il livello di zuccheri nel sangue; da qui la sua forza di diventare un "taglia-calorie", di trasformare un pasto che richiede farine raffinate in integrale e di far sentire più sazi.

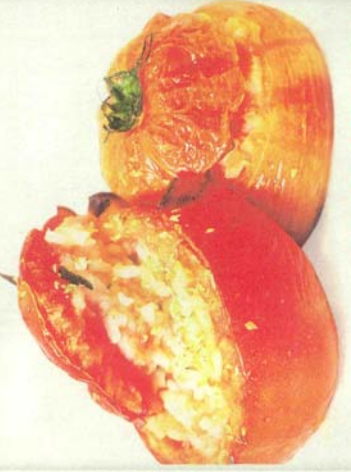
L'ERITRITOLE è un dolcificante naturale senza calorie e senza retrogusto. E' prodotto dalla fermentazione di zuccheri presenti naturalmente nella frutta e in altri alimenti di origine vegetale. Il suo potere dolcificante è pari al 70% del comune zucchero da tavola. Leggi l'etichetta: non deve essere miscelato ad altri dolcificanti. Può sostituire lo zucchero in pari peso. Un'accortezza: non funziona bene nelle frolle.

Inulina ed eritritolo non contengono allergeni, quindi tutti possono consumarli. Questi ingredienti si trovano nei supermercati, nelle erboristerie, nelle farmacie e online.

9 7 60 12 331

POMODORI RIPIENI DI RISO EVOLUTION

DIFE MEDIA
PRONTA IN 1 H



INGREDIENTI PER 4 PERSONE:
• 400 g di melanzane + 240 g di code di gamberi + 120 g di sedano + 60 g di pomodoro + 50 g di olive nere + 30 g di cipolla + 20 g di capperi + 4 cucchiaini di olio di oliva extravergine + 15 g di pinoli + 10 g di eritritolo + 2 g di sale iodato + prezzemolo + sale + pepe bianco + aceto balsamico

COLAZIONE
• 200 ml di latte parzialmente scremato + caffè e 1 cucchiaino di eritritolo se gradito + 40 g di pane integrale leggermente tostato + 10 g di miele + 10 g di mandorle

SPUNTINO
• 1 frutto da 150 g + 10 g di mandorle

PRANZO
• 250 g di carote al forno condite con 1 cucchiaino di olio; caponatina di melanzane Evolution + 100 g di pane integrale; caffè e 1 cucchiaino di eritritolo se gradito

CAPONATINA DI MELANZANE EVOLUTION

CONDITO CON SOFFRITO IN PADILLA DI 150 g DI CAROTE + 50 g DI CIPOLLA + 50 g DI SARDANO + 1 CUCCHIAIO DI OLIO + 30 g DI LENTICCHIE SU PESO SECCO; CHEESECAKE EVOLUTION

INGREDIENTI PER 5 PERSONE:
• 240 ml di yogurt greco 0% di grassi
• 90 g di biscotti tipo Digestive + 60 g di stracchino + 30 g di eritritolo + 20 g di burro + 1 limone non trattato + 170 g di frutti di bosco misti (more, lampocini, mirtillo) + 20 ml di acqua + 12 g di frullina + 6 g di gelatina in fogli + vaniglia in polvere

Preparazione: 1/ In un frullatore riduci l'eritritolo a velo. Trita molto finemente i biscotti e mescolali con l'acqua e il burro, precedentemente sciolto. 2/ Versa l'impasto di biscotti sulla base di una teglia rotonda del

Ricerca, responsabilità sociale e benessere

Aziende e ricercatori insieme per alimenti più sani. Dagli studi sulle problematiche dei processi di cottura, ai nuovi ingredienti: Gruppo Fini e Greci Alimentare pensano alla salubrità della propria offerta

La cucina del benessere esiste ed è praticabile. A testimoniare, durante la scorsa edizione di Cibus, sono stati gli ospiti della conferenza organizzata da Gruppo Fini e Greci Alimentare. Chiara Manzi, esperta di nutrizione e fondatrice di Art joins Nutrition Academy, Accademia Europea di Nutrizione Culinaria, ha spiegato come la cucina e la scienza possano collaborare insieme per la creazione di una cultura alimentare che unisca il piacere della buona tavola e l'attenzione per una vita sana. Su questo concetto si basa la cucina del benessere, un'alternativa che permette di stare bene mangiando i piatti della tradizione italiana, senza privazioni. Un sogno ora realizzabile, grazie alla collaborazione tra ricerca

scientifica, i professionisti dell'industria alimentare e della ristorazione, individuando soluzioni preziose per realizzare pizza, dolci e altre ricette buone e al contempo favorevoli all'equilibrio nutrizionale. È il caso del lavoro congiunto svolto dal Gruppo Fini con Greci Alimentare e l'Università di Parma per capire come ridurre l'acrilamide, un cancerogeno che si sviluppa dalla cottura dei cereali.

Claudio Corradini e Antonella Cavazza, dell'Università di Parma, Dipartimento di Scienze Chimiche, della Vita e della Sostenibilità Ambientale, hanno illustrato i processi di trasformazione che avvengono in cottura e l'importanza dell'inulina, una fibra alimentare naturale che si può utilizzare negli impasti come supporto per la riduzione dello sviluppo di acrilamide. Lo stesso Maestro Pasticcere Davide Comaschi dell'Accademia Maestri Pasticceri Italiani e membro del Comitato Scientifico ASSIC, Associazione per la Sicurezza Nutrizionale in Cucina, docente di Alma e Campione del Mondo 2013 del cioccolato, ha ribadito il valore, per gli addetti ai lavori, degli insegnamenti del-

la scienza della nutrizione. Se nella pasticceria il gusto è una delle priorità, è prezioso il poter ottenere ricette che diano lo stesso piacere al palato, pur essendo equilibrate, leggere e meno grasse.

Andrea Ghia, CEO del Gruppo Fini e Greci ha raccontato come già da quattro anni i marchi che rappresenta siano portatori e simbolo del gusto dell'industria alimentare made in Italy e della cucina del benessere. Per la mission "Non Solo Buono", che lui stesso ha voluto dare alle aziende che guida, il cibo deve essere: autentico, cioè rispettoso delle tradizioni e del territorio; bello da portare in tavola e per tutti, ovvero con attenzione alle crescenti intolleranze alimentari; ma deve anche tendere ad offrire l'equilibrio nutrizionale nel piatto.

Infatti, dal 2015 Gruppo Fini e Greci commercializzano prodotti certificati Gusto & Benessere da Art joins Nutrition Academy e sono stati fra i primi in Italia a lanciare prodotti realizzati secondo la moderna scienza della nutrizione. Come ad esempio PizzaPiù, la pizza del benessere, presentata alla ristorazione. Attraverso un mix di farine, semi e ingredienti funzionali la pizza, abitualmente alimento ipercalorico e che crea un picco glicemico, diventa leggera, digeribile e bilanciata. Lato consumer, Gruppo Fini ha creato le composte di frutta certificate Gusto&Equilibrio de Le Conserve Della Nonna, realizzate con lo zucchero d'uva e con ingredienti funzionali come curcuma, zenzero e bacche di goji. Insomma, emerge forte il concetto di responsabilità sociale d'impresa perché - come afferma lo stesso Ghia - "Il mercato vuole capire ed essere più consapevole e l'industria deve porsi in dialogo con le persone a cui sono rivolti i prodotti".

Matteo Barboni



TOP news

a cura di RCS PUBBLICITÀ

Birrificio Angelo Poretti presenta la nuova 9 Luppoli Bohemian Pils



Birrificio Angelo Poretti ha presentato la nuova 9 Luppoli Bohemian Pils nella cornice del Bistrot del MUDEC, all'interno della serata di inaugurazione di "9 Luppoli Oltreconfine - un viaggio in

Da oltre 50 anni Gandola offre il piacere del benessere

Presente nel territorio bresciano da più di 50 anni, Gandola con le sue due unità produttive è una realtà importante nel mercato della produzione e distribuzione di prodotti dolciari, convenzionali e prodotti biologici. Particolarmente attenta a sicurezza e qualità e alle nuove esigenze di mercato, nel 2017 ha creato una linea di biscotti e creme Bio: "L'Albero del Bio". È entrata, inoltre, nel mondo delle vendite on-line con alcuni prodotti sulla piattaforma virtuale Buy-me.



Nicolò Moschella propone per ogni dolce il giusto drink



degli ultimi anni. Spinto dalla sua grande passione per la ricerca e la contaminazione, il pastry chef Nicolò Moschella ha voluto creare delle bevande capaci di esaltare le sue creazioni. Così, in collaborazione con l'Istituto I.I.S. Paolo Frisi-Milano - Dipartimento Ristorazione, è nata una cocktail list in cui ogni drink è stato creato per essere abbinato a un preciso dolce.

Il food pairing, l'abbinamento tra cibo e bevanda, è una delle tendenze più innovative

Le Conserve della Nonna mettono d'accordo innovazione e tradizione



Le Conserve della Nonna, brand del Gruppo Fini specializzato in conserve di pomodoro, confetture e condimenti a base vegetale, rinnova la sua immagine e propone diverse novità. La linea "Gusto&Equilibrio", ad esempio, si è ampliata con le golose creme spalmabili a base di frutta in abbinamento al cacao. In occasione di Cibus 2018, la crema Pere e Cacao è stata selezionata come uno dei prodotti più innovativi dell'anno ed è stata esposta nello spazio Cibus Innovation Corner.

"Con il latte nelle vene" il libro autobiografia di Archimede Sabelli

È stato presentato a Cibus 2018 il libro "Con il latte nelle vene", edito da Capponi Editore, autobiografia di Archimede Sabelli fondatore del caseificio Sabelli, uno dei principali gruppi italiani specializzati nella produzione di formaggi freschi e mozzarelle. Il libro è la storia di una passione e di un sogno che ha preso forma quasi 100 anni fa e oggi si concretizza in una realtà imprenditoriale arrivata alla quarta generazione, con tre siti produttivi in cui si lavorano 123.000 tonnellate di latte fresco all'anno e si garantisce occupazione a oltre 450 persone.



Orogel da 50 anni la sua filiera corta è sinonimo di qualità

Con una storia di oltre 50 anni, Orogel prosegue nel suo percorso di crescita che nel 2017 gli ha permesso di fatturare oltre 685 milioni di euro, con un +8% sull'esercizio precedente. Una crescita che nasce dalla qualità: ogni prodotto Orogel, infatti, è seminato con cura nelle zone italiane più vocate e nasce, cresce e matura nella sua stagione. Una qualità che è assicurata anche dalla filiera corta che consente ai prodotti di essere lavorati entro pochissime ore dalla raccolta.

Tutto il buono delle fibre con CruscaSohn e Simone Rugiati



Tra i componenti degli alimenti che più ci aiutano a stare in salute ci sono le fibre e la crusca è l'ingrediente ideale per assumerle. La sfida allora è quella di coniugare i nostri palati esigenti con un'alimentazione ricca di fibre integrali. Per questo CruscaSohn regala le ricette firmate dallo chef Simone Rugiati. Un intero menù (consultabile anche su www.cruscasohn.it), per una cucina buona e sana, che rispetta la tradizione e in cui la crusca è protagonista.

Flli Pinna con i suoi formaggi porta in tavola la Sardegna

A Thiesi, nel cuore verde della Sardegna, nel 1919 i fratelli Giommaria e Francesco danno vita alla Flli Pinna. E da allora portano sulle tavole del mondo formaggi unici, le eccellenze di Sardegna che abbinano l'antica sapienza casearia e le più avanzate tecnologie. Flli Pinna è la "mamma del Brigante", celebre pecorino fresco, prodotto nel classico gusto dolce ma anche in varianti: al pepe nero, al tartufo, al rosmarino, allo zafferano, al peperoncino e senza lattosio.



Per ridurre gli zuccheri nel sangue Zuccarin™ di New Nordic



Zuccarin™ di New Nordic è un integratore totalmente naturale a base di estratto di foglie di gelso bianco. Utilizzate da secoli nella medicina orientale, le foglie di gelso bianco contengono una sostanza chiamata deossinojirimicina (DNJ), che riduce significativamente la trasformazione degli zuccheri in glucosio, rallentandone l'assorbimento. Diminuendo la concentrazione di zuccheri nel sangue si riduce l'apporto calorico e in questo modo si favorisce la perdita di peso.

TOP news

a cura di RCS PUBBLICITÀ

Intuitive Surgical presenta il sistema chirurgico da Vinci SP



Il sistema chirurgico da Vinci SP per le procedure chirurgiche urologiche, di Intuitive Surgical, ha ottenuto l'autorizzazione dalla Food and Drug Administration statunitense. Il sistema permette interventi minimamente invasivi perché consente al chirurgo di accedere alle strutture anatomiche profonde e ad accesso limitato attraverso una tecnologia robotica. Questo consente di intervenire tramite una singola e piccola incisione e di eseguire anche procedure più complesse.

Montana presenta il primo hamburger italiano sostenibile

Montana fa chiarezza sull'impatto ambientale dei suoi hamburger.



Il consumo diretto di acqua per produrre un hamburger da 100 g è solo 72,8 litri. Inoltre, il 99,9% degli imballaggi generati dal processo di produzione è avviato al riciclo. Sono alcuni dei dati emersi dalla Dichiarazione Ambientale di Prodotto (EPD-Environmental Product Declaration) realizzata sugli hamburger di bovino surgelati a marchio Montana e prodotti solo con carne proveniente da allevamenti italiani.

Grazie a Uwell di Sanofi la salute è a portata di mano



Sanofi presenta Uwell, la prima piattaforma digitale che integra servizi

innovativi e contenuti educativi personalizzati e rende più semplice e immediato prendersi cura della propria salute e di quella dei propri familiari. Consente, inoltre, di ricevere un medicinale a casa in 60 minuti. Ci si può iscrivere sul sito o scaricare l'app e creare un profilo per sé e per i propri figli. Tra le sue funzionalità: il «Profilo Salute», l'«Agenda», l'«Amadietto digitale dei medicinali».

Due nuove proposte arricchiscono la linea I Granripieni di Fini



Fini ha arricchito ulteriormente la linea de I Granripieni di Sapore con due nuove proposte all'insegna del gusto. I nuovi Ravioli

Salsiccia e Funghi sono mezzelune di sfoglia che racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini. I Ravioli Patate e Rosmarino sono la prima proposta di pasta fresca con un ripieno vegetale realizzata con semola integrale, biologica, di grano antico Senatore Cappelli e senza uova.

AdeZ la scelta vegetale per nutrire il nostro potenziale

Arriva anche in Italia AdeZ, la linea



Coca-Cola di bevande vegetali per nutrire il potenziale di ognuno di noi in diversi momenti della giornata. Sette deliziose varianti, per la colazione o uno snack, prive di lattosio, adatte ai vegani e senza zuccheri aggiunti. Cinque le varianti per la colazione e arricchite con vitamina B12, D e calcio in confezioni da 800 ml: Sorprendente Soia, Meravigliosa Mandorla, Straordinaria Avena, Favoloso Riso e Strepitoso Cocco.

Per un'estate piena di salute tutta la natura di Bioexpress



Per rimettersi in forma e risanare l'organismo niente è meglio di frutta e verdura di stagione,

biologica e magari consegnata direttamente a casa propria. Bioexpress è un gruppo di produttori dell'Alto Adige che si dedica alla coltivazione di frutta e verdura secondo le regole dell'agricoltura biologica, senza concimi e fitofarmaci sintetici, nel pieno rispetto della terra e dell'uomo. Suo punto di forza sono il rapporto diretto con il consumatore e la consegna a domicilio.

San Patrignano, il bambù: nuova sfida del settore agricolo



Grazie alla donazione del Consorzio Bambù Italia, il bambù gigante si inserisce fra le

varietà coltivate dalla Comunità San Patrignano, che da 40 anni accoglie in modo gratuito giovani con problemi di dipendenza ed emarginazione. La piantagione fornirà germogli alimentari e legname, ma soprattutto sarà una nuova sfida formativa per i ragazzi della comunità. Il bambù è considerato uno dei cinque alimenti più salutari e rappresenta la coltivazione agricola più innovativa.

Gustosa e leggera arriva la nuova Ricotta Bio di Brimi

Prodotta solo con prezioso latte da agricoltura biologica, la Ricotta Bio di Brimi racchiude tutta l'autenticità della natura più pura.



È sicura e genuina poiché è realizzata utilizzando una materia prima di origine Bio che garantisce rispetto dell'ambiente e benessere degli animali. Morbida e gustosa una volta assaggiata sprigiona tutto il sapore del latte fresco di montagna. È perfetta al naturale ma anche come ingrediente per sfiziose ricette estive dolci o salate.

A Milano Food City il Sindaco Sala con lo Zafferano Leprotto



Per l'inaugurazione di Milano Food City si è svolto uno showcooking dove il sindaco di Milano Giuseppe Sala, il presidente di Regione Lombardia Attilio

Fontana e il presidente di Camera di Commercio e Confindustria Milano Carlo Sangalli si sono sfidati ai fornelli, preparando dei «piatti della tradizione» ma antispreco. Il sindaco Giuseppe Sala, aiutato dallo chef stellato Andrea Berton, ha realizzato un risotto con scampi arricchito con il pregiato Zafferano Leprotto.

CONSERVE ROSSE

COMUNICAZIONE
A CACCIA DI FOODIES

Il successo delle trasmissioni televisive è dato dalla loro fruibilità. E' per questo che i contenuti digitali dedicati al food sono le trasmissioni più seguite. «L'idea di una personalizzazione in cucina. Passate, polpette, salsicce e concentrati rimangono dei prodotti di qualità e conosciuti, ma per essere più vicini agli italiani, che li ricercano sempre più da quelli italiani, e dalla materia prima certificata», commenta **Carlo Erba, Direttore Commerciale di Petti**. «Per questo Romano che produce prodotti premium come quelli Petti sono la risposta più completa per la qualità della nostra categoria. E sempre più ampio il target di consumatori, che sono più giovani, che è aspirazionale, appassionati, che è aspirazionale, che non sono disposti a pagare il più basso prezzo, ma vogliono il meglio per la qualità della materia prima».

Gruppo Fini del canto suo, a partire da

**CRESCITA A VALORE
DEI POMODORINI DATTERINI**

+1.4%

Steriltom
sempre più
taylor made

Per sfuggire l'effetto commodity che caratterizza il settore della carne salata, **Sterilom** ha investito su R&D. «Negli ultimi anni», commentano dal azienda, «abbiamo dimostrato che si può innovare anche in un settore saturo come il pomodoro. In particolare, **abbiamo offerto diversi nuovi prodotti** partendo dalla polpa da pomodoro lunga, la polpa extra densa che permette di non aggiungere conservanti, il bio e così via, con un approccio sempre più *tailor made*. Fra gli ultimi lanci, si segnalano Special Puzza Due Fajansi Polpa Bio e Special Pomodoro 100% Biologico. La polpa di pomodoro BIO Sterilom è certificata e prodotta su una linea indipendente: una piccola "fabbrica nella fabbrica".

PLAYERS	ALCE NERO	CONSERVE ALIMENTARI FUTURAIGRI	CONSERVE ITALIA	CONSORZIO CASALSCO DEL POMODORO	FINAGRICOLA LA SOCIETÀ COOPERATIVA
Marchi	Alce Nero	Rosso Gargano	C'riso, Vetrifatta, Yoga, Derby Blue	Pomi, De Rica	Finagricola, Ciel Com'e, Grangusto
Fatturato 2017 (€)	78 mln (tot. az.)	30 mln (conserv. rosse)	Circa 300 mln (tot. gruppo)	240 mln (tot. gruppo)	45 mln (tot. az.)
Volumi (t)	nd	90.000	373.000 di prodotto trasformato all'anno	560.000 di pomodoro fresco trasformato	circa 2.000
Canali di vendita	Gulp 75%, Export 13%, Tradizionale bio 10%, altri 2%	Tutti	Modern trade, Normal trade	Derivati del pomodoro: DM 48%, Discount 26%, T O 9%, Coop 19%, altri 9%	Italia Gdo 50%, Export 30%, altro 20%
Top SKU					
	Pasta di Pomodoro Tradizionale bio 500 g	Rosso Gargano Petati di Puglia	Pasta di pomodoro La C'riso	Pasta di pomodoro in bottiglia vetro da 700 ml	Datterino Rosso p. Succo - Marchio Ciel Com'e

150 FOND Giugno 2018

Segue a pag 156

CONSERVE ROSSE

Probios investe sulla filiera corta

La maturità della concorde rosa è un elemento indiscutibile, come comprova il calo dei consumi che continua a interessare il settore. **Al contempo, si affacciano sul mercato nuovi player che propongono un'offerta differenziata e in grado di rispondere alle esigenze di un consumatore che pretende sempre più trasparenza e qualità.** In questo contesto, trovano quindi spazio aziende come Probios che prestano particolare attenzione alla qualità e all'origine della materia, lungo tutta la filiera. Nel pieno dell'attuale boom del biologico, per il consumatore non è sempre facile orientarsi nella scelta - fanno sapere da Probios - Non basta infatti leggere bio

FILIERA

BACK TO BASIC: LA SEMPLICITÀ PREMIA

[illegible]

A essere premiata è insomma l'autenticità. Nonostante il ciclo economico difficile - caratterizzato da un calo del 10,5 per cento del fatturato da **Mutti** - il consumatore è sempre più attento alla qualità e alla salubrità degli alimenti: segmenti come il biologico, soprattutto, hanno ancora un peso molto basso all'interno della categoria (inferiore al 2%), stanno facendo registrare significativi incrementi. I clienti finali chiedono maggiori garanzie di provenienza, di qualità e di tracciabilità della materia prima utilizzata. In conclusione, comprano più, ma meglio, un trend che

52 FOOD GIUGNO 2018

lizzazione del prodotto a cui si è arrivati a seguito di spinte premozionali eccessive che hanno rischiato di schiacciare il mercato solo sul prezzo, trasalando la qualità. Una deriva che, se non arginata, rischia di ridurre le conserve rosse a una a una mera commodity, con un danno enorme per tutto il settore. Il consumatore invece cerca valore nel prodotto, e dispendio a che dall'etichetta».

**Il giallo di Finagricola
spicca a scaffale**

dei pomodorini CoSi Com'è con due nuovi prodotti. "Un Ciliegino, dal gusto dolce e allo stesso tempo con quella nota acida tipica di questa varietà, e il Cordoba: un pomodoro adatto per le insalate dal colore molto intenso, tendente quasi al nero - puntualizza Palo -. Le nostre conserve a marchio CoSi Com'è e Grangiuolo arrivano anche negli Stati Uniti oltre che in Europa, principalmente in Germania, Svizzera e Austria".

"Siamo molto contenti delle performance del nostro prodotto, ossia il datterino giallo. Abbiamo creduto nell'eccezionalità di questo prodotto, davvero diverso sotto tutti i punti di vista. Il consumatore lo sta apprezzando sempre di più grazie al fatto che rende davvero unica e riconoscibile anche la ricetta più semplice". Sono le parole di **Fabio Palo, Direttore Commerciale di Finagricola**, che quest'anno ha deciso di rendere la linea di frappe

CONSERVE ROSSE

MARCA DEL DISTRIBUTORE

FRENANO I VOLUMI, MA MIGLIORA LA QUALITÀ

L'efficienza delle marche del distributore nelle conserve rosse in Italia è in calo a causa della pressione promozionale spinta di molti brand industriali. Nel nostro mercato non si può non notare il calo significativo delle private label: -8,3% a valore, -5,9% a volume in base ai dati relativi all'anno terminante a marzo 2018 - risponde Carlo Erola, Direttore Commerciale di Petti - e questo per un basso di numerosi brand storici che, per contario, ha messo in luce la volontà di innovare in modo sempre più spigliato sulla leva prezzo, anche sulla differenziazione e sull'innovazione. Quando il prezzo medio di tanti brand scende così al di sotto di quello della private label, si tratta di un segnale che, seppur in un mercato in cui anche questi brand, che vengono promossi a ruota, si riducono, a discapito degli stessi retailer e del valore dell'intera categoria. Diconostante, anche la marca del distributore punta sulla leva dell'innovazione per non perdere terreno. Fino a qualche anno fa i ruoli della marca e della private label ben differenziati, ma oggi si sono confusi.

La più si stanno specializzando sempre di più proponendo ai consumatori anche linee premium, biologiche e specialità regionali - conclude Carlo Erola - e in un certo senso stanno diventando sempre più marcati.



Segue da pag. 150

PLAYERS	GRUPPO DE CECCO	GRUPPO FINI	GRUPPO PETTI - ITALIAN FOOD	GUSTIBUS ALIMENTARI	LA DORIA
Marchi	De Cecco	Fini pasta fresca, Le Conserve della Norma	Petti	Qualifica, Rosso e Bianco	La Doria, La Romanella, Cook Italia
Fatturato 2017 (€)	4,7 mln (tot. az.)	95 mln (tot. az.)	57 mln (tot. az.)	13 mln (tot. az.)	4,671 mln (tot. az.)
Volumi (t)	nd	nd	100.000 (lavorate nel 2017)	nd	260.000
Canali di vendita	60-70% Normal Trade, 6% Food Service 13%	60-80% Normal Trade, 10% Export 10%	Retail 85%, Food Service 15%	Distribuzione moderna	Libero servizio + Tradizionale 40%, Discount 15%, Super 28%
Top SKU	Passata Classica	Lampadone 700 g	Passata estranele delicata da 700 g	Salsa di pomodoro ciliegio 320 g	Pelpe La Doria 400 g

154 FOOD Giugno 2018

CONSERVE ROSSE

Alce Nero, un occhio di riguardo per le confezioni

Alce Nero da anni collabora con Slow Food nel progetto etichette narrate il pomodoro è uno delle materie prime simbolo di questa campagna. L'etichetta narrata etichetta informazioni e approfondimenti sui territori di provenienza, sulla varietà e tipologie produttive dei prodotti, sulle tecniche di coltivazione, lavorazione, conservazione e consumo - racconta Gianluca Putini, Responsabile Marketing e Trade Marketing di Alce Nero - L'elemento fondamentale che guida il consumatore biologico è la chiara definizione del territorio di provenienza dei pomodori e non secondo la qualità organolettica. Recentemente abbiamo lanciato il doppio concentrato di pomodoro Alce Nero, trasformato solo da pomodori coltivati in Italia, che ha ottenuto il logo Slow Food. Abbiamo anche realizzato un nuovo marchio per il pomodoro biologico, che ha ottenuto il logo per il pomodoro biologico. Esportiamo passata e polpe in 30 paesi e più importanti in Europa sono la Polonia, la Germania e la Francia. In Asia le performance più rilevanti arrivano dal Giappone. E in particolare per l'area asiatica stiamo mettendo a punto un packaging che prescinda dall'uso del vetro, non particolarmente gradito in quel mercato.

Segue da pag. 154

PLAYERS	MUTTI	PROBIOS	RODOLFI MANSUETO	SOC - AGR. MONTEROSSO	STERILTOM
Marchi	Mutti	Il Nutrimento, Probios, Deutschland, Biostock	Ortolina, Ardita, Alpine e Rodoli	Agromonte	Das Feigen/Special, Plus, Cuckoo, O'Sole Mio, Don Carlo, ecc.
Fatturato 2017 (€)	278.215.194 (tot. az.)	33 mln (tot. az.)	75 mln (tot. az.)	20 mln (tot. az.)	72 mln (tot. az.)
Volumi (t)	193.000	nd	245.000	7.000	220.000 (tot. 2017)
Canali di vendita	nd	Negozi specializzati, Farmacie, Erboristerie, Bio, Horeca (con il marchio Biostock) e Vending	Estero 53% Moderni (totali 47% Italia 47% Retail e Food service)	Retail 80%, Food Service 20%	Food Service 47%, Industria 53%
Top SKU	Passata 700 g	nd	Ortolina tubetto Classico 130 g	Salsa pronta di pomodoro ciliegio	Special Pizza (Due Feigen) Polpa Bio di pomodoro

118 FOOD Giugno 2018

CONSERVE

Casalasco: oltre il 60% del fatturato è export

Il 2017 per il Consorzio Casalasco del Pomodoro si è chiuso con un aumento di fatturato di circa 10 milioni di euro e questo trend è in continua evoluzione anche nel primo trimestre 2018.

Il valore aggiunto legato alla filiera controllata e garantita, per le marche così come per le attività in conto terzi, si sta definitivamente affermando - fanno sapere dal Consorzio - sia presso il trade, sia nei confronti del consumatore. La qualità, il rispetto dell'uomo e dell'ambiente sono temi che rappresentano un prerequisito del successo dell'azienda e che nel corso degli anni il Consorzio ha reso imprescindibile del nostro lavoro.

L'azienda esporta più del 60% della produzione, grazie all'attività di packaging e attraverso i propri brand. In particolare con Pomì - continuando dal Consorzio Casalasco del Pomodoro - siamo presenti sugli scaffali di circa 60 Paesi, dall'America

all'Asia, dall'Europa all'Australia dove viene universalmente apprezzato e considerato come prodotto premium.

A Cibus 2018 abbiamo presentato per il marchio Pomì una nuova piattaforma digitale che permetterà la gestione centralizzata e ottimizzata di 13 nuovi siti e canali social, che interesseranno mercati dove il brand è già presente e consolidato e Paesi considerati strategici per lo sviluppo del business: Germania, Austria, Russia, Emirati Arabi, Libano, Bahrain, Giordania, Arabia Saudita, Giappone, Cina e Stati Uniti. La presenza in Italia e negli Stati Uniti, dove il marchio ha già una visibilità sul web. Per De Rica, brand acquisito dal Consorzio Casalasco nell'ottobre scorso, Cibus è stata l'occasione per presentare l'anteprima della nuova linea di legumi al naturale che sarà a scaffale a partire dall'autunno 2018 in vari formati e pack.

Nuovo look per Le Conserve della Nonna

In occasione dell'edizione 2018 di Cibus, Le Conserve della Nonna ha rinnovato l'immagine di marca, con un nuovo logo e una visual identity ancora più iconica e riconoscibile. "Il restyling completo è frutto di analisi di mercato, focus group e pack test realizzati dall'ufficio marketing della nostra azienda in collaborazione con Battistini Press, società di Lorenza Cavretti, Podestà Marketing di Le Conserve della Nonna (Gr. Fini).

Le indagini hanno confermato che Le Conserve della Nonna è un marchio che trasmette ai consumatori valori positivi decisamente rilevanti. Questo è un effetto diretto della qualità del prodotto e dell'attenzione che da sempre l'azienda pone per offrire referenze genuine e semplici, realizzate

Al debutto Condirosso

Una nuova referenza debutta nel mercato delle conserve rosse: Condirosso, un'alternativa ai prodotti convenzionali arricchita dei sapori tradizionali della cucina pugliese. La propone il brand Rosso Gargano in una confezione che conserva pomodori datterini pelati pugliesi con succo di pomodoro, cipolla, olio extravergine d'oliva DOP Altofiumicino, basilico e sale. Si presenta con una confezione composta da due vasetti in latta da 240 g ciascuno, per un totale di 480 g. Condirosso è prodotto da Condi Alimentari Foodgroup, la prima azienda di Condi, che ha realizzato e calibrato per soddisfare la richiesta di genuinità e qualità. Con la nuova produzione verrà aumentata l'offerta in Italia - dove il prodotto è stato testato lo scorso anno oltre che in Germania - ma in modo calibrato, prevedendo nel 2019 di arrivare a produzioni più importanti. Condirosso è una novità come prodotto, capace di coniugare anche la necessità di avere una maggiore rapidità in cucina conservando quei sapori tipici di Rosso Gargano.

FORMATI

IL SINGLE SIZE PIACE

L'innovazione nel settore è trainata dall'esigenza di una dieta sempre più orientata al mondo vegetale oltre che una spiccata tendenza verso l'utilizzo monodose. I formati del pomodoro possono essere considerati delle commodity - dichiara Giuseppe Iannaro, Direttore Commerciale di La Doria - e per questo si sta calizzando per avere innovazione nella packaging, con la ricerca di contenitori a basso impatto ambientale e con una maggiore praticità, come nel caso dei formati monodose. Per portare questo valore aggiunto al consumatore, soprattutto estero, stiamo quindi lavorando sul pack in carta.



INNOVAZIONE E TRADIZIONE, GLI INGREDIENTI DI SUCCESSO DEL GRUPPO FINI

Un 2018 all'insegna del rinnovamento per "Fini", storico brand di pasta fresca ripiena, e per "Le Conserve della Nonna", celebre azienda specializzata in conserve, condimenti e confetture della tradizione. Proprio quest'anno, infatti, per la pasta fresca ripiena si conclude un progetto di restyling e riposizionamento di tutta la gamma iniziato quasi due anni fa con la creazione del nuovo logo per Fini: un medaglione circolare che mette immediatamente in evidenza "Modena 1912" a riconferma del legame con la tradizione e il territorio. Fini è infatti l'unica grande realtà alimentare specializzata in pasta fresca ripiena della tradizione emiliana ad avere sede proprio in Emilia, a Modena, a pochi chilometri dalla locanda in cui secondo la leggenda fu inventato il primo tortellino della storia.

Questo nuovo logo è stato lanciato insieme al nuovo packaging dedicato alla linea premium dell'azienda, "I Granripieni", che nel 2017 ha avuto grande successo. Tutti gli indicatori di performance hanno infatti indicato una crescita a doppia cifra per la linea: +25% di distribuzione numerica e +18% di ponderata a dicembre 2017, positivo anche il referenziamento medio della categoria a scaffale e la rotazione di base dei prodotti (+13%).

Anche Le Conserve della Nonna, realtà unica nel panorama delle conserve in Italia e presente su numerosi scaffali della grande distribuzione, con oltre 100 referenze,

si posiziona sul mercato con un nuovo logo e una nuova visual identity ancora più iconica e riconoscibile. Analisi di mercato, focus group e pack test realizzati dall'ufficio marketing dell'azienda in collaborazione con l'istituto IPSOS hanno confermato che Le Conserve della Nonna è un marchio sinonimo di qualità, affidabilità,

semplicità e trasparenza. La vasta gamma è costituita da ingredienti genuini e naturali, preparati con una lavorazione che segue la tradizione delle conserve fatte in casa, ma con tutte le sicurezze che solo una grande realtà può fornire.

Questo il punto di partenza per lo studio del restyling che coinvolge tutta l'immagine del brand. Il nuovo marchio circolare, oltre al tipico motivo a quadretti bianchi e rossi, inserisce un omaggio al centrino fatto a mano dalle nonne, che rievoca il legame con le tradizioni. Questo logo rotondo è protagonista del nuovo packaging a partire dal tappo di metallo, per poi tornare centrale sulle etichette, anch'esse rivisitate con codici comunicativi di maggiore leggibilità a scaffale, impreziosite da illustrazioni dallo stile realistico e pittorico al contempo. Oltre alla lista degli ingredienti, sull'etichetta sono messi in evidenza la qualità e l'origine delle materie prime, la semplicità delle preparazioni e alcuni consigli di utilizzo.

Il Gruppo Fini conferma, ancora una volta, la sua vocazione di realtà industriale 100% italiana, profondamente legata al territorio e alla tradizione, ma anche sempre pronta a rinnovarsi per rispondere al meglio alle richieste di qualità, sicurezza e gusto del consumatore moderno.

IL MULINO, DIALOGHI MATEMATICI A BOLOGNA

Algoritmi, Caos e Numeri. Sono le parole d'ordine dei tre "Dialoghi matematici" organizzati dalla società editrice il Muli-

no, che sono andati in scena tra febbraio e marzo 2018 all'interno dell'Oratorio di San Filippo, a Bologna, ospiti della Fondazione del Monte.

"Un grande successo, sala sempre gremita - e dire che il meteo è stato, a dir poco, inclemente - e grande soddisfazione del pubblico che è intervenuto con domande, richieste di precisazioni e di suggerimenti bibliografici", raccontano dalla casa editrice bolognese.

Tre appuntamenti con la Matematica di domenica mattina: quello che poteva sembrare un azzardo si è certamente rivelato una scommessa vinta, principalmente grazie alla verve intellettuale dei protagonisti Stefano Marmi e Marco Malvaldi, impegnati a parlare di Caos. Carlo Toffalori e Piergiorgio Odifreddi, che hanno dialogato sugli Algoritmi. Umberto Bottazzini e Marco Antonio Bazzocchi, che hanno confrontato Numeri e raccontati.

Coordinati da Pino Donghi, i Dialoghi hanno preso il via in una nevosità e freddissima domenica, lo scorso 25 febbraio: sarebbe stato difficile immaginare un contesto più adatto, considerato che uno degli ambiti di applicazione delle teorie matematiche del Caos è proprio quello delle previsioni meteorologiche. A ricor-



Marco Antonio Bazzocchi, Pino Donghi e Umberto Bottazzini durante i "Dialoghi Matematici" dello scorso 25 marzo



**RASSEGNA
STAMPA
CARTACEA**

Giugno 2018

FREE FROM BITES



Alex Gazzola
Freelance
Journalist

Alex is a writer specialising in food intolerance, coeliac disease, IBS, restricted diets and 'free-from' food. He is the author of five books and regularly blogs at his site:

www.allergy-insight.com

FREE FROM FOOD AWARDS

April saw the announcement of the winners of the Free From Food Awards - an annual celebration of the finest in gluten free, dairy free and allergen free.

Launched in 2008 by doyenne of 'free from' and editor of FoodsMatter.com, Michelle Berriedale-Johnson, the awards serve as an invaluable guide to those with dietary restrictions and a great way to signpost tried and tested products, including from small producers who may otherwise evade the radar of even the most eagle-eyed free-from gourmands.

Products are judged on a number of criteria such as usefulness, innovation, versatility, nutritional profile, and judging panels are drawn from all sectors. These include food developers, healthcare professionals including dietitians, cookery writers and those with food hypersensitivities - with both Dr Megan Rossi of King's College and Julia Marriot of the Alimentary Bites blog serving this year.

Overall champion in 2018, was Orgran's Vegan Easy Egg, a savoury egg replacer with corn, chickpea, vegetable gums, starches, turmeric and seasoning, which was praised by judges for its adaptability to various uses, including omelettes, quiches and scrambled 'eggs'. A bonus: it is free from all 14 EU-specified food allergens.

Other gold-medal winners included Sweetcorn & Quinoa Bites by Gosh! (No Top 14 category), Amila's Sauces' Fruity Mild Curry Sauce (FODMAP Friendly) and Wildcraft Bakery's Buckwheat Sourdough Loaf and Asda's Free From 4 Seeded Brown Rolls (joint winners, Bread).

2019 entry opens in September. For more information, and full results and stockists of 2018 winners, go to www.freefromfoodawards.co.uk



BEST OF ITALIAN

Perhaps surprisingly, the land of pasta and pizza has a highly developed gluten-free food sector, and while its vegan

produce lags a little behind, it's fast catching up. Capitalising on all this growth is Free From Italy, UK importers of the finest Italy has to offer.



Among its portfolio of brands are Le Conserve Della Nonna (a brand of vegan sauces whose rice-based Béchamel took a Silver in the Free From Food Awards' No Top 14 category) and Probios

(whose vegan MayoRice mayonnaise

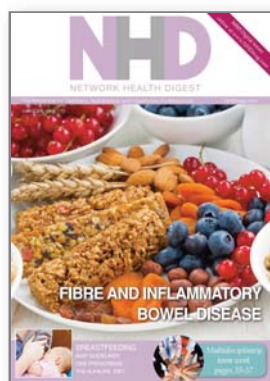
alternative took Bronze in Store Cupboard). Three of their Taste Italia wraps are 14 allergens-free too.

Their newest import, launching later this spring, is Castagno Bruno's organic 'Rice Style' legume pasta/rice alternative, with varieties made with chickpea, green pea and red lentil,



which can be used as a replacement in rice dishes or pasta-based soups, for example.

At the time of writing, the precautionary allergen labelling was being reviewed, but boxes will retail at £3.49 for 250g. Check www.freefromitaly.co.uk for updates.





BORDERLINE srl
C.F. e P.I.: 03215951207 | REA: B0501070

Via Parisio, 16
40137 Bologna (IT)
T. +39.051.6233715
T. +39.051.4450204
F. +39.051.6237200

borderline@borderlineagency.com
www.borderlineagency.com