



RASSEGNA STAMPA 2018

- Gennaio
- Febbraio
- Marzo

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

16 aprile 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 pasta fresca, storico marchio alimentare italiano, nato a Modena nel 1912, lancia il concorso "Con noi a Modena": in palio ogni giorno buoni spesa da 100 € e un weekend a Modena per due persone ogni settimana.

FINI LANCIA IL CONCORSO CHE INVITA A SCOPRIRE LE MERAVIGLIE DI MODENA: CONNOIAMODENA.IT

Dal 5 febbraio al 30 aprile con I Granripieni Fini è possibile partecipare al concorso "Con noi a Modena" e vincere ogni giorno dei buoni spesa da 100 € e ogni settimana un weekend per due persone a Modena.



Parte un nuovo concorso ideato dal Gruppo Fini per la sua linea "I Granripieni", che riunisce le migliori proposte di pasta fresca ripiena della storica azienda nata a Modena nel 1912, proprio nel territorio che ha dato le origini al tortellino.

A partire dal 5 febbraio e fino al 30 aprile, acquistando una confezione di un prodotto a scelta tra le otto deliziose proposte della linea I Granripieni di Fini è possibile partecipare al concorso "Con noi a Modena".

La modalità di partecipazione è semplicissima: una volta effettuato l'acquisto è sufficiente collegarsi al sito www.connoiamodena.it compilare i

moduli con le informazioni richieste e inserire i dati dello scontrino d'acquisto. Ogni giorno è possibile vincere immediatamente un **buono** elettronico del valore di **100 €** da spendere sul sito **Amazon.com**, ma soprattutto partecipare all'**estrazione** settimanale di un **weekend a Modena per due persone**.

I fortunati vincitori del soggiorno potranno scegliere fra tre diverse proposte di esperienze modenesi, ognuna pensata per far sperimentare dal vivo una delle eccellenze che caratterizzano la città di Modena e la rendono famosa nel mondo. Fra le opzioni: un weekend dedicato alle ricchezze culturali della città, con visite guidate alla scoperta dell'importante **patrimonio artistico locale**. La seconda proposta è invece dedicata alla **Modena dei motori**, per due giorni di full immersion nel mondo delle quattro ruote. Infine, la terza tipologia di visita è pensata per i **viaggiatori gourmet** e prevede una cena in un ristorante stellato della città, oltre a degustazioni di prodotti tipici come la pasta ripiena e l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena.

Ancora una volta il marchio Fini rende la città di Modena protagonista delle sue iniziative e ne valorizza le eccellenze. Questa precisa strategia di Comunicazione - 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**.

Nello specifico, i prodotti coinvolti nel concorso sono: Tortellini Antica Ricetta 1912 al prosciutto crudo e parmigiano reggiano, Cappelletti Bolognesi con Mortadella, Tortelloni speck e radicchio, Ravioli Ricotta Erbette, Ravioli alla carne, Ravioli Funghi e Provolone, Ravioli Ricotta Ortiche, Ravioli Melanzane Borrachine, Ravioli Salsiccia e Funghi. Per partecipare è indispensabile lo scontrino d'acquisto originale. Per maggiori informazioni consultare il regolamento: <https://www.connoiamodena.it/pdf/regolamento.pdf>

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

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

Gennaio 2018

Notizie e Confronto
Comunicati Stampa
Social News
Offerte di Lavoro

lunedì 16 aprile 2018 - 11:54

informazione.it Comunicati Stampa

Prima pagina
Elenco
Nuovo account
Inserimento
Pannello di controllo
Modifica password

Fini lancia il concorso che invita a scoprire le meraviglie di Modena: connoiamodena.it

Fini pasta fresca, storico marchio alimentare italiano, nato a Modena nel 1912, lancia il concorso "Con noi a Modena": in palio ogni giorno buoni spesa da 100 € e un weekend a Modena per due persone ogni settimana.

Modena, 31/01/2018 - 17:15 (informazione.it - comunicati stampa - cibi e bevande) *Dal 5 febbraio al 30 aprile con I Granripieni Fini è possibile partecipare al concorso "Con noi a Modena" e vincere ogni giorno dei buoni spesa da 100 euro e ogni settimana un weekend per due persone a Modena.*

Parte un nuovo concorso ideato dal Gruppo Fini per la sua linea "I Granripieni", che riunisce le migliori proposte di pasta fresca ripiena della storica azienda nata a Modena nel 1912, proprio nel territorio che ha dato le origini al tortellino.

A partire dal 5 febbraio e fino al 30 aprile, acquistando una confezione di un prodotto a scelta tra le otto deliziose proposte della linea I Granripieni di Fini è possibile partecipare al **concorso "Con noi a Modena"**.

La modalità di partecipazione è semplicissima: una volta effettuato l'acquisto è sufficiente collegarsi al sito www.connoiamodena.it, compilare i moduli con le informazioni richieste e inserire i dati dello scontrino d'acquisto. Ogni giorno è possibile vincere immediatamente un buono elettronico del valore di 100€ da spendere sul sito **Amazon.com**, ma soprattutto partecipare all'estrazione settimanale di un weekend a Modena per due persone.

I fortunati vincitori del soggiorno potranno scegliere fra **tre diverse proposte di esperienze modenesi**, ognuna pensata per far sperimentare dal vivo una delle eccellenze che caratterizzano la città di Modena e la rendono famosa nel mondo. Fra le opzioni: un weekend dedicato alle ricchezze culturali della città, con visite guidate alla scoperta dell'importante **patrimonio artistico locale**.

La seconda proposta è invece dedicata alla **Modena dei motori**, per due giorni di full immersion nel mondo delle quattro ruote. Infine, la terza tipologia di visita è pensata per i viaggiatori gourmet e prevede una **cena in un ristorante stellato della città**, oltre a degustazioni di prodotti tipici come la pasta ripiena e l'**Aceto Balsamico Tradizionale di Modena**. Ancora una volta il marchio Fini rende la città di Modena protagonista delle sue iniziative e ne valorizza le eccellenze. Questa precisa strategia di Comunicazione - 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**.

Nello specifico, i prodotti coinvolti nel concorso sono: Tortellini Antica Ricetta 1912 al prosciutto crudo e parmigiano reggiano, Cappelletti Bolognesi con Mortadella, Tortelloni speck e radicchio, Ravioli Ricotta Erbette, Ravioli alla carne, Ravioli Funghi e Provolone, Ravioli Ricotta Ortiche, Ravioli Melanzane Borragine, Ravioli Salsiccia e Funghi. Per partecipare è indispensabile lo scontrino d'acquisto originale. Per maggiori informazioni consultare il regolamento: <https://www.connoiamodena.it/pdf/regolamento.pdf>

Gruppo Fini SpA Sede sociale: Via Confine, 1583 41017 **Ravarino** (MO);
Amministrazione: Via **Albareto**, 211 41122 Modena info@nonsolobuono.it - www.nonsolobuono.it
Borderline - Via Parisio 16 - 40137 **Bologna** Tel. 051 4450204 Fax 051 6237200
- Communication Manager & P.R. Matteo Barboni - 349 6172546
m.barboni@borderlineagency.com

f
tw
g+
p
in
t

COLLISTAR

SICURTÀ ASSOLUTA

Segui i comunicati stampa su

In evidenza

marketwire

- Persado annuncia un'importante evoluzione nel mercato del Marketing Language Cloud e lancia Persado One per abilitare la personalizzazione 1-to-1 del linguaggio emozionale attraverso l'intelligenza artificiale
- eSight 3 arriva sul mercato europeo
- Test VITROS(R) NephroCheck(R) di Ortho Clinical Diagnostics per la prevenzione del danno renale acuto, disponibile in Europa
- "Victoria Dockside" sarà il nuovo punto di riferimento globale per l'economic harbourfront di Hong Kong
- Il tour mondiale dei Blue Man Group nel secondo anno toccherà nuovi Paesi

JUST EAT

<https://www.informazione.it/c/B9D729D9-228F-4412-A3B0-620C1FC2888E/Fini-lancia-il-concorso-che-invita-a-scoprire-le-meraviglie-di-Modena-connoiamodena-it>

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

Febbraio 2018

HOME TECH INTRATTENIMENTO BUSINESS ATTUALITÀ RASSEGNA STAMPA BLOG CERCHI LAVORO? PUBBLICA GRATIS ENTRA

COMUNICATI-STAMPA.NET
L'informazione dalla fonte ufficiale

WREAKING NEWS
Truffa su Google Play: individuate 35 app di pseudo-sicurezza che ...
Pubblicato il 4/2/2018 alle 11:00
VIEWS 8 | MODENA

AZIENDALI [Mi piace](#) [Condividi](#) [G+](#)

Fini lancia il concorso che invita a scoprire le meraviglie di Modena: connoiamodena.it

Dal 5 febbraio al 30 aprile con I Granripieni Fini è possibile partecipare al concorso "Con noi a Modena" e vincere ogni giorno dei buoni spesa da 100 euro e ogni settimana un weekend per due persone a Modena.

February 1 2018

Matteo Barboni
Borderline srl

Scheda utente
Altri testi utente
RSS utente

PARTECIPA E VINCI CON NOI A MODENA
BUONI SPESA E WEEKEND A MODENA

Parte un nuovo concorso ideato dal Gruppo Fini per la sua linea "I Granripieni", che riunisce le migliori proposte di pasta fresca ripiena della storica azienda nata a Modena nel 1912, proprio nel territorio che ha dato le origini al tortellino.

A partire dal 5 febbraio e fino al 30 aprile, acquistando una confezione di un prodotto a scelta tra le otto deliziose proposte della linea I Granripieni di Fini è possibile partecipare al concorso "Con noi a Modena". La modalità di partecipazione è semplicissima: una volta effettuato l'acquisto è sufficiente collegarsi al sito www.connoiamodena.it, compilare i moduli con le informazioni richieste e inserire i dati dello scontrino d'acquisto. Ogni giorno è possibile vincere immediatamente un buono elettronico del valore di 100€ da spendere sul sito Amazon.com, ma soprattutto partecipare all'estrazione settimanale di un weekend a Modena per due persone.

I fortunati vincitori del soggiorno potranno scegliere fra tre diverse proposte di esperienze modenesi, ognuna pensata per far sperimentare dal vivo una delle eccellenze che caratterizzano la città di Modena e la rendono famosa nel mondo. Fra le opzioni: un weekend dedicato alle ricchezze culturali della città, con visite guidate alla scoperta dell'importante patrimonio artistico locale. La seconda proposta è invece dedicata alla Modena dei motori, per due giorni di full immersion nel mondo delle quattro ruote. Infine, la terza tipologia di visita è pensata per i viaggiatori gourmet e prevede una cena in un ristorante stellato della città, oltre a degustazioni di prodotti tipici come la pasta ripiena e l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena.

Ancora una volta il marchio Fini rende la città di Modena protagonista delle sue iniziative e ne valorizza le eccellenze. Questa precisa strategia di Comunicazione - 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.

ULTIME NEWS:

Webcast: Parte da Cagliari il percorso interattivo dedicato alla campagna "Scienza (non magia)" di Yakult

IT Services: Ricoh amplia l'offerta

Merck Biopharma Italia: Andrea Paolillo nominato Medical Affairs Director

ULTIMI ARTICOLI:

Cosa Vendere su eBay: una studio dei best sellers

Nomenclatura doganale: cosa sono Taric e Tdc

L'importanza della sicurezza sul lavoro: la figura del RSPP

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Febbraio 2018

Nello specifico, i prodotti coinvolti nel concorso sono: Tortellini Antica Ricetta 1912 al prosciutto crudo e parmigiano reggiano, Cappelletti Bolognesi con Mortadella, Tortelloni speck e radicchio, Ravioli Ricotta Erbette, Ravioli alla carne, Ravioli Funghi e Provolone, Ravioli Ricotta Ortiche, Ravioli Melanzane Borrachine, Ravioli Salsiccia e Funghi. Per partecipare è indispensabile lo scontrino d'acquisto originale. Per maggiori informazioni consultare il regolamento: <https://www.connoiamodena.it/pdf/regolamento.pdf>

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

Ufficio Stampa - Borderline - Via Parisio 16 - 40137 Bologna Tel. 051 4450204 Fax 051 6237200 - Communication Manager & P.R.
Matteo Barboni - 349 6172546
m.barboni@borderlineagency.com

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

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

Febbraio 2018

mediakey .tv

VUOI MOLTIPLICARE I TUOI CLIENTI E PAGARE MENO TASSE? FAI PUBBLICITÀ SULLA STAMPA SPECIALIZZATA

ANFS

Cerca

HOME TESTATE NEWS AWARDS VIDEO OPERATORI SHOP IL GRUPPO CONTATTI AREA UTENTI JOB OPPORTUNITIES

NEWSLETTER ARCHIVIO NEWS

13 febbraio 2018

Fini Modena sceglie Linea ATC per premiare i consumatori dei granripieni

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi



Nuovo cliente e nuovo incarico per Linea ATC Brand Design and Communication, che firma il contest FINI per la GDO "Con noi a Modena", on air dal 5 febbraio al 30 aprile.

L'attività, associata alla gamma "I Granripieni" e gestita dall'agenzia sia offline che online, comprende la realizzazione dei materiali POP, del sito dedicato www.connoiamodena.it e della creatività per gli annunci Facebook.

ATC ha dato un contributo importante alla strategia proponendo un concept e una meccanica attinenti al posizionamento del brand, fortemente ancorato ai valori dell'italianità e dell'autentica cucina modenese.

Ogni settimana, infatti, il consumer partecipa all'estrazione di un weekend a Modena scegliendo autonomamente la propria esperienza tra 3 diversi temi: arte, motori e buona tavola. Il premio giornaliero consiste invece in un Buono Amazon da 100€.

Ancora una volta il marchio Fini rende la città di Modena protagonista delle sue iniziative e ne valorizza le eccellenze. Questa precisa strategia di Comunicazione - 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.

<http://www.linea-network.it/news/201-news-atc-448-con-fini-a-modena>

Credits
Copywriter: Simone Vaga
Art Director: Andrea Cherubin
Graphic Finalizer: Alberto Roncaglia
Application Architect: Daniele Recchia
Art Director - Digital: Biagio Cirillo
Account Director: Mariacarla Vallati
Il corteo

« Sony torna alla Milano Design Week... DriverHub, ecco l'App che... »
<- Indietro a: News

GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE

STUDIO CONTACT

STUDIO

TRON

FOCA ARNO

ADVERTISING

TRUSSARDI

TRUSSARDI COMPANY

WE ARE SCISS

AGENZE MEDIA

ILLUM

MODA ITALIA

STUDIO ITALIA

CONTRASTO

CASE DI PRODUZIONE

ADVERTISING

STUDIO

FOCUS

FOCUS

FOCUS

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

Febbraio 2018

SEGUICI SU | ULTIMO AGGIORNAMENTO IL 16/04/2018 ALLE 11:08

Abbonati ora | Partners | Contatti

PUBBLI NOWI.com

CREATIVITÀ E MARKETING | MEDIA E MULTIMEDIA | DIGITAL | BELOW THE LINE | AZIENDE | WORLDWIDE | GARE | REPORT | NEWSLETTER

Publicom News e 2018 | Canaletto in mostra a Palazzo Braschi - [15 aprile 2018] Su Sky Uno HD al via la quarta edizione dell' "Alessandro Borghese Kitchen S

14 febbraio 2018

ATC collabora con Fini per il lancio del contest "Con noi a Modena"

Home - Creatività e Marketing - Budget in movimento - ATC collabora con Fini per il lancio del contest "Con noi a Modena"



Nuovo cliente e nuovo incarico per Linea ATC Brand Design and Communication, che firma il contest promosso da Fini "Con noi a Modena", on air dal 5 febbraio al 30 aprile. L'attività, destinata alle insegne della grande distribuzione e associata alla gamma "I Granripieni", è gestita dall'agenzia sia off che online e comprende la realizzazione dei materiali pop, del sito dedicato e della creatività per gli annunci Facebook. ATC ha dato un contributo importante alla strategia proponendo un concept e una meccanica attinenti al posizionamento del brand, fortemente ancorato ai valori dell'italianità e dell'autentica cucina modenese. Ogni settimana, infatti, il consumer partecipa all'estrazione di un weekend a Modena scegliendo la propria experience tra i 3 diversi temi dell'arte, dei motori e della buona tavola. Il premio giornaliero consiste invece in un buono Amazon da 100euro.

Condividi questo articolo

AdReport
ONLINE
ADVERTISING
MONITORING

MEDIA CONSULTANTS

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

Febbraio 2018

YOU MARK!

Cerca

YOU MARK RUBRICHE VIDEO Pagine DELLA COMUNICAZIONE SOCIAL MAP

BELOW E DINTORNI COSA CAMBIA DATI E MERCATO ENGAGEMENT IMMAGINI, VIDEO, SUONO INTERVISTE

RUBRICHE / BELOW E DINTORNI

FINI MODENA SCELGE LINEA ATC PER PREMIARE I CONSUMATORI DEI GRANRIPIENI

Pubblicato nel 2018

14 FEB



L'attività, gestita dall'agenzia sia offline che online, si dedica su una serie di touch point, dal sito dedicato www.connoiamodena alla realizzazione dei materiali pop. Ogni settimana il consumer partecipa all'estrazione di un weekend a Modena scegliendo tra 3 diverse experience. Ogni giorno in palio un Buono Amazon.

Credit

Copywriter: Simone Vaga

Art Director: Andrea Cherubin

Graphic Finalizer: Alberto Roncaglia

Application Architect: Daniele Recchia

Art Director – Digital: Biagio Cirillo

Account Director: Mariacarla Vailati

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

Marzo 2018

The screenshot shows a blog post on a purple-themed website. At the top, there is a navigation bar with links: Home, Concorsi, Operazioni a premio sicuro, Coupon, Sconti, Regali, Diventa Tester, Guadagnare Online, Spese Pazze. Below the navigation bar, there are sub-links: Risparmiare con Amazon, Primi Passi, Fare la spesa a Torino. The main content area features a large purple header with a shopping cart icon and the text '1000 MODI PER RISPARMIARE'. The article title is 'Con noi a Modena: stampa il coupon Fini, vinci buoni Amazon e weekend'. Below the title, there is a social media share bar with icons for Google+, Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, and RSS. A search bar is also present. The article text describes a contest where users can win a 100 euro Amazon coupon and a weekend in Modena by purchasing a 'FINI' product. A list of participating products is provided, including Tortellini al prosciutto crudo e parmigiano reggiano, Cappelletti Bolognesi con Mortadella, Tortelloni speck e radicchio, Ravioli Ricotta Erbette, Ravioli alla carne, Ravioli Funghi e Provolone, Ravioli Ricotta Ortiche, Ravioli Melanzane Borragine, and Ravioli Salsiccia e Funghi. The article concludes with the contest ending on April 30, 2018. At the bottom, there is a circular graphic for the contest and a 'Cerca nel blog' search bar.

1000 MODI PER
RISPARMIARE

Home Concorsi Operazioni a premio sicuro Coupon, Sconti, Regali Diventa Tester Guadagnare Online Spese Pazze

Risparmiare con Amazon Primi Passi Fare la spesa a Torino

Con noi a Modena: stampa il coupon Fini, vinci buoni Amazon e weekend

1000modiperrisparmiare 14:43 Concorsi con Acquisto, Coupon stampabili e non No comments

"Con Noi a Modena": stampa il buono sconto Fini Modena, compra un prodotto e scopri subito se hai vinto il buono Amazon da 100 euro messo in palio tutti giorni e ad estrazione settimanale weekend a Modena per 2 persone: Modenamotori, Modenarte, Modena Gastronomica.

Per partecipare devi acquistare, in un qualsiasi supermercato della grande distribuzione, 1 prodotto a marchio "FINI" delle linee "I Granripieni di Sapore", "I Granripieni di Benessere", "I Tortellini Antica Ricetta 1912" tra i seguenti:

- Tortellini al prosciutto crudo e parmigiano reggiano;
- Cappelletti Bolognesi con Mortadella;
- Tortelloni speck e radicchio;
- Ravioli Ricotta Erbette;
- Ravioli alla carne;
- Ravioli Funghi e Provolone;
- Ravioli Ricotta Ortiche;
- Ravioli Melanzane Borragine;
- Ravioli Salsiccia e Funghi.

Quindi, collegati al [sito dell'iniziativa](#), registrati con i tuoi dati e quelli dello scontrino. Scoprirai immediatamente se hai vinto uno dei buoni Amazon da 100 euro in palio. Ci sarà un vincitore ogni giorno. Inoltre parteciperai all'estrazione settimanale di un weekend a Modena per 2 persone del valore di 760 euro, se risulterai vincitore potrai scegliere tra uno dei 3 programmi: Modenamotori, Modenarte o Modena Gastronomica.

Il concorso termina il 30 aprile 2018.

Cerca nel blog

Categories
App e Siti che ti pagano (8)

**FINI LANCIA IL CONCORSO CHE INVITA A
SCOPRIRE LE MERAVIGLIE DI MODENA:
CONNOIAMODENA.IT**

Parte un nuovo concorso ideato dal Gruppo Fini per la sua linea "I Granripieni". A partire dal 5 febbraio e fino al 30 aprile, acquistando una confezione di un prodotto a scelta tra le otto deliziose proposte della linea I Granripieni di Fini è possibile partecipare al concorso "Con noi a Modena". La modalità di partecipazione è semplicissima: una volta effettuato l'acquisto è sufficiente collegarsi al sito www.connoiamodena.it, compilare i moduli con le informazioni richieste e inserire i dati dello scontrino d'acquisto. Ogni giorno è possibile vincere immediatamente un buono elettronico del valore di 100€ da spendere sul sito Amazon.com, ma soprattutto partecipare all'estrazione settimanale di un weekend a Modena per due persone. I fortunati vincitori del soggiorno potranno scegliere fra tre diverse proposte di esperienze modenesi, ognuna pensata per far sperimentare dal vivo una delle eccellenze che caratterizzano la città di Modena e la rendono famosa nel mondo.

Per maggiori informazioni consultare il regolamento:
<https://www.connoiamodena.it/pdf/regolamento.pdf>



TUSTYLE WEEKNOTES

in collaborazione con *Milena Cristofari*

Graffe tipiche di Napoli

PREPARAZIONE 60 minuti
CALORIE/PORZIONE 340 kcal
DOSI 4 persone
ESECUZIONE facile

INGREDIENTI

420 g di farina, 40 g di burro,
0,8 dl di latte, 4 uova,
10 g di zucchero, 1 litro non trattato,
olio di semi di girasole per friggere.

COME PROCEDERE

1. Fai scaldare il latte e tienilo da parte. Versa 400 g di farina in una ciotola, sbattilo con un setaccio e un litro di birra, unisci 10 g di zucchero, il burro ammorbidito a temperatura ambiente, la scorza del limone grattugiata e le uova sbattute insieme, aggiungendo il latte a filo, e lascia gli ingredienti per 15 minuti.
2. Quando l'impasto diventa liscio e morbido spegnerlo con la farina rimasta, coprito e fatto lievitare in un luogo tepido per 24 ore, fino a quando raddoppia di volume.
3. Riprendi la pasta, lavala e ben ammollata, tagliala in quadrati e forma altrettanti panetti o rotundelli. Con gli indici infilzali, pratica un foro al centro di ogni panetto e allargalo fino a formare una ciambella. Fallo lievitare dolce e tiepido per 30 minuti circa.
4. In una padella fonda, fa scaldare l'olio di semi di girasole o altro olio ad alto punto di fumo e immergilo le graffe, una alla volta, e cuocilo la riprendilo con pinzette e asciugalo con un tovagliolo pulito. Scolalo su carta da cucina, tamponalo leggermente con un tovagliolo e gustalo con zucchero o ricotta e taro se ben caldo.



STEFANIA GIORGI/MONDRI PORTFOLIO

DOLCI PASSIONI

1. Miti Kapslen all'albicocca surgelati Carnè e M7Sweet(Deli), confezione da 14 (175 g), € 2,99
2. Nesquik Opti5 con Nestlé con l'acquisto di una scatola da 500 g, 600 g o 1 kg (€ 3,10-3,20-4,47) puoi ricevere una scatola da 35 panini di Grotto far bollite, olio nesquik 1)
3. Pasta frolla surgelata Kaldi senza glutine (drogaria), 600 g, € 2,24
4. Olio Frigipani Biologico Zucchi con garofano, olio abito: 750 ml, € 3,69



TUTTI A MODENA

TORTELLINI? UNA SCELTA VINCENTE

È appena partito il concorso del Gruppo Fini *Con noi a Modena*. Fino al 30 aprile si possono vincere ogni giorno buoni spesa da € 100 da spendere su Amazon e, ogni settimana, un weekend a Modena per due persone. Per partecipare basta acquistare una confezione della linea di pasta fresca I *Granripieni* di Fini e inserire i dati dello scontrino sul sito connoiamodena.it.



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, amplia la ricca offerta con un'innovativa linea di zuppe e vellutate dall'elevato livello di servizio per il consumatore.

ZUPPE E VELLUTATE LE CONSERVE DELLA NONNA: NOVITÀ ASSOLUTA SULLO SCAFFALE

Innovazione nella tradizione delle zuppe e delle vellutate con cinque nuove referenze che sanciscono l'ingresso nello scaffale dei piatti pronti ambient de Le Conserve della Nonna.

La capacità di **innovare nel rispetto della tradizione** è da sempre la caratteristica distintiva de Le Conserve della Nonna, che in febbraio arricchisce ulteriormente l'offerta con una **nuova linea di zuppe e vellutate** a marchio.

Sono in tutto **cinque le nuove referenze** che sanciscono l'ingresso del marchio emiliano nel segmento dei piatti pronti, categoria in forte crescita e con grande appeal sul consumatore contemporaneo:

- vellutata zucca, carota e zenzero
- zuppa ceci e fagioli azuki
- vellutata zucchine, spinaci e finocchio
- zuppa fagioli tondini e ortiche
- vellutata patate e carote viola

Cinque ricette preparate con **verdure 100% italiane** e solo **olio extravergine d'oliva**, a **basso contenuto di grassi** e ricche di **fibre e proteine vegetali**, senza aromi artificiali, glutammato, conservanti, coloranti, olio di palma o altri grassi vegetali idrogenati e senza glutine. Tutte queste caratteristiche si sposano perfettamente con l'attenzione sempre maggiore verso le tendenze salutistiche, rispondono anche alle esigenze di chi sceglie un'alimentazione vegetariana e chi soffre di intolleranza al glutine.

Per queste nuove referenze è stato realizzato un packaging molto distintivo: un vaso di vetro scuro amburato per proteggere tutte le caratteristiche del contenuto dall'ossidazione.



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

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

Febbraio 2018

Notizie a Confronto
Comunicati Stampa
Social News
Offerte di Lavoro
Lunedì 16 aprile 2018 - 12:56

Notizie a Confronto **one.it** Comunicati Stampa

Cerca fra i comunicati

Prima pagina Elenco Nuovo account Inserimento Pannello di controllo Modifica password

Zuppe e vellutate Le Conserve della Nonna: novità assoluta sullo scaffale

Le Conserve della Nonna, brand del Gruppo Fini specializzato in conserve di pomodoro, confetture e condimenti a base vegetale, amplia la ricca offerta con un'innovativa linea di zuppe e vellutate dall'elevato livello di servizio per il consumatore.

Ravarino (Modena), 13/02/2018 - 11:55 (informazione.it - comunicati stampa - editoria e media) *Innovazione nella tradizione delle zuppe e delle vellutate con cinque nuove referenze che sanciscono l'ingresso nello scaffale dei piatti pronti ambient de Le Conserve della Nonna.*

La capacità di innovare nel rispetto della tradizione è da sempre la caratteristica distintiva de Le Conserve della Nonna, che in febbraio arricchisce ulteriormente l'offerta con una nuova linea di zuppe e vellutate a marchio.



LOVE LEM
AMANTI DELLA CARNE
LEMACASA.IT

Sono in tutto cinque le nuove referenze che sanciscono l'ingresso del marchio emiliano nel segmento dei piatti pronti, categoria in forte crescita e con grande appeal sul consumatore contemporaneo:

- vellutata zucca, carota e **zenzero**
- zuppa **ceci e fagioli azuki**
- vellutata **zucchine, spinaci e finocchio**
- zuppa fagioli toncini e ortiche
- vellutata patate e **carote** viola

Cinque ricette preparate con verdure 100% italiane e solo olio extravergine d'oliva, a basso contenuto di grassi e ricche di fibre e proteine vegetali, senza aromi artificiali, **glutammato**, conservanti, coloranti, olio di palma o altri grassi vegetali idrogenati e senza glutine. Tutte queste caratteristiche si sposano perfettamente con l'attenzione sempre maggiore verso le tendenze salutistiche, rispondono anche alle esigenze di chi sceglie un'alimentazione vegetariana e chi soffre di intolleranza al glutine.

Per queste nuove referenze è stato realizzato un packaging molto distintivo: un vaso di vetro scuro ambrato per proteggere tutte le caratteristiche del contenuto dall'ossidazione. Le zuppe e le vellutate sono realizzate senza aggiunta di conservanti, ma hanno una shelf life di due anni e non necessitano di essere tenute in frigorifero prima dell'apertura. Inoltre, il prodotto può essere scaldato versandolo in pentola, ma anche nel microonde o a bagnomaria direttamente all'interno del vaso. Bastano 2/3 minuti per ottenere una vellutata o una zuppa calde, buone come fatte in casa e pronte per essere consumate, magari con la sola aggiunta di crostini di pane. I più pigri, poi, potranno anche mangiarle comodamente dal vasetto grazie all'imboccatura larga che consente l'ingresso del cucchiaino. Quindi, altissimo il contenuto di servizio offerto: queste nuove proposte sono perfette per un pasto veloce, sano, equilibrato e completo sempre disponibile in dispensa, pratiche anche da portare con sé fuori casa o da conservare anche in ufficio.

Queste cinque referenze sono già disponibili da febbraio sullo scaffale della grande distribuzione, mentre sono già previste altre proposte di gusti per arricchire la gamma.

Un vaso contiene 525 ml di prodotto (2 porzioni) e il prezzo consigliato è di 2,98 €.



Sedia

Segui i comunicati stampa su







LEMACASA.IT
ACQUISTA CARNE ONLINE

I comunicati stampa sul tuo sito

comunicati widget

Se lo desideri puoi pubblicare i comunicati stampa presenti su informazione.it sul tuo sito. Scopri come...

Gruppo Fini SpA Sede sociale: Via Confine, 1583 41017 **Ravarino** (MO);
 Amministrazione: Via **Albareto**, 211 41122 **Modena** info@nonsolobuono.it -
 www.nonsolobuono.it
 Ufficio Stampa - Borderline - Via Parisio 16 - 40137 **Bologna** Tel. 051 4450204
 Fax 051 6237200 - Communication Manager & P.R Matteo Barboni - 349
 6172546 m.barboni@borderlineagency.com



<https://www.informazione.it/c/73545F1E-40DF-4005-BE0C-E115C7C43E31/Zuppe-e-vellutate-Le-Conserve-della-Nonna-novita-assoluta-sullo-scaffale>

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

Febbraio 2018



HOME TECH INTRATTENIMENTO BUSINESS ATTUALITÀ RASSEGNA STAMPA BLOG CERCHI LAVORO? PUBBLICA GRATIS ENTRA

COMUNICATI-STAMPA.NET
L'informazione dalla fonte ufficiale

BREAKING NEWS
JUVE-NAPOLI, bueno-scugetto all'ultimo voi, per gli scommettitori ...

GASTRONOMIA [Mi piace](#) [Condividi](#) [G+](#)

Zuppe e vellutate Le Conserve della Nonna: novità assoluta sullo scaffale

Le Conserve della Nonna, brand del Gruppo Fini specializzato in conserve di pomodoro, confetture e condimenti a base vegetale, amplia la ricca offerta con un'innovativa linea di zuppe e vellutate dall'elevato livello di servizio per il consumatore.

February 15 2018

Matteo Barboni
Borderline srl

Scheda utente
Altri testi utente
RSS utente

Innovazione nella tradizione delle zuppe e delle vellutate con cinque nuove referenze che sanciscono l'ingresso nello scaffale dei piatti pronti ambient de Le Conserve della Nonna.

La capacità di innovare nel rispetto della tradizione è da sempre la caratteristica distintiva de Le Conserve della Nonna, che in febbraio arricchisce ulteriormente l'offerta con una nuova linea di zuppe e vellutate a marchio. Sono in tutto cinque le nuove referenze che sanciscono l'ingresso del marchio emiliano nel segmento dei piatti pronti, categoria in forte crescita e con grande appeal sul consumatore contemporaneo:

- vellutata zucca, carota e zenzero
- zuppa ceci e fagioli azuki
- vellutata zucchine, spinaci e finocchio
- zuppa fagioli tondini e ortiche
- vellutata patate e carote viola

Cinque ricette preparate con verdure 100% italiane e solo olio extravergine d'oliva, a basso contenuto di grassi e ricche di fibre e proteine vegetali, senza aromi artificiali, glutammato, conservanti, coloranti, olio di palma o altri grassi vegetali idrogenati e senza glutine. Tutte queste caratteristiche si sposano perfettamente con l'attenzione sempre maggiore verso le tendenze salutistiche, rispondono anche alle esigenze di chi sceglie un'alimentazione vegetariana e chi soffre di intolleranza al glutine.

Per queste nuove referenze è stato realizzato un packaging molto distintivo: un vaso di vetro scuro ambrato per proteggere tutte le caratteristiche del contenuto dall'ossidazione. Le zuppe e le vellutate sono realizzate senza aggiunta di conservanti, ma hanno una shelf life di due anni e non necessitano di essere tenute in frigorifero prima dell'apertura. Inoltre, il prodotto può essere scaldato versandolo in pentola, ma anche nel microonde o a bagnomaria direttamente all'interno del vaso. Bastano 2/3 minuti per ottenere una vellutata o una zuppa calde, buone come fatte in casa e pronte per essere consumate, magari con la sola aggiunta di crostini di pane. I più pigri, poi, potranno anche mangiarle comodamente dal vasetto grazie all'imboccatura larga che consente l'ingresso del cucchiaio.

ULTIME NEWS

«GRAN MILANO», Taperitivo che non c'era

L'asparago principe della settimana a Le Meridien Visconti Rome

«GRAN MILANO», Taperitivo che non c'era

L'asparago principe della settimana a Le Meridien Visconti Rome

ULTIME ARRIVATI

I migliori ristoranti d'Italia (Secondo Slurpy.it)

Insetti da mangiare: la cucina del domani o moda del 2018?

Critico gastronomico? Prima passe in cucina

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Febbraio 2018

Quindi, altissimo il contenuto di servizio offerto: queste nuove proposte sono perfette per un pasto veloce, sano, equilibrato e completo sempre disponibile in dispensa, pratiche anche da portare con sé fuori casa o da conservare anche in ufficio. Queste cinque referenze sono già disponibili da febbraio sullo scaffale della grande distribuzione, mentre sono già previste altre proposte di gusti per arricchire la gamma.

Un vaso contiene 525 ml di prodotto (2 porzioni) e il prezzo consigliato è di 2,98 €.

Gruppo Fini SpA Sede sociale: Via Confine, 1583 41017 Ravarino (MO); Amministrazione: Via Albareto, 211 41122 Modena
info@nonsolobuono.it - www.nonsolobuono.it
Ufficio Stampa - Borderline - Via Parisio 16 - 40137 Bologna Tel. 051 4450204 Fax 051 6237200 - Communication Manager & P.R. Matteo Barboni - 349 6172546
m.barboni@borderlineagency.com

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



Le Conserve della Nonna: Nuova linea di Zuppe e vellutate

Innovazione nella tradizione delle zuppe e delle vellutate con cinque nuove referenze che sanciscono l'ingresso nello scaffale dei piatti pronti ambient de Le Conserve della Nonna. La capacità di innovare

353 Views febbraio 14, 2018 No Comments ID: 8



Innovazione nella tradizione delle zuppe e delle vellutate con cinque nuove referenze che sanciscono l'ingresso nello scaffale dei piatti pronti ambient de Le Conserve della Nonna.

La capacità di innovare nel rispetto della tradizione è da sempre la caratteristica distintiva de Le Conserve della Nonna, che in febbraio arricchisce ulteriormente l'offerta con una nuova linea di zuppe e vellutate a marchio.

Sono in tutto cinque le nuove referenze che sanciscono l'ingresso del marchio emiliano nel segmento dei piatti pronti, categoria in forte crescita e con grande appeal sul consumatore contemporaneo:

- vellutata zucca, carota e zenzero
- zuppa ceci e fagioli azuki
- vellutata zucchine, spinaci e finocchio
- zuppa fagioli tondini e ortiche
- vellutata patate e carote viola

Cinque ricette preparate con verdure 100% italiane e solo olio extravergine d'oliva, a basso contenuto di grassi e ricche di fibre e proteine vegetali, senza aromi artificiali, glutammato, conservanti,

coloranti, olio di palma o altri grassi vegetali idrogenati e senza glutine. Tutte queste caratteristiche si sposano perfettamente con l'attenzione sempre maggiore verso le tendenze salutistiche, rispondono anche alle esigenze di chi sceglie un'alimentazione vegetariana e chi soffre di intolleranza al glutine.

Per queste nuove referenze è stato realizzato un packaging molto distintivo: un vaso di vetro scuro ambrato per proteggere tutte le caratteristiche del contenuto dall'ossidazione. Le zuppe e le vellutate sono realizzate senza aggiunta di conservanti, ma hanno una shelf life di due anni e non necessitano di essere tenute in frigorifero prima dell'apertura. Inoltre, il prodotto può essere scaldato versandolo in pentola, ma anche nel microonde o a bagnomaria direttamente all'interno del vaso. Bastano 2/3 minuti per ottenere una vellutata o una zuppa calde, buone come fatte in casa e pronte per essere consumate, magari con la sola aggiunta di crostini di pane. I più pigri, poi, potranno anche mangiarle comodamente dal vasetto grazie all'imboccatura larga che consente l'ingresso del cucchiaino.

Quindi, altissimo il contenuto di servizio offerto: queste nuove proposte sono perfette per un pasto veloce, sano, equilibrato e completo sempre disponibile in dispensa, pratiche anche da portare con sé fuori casao da conservare anche in ufficio.

Queste cinque referenze sono già disponibili da febbraio sullo scaffale della grande distribuzione, mentre sono già previste altre proposte di gusti per arricchire la gamma.

Un vaso contiene 525 ml di prodotto (2 porzioni) e il prezzo consigliato è di 2,98 €.

Chiara Danielli
Redazione Newsfood.com

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Febbraio 2018

The screenshot shows the website 'Italian food today' with the subtitle 'QUOTIDIANO DIGITALE DELLA FILIERA AGROALIMENTARE'. The main article is titled 'Le Conserve della Nonna lancia cinque nuove zuppe'. The article text describes a new line of soups and vegetable purees from the Emilia-Romagna region, made with 100% Italian vegetables and olive oil. It lists five types: pumpkin, carrot and zucchini, chickpeas and blue beans, zucchini, spinach and fennel, and potato and purple carrot. The packaging is made of dark glass to protect the contents from oxidation. The price is 2.98 euros per 525 ml jar.

Left sidebar: 'SEGUICI:' with social media icons; 'Buoni Sconto S. Martino' advertisement; 'ITALIAN EXHIBITION GROUP' advertisement; 'APPUNTAMENTI:' with 'CIBUS' and 'MARCH 2018' events.

Right sidebar: 'IN EVIDENZA' with various product recommendations.

DM DISTRIBUZIONE MODERNA

Vuol essere sempre aggiornato?
ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Cerca in

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

Imprese | Persone | Spot News | Pubblicità | Estero | Sostenibilità | Finanza | Tecnologia | Logistica | Trend | Associazioni | Private Label | Real Estate

Spot News

Zuppe e vellutate Le Conserve della Nonna: novità assoluta sullo scaffale

La capacità di innovare nel rispetto della tradizione è da sempre la caratteristica distintiva de **Le Conserve della Nonna**, che in febbraio arricchisce ulteriormente l'offerta con una nuova linea di zuppe e vellutate a marchio.

Sono in tutto cinque le nuove referenze che sanciscono l'ingresso del marchio emiliano nel segmento dei piatti pronti, categoria in forte crescita e con grande appeal sul consumatore contemporaneo:

- vellutata zucca, carota e zenzero
- zuppa ceci e fagioli azuki
- vellutata zucchine, spinaci e finocchio
- zuppa fagioli tondini e ortiche
- vellutata patate e carote viola

Cinque ricette preparate con verdure 100% italiane e solo olio extravergine d'oliva, a basso contenuto di grassi e ricche di fibre e proteine vegetali, senza aromi artificiali, glutammato, conservanti, coloranti, olio di palma o altri grassi vegetali idrogenati e senza glutine.

Per queste nuove referenze è stato realizzato un packaging molto distintivo: un vaso di vetro scuro ambrato per proteggere tutte le caratteristiche del contenuto dall'ossidazione. Le zuppe e le vellutate sono realizzate senza aggiunta di conservanti, ma hanno una shelf life di due anni e non necessitano di essere tenute in frigorifero prima dell'apertura. Inoltre, il prodotto può essere scaldato versandolo in pentola, ma anche nel microonde o a bagnomaria direttamente all'interno del vaso. Bastano 2/3 minuti per ottenere una vellutata o una zuppa calde, buone come fatte in casa e pronte per essere consumate, magari con la sola aggiunta di crostini di pane. I più pigri, poi, potranno anche mangiarle comodamente dal vasetto grazie all'imboccatura larga che consente l'uso del cucchiaino.

Quindi, altissimo il contenuto di servizio offerto: queste nuove proposte sono perfette per un pasto veloce, sano, equilibrato e completo sempre disponibile in dispensa, pratiche anche da portare con sé fuori casa o da conservare anche in ufficio.

Queste cinque referenze sono già disponibili da febbraio sullo scaffale della grande distribuzione, mentre sono già previste altre proposte di gusti per arricchire la gamma.

Un vaso contiene 525 ml di prodotto (2 porzioni) e il prezzo consigliato è di 2,98 €.



19 Febbraio 2018

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

Febbraio 2018

The screenshot shows the website 'Distribuzione Moderna' with a navigation bar and a news article. The article is titled 'Le Conserve della Nonna presenta le zuppe e vellutate' and features an image of several jars of soups. The text describes the products as being made with 100% Italian vegetables and olive oil, and highlights their health benefits and shelf life.

DM DISTRIBUZIONE MODERNA

Vuoi essere sempre aggiornato?
ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Campo ricerca CERCA

CERCA IN: NEWS TUTTE LE SEZIONI

HOME NEWS NOTIZIA DEL GIORNO TGDO PRIMO PIANO INTERVISTA SUCCESSI E STRATEGIE APERTURE PRODOTTI MERCATI SPECIALI DM MAGAZINE

Imprese | Persone | Spot News | Pubblicità | Estero | Sostenibilità | Finanza | Tecnologia | Logistica | Trend | Associazioni | Private Label | Real Estate | Fiere | Meeting&Co. | Approfondimenti

Dedicato La pasta di filiera tutta pugliese, dal campo al prodotto finito.

News

Le Conserve della Nonna presenta le zuppe e vellutate

All'insegna del connubio tra innovazione e tradizione, le cinque nuove referenze di zuppe e vellutate sanciscono l'ingresso nello scaffale dei piatti pronti ambientati, categoria in forte sviluppo e con grande appeal sul consumatore moderno, de Le Conserve della Nonna. Le cinque novità sono: vellutata zucca, carota e zenzero, zuppa ceci e fagioli azuki, vellutata zucchine, spinaci e finocchio, zuppa fagioli toncini e ortiche e vellutata patate e carote viola.

Cinque ricette preparate con verdure 100% italiane e solo olio extravergine d'oliva, a basso contenuto di grassi e ricche di fibre e proteine vegetali, senza aromi artificiali, glutammato, conservanti, coloranti, olio di palma o altri grassi vegetali idrogenati e senza glutine. Tutte queste caratteristiche si sposano perfettamente con l'attenzione sempre maggiore verso le tendenze salutistiche, rispondono anche alle esigenze di chi sceglie un'alimentazione vegetariana e chi soffre di intolleranza al glutine.

Per queste nuove referenze è stato realizzato un packaging molto distintivo: un vaso di vetro scuro ambrato per proteggere tutte le caratteristiche del contenuto dall'ossidazione. Le zuppe e le vellutate sono realizzate senza aggiunta di conservanti, ma hanno una shelf life di due anni e non necessitano di essere tenute in frigorifero prima dell'apertura.

13 Febbraio 2018

ARANCIA E GRANELLA DI CACAO

TXT Group propone alle imprese della gda il gestionale gratuito MyTXT!



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

Nuovo progetto di comunicazione per il Gruppo Fini, azienda alimentare modenese titolare dei marchi Fini pasta fresca e Le Conserve della Nonna, che inaugura insieme all'agenzia Garage Raw il genere del fotoromanzo su Instagram.

#AMODENASTORY: GRUPPO FINI È SEMPRE PIÙ SOCIAL CON GARAGE RAW E IL PRIMO FOTOROMANZO INSTAGRAM

È nato il primo romanzo fotografico a puntate su che racconta in modo del tutto inedito una storia ambientata a Modena.

#aModenastory è un progetto che nasce da un'idea originale dell'agenzia **Garage Raw** e dal **Gruppo Fini** che ha avuto il coraggio di dargli carta bianca su questa attività e di credere in questa strategia di comunicazione innovativa.

Da pochi giorni sul **profilo Instagram @nonsolobuono** è possibile seguire il **primo racconto**

fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di **Eliselle**, giovane scrittrice modenese.

Scatto dopo scatto e sfruttando anche tutte le potenzialità di interazione fornite dalle **Stories di Instagram**, gli utenti del social network possono seguire la storia di Matilde, giovane fotografa che vive a Modena e le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di tanti altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana.



Nel racconto sono presenti tutti gli aspetti principali del classico romanzo rosa d'appendice: la divisione della narrazione in brevi episodi, l'attesa e la suspense per gli sviluppi della vicenda, la semplicità della fruizione su un mezzo popolare di massa. Tutto questo però declinato con i linguaggi tipici di oggi e in particolare di Instagram, il social network che sta crescendo di più in Italia in questo momento.

La caratteristica distintiva di questa iniziativa di comunicazione è che **gli eroi della storia sono i clienti non i brand**, infatti i prodotti di Fini e Le Conserve della Nonna compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non vincolano in alcun modo la narrazione. #aModenaStory è pensato appositamente per il **target Instagram**, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione. Il racconto #aModenaStory si svilupperà per tutto il 2018 e permetterà ai follower di appassionarsi alle vicende, d'interagire direttamente con i personaggi, 'tifare' per loro o anche criticarli un po' come avviene per i famosi "instagrammes" presenti sulla piattaforma.



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

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

Febbraio 2018

MODENATODAY ≡ Sezioni
Dalla Rete

🔍
👤 A

Dalla Rete

#amodenastory, la storia di un'azienda attraverso la storia di una città

L'azienda titolare dei marchi Fini e Le Conserve della Nonna si aprono, con Garage Raw, un nuovo modo di fare comunicazione.

Rossana
24 FEBBRAIO 2018 12:45

48
Condivisioni

f
t
✉

I più letti di oggi

Hello bank! ti regala la console più venduta al mondo HELLO BANK!

Cittadini avveduti ricevono smartphone in...

Surrogato mutuo? Ubi Banca TAN fissa da 1,55% e TAEG...

Toyota RAV4 - La prima immagine attesa del Salone...



Instagram il social delle immagini per eccellenza prestatato alla narrazione di marca. Questo l'ambizioso progetto che l'agenzia Garage Raw ha ideato per l'azienda alimentare titolare dei marchi Fini e Le Conserve della Nonna. La città di Modena diventa protagonista quindi, insieme, a una storia avvincente che riporta alla luce il genere del fotoromanzo. Una sfida innovativa e divertente con una storia che nasce dalle parole di Eliselle. Sul profilo Instagram @nonsolobuono sarà possibile seguire la storia a puntate interagendo con commenti e opinioni. Un modo differente di fare comunicazione, valorizzare il territorio e coinvolgere le persone. Seguite la storia.

Gallery



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

Febbraio 2018

informazione.it
Cerca fra i comunicati

Prima pagina
Elenco
Nuovo account
Inserimento
Pannello di controllo
Modifica password

#aModenaStory: Gruppo Fini è sempre più social con Garage Raw e il primo fotoromanzo Instagram

Nuovo progetto di comunicazione per il Gruppo Fini, azienda alimentare modenese titolare dei marchi Fini pasta fresca e Le Conserve della Nonna, che inaugura insieme all'agenzia Garage Raw il genere del fotoromanzo su Instagram.

Modena, 26/02/2018 - 12:20 (informazione.it - comunicati stampa - editoria e media) È nato il primo romanzo fotografico a puntate su che racconta in modo del tutto inedito una storia ambientata a **Modena**.

#aModenastory è un progetto che nasce da un'idea originale dell'agenzia **Garage Raw** e dal **Gruppo Fini** che ha avuto il coraggio di dargli carta bianca su questa attività e di credere in questa strategia di comunicazione innovativa.

1 | Master Digital Marketing - Social, SEO, PPC, Analytics

Un Percorso Completo con i Migliori Specialisti in Soli 5gg con Attestato Finale eurogiovani.it/master/social-media

2 | Photography Art Collectors - Online Shop

The online shop by MIA Photo Fair. Start your art collection with Collection MIA collectionmia.com



CONTINUIAMO A CHIEDERE VERITÀ PER GIULIO REGENI

FIRMA ORA

Segui i comunicati stampa su





In evidenza



- Aziende russe partecipano alla più grande fiera dei produttori di ravi e fili WIRE-2018
- Il NASH Education Program: la fratellanza della prima giornata internazionale NASH accelera a livello globale, aggiungendo importanti partner industriali e gruppi di supporto ai pazienti
- Alimentaria 2018 si aspetta di consolidare la partecipazione dei visitatori e degli espositori europei
- Menarini Ricerche presenterà al meeting annuale dell'AACR i dati preclinici più recenti relativi all'inibitore di P13K MENT1611
- La Barcelona Bridal Fashion Week si è consolidata come evento internazionale per la moda sposa













Di tendenza Di tendenza

Gruppo Fini SpA Sede sociale: Via Confine, 1583 41017 **Ravarino** (MO);
 Amministrazione: Via **Albareto**, 211 41122 Modena info@nonsolobuono.it -
 www.nonsolobuono.it
 Ufficio Stampa - Borderline - Via Parisio 16 - 40137 **Bologna** Tel. 051 4450204
 Fax 051 6237200 - Communication Manager & P.R. Matteo Barboni - 349
 6172546 m.barboni@borderlineagency.com





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

Febbraio 2018



CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

■ SOCIAL

Gruppo Fini online con #aModenaStory, fotoromanzo per Instagram

L'iniziativa nasce da un'idea dell'agenzia Garage Raw e coinvolge Modena

di Caterina Varpi 26 febbraio 2018

f | 5
t | 2
in | 0




Il Gruppo Fini punta sempre di più sui social network con il nuovo progetto di comunicazione #aModenastory, fotoromanzo realizzato per Instagram. L'iniziativa nasce da un'idea da Garage Raw, che segue il profilo Instagram [@NonSoloBuono](#) dal 2017, per utilizzare il canale in maniera innovativa. L'agenzia gestisce anche le sponsorizzazioni per aumentare la visibilità dei post.

Da pochi giorni sulla property di Fini è possibile seguire il **racconto fotografico a puntate**. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di **Eliselle**, giovane scrittrice modenese.

Scatto dopo scatto e sfruttando anche tutte le potenzialità di interazione fornite dalle Stories di Instagram, gli utenti del social network possono seguire la **storia di Matilde**, giovane fotografa che vive a Modena e le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di tanti altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana.

Nel racconto sono presenti tutti gli aspetti principali del **classico romanzo rosa d'appendice**: la divisione della narrazione in brevi episodi, l'attesa per gli sviluppi della vicenda, la semplicità della fruizione su un mezzo popolare di massa. Tutto questo però declinato con i linguaggi tipici di oggi e in particolare di Instagram.

Ultimi Articoli

■ CAMPAGNE
Nadler Larimer & Martinelli nuovo spot dei cracker Pav...

■ AGENZIE ■ CAMPAGNE
SKS365: Saatchi & Saatchi v... gara per i nuovi spot di PlanetWin365

■ MEDIA
Youtube, nuovi strumenti p... monetizzazione dei video

■ AGENZIE
Ofo sceglie l'agenzia imille... gestire le strategie social

■ MEDIA
Sky, ricavi a +5%: Crescita a... cifra per la raccolta

■ AGENZIE
Deloitte Digital fa rotta sul... pubblicità: Audio Lead Ac... & Comunicazione

■ CAMPAGNE
H2H firma l'iniziativa #KenzoPoppyDay con l'infl... Paola Turani

■ RICERCHE
Reputation delle aziende it... vince Ferrero e migliorano... performance delle grandi i...

■ DATACENTER ■ RICERCHE
Audiweb, sono 34,2 milioni... italiani online a febbraio

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Febbraio 2018

I protagonisti della storia sono i clienti non i brand, infatti i prodotti di **Fini** e **Le Conserve della Nonna** compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non vincolano in alcun modo la narrazione.

CAMPAGNE

Filmmaster Pro
Music Machine p
Lafayette

#aModenaStory è pensato appositamente per il target Instagram, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione. Il racconto si svilupperà per tutto il 2018 e permetterà ai follower di appassionarsi alle vicende, d'**interagire direttamente con i personaggi**, 'tifare' per loro o anche criticarli.

Il Gruppo Fini ha scelto ancora una volta di coinvolgere **Modena** nelle sue iniziative marketing: in questo caso la città emiliana, con i suoi luoghi e i suoi personaggi, è la cornice dove si sviluppa l'intera vicenda che infatti ha ricevuto anche il **Patrocinio del Comune**.

Questa iniziativa s'inserisce in un percorso di posizionamento di marketing già tracciato per i due brand del Gruppo e in una precisa strategia di comunicazione iniziata tre anni fa con la nascita del magazine online www.nonsolobuono.it che racconta l'Emilia Romagna traendo spunto dalle curiosità sulle tradizioni in cucina, dalle tipicità del territorio e dalla straordinaria ricchezza culturale di questa regione.

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

Febbraio 2018

YOU MARK!

Cerca

YOU MARK RUBRICHE VIDEO PAGINE DELLA COMUNICAZIONE SOCIAL MAP

BELOW E DINTORNI COSA CAMBIA DATI E MERCATO ENGAGEMENT IMMAGINI, VIDEO, SUONO INTERVISTE

26 FEB

RUBRICHE / ENGAGEMENT

#AMODENASTORY, GRUPPO FINI È SOCIAL CON GARAGE RAW E IL FOTOROMANZO INSTAGRAM

Pubblicato nel 2018



#aModenastory è un progetto che nasce da un'idea dell'agenzia **Garage Raw** e dal **Gruppo Fini**.

Da pochi giorni sul **profilo Instagram @nonsolobuono** è possibile seguire un **racconto fotografico a puntate**. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di **Eliselle**, giovane scrittrice modenese.

Gli utenti del social network possono seguire la storia di Matilde, fotografa che vive a Modena e le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana.

I prodotti di Fini e Le Conserve della Nonna compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico. **#aModenaStory** è pensato appositamente per il target Instagram, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione. Il racconto **#aModenaStory** si svilupperà per tutto il 2018.

Il Comune ha dato il suo patrocinio.

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

Febbraio 2018

The screenshot shows the website mediakey.tv with a navigation menu including HOME, TESTATE, NEWS, AWARDS, VIDEO, OPERATORI, SHOP, IL GRUPPO, CONTATTI, AREA UTENTI, and JOB OPPORTUNITIES. A search bar is located in the top right corner. The main content area features a news article dated 26 febbraio 2018 with the headline: "#aModenaStory: Gruppo Fini è sempre più social con Garage Raw e il primo fotoromanzo Instagram". The article text discusses a marketing initiative by Gruppo Fini and Garage Raw, involving a photo-story on Instagram. A sidebar on the right lists various categories like "GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE", "PUBBLICITÀ", "MARKETING", "DIGITAL MARKETING", "COMMERCIO", "TELECOMUNICAZIONI", "TELEVISIONE", "RADIO", "PUBBLICITÀ ADVERTISING", "MARKETING", "TRUST COMMUNITY", "WE ARE SOCIAL", "AGENZIE MEDIA", "BLOGS", and "MEDIA ITALIA".

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

Febbraio 2018



TUTTE LE SOLUZIONI
ALLE VOSTRE ESIGENZE
DI COMUNICAZIONE.







ADC Group - **ADVexpress** - e20express - ADVexpressTV - Awards - Cerca

UPDATE: Triumph: on air la nuova campagna globale sul collettivo empowerment: "Together We Triumph". Firma VCCP

[Home](#) / [ADVexpress](#) / [Creative portfolio](#) / [Digital](#) / #aModenaStory: Gruppo Fini lancia il primo...



26/02/2018 14:59

Digital

#aModenaStory: Gruppo Fini lancia il primo fotoromanzo Instagram con Garage Raw

Da pochi giorni sul profilo Instagram @nonsolobuono è possibile seguire il primo racconto fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di Eliselle, giovane scrittrice modenese. I prodotti di Fini e Le Conserve della Nonna compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non vincolano in alcun modo la narrazione.

#aModenastory è un progetto che nasce da un'idea originale dell'agenzia **Garage Raw** e dal **Gruppo Fini**.

Da pochi giorni sul profilo Instagram @nonsolobuono è possibile seguire il **primo racconto fotografico a puntate** mai realizzato da un'azienda. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di **Eliselle**, giovane scrittrice modenese.

Scatto dopo scatto e sfruttando anche tutte le potenzialità di interazione fornite dalle Stories di Instagram, gli utenti del social network possono seguire la storia di Matilde, giovane fotografa che vive a Modena e le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di tanti altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana.

Nel racconto sono presenti tutti gli aspetti principali del classico **romanzo rosa d'appendice**: la divisione della narrazione in brevi episodi, l'attesa e la suspense per gli sviluppi della vicenda, la semplicità della fruizione su un mezzo popolare di massa. Tutto questo però declinato con i linguaggi tipici di oggi e in particolare di Instagram, il social network che sta crescendo di più in Italia in questo momento.

La caratteristica distintiva di questa iniziativa di comunicazione è che gli eroi della storia sono i clienti non i brand, infatti i prodotti di Fini e **Le Conserve della Nonna** compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non vincolano in alcun modo la narrazione.

#aModenaStory è pensato appositamente per il target Instagram, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione. Il racconto #aModenaStory si svilupperà **per tutto il 2018** e permetterà ai follower di appassionarsi alle vicende, d'interagire direttamente con i personaggi, 'tifare' per loro o anche criticarli un po' come avviene per i famosi 'Instagrammes' presenti sulla piattaforma.

Il Gruppo Fini ha scelto ancora una volta di coinvolgere Modena nelle sue iniziative marketing: in questo caso la città emiliana, con i suoi luoghi e i suoi personaggi, è la cornice dove si sviluppa l'intera vicenda che infatti ha ricevuto anche il **Patrocinio del Comune**.

Questa originale iniziativa s'inserisce in un percorso di posizionamento di marketing già tracciato per i due brand del Gruppo e in una precisa strategia di comunicazione iniziata tre anni fa con la nascita del magazine online www.nonsolobuono.it che racconta l'Emilia Romagna traendo spunto dalle curiosità sulle tradizioni in cucina, dalle tipicità del territorio e dalla straordinaria ricchezza culturale di questa regione.

SP

L'ESCLUSIVO

Findus punta sul digital e parla ai giovani con la campagna 4 Salti in Padella. Al via la campagna firmata Grey Italia

Pubblicazione 15.05

GNV è online con la campagna digitale "À l'école du Maroc" targata TBWA\Italia

Pubblicazione 16.07

A Bebit la comunicazione digital di Guinness - Saint Patrick

Pubblicazione 16.04

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

Pubblicazione 16.09

Webranking comple 20 anni e festeggia lanciando #lamiastoriaconInternet

Pubblicazione 16.07

Ducati e Imetec lanciano la nuova linea di male grooming. Sito di e-commerce e comunicazione social a cura di Cayenne

Pubblicazione 16.11

Soluzione Group e Casa Surace firmano la nuova campagna digital di Auricchio

Pubblicazione 15.04

Il sito di Borsa Italiana promosso come media pubblicitario con una campagna affidata a The Van

Pubblicazione 16.04

Dalla sezione "Ristoranti" di Agriturismo.it un nuovo e-book gratuito con le ricette della tradizione pasquale italiana

Pubblicazione 16.04

<http://www.adcgroup.it/adv-express/creative-portfolio/digital/amodenastory-gruppo-fini-e-sempre-piu-social-con-garage-raw-e-il-primo-fotoromanzo-instagram.html>

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

CERCA IN ADVERTISER.IT

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE | AGENZIE | PEOPLE

/ brand/social

#AMODENASTORY: GRUPPO FINI PRESENTA IL PRIMO FOTOROMANZO INSTAGRAM CON GARAGE RAW

26 Febbraio 2018



#aModenastory è un progetto che nasce da un'idea originale dell'agenzia **Garage Raw** e dal **Gruppo Fini** che ha avuto il coraggio di dargli carta bianca su questa attività e di credere in questa strategia di comunicazione innovativa.

Da pochi giorni sul profilo Instagram **@nonsolobuono** è possibile seguire il primo racconto fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di **Eliselle**, giovane scrittrice modenese.

Scatto dopo scatto e sfruttando anche tutte le potenzialità di interazione fornite dalle Stories di Instagram, gli utenti del social network possono seguire la storia di Matilde, giovane fotografa che vive a Modena e le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di tanti altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana.

Nel racconto sono presenti tutti gli aspetti principali del classico romanzo rosa d'appendice: la divisione della narrazione in brevi episodi, l'attesa e la suspense per gli sviluppi della vicenda, la semplicità della fruizione su un mezzo popolare di massa. Tutto questo però declinato con i linguaggi tipici di oggi e in particolare di Instagram, il social network che sta crescendo di più in Italia in questo momento.

La caratteristica distintiva di questa iniziativa di comunicazione è che gli eroi della storia sono i clienti non i brand, infatti i prodotti di **Fini** e **Le Conserve della Nonna** compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non vincolano in alcun modo la narrazione.

#aModenaStory è pensato appositamente per il target Instagram, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione. Il racconto **#aModenaStory** si svilupperà per tutto il 2018 e permetterà ai follower di appassionarsi alle vicende, d'interagire direttamente con i personaggi, 'tifare' per loro o anche criticarli un po' come avviene per i famosi "instagrammes" presenti sulla piattaforma.

Il Gruppo Fini ha scelto ancora una volta di coinvolgere Modena nelle sue iniziative marketing: in questo caso la città emiliana, con i suoi luoghi e i suoi personaggi, è la cornice dove si sviluppa l'intera vicenda che infatti ha ricevuto anche il Patrocinio del Comune.

Questa originale iniziativa s'inserisce in un percorso di posizionamento di marketing già tracciato per i due brand del Gruppo e in una precisa strategia di comunicazione iniziata tre anni fa con la nascita del magazine online www.nonsolobuono.it che racconta l'Emilia Romagna traendo spunto dalle curiosità sulle tradizioni in cucina, dalle tipicità del territorio e dalla straordinaria ricchezza culturale di questa regione.



/social

IL GRUPPO FINI E GARAGE RAW LANCIANO SU INSTAGRAM IL FOTOROMANZO #AMODENASTORY

27 FEBBRAIO 2018



Il Gruppo Fini, azienda alimentare modenese titolare dei marchi **Fini** pasta fresca e **Le Conserve della Nonna**, inaugura insieme all'agenzia **Garage Raw** il genere del fotoromanzo su Instagram con **#aModenaStory**.

Da pochi giorni sul profilo Instagram @nonsolobuono è possibile seguire il primo racconto fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda.

La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di **Eliselle**, giovane scrittrice modenese. Scatto dopo scatto e sfruttando anche tutte le potenzialità di interazione fornite dalle Stories di Instagram, gli utenti del social network possono seguire la storia di **Matilde**, giovane fotografa che vive a Modena e le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di tanti altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana.

Nel racconto sono presenti tutti gli aspetti principali del classico romanzo rosa

d'appendice: la divisione della narrazione in brevi episodi, l'attesa e la suspense per gli sviluppi della vicenda, la semplicità della fruizione su un mezzo popolare di massa. Tutto questo però declinato con i linguaggi tipici di oggi e in particolare di Instagram, il social network che sta crescendo di più in Italia in questo momento.

La caratteristica distintiva di questa iniziativa di comunicazione è che gli eroi della storia sono i clienti non i brand, infatti i prodotti di Fini e Le Conserve della Nonna compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non vincolano in alcun modo la narrazione.

#aModenaStory è pensato appositamente per il target Instagram, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione.

Il racconto #aModenaStory si svilupperà per tutto il 2018 e permetterà ai follower di appassionarsi alle vicende, d'interagire direttamente con i personaggi, 'tifare' per loro o anche criticarli un po' come avviene per i famosi 'instagrammes' presenti sulla piattaforma.

Il Gruppo Fini ha scelto ancora una volta di coinvolgere Modena nelle sue iniziative marketing: in questo caso la città emiliana, con i suoi luoghi e i suoi personaggi, è la cornice dove si sviluppa l'intera vicenda che infatti ha ricevuto anche il Patrocinio del Comune.

FORD MONDEO VIGNALE

CON FORD BUSINESS PARTNER
ANTICIPO ZERO AL MESE IVA ESCLUSA € 325
NOLEGGIO 24 MESI/40.000 km

Scopri di più

Ford
Go Further

TODAY

Sfoggia l'anteprima online del Today

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

Febbraio 2018

R.it
Bologna

Carica nel sito METEO

Home
Cronaca
Sport
Foto
Ristoranti
Annunci Locali
Cambia Edizione
Video

ouser **L'ascensore è libertà.** **LA CASA NON E' UNA PRIGIONE**

128
Twitter
Google+
LinkedIn
Email

Modena, il fotoromanzo-spot di Fini

Una serie per i social scritta da Eliselle in stile rotocalco rosa

Lo leggo dopo | 26 febbraio 2018

128

f

Twitter

Google+

in

P

Email



Lo scenario della pubblicità è Modena, la protagonista è una giovane fotografa che si chiama Matilde, ma lo spot è tutt'altro che tradizionale. O forse lo è troppo visto che di rifà al fotoromanzo a puntate da rotocalco femminile o tuttalpiù al romanzo "rosa". L'azienda Fini, per pubblicizzare i suoi prodotti, ha deciso di cambiare mezzo e modalità. Non più i media tradizionali ma il social Instagram e un racconto a puntate, con tanto di foto e nuvolette contenenti i dialoghi, che svilupperà una storia nel corso del 2018. E per di più i protagonisti della trama sono i clienti stessi della casa di produzione alimentare.

L'esordio è avvenuto sul profilo Instagram @nonsolobuono con il primo episodio di una lunga serie scritto dall'autrice modenese Eliselle per un progetto ideato dall'agenzia "Garage Raw". Il progetto prende il nome di #aModenaStory ed è pensato esclusivamente per i frequentatori del social specializzato in immagini. Questi ultimi potranno interagire con la storia dialogando coi protagonisti e magari elogiarli o criticarli. Protagonista sarà anche la città della Ghirlandina che fa da sfondo alle avventure di Matilde. Per questo l'Amministrazione comunale ha concesso il patrocinio all'iniziativa.



[Fini modena fotoromanzo](#)



NEIRAMI
BOLOGNA
Via Porta Nova 5/2c

/social

IL GRUPPO FINI E GARAGE RAW LANCIANO SU INSTAGRAM IL FOTOROMANZO #AMODENASTORY

27 FEBBRAIO 2018

Il **Gruppo Fini**, azienda alimentare modenese titolare dei marchi **Fini** pasta fresca e **Le Conserve della Nonna**, inaugura insieme all'agenzia **Garage Raw** il genere del fotoromanzo su Instagram con **#aModenaStory**.

Da pochi giorni sul profilo Instagram @nonsolobuono è possibile seguire il primo racconto fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda.

La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di **Eliselle**, giovane scrittrice modenese. Scatto dopo scatto e sfruttando anche tutte le potenzialità di interazione fornite dalle Stories di Instagram, gli utenti del social network possono seguire la storia di **Matilde**, giovane fotografa che vive a Modena e le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di tanti altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana.

Nel racconto sono presenti tutti gli aspetti principali del classico romanzo rosa d'appendice: la divisione della narrazione in brevi episodi, l'attesa e la suspense per gli sviluppi della vicenda, la semplicità della fruizione su un mezzo popolare di massa. Tutto questo però declinato con i linguaggi tipici di oggi e in particolare di Instagram, il social network che sta crescendo di più in Italia in questo momento.

La caratteristica distintiva di questa iniziativa di comunicazione è che gli eroi della storia sono i clienti non i brand, infatti i prodotti di Fini e Le Conserve della Nonna compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non vincolano in alcun modo la narrazione.

#aModenaStory è pensato appositamente per il target Instagram, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione.

Il racconto **#aModenaStory** si svilupperà per tutto il 2018 e permetterà ai follower di appassionarsi alle vicende, d'interagire direttamente con i personaggi, 'tifare' per loro o anche criticarli un po' come avviene per i famosi 'instagrammes' presenti sulla piattaforma.

Il Gruppo Fini ha scelto ancora una volta di coinvolgere Modena nelle sue iniziative marketing: in questo caso la città emiliana, con i suoi luoghi e i suoi personaggi, è la cornice dove si sviluppa l'intera vicenda che infatti ha ricevuto anche il Patrocinio del Comune.

Il premio dedicato
all'eccellenza
italiana
nel commercio
elettronico



Sfogliall'anteprima
online
del Today



Sfogliall'anteprima
online
del Mensile

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Marzo 2018

The screenshot shows the website interface for Radio Pico. At the top, there's a navigation bar with 'Ultime dalla redazione' and social media icons. Below that is the Radio Pico logo and a banner for 'Scarica la nostra App!'. The main navigation menu includes 'RADIO', 'STAFF', 'EVENTI', 'NOTIZIE', 'RUBRICHE', 'GALLERY', 'RADIO PICO CLASSIC', and 'PUBBLICITÀ'. The article title is 'A MODENA STORY' with the hashtag #aModenaStory. The article text discusses the launch of an Instagram photo-story project in Modena. A video player is embedded in the article. The right sidebar contains various widgets like 'SEDELA DIRETTORE', 'ASCOLTA', 'IN BREVE', 'SENZA PRETENZE', 'CONTATTI', 'CERCA UNA NOTIZIA O UN EVENTO', 'INVIATA MUSICALI', and 'AZIONI... DEI EVENTI DA NON PERDERE'.



STRACCETTI ALLA MESSICANA

secondi



- > Tempo: 15 minuti
- > Spesa: più di 10 euro
- > Calorie: 450 a porzione
- > Difficoltà: facile

Ingredienti

per 4 persone

- 400 g di fesa di tacchino a fettine sottili
- 4 tortillas di farina di grano duro
- 200 g di fagioli rossi in scatola • 2 pomodori
- 2 cipollotti • 1 uovo di gallina • 1 peperoncino verde dolce • 50 g di formaggio tipo Gouda, grattugiato • salsa guacamole pronta • olio extravergine d'oliva • sale • pepe

STRACCETTI ALLA MESSICANA

La variante



Salate, pepate e togliete dal fuoco.

3 In una padella antiaderente scaldate 2 cucchiai di olio e passateci rapidamente, da entrambe le parti, le tortillas, in modo da ammorbidirle. Tenetele da parte al caldo, coperte da un foglio di alluminio, mentre preparate il ripieno. Appena è pronto, disponete le tortillas nei piatti singoli.

1 Tagliate a listarelle sottili la fesa di tacchino. Pulite i cipollotti e riduceteli a rondelle. Tagliate i peperoncini verdi dolci a faldette sottili e uguali tra loro. Riducete a rondelle i pomodori e metteteli in un colino cosparsi di sale per eliminare l'acqua di vegetazione.

2 Scaldate 4 cucchiai di olio, fatevi saltare la carne con i cipollotti, per qualche istante a fuoco vivo; quindi abbassate la fiamma per mantenere la carne morbida e per evitare di bruciare il cipollotto.

4 Spalmate un velo di guacamole sulle tortillas, riempitele con carne e cipollotti, unite i fagioli scaldati a bagnomaria, le foglie di lattuga lavate, asciugate e spezzettate con le mani, i pomodori, i peperoncini e spolverizzate con un'abbondante manciata di formaggio grattugiato. Chiudete a metà le tortillas e servitele con altra guacamole a parte.

CON RADICCHIO

In 2 cucchiai d'olio, appassite un porro e 200 g di radicchio di Treviso a fettine. A parte, saltate gli stracetti in 2 cucchiai d'olio, salate, pepate e sfumate con mezzo bicchiere di prosciutto. Mettete il radicchio e la carne sopra una padina riscaldata. Piegate a metà e servite.

NATURALI

Fagioli rossi senza conservanti né aromi. Le conserve della nonna. 360 g a 1,49 euro.



Comunicazione #aModenaStory: Gruppo Fini è sempre più social con Garage Raw e il primo fotoromanzo per Instagram

È nato il primo romanzo fotografico a puntate sulla piattaforma che racconta in modo del tutto inedito una storia ambientata all'interno della città emiliana

#aModenastory è un progetto che nasce da un'idea originale dell'agenzia Garage Raw e dal Gruppo Fini che ha avuto il coraggio di dargli carta bianca su questa attività e di credere in questa strategia di comunicazione innovativa. Da pochi giorni sul profilo Instagram @nonsolobuono è possibile seguire il primo racconto fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono

opera di Eliselle, giovane scrittrice modenese.

I CLIENTI AUTENTICI PROTAGONISTI

La caratteristica distintiva di questa iniziativa è che gli eroi della storia sono i clienti non i brand, infatti i prodotti di Fini e Le Conserve della Nonna compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non vincolano in alcun modo la narrazione. #aModenaStory è pensa-

to per il target Instagram, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione. Il racconto #aModenaStory si svilupperà per tutto il 2018 e permetterà ai follower di appassionarsi alle vicende, d'interagire direttamente con i personaggi, tifare per loro o anche criticarli un po' come avviene per i famosi Instagrammes presenti sulla piattaforma.



SUL PROFILO @NONSOLBUONO

IL GRUPPO FINI E GARAGE RAW LANCIANO SU INSTAGRAM IL FOTOROMANZO #AMODENASTORY

Il **Gruppo Fini**, azienda alimentare modenese titolare dei marchi **Fini** pasta fresca e **Le Conserve della Nonna**, inaugura insieme all'agenzia **Garage Raw** il genere del fotoromanzo su Instagram con **#aModenaStory**. Da pochi giorni sul profilo Instagram @nonsolobuono è possibile seguire il primo racconto fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di **Eliselle**, giovane scrittrice modenese. Scatto dopo scatto e sfruttando anche tutte le potenzialità di interazione fornite dalle Stories di Instagram, gli utenti del social network possono seguire la storia di Matilde, giovane fotografa

che vive a Modena e le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di tanti altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana. Nel rac-



conto sono presenti tutti gli aspetti principali del classico romanzo rosa d'appendice: la divisione della narrazione in brevi episodi, l'attesa e la suspense per gli sviluppi della vicenda, la semplicità della fruizione su un mezzo popolare di massa. Tutto questo però declinato con i linguaggi tipici di oggi e in particolare di Instagram, il social network che sta crescendo di più in Italia in questo momento. La caratteristica distintiva di questa iniziativa di comunicazione è che gli eroi della storia sono i clienti non i brand, infatti i prodotti di Fini e Le Conserve della Nonna compaiono solo marginalmente in alcune scene del racconto fotografico, ma non

vincolano in alcun modo la narrazione. #aModenaStory è pensato appositamente per il target Instagram, tendenzialmente refrattario ai contenuti pubblicitari tradizionali, ma anche particolarmente incline all'interazione. Il racconto #aModenaStory si svilupperà per tutto il 2018 e permetterà ai follower di appassionarsi alle vicende, d'interagire direttamente con i personaggi, 'tifare' per loro o anche criticarli un po' come avviene per i famosi 'instagrammes' presenti sulla piattaforma. Il Gruppo Fini ha scelto ancora una volta di coinvolgere Modena nelle sue iniziative marketing: in questo caso la città emiliana, con i suoi luoghi e i suoi personaggi, è la cornice dove si sviluppa l'intera vicenda che infatti ha ricevuto anche il Patrocinio del Comune.





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

Disponibili da marzo i nuovi Ravioli Salsiccia e Funghi della linea "I Granripieni" Fini, selezione dei formati e delle ricette gourmet del celebre marchio emiliano.

RAVIOLI SALSICCIA E FUNGHI: LA NUOVA PROPOSTA DELLA LINEA "I GRANRIPIENI" FINI

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiunge una nuova ricetta all'insegna della tradizione italiana più celebre e dell'esaltazione del gusto.

Grande successo nel 2017 per il rilancio de "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.

Tutti gli indicatori di performance segnano 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 **crece 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 una nuova proposta: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de "I Granripieni" con i nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi, disponibili da marzo nel banco frigo**. Mezzelune di sfoglia racchiudono un ripieno

saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana.

Questa nuova referenza si va ad aggiungere alle altre sei della linea, 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. Oltre ai ripieni ricercati, anche l'inconfondibile sfoglia ruvida e porosa di Fini, realizzata con farine 100% italiane, ha contribuito al successo di questi prodotti.

Tutti i formati de "I Granripieni" sono realizzati nella totale assenza di conservanti e aromi artificiali, grassi vegetali di palma e glutammato monosodico: una linea dedicata a quei consumatori che, con la garanzia di un grande gruppo alimentare, vogliono sperimentare ad ogni assaggio il piacere del mangiare bene in ricette come quelle fatte artigianalmente in Emilia. Oltre alle sei proposte de "I Granripieni", la gamma Fini comprende "I Granripieni di Benessere", due referenze di ravioli con ripieni vegetali, fatti con olio extravergine di oliva e sale iodato, dedicati a chi ama alternare gusti classici e proposte più leggere, e "I Granripieni Bio", altre due proposte realizzate esclusivamente con prodotti biologici al 100%, dedicate a chi cerca prodotti naturali e genuini senza voler rinunciare al gusto di mangiare bene.

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 & PR.
MATTEO BARBONI
M. +39.349.6172546
m.barboni@borderlineagency.com

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

Marzo 2018

The screenshot shows the website 'Italian food today' with the subtitle 'QUOTIDIANO DIGITALE DELLA FILIERA AGROALIMENTARE'. The main article is titled 'Fini amplia la linea "I Granripieni"'. The article text states: 'Da marzo la gamma della pasta ripiena Fini si amplia con una nuova referenza: i Ravioli Salsiccia e Funghi. Questa nuova referenza si va ad aggiungere alle altre sei della linea, che nel 2017 hanno registrato una crescita del volume di vendita di oltre il 20%. Oltre ai ripieni ricercati, anche la sfoglia ruvida e porosa di Fini, realizzata con farine 100% italiane, ha contribuito al successo di questi prodotti. Lo scorso anno "I Granripieni" hanno evidenziato una crescita a doppia cifra: +25% di distribuzione numerica e +18% di ponderata. 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.'

The page also features a sidebar with 'Fruit & Veg Professional Show' and 'CIBUS' advertisements, and a right-hand section titled 'IN EVIDENZA' with various product highlights.

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

Marzo 2018

informazione.it
Comunicati Stampa

[Prima pagina](#)
[Elenco](#)
[Nuovo account](#)
[Inserimento](#)
[Pannello di controllo](#)
[Modifica password](#)




Ravioli Salsiccia e Funghi: la nuova proposta della linea "I Granripieni" Fini

Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiunge una nuova ricetta all'insegna della tradizione italiana più celebre e dell'esaltazione del gusto.

Bologna, 07/03/2018 - 17:45 (informazione.it - comunicati stampa - cibi e bevande) Grande successo nel 2017 per il rilancio de "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. Tutti gli indicatori di performance segnano 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%**).

Segui i comunicati stampa su





In evidenza



- Periodo trascorsa un'importante evoluzione nel mercato del Marketing Language Cloud e lancia Persado One per abilitare la personalizzazione e-to e del linguaggio emozionale attraverso l'intelligenza artificiale
- sRight a servizio mercato europeo
- Test VTRC(SR) NephroCheck(R) di Orion Clinical Diagnostica per la prevenzione del danno renale acuto, disponibile in Europa
- "Victoria Deckside" avrà il nuovo punto di riferimento globale per l'acquisto haubourfront di Hong Kong
- Il Tour mondiale del Blue Man Group nel secondo anno toccherà nuovi Paesi.



NUOVO SSD CRUCIAL MX500
 Prezzo a partire da €109,99
 (prezzo consigliato)

Chiedi:
 GT1000MAD0000001
 MX500 1 TB 3D
 3.5" SATA 6Gb/s
 250 TBW, 5200 RPM
 3 anni di garanzia

[Rispondi e compra](#)

I comunicati stampa sul tuo sito

 **comunicati widget**
 Se in qualsiasi punto pubblicare i comunicati stampa e ricevere la informazione di tutti i tuoi siti. [Scopri come...](#)



Da questo successo una nuova proposta: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de "I Granripieni" con i nuovi **Ravioli Salsiccia e Funghi, disponibili da marzo nel banco frigo**. Mezzelune di sfoglia racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante ricette della gastronomia italiana. Questa nuova referenza si va ad aggiungere alle altre sei della linea, 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. Oltre ai ripieni ricercati, anche l'inconfondibile sfoglia ruvida e porosa di Fini, realizzata con farine 100% Italiane, ha contribuito al successo di questi prodotti. Tutti i formati de "I Granripieni" sono realizzati nella totale assenza di conservanti e aromi artificiali, grassi vegetali di palma e **glutammato monosodico**: una linea dedicata a quei consumatori che, con la garanzia di un grande gruppo alimentare, vogliono sperimentare ad ogni assaggio il piacere del mangiare bene in ricette come quelle fatte artigianalmente in Emilia. Oltre alle sei proposte de "I Granripieni", la gamma Fini comprende "I Granripieni di Benessere", due referenze di ravioli con ripieni vegetali, fatti con olio extravergine di oliva e sale iodato, dedicati a chi ama alternare gusti classici e proposte più leggere, e "I Granripieni Bio", altre due proposte realizzate esclusivamente con prodotti biologici al 100%, dedicate a chi cerca prodotti naturali e genuini senza voler rinunciare al gusto di mangiare bene.








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

Marzo 2018

A-Zeta.it
Home Page di A-Zeta.it
AZIENDE ONLINE

SALA STAMPA

Mostra gli altri comunicati

Ravioli Salsiccia e Funghi: la nuova proposta della linea "I Granripieni" Fini

Comunicato del: 07-03-2018 di **Borderline Agency**
Se vuoi pubblicare notizie e comunicati, registrati subito. E' semplice e gratuito.



Alla linea "I Granripieni" Fini si aggiunge una nuova ricetta all'insegna della tradizione italiana più celebre e dell'esaltazione del gusto.

Grande successo nel 2017 per il rilancio de "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.

Tutti gli indicatori di performance segnano 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 una nuova proposta: Fini, che studia costantemente il mercato e i consumatori, ha scelto di ampliare ulteriormente la linea de "I Granripieni" con i nuovi Ravioli Salsiccia e Funghi, disponibili da marzo nel banco frigo. Mezzelune di sfoglia racchiudono un ripieno saporito e speziato che celebra l'abbinamento tra la salsiccia e i funghi porcini, tipico di tante

ricette della gastronomia italiana.

Questa nuova referenza si va ad aggiungere alle altre sei della linea, 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. Oltre ai ripieni ricercati, anche l'inconfondibile sfoglia ruvida e porosa di Fini, realizzata con farine 100% italiane, ha contribuito al successo di questi prodotti.

Tutti i formati de "I Granripieni" sono realizzati nella totale assenza di conservanti e aromi artificiali, grassi vegetali di palma e glutammato monosodico: una linea dedicata a quei consumatori che, con la garanzia di un grande gruppo alimentare, vogliono sperimentare ad ogni assaggio il piacere del mangiare bene in ricette come quelle fatte artigianalmente in Emilia.

Oltre alle sei proposte de "I Granripieni", la gamma Fini comprende "I Granripieni di Benessere", due referenze di ravioli con ripieni vegetali, fatti con olio extravergine di oliva e sale iodato, dedicati a chi ama alternare gusti classici e proposte più leggere, e "I Granripieni Bio", altre due proposte realizzate esclusivamente con prodotti biologici al 100%, dedicate a chi cerca prodotti naturali e genuini senza voler rinunciare al gusto di mangiare bene.

Link proposto: www.nonsolobuono.it

Segui i tag!

In questo comunicato si è parlato di: Pasta fresca ripiena, Granripieni, Fini Modena

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

Marzo 2018

The screenshot shows the website for Distribuzione Moderna. At the top left is the logo 'DM DISTRIBUZIONE MODERNA'. To the right, there is a search bar and a newsletter sign-up button that says 'Vuoi essere sempre aggiornato? ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER'. Below the header is a navigation menu with categories like HOME, NEWS, NOTIZIA DEL GIORNO, TGDO, PRIMO PIANO, INTERVISTA, SUCCESSI E STRATEGIE, APERTURE, PRODOTTI, MERCATI, SPECIALI, and DM MAGAZINE. A secondary menu lists various topics such as Imprese, Persone, Spot News, Pubblicità, Estero, Sostenibilità, Finanza, Tecnologia, Logistica, Trend, Associazioni, Private Label, Reali Estate, Fiere, Meeting&Co, and Approfondimenti. A banner for 'MACFRUT 2018' is visible. The main content area features a 'Spot News' section with a social media sharing bar (Twitter, Facebook, LinkedIn) and a headline: 'Ravioli Salsiccia e Funghi: la nuova proposta della linea "I Granripieni" Fini'. An image of the product packaging is shown. The text below the headline describes the product's success in 2017 and its availability starting in March. To the right of the article are two video thumbnails: one for 'GrissinBon' and another for 'Sono Marlene FIGLIA DELLE ALPI'. At the bottom right, there is a 'TGdo Le Videonotizie di DM' section with a play button icon.

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

Gennaio 2018



DISTRIBUZIONE MODERNA

Vuoi essere sempre aggiornato?
 **ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER**

CERCA

CERCA IN SPOT NEWS TUTTE LE SEZIONI

HOME NEWS NOTIZIA DEL GIORNO TGDO PRIMO PIANO INTERVISTA SUCCESSI E STRATEGIE APERTURE PRODOTTI MERCATI SPECIALI DM MAGAZINE

Imprese | Persone | Spot News | Pubblicità | Estero | Sostenibilità | Finanza | Tecnologia | Logistica | Trend | Associazioni | Private Label | Real Estate | Fiere | Meeting&Co. | Approfondimenti



Spot News





A Marca la cucina di qualità non conosce confini



Lo stand di Distribuzione Moderna ha ospitato il "Delicious Happy Hour" made in Bergader: l'evento che ha mostrato, in collaborazione con alcune illustri firme dell'industria alimentare nostrana, lo stuzzicante intreccio tra le eccellenze casearie bavaresi e l'arte culinaria italiana, in un'atmosfera di curiosità e grande partecipazione.

Un ottimo riscontro quello ottenuto presso lo stand di Distribuzione Moderna a Marca by BolognaFiere nella prima delle due giornate di kermesse, per la degustazione offerta dall'azienda casearia bavarese Bergader, da oltre 40 anni presente nel mercato italiano, in collaborazione con Le Conserve della Nonna, Citra Vini e Menz & Gasser.

Dalle 17.00 alle 18.30, lo Chef Michele Cocchi e il suo catering Idea in Cucina hanno deliziato i visitatori del Salone Internazionale dei prodotti a Marca del Distributore con un'ampia e ricercata proposta d'assaggi a base di formaggio Bergader, gustose preparazioni per mostrare al vasto pubblico specializzato la grande varietà di abbinamenti gastronomici capaci di valorizzare il sapore della qualità bavarese, con un tocco di maestria culinaria italiana.

Un banco di prova importante per l'eccellenza bavarese, che ha raccolto le reazioni e l'apprezzamento dei visitatori affluiti allo stand in un contesto come quello della manifestazione bolognese, che da anni rappresenta un appuntamento imperdibile per la business community dell'industria di marca.

Dal Trentino all'Abruzzo, passando per la provincia modenese: ecco che lo speciale happy hour, offerto ai buyer e agli operatori del mondo del retail e della GDO all'interno della nota vetrina fieristica, ha dimostrato come l'eccellente qualità del latte bavarese possa sposarsi con i sapori e le preparazioni made in Italy. Le referenze a firma Menz & Gasser, azienda specializzata nella produzione di marmellate e confetture dal ricco contenuto di frutta adatte a tutti i palati, e il gusto inconfondibile dei prodotti spalmabili del marchio modenese Le Conserve della Nonna, hanno contribuito alla creazione di siziose ricette d'autore, accompagnate da una selezione di vini della pluripremiata cantina Citra di Ortona.

Un grande successo di pubblico ma, soprattutto, una prova inconfutabile del mix vincente tra il meglio dell'industria alimentare bavarese e l'unicità della cucina italiana.



● ● ● ● ● ● ● ●

19 Gennaio 2018

GrissinBon

Stuzzica l'appetito e la fantasia.

Sono Marlene

FIGLIA DELLE ALPI

▶ START VIDEO

TGdo | Le Videonotizie di DM



Barilla e il valore della realtà virtuale



Coop Lombardia promuove gli stili di vita sostenibili



Dal 1902 Tradizioni Casearie Bavaresi



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

Gennaio 2018

informazione.it
Comunicati Stampa

Prima pagina
Elenco
Nuovo account
Inserimento
Pannello di controllo
Modifica password



La qualità bavarese incontra la cucina italiana

Bergader porta le sue eccellenze a Marca – prestigiosa vetrina fieristica che ogni anno attira a Bologna buyer, operatori del mondo del retail e della GDO – con una degustazione che valorizza l'incontro tra il formaggio bavarese di alta qualità e l'estro della cucina made in Italy.

Bologna, 16/01/2018 - 12:45 ([informazione.it - comunicati stampa - fiere ed eventi](#)) Manca poco all'appuntamento con **Marca, il Salone Internazionale dei prodotti a Marca del Distributore**, quest'anno a **Bologna** il 17 e il 18 gennaio: l'evento continua a esercitare un richiamo crescente sulla business community dell'universo trade.

Mercoledì 17 gennaio, dalle 17.00 alle 18.30, i visitatori di BolognaFiere saranno invitati nel padiglione 21 presso lo stand di Distribuzione Moderna (B81/C78) per l'assaggio di gustose e inedite **preparazioni a base di formaggio Bergader**, in abbinamento ai selezionati ingredienti a firma **Le Conserve della Nonna e Menz & Gasser**, unitamente ai pregiati prodotti enologici della Cantina **Citra Vini**.

Bergader, marchio caseario bavarese di eccellenza, ha infatti accolto l'invito a far conoscere al pubblico specializzato le sue variegate referenze per promuovere il gustoso intreccio tra i sapori della **Baviera** e i segreti dell'arte culinaria italiana.

L'evento sarà quindi l'occasione per **degustare** molte delle referenze Bergader in **purezza**, così da apprezzarne appieno il gusto intenso e la nota di sapore caratterizzante, ma anche per scoprire alcune ghiotte **ricette e accostamenti enogastronomici** da testare e riproporre tra le mura domestiche e non solo. L'elevato standard qualitativo del latte bavarese, materia prima per eccellenza di Bergader, verrà ulteriormente esaltato dal sapiente mix di tradizione e sperimentazione.

L'azienda, sorta a Waging nel 1902 per volontà di Basil Weixler e specializzata nella produzione di formaggi conosciuti in tutto il mondo, annovera oggi quattro generazioni di esperienza nel settore, che hanno saputo accogliere la modernizzazione delle tecniche produttive senza sacrificare il **sapore autentico antico**, legato alla terra e alle origini di provenienza. La **gestualità dei maestri casari e degli allevatori** influisce ancora oggi su alcune fasi della lavorazione del formaggio, effettuate rigorosamente a mano per consegnare al mercato un prodotto di grande valore, dal gusto e dall'aspetto inconfondibili. La cura riposta nella trasformazione del latte e la profonda perizia messa a disposizione dell'azienda dai suoi artigiani e allevatori fanno sì che la gamma delle referenze Bergader risponda a tutte le preferenze di consumo dell'acquirente moderno, offrendo un'ampia selezione di formaggi.

Alla base di tutto un **latte di qualità superiore**, ottenuto secondo pratiche rispettose dell'ambiente, dei produttori e degli animali, ma anche una convinta predilezione per la collaborazione a lungo termine con i fornitori. I **contadini convenzionati** delle Prealpi bavaresi operano infatti in prossimità del caseificio, assicurando un'origine e un'identità territoriale rintracciabili nel prodotto finale, con un costante controllo e nel pieno **rispetto della sostenibilità**.

Dagli aromatici erborinati ai cremosi prodotti a pasta molle, fino alla grande varietà di **formaggi da taglio** e alle **pratiche soluzioni** per estemporanee ricette quotidiane, la scelta è davvero ardua vista la bontà di tutta l'offerta made in Bergader.



GEL-FANGO DRENANTE ANTICELLULITE*

IN REGALO 3 TRATTAMENTI PATCH



SCOPRI DI PIÙ

Segui i comunicati stampa su





I comunicati stampa sul tuo sito

comunicati widget

Se lo desideri puoi pubblicare i comunicati stampa presenti su [informazione.it](#) sul tuo sito. **Scopri come...**




RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Gennaio 2018



HOME TECH INTRATTENIMENTO BUSINESS ATTUALITÀ RASSEGNA STAMPA BLOG CERCHI LAVORO? PUBBLICA GRATIS ENTRA

COMUNICATI-STAMPA.NET
L'informazione della fonte ufficiale

CREATING NEWS

JUVE-NAPOLI, DUEMO-STUDESSA all'ultimo gol, per gli scommettitori ...

GASTRONOMIA

La qualità bavarese incontra la cucina italiana

Bergader porta le sue eccellenze a Marca – prestigiosa vetrina fiorentina che ogni anno attira a Bologna buyer, operatori del mondo del retail e della GDO – con una degustazione che valorizza l'incontro tra il formaggio bavarese di alta qualità e l'estro della cucina made in Italy.

January 17 2018

Matteo Barboni
Borderline srl

Scopri di più
Vedi tutti i post
Vedi tutte

Manca poco all'appuntamento con Marca, il Salone Internazionale dei prodotti a Marca del Distributore, quest'anno a Bologna il 17 e il 18 gennaio: l'evento continua a esercitare un richiamo crescente sulla business community dell'universo trade.

Mercoledì 17 gennaio, dalle 17.00 alle 18.30, i visitatori di BolognaFiere saranno invitati nel padiglione 21 presso lo stand di Distribuzione Moderna (B81/C78) per l'assaggio di gustose e inedite preparazioni a base di formaggio Bergader, in abbinamento ai selezionati ingredienti a firma Le Conserve della Nonna e Menz & Gasser, unitamente ai pregiati prodotti enologici della Cantina Citra Vini.

Bergader, marchio caseario bavarese di eccellenza, ha infatti accolto l'invito a far conoscere al pubblico specializzato le sue variegate referenze per promuovere il gustoso intreccio tra i sapori della Baviera e i segreti dell'arte culinaria italiana. L'evento sarà quindi l'occasione per degustare molte delle referenze Bergader in purezza, così da apprezzarne appieno il gusto intenso e la nota di sapore caratterizzante, ma anche per scoprire alcune ghiotte ricette e accostamenti enogastronomici da testare e riproporre tra le mura domestiche e non solo.

L'elevato standard qualitativo del latte bavarese, materia prima per eccellenza di Bergader, verrà ulteriormente esaltato dal sapiente mix di tradizione e sperimentazione.

L'azienda, sorta a Waging nel 1902 per volontà di Basil Weider e specializzata nella produzione di formaggi conosciuti in tutto il mondo, annovera oggi quattro generazioni di esperienza nel settore, che hanno saputo accogliere la modernizzazione delle tecniche produttive senza sacrificare il sapore autentico e antico, legato alla terra e alle origini di provenienza. La gestualità dei maestri casari e degli allevatori influisce ancora oggi su alcune fasi della lavorazione del formaggio, effettuate rigorosamente a mano per consegnare al mercato un prodotto di grande valore, dal gusto e dall'aspetto inconfondibili. La cura riposta nella trasformazione del latte e la profonda perizia messa a disposizione dell'azienda dai suoi artigiani e allevatori fanno sì che la gamma delle referenze Bergader risponda a tutte le preferenze di consumo dell'acquirente moderno, offrendo un'ampia selezione di formaggi.

Alla base di tutto un latte di qualità superiore, ottenuto secondo pratiche rispettose dell'ambiente, dei produttori e degli animali, ma anche una convinta predilezione per la collaborazione a lungo termine con i fornitori, i contadini convenzionati delle Prealpi bavaresi operano infatti in prossimità del caseificio, assicurando un'origine e un'identità territoriale rintracciabili nel prodotto finale, con un costante controllo e nel pieno rispetto della sostenibilità.

TUTTI GLI EVENTI

17 GENNAIO

18 GENNAIO

19 GENNAIO

20 GENNAIO

21 GENNAIO

22 GENNAIO

23 GENNAIO

24 GENNAIO

25 GENNAIO

26 GENNAIO

27 GENNAIO

28 GENNAIO

29 GENNAIO

30 GENNAIO

31 GENNAIO

1 FEBBRAIO

2 FEBBRAIO

3 FEBBRAIO

4 FEBBRAIO

5 FEBBRAIO

6 FEBBRAIO

7 FEBBRAIO

8 FEBBRAIO

9 FEBBRAIO

10 FEBBRAIO

11 FEBBRAIO

12 FEBBRAIO

13 FEBBRAIO

14 FEBBRAIO

15 FEBBRAIO

16 FEBBRAIO

17 FEBBRAIO

18 FEBBRAIO

19 FEBBRAIO

20 FEBBRAIO

21 FEBBRAIO

22 FEBBRAIO

23 FEBBRAIO

24 FEBBRAIO

25 FEBBRAIO

26 FEBBRAIO

27 FEBBRAIO

28 FEBBRAIO

29 FEBBRAIO

30 FEBBRAIO

1 MARZO

2 MARZO

3 MARZO

4 MARZO

5 MARZO

6 MARZO

7 MARZO

8 MARZO

9 MARZO

10 MARZO

11 MARZO

12 MARZO

13 MARZO

14 MARZO

15 MARZO

16 MARZO

17 MARZO

18 MARZO

19 MARZO

20 MARZO

21 MARZO

22 MARZO

23 MARZO

24 MARZO

25 MARZO

26 MARZO

27 MARZO

28 MARZO

29 MARZO

30 MARZO

31 MARZO

1 APRILE

2 APRILE

3 APRILE

4 APRILE

5 APRILE

6 APRILE

7 APRILE

8 APRILE

9 APRILE

10 APRILE

11 APRILE

12 APRILE

13 APRILE

14 APRILE

15 APRILE

16 APRILE

17 APRILE

18 APRILE

19 APRILE

20 APRILE

21 APRILE

22 APRILE

23 APRILE

24 APRILE

25 APRILE

26 APRILE

27 APRILE

28 APRILE

29 APRILE

30 APRILE

1 MAGGIO

2 MAGGIO

3 MAGGIO

4 MAGGIO

5 MAGGIO

6 MAGGIO

7 MAGGIO

8 MAGGIO

9 MAGGIO

10 MAGGIO

11 MAGGIO

12 MAGGIO

13 MAGGIO

14 MAGGIO

15 MAGGIO

16 MAGGIO

17 MAGGIO

18 MAGGIO

19 MAGGIO

20 MAGGIO

21 MAGGIO

22 MAGGIO

23 MAGGIO

24 MAGGIO

25 MAGGIO

26 MAGGIO

27 MAGGIO

28 MAGGIO

29 MAGGIO

30 MAGGIO

31 MAGGIO

1 GIUGNO

2 GIUGNO

3 GIUGNO

4 GIUGNO

5 GIUGNO

6 GIUGNO

7 GIUGNO

8 GIUGNO

9 GIUGNO

10 GIUGNO

11 GIUGNO

12 GIUGNO

13 GIUGNO

14 GIUGNO

15 GIUGNO

16 GIUGNO

17 GIUGNO

18 GIUGNO

19 GIUGNO

20 GIUGNO

21 GIUGNO

22 GIUGNO

23 GIUGNO

24 GIUGNO

25 GIUGNO

26 GIUGNO

27 GIUGNO

28 GIUGNO

29 GIUGNO

30 GIUGNO

31 GIUGNO

1 LUGLIO

2 LUGLIO

3 LUGLIO

4 LUGLIO

5 LUGLIO

6 LUGLIO

7 LUGLIO

8 LUGLIO

9 LUGLIO

10 LUGLIO

11 LUGLIO

12 LUGLIO

13 LUGLIO

14 LUGLIO

15 LUGLIO

16 LUGLIO

17 LUGLIO

18 LUGLIO

19 LUGLIO

20 LUGLIO

21 LUGLIO

22 LUGLIO

23 LUGLIO

24 LUGLIO

25 LUGLIO

26 LUGLIO

27 LUGLIO

28 LUGLIO

29 LUGLIO

30 LUGLIO

31 LUGLIO

1 AGOSTO

2 AGOSTO

3 AGOSTO

4 AGOSTO

5 AGOSTO

6 AGOSTO

7 AGOSTO

8 AGOSTO

9 AGOSTO

10 AGOSTO

11 AGOSTO

12 AGOSTO

13 AGOSTO

14 AGOSTO

15 AGOSTO

16 AGOSTO

17 AGOSTO

18 AGOSTO

19 AGOSTO

20 AGOSTO

21 AGOSTO

22 AGOSTO

23 AGOSTO

24 AGOSTO

25 AGOSTO

26 AGOSTO

27 AGOSTO

28 AGOSTO

29 AGOSTO

30 AGOSTO

31 AGOSTO

1 SETTEMBRE

2 SETTEMBRE

3 SETTEMBRE

4 SETTEMBRE

5 SETTEMBRE

6 SETTEMBRE

7 SETTEMBRE

8 SETTEMBRE

9 SETTEMBRE

10 SETTEMBRE

11 SETTEMBRE

12 SETTEMBRE

13 SETTEMBRE

14 SETTEMBRE

15 SETTEMBRE

16 SETTEMBRE

17 SETTEMBRE

18 SETTEMBRE

19 SETTEMBRE

20 SETTEMBRE

21 SETTEMBRE

22 SETTEMBRE

23 SETTEMBRE

24 SETTEMBRE

25 SETTEMBRE

26 SETTEMBRE

27 SETTEMBRE

28 SETTEMBRE

29 SETTEMBRE

30 SETTEMBRE

31 SETTEMBRE

1 OTTOBRE

2 OTTOBRE

3 OTTOBRE

4 OTTOBRE

5 OTTOBRE

6 OTTOBRE

7 OTTOBRE

8 OTTOBRE

9 OTTOBRE

10 OTTOBRE

11 OTTOBRE

12 OTTOBRE

13 OTTOBRE

14 OTTOBRE

15 OTTOBRE

16 OTTOBRE

17 OTTOBRE

18 OTTOBRE

19 OTTOBRE

20 OTTOBRE

21 OTTOBRE

22 OTTOBRE

23 OTTOBRE

24 OTTOBRE

25 OTTOBRE

26 OTTOBRE

27 OTTOBRE

28 OTTOBRE

29 OTTOBRE

30 OTTOBRE

31 OTTOBRE

1 NOVEMBRE

2 NOVEMBRE

3 NOVEMBRE

4 NOVEMBRE

5 NOVEMBRE

6 NOVEMBRE

7 NOVEMBRE

8 NOVEMBRE

9 NOVEMBRE

10 NOVEMBRE

11 NOVEMBRE

12 NOVEMBRE

13 NOVEMBRE

14 NOVEMBRE

15 NOVEMBRE

16 NOVEMBRE

17 NOVEMBRE

18 NOVEMBRE

19 NOVEMBRE

20 NOVEMBRE

21 NOVEMBRE

22 NOVEMBRE

23 NOVEMBRE

24 NOVEMBRE

25 NOVEMBRE

26 NOVEMBRE

27 NOVEMBRE

28 NOVEMBRE

29 NOVEMBRE

30 NOVEMBRE

1 DICEMBRE

2 DICEMBRE

3 DICEMBRE

4 DICEMBRE

5 DICEMBRE

6 DICEMBRE

7 DICEMBRE

8 DICEMBRE

9 DICEMBRE

10 DICEMBRE

11 DICEMBRE

12 DICEMBRE

13 DICEMBRE

14 DICEMBRE

15 DICEMBRE

16 DICEMBRE

17 DICEMBRE

18 DICEMBRE

19 DICEMBRE

20 DICEMBRE

21 DICEMBRE

22 DICEMBRE

23 DICEMBRE

24 DICEMBRE

25 DICEMBRE

26 DICEMBRE

27 DICEMBRE

28 DICEMBRE

29 DICEMBRE

30 DICEMBRE

31 DICEMBRE

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Febbraio 2018

Dagli aromatici erborinati ai cremosi prodotti a pasta molle, fino alla grande varietà di formaggi da taglio e alle pratiche soluzioni per estemporanee ricette quotidiane, la scelta è davvero ardua: resta la bontà di tutta l'offerta made in Bergader.

UFFICIO STAMPA: BORDERLINE srl - Via Parisio, 16 - 40137
Bologna (IT) - T. +39 051 4450204 -
pressoffice@borderlineagency.com

COMMUNICATION MANAGER & P.R.: MATTEO BARBONI - M.
+39 349 6172546 - m.barboni@borderlineagency.com

Bergader è un'azienda casearia bavarese nata nel 1902. Con l'esportazione di prodotto in numerosi Paesi nel mondo, è un'eccellenza alimentare tedesca. Rinomata a livello internazionale, con una vasta gamma di prodotti rigorosamente realizzati nei propri stabilimenti in Baviera da latte locale, vanta diverse certificazioni ambientali e sulla qualità, tra cui: Relazione sulla sostenibilità Bergader - Registrazione EMAS - Certificazione IFS - Convalida ecologica Patto per l'Ambiente per la Baviera - Certificazione ISO 14001.

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

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

Gennaio 2018

Carrefour
SOTTOCOSTO
DALL'11 AL 20 APRILE

[Home](#) [Ricette](#) [Articoli](#) [I miei altri preferiti](#) [Contatti](#)



1



Pan di Spagna salato
ARTICOLI

2



Lievito madre
SCUOLA DI CUCINA

Crostata all'arancia e zenzero

di unapizzaperamica

FACEBOOK
TWITTER

Questa crostata è un esperimento, perché è una pasta frolla molto diversa da quella che faccio di solito.

Ho visto la ricetta su Instagram, nella pagina di [Marco Bianchi](#) e mi ha subito incuriosita.

È una pasta frolla senza uova, fatta con un mix di due farine e di amido di mais o fecola.

Il risultato a me è piaciuto molto, è una crostata molto friabile grazie alla farina di mais, anche se dev'essere piuttosto difficile da lavorare. Per la base è sufficiente aiutarsi con due fogli di carta da forno, per la decorazione invece, io non sono riuscita a fare le classiche strisce, così ho pensato di fare un crumble, cioè una "sbriciolata" di pasta che con la cottura diventa croccante.

La ricetta originale prevede 80 g di zucchero integrale di canna, io ho utilizzato invece il [Tropical & Stevia](#), 40 g.

Io ho fatto la crostata con la [composta arancia e zenzero](#) "Le conserve della nonna", che è ricca di fibre e in più possiede le ottime proprietà dello zenzero. Questa composta ha inoltre il marchio di qualità nutrizionale garantita (Cucina Evolution Academy), che identifica le ricette bilanciate dal punto di vista nutrizionale.



🏠 Difficoltà: **Bassa**
🕒 Preparazione: **1,5 ore**
🕒 Cottura: **40 minuti**
👤 Porzioni: **8 persone**
💶 Costo: **Basso**

Ingredienti

- Farina Di Mais Fioletto 100 g
- Fecola Di Patate (Oppure frumina o maizena) 20 g
- Acqua Fredda 100 g
- Lievito Per Dolci 1 cucchiaino
- Composta Di Arance E Zenzero 1 vasetto
- Semola Di Grano Duro Integrale 150 g
- Tropical & Stevia (Oppure 80g di zucchero) 40 g
- Olio Di Semi Di Girasole 60 g
- Limone Non Trattato 1

Preparazione

Mescolare le farine e la fecola con il lievito.

Sciogliere lo zucchero in 60 g d'acqua, aggiungere l'olio e la scorza di limone.

Mescolare i due composti fino ad ottenere un impasto omogeneo (se il composto non si compatta, aggiungere un altro po' d'acqua), lasciar riposare in frigo per almeno un'ora.

Stendere la frolla con l'aiuto di due fogli di carta da forno, farcire con la marmellata e sbriciolare in superficie la pasta avanzata.

CITROËN C3

100% di energia, 100% di stile.



SCOPRI DI PIÙ

ULTIMI ARTICOLI

- L'articolo su [Pano pane ai cereali e semi](#)
- L'articolo su [Torta di riso alla marmellata](#)
- L'articolo su [Valletta di formaggi e patate](#)
- L'articolo su [Zucchini al forno con farina di mais](#)
- L'articolo su [Frittata agli asparagi e speck](#)

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Febbraio 2018

BOLOGNA2000.com
SUPPLEMENTO AL QUOTIDIANO SAUSSOLO.COM/IT

Prima pagina
Bologna
Appennino bolognese
Modena
Reggio Emilia
Regione
Nazionale

» **Modena - Salute - Sport**

Modena per le malattie rare: oggi in più di 500 per la quarta edizione della ModenaRun4Rare

25 Feb 2018

Mi piace 1



Oltre 500 persone questa mattina hanno corso e camminato lungo le strade della città di Modena in occasione della #ModenaRun4Rare, organizzata al Parco Novi Sad di Modena in occasione della Giornata mondiale delle Malattie Rare da Centro sportivo italiano – comitato di Modena – in collaborazione con Sanofi Genzyme, divisione specialty care di Sanofi Italia – e il patrocinio di Comune di Modena e Uniamo F.I.M.R. Oris (Federazione Italiana Malattie Rare).

Freddo, vento gelido e neve non hanno dunque fermato tutti i runners e gli appassionati di camminata o nordic walking, che questa mattina puntualissimi si sono presentati al Novi Sad pronti a portare la propria testimonianza per le malattie rare: più di 1.000 i pettorali venduti tra oggi e i giorni scorsi, più di 1.000 anche le magliette arancioni della #ModenaRun4Rare il cui ricavato andrà a finanziare l'installazione di una giostra inclusiva all'interno del Parco Amendola a Modena. Oltre 30 i gruppi podistici del territorio che hanno aderito alla manifestazione sportiva, 4 le scuole del territorio che nonostante il maltempo oggi hanno accolto l'invito per le malattie rare. Tre i percorsi previsti questa mattina in occasione della corsa, 5, 9 e 12 km, con la presenza di oltre 120 volontari distribuiti lungo il tracciato per assistere e aiutare i partecipanti: nel gruppo volontari anche i migranti delle cooperative Caleidos, del Gruppo Ceis, della Comunità L'Angolo e di Porta Aperta. Pronti ad assistere camminatori e amanti del nordic walking anche gli istruttori qualificati dell'associazione Mondo Nordic Walking asd e Nordic Walking Live che hanno curato il riscaldamento pre gara, lungo il percorso presenti anche gli istruttori di educazione cinofila Villa Drusilla dedicati a tutti coloro che hanno presenziato con "Fido".

Alle 9.00 la partenza dei camminatori con il saluto dell'assessore allo Sport Giulio Guerzoni e alle 9.30 la partenza di tutti i podisti con i due testimonial di eccezione della quarta edizione, Mohamed "Il Moro" e Alessia Bellino, antropologa modenese innamorata della corsa colpita nel 2014 da una malattia rara, l'encefalite di tipo autoimmune. A fare da cornice all'evento le musiche di Radio Bruno media partner dell'evento e il lancio dei palloncini colorati per celebrare simbolicamente la Giornata delle Malattie Rare. Alle 11 la premiazione di società sportive e scuole alla presenza del sindaco del Comune di Modena Gian Carlo Muzzarelli, del vicepresidente CSI Modena Raffaele Della Casa e del general manager Sanofi Genzyme Italia Enrico Piccinini: alle società sportive classificate è stato consegnato il pacco gara curato da Selezione Modena (sul podio Run&Fun con 58 partecipanti, seguita al secondo posto da Cittanova con 57 partecipanti, terzo posto per Madonna con 51 presenze) mentre le scuole presenti (Buon Pastore, San Damaso, Don Minzoni e Papa Giovanni XXIII) sono state premiate con buoni cancelleria offerti da Buffetti Martinelli Modena. A tutti i piccoli partecipanti è stata consegnata una medaglia della #ModenaRun4Rare e tutti i singoli hanno ricevuto in omaggio una marmellata Le Conserve della Nonna.

Con Zurech-Connect ripartiti nell'associazione auto e moto, con tutta l'efficienza di un grande giuoco "Caccia il preventivo >

» Scopri il preventivo >

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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



Massima soddisfazione per la riuscita dell'evento da parte dello staff CSI Modena, nelle parole del vice presidente Raffaele Della Casa: "Sport, inclusione sociale, coesione, aggregazione e tanto divertimento hanno guidato questa manifestazione che aggiunge un altro tassello all'interno del progetto sportivo ed educativo CSI. Oggi in tante persone sono venute qui ed hanno mostrato la propria sensibilità nei confronti del tema delle malattie rare, e questo è molto importante. Ringrazio il Coordinamento Podistico Modenese per il sostegno e tutti i partecipanti per la buona riuscita dell'evento, i partner, il Comune di Modena e Sanofi Genzyme per l'impegno profuso nei confronti di un tema importante come quello delle malattie rare. Ora possiamo già pensare all'edizione 2019".

La corsa/camminata non competitiva giunge alla sua quarta edizione e "chiude" una serie di eventi proposti in città nel week end sul tema delle malattie rare: la mostra fotografica "Rare Lives, il significato di vivere una vita rara", esposto sotto le arcate del portico del Collegio, e il convegno di sabato 24 febbraio "Malattie rare... una mano per la vita" dedicato alla ricerca, tema portante dell'edizione 2018 della Giornata.

Sempre questa mattina, parallelamente allo svolgimento della corsa, al Pala Molza si è tenuto il villaggio di animazione gratuito "Kid4Rare" con attività sportive, laboratori e attività ricreative per tutti i bambini presenti a cura dello staff di animatori CSI e Opià, in collaborazione con gli istruttori qualificati Decathlon Modena. Nel programma della mattinata per bambini anche il laboratorio di educazione alimentare "Mangiando s'impara" di Conad con una sana e gustosa merenda per tutti.



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

Febbraio 2018

La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa  della vita



26 febbraio 2018

Più di 500 persone per la quarta #ModenaRun4Rare

a cura di Gian Luca Pasini



Oltre 500 persone questa mattina hanno corso e camminato lungo le strade della città di Modena in occasione della

#ModenaRun4Rare, organizzata al Parco Novi Sad di Modena in occasione della Giornata mondiale delle Malattie Rare da Centro sportivo italiano - comitato di Modena - in collaborazione con Sanofi Genzyme, divisione specialty care di Sanofi Italia - e il patrocinio di Comune di Modena e Uniamo F.I.M.R. Onlus (Federazione Italiana Malattie Rare). Freddo, vento gelido e neve non hanno dunque fermato tutti i runners e gli appassionati di camminata o nordic walking, che questa mattina puntualissimi si sono presentati al Novi Sad pronti a portare la propria testimonianza per le malattie rare: più di 1.000 i pettorali venduti tra oggi e i giorni scorsi, più di 1.000 anche le magliette arancioni della #ModenaRun4Rare il cui ricavato andrà a finanziare l'installazione di una giostra inclusiva all'interno del Parco Amendola a Modena. Oltre 30 i gruppi podistici del territorio che hanno aderito alla manifestazione sportiva, 4 le scuole del territorio che nonostante il maltempo oggi hanno accolto l'invito per le malattie rare. Tre i percorsi previsti questa mattina in occasione della corsa, 5, 9 e 12 km, con la presenza di oltre 120 volontari distribuiti lungo il tracciato per assistere e aiutare i partecipanti: nel gruppo volontari anche i migranti delle cooperative Caleidos, del Gruppo Ceis, della Comunità L'Angolo e di Porta Aperta. Pronti ad assistere camminatori e amanti del nordic walking anche gli istruttori qualificati dell'associazione Mondo Nordic Walking asd e Nordic Walking Live che hanno curato il riscaldamento pre gara, lungo il percorso presenti anche gli istruttori di educazione cinofila Villa Drusilla dedicati a tutti coloro che hanno presenziato con "Fido".

Alle 9.00 la partenza dei camminatori con il saluto dell'assessore allo Sport Giulio Guerzoni e alle 9.30 la partenza di tutti i podisti con i due testimonial di eccezione della quarta edizione, Mohamed "Il Moro" e Alessia Bellino, antropologa modenese innamorata della corsa colpita nel 2014 da una malattia rara, l'encefalite di tipo autoimmune. A fare da cornice all'evento le musiche di Radio Bruno media partner dell'evento e il lancio dei palloncini colorati per celebrare simbolicamente la Giornata delle Malattie Rare. Alle 11 la premiazione di società sportive e scuole alla presenza del sindaco del Comune di Modena Gian Carlo Muzzarelli, del vicepresidente CSI Modena Raffaele Della Casa e del general manager Sanofi Genzyme Italia Enrico Piccinini: alle società sportive classificate è stato consegnato il pacco gara curato da Selezione Modena (sul podio Run&Fun con 58 partecipanti, seguita al secondo posto da Cittanova con 57 partecipanti, terzo posto per Madonna con 51 presenze) mentre le scuole presenti (Buon Pastore, San Damaso, Don Minzoni e Papa Giovanni XXIII) sono state premiate con buoni cancelleria offerti da Buffetti Martinelli Modena. A tutti i piccoli partecipanti è stata consegnata una medaglia della #ModenaRun4Rare e tutti i singoli hanno ricevuto in omaggio una marmellata Le Conserve della Nonna.

Massima soddisfazione per la riuscita dell'evento da parte dello staff CSI Modena, nelle parole del vice presidente Raffaele Della Casa: "Sport, inclusione sociale, coesione, aggregazione e tanto divertimento hanno guidato questa manifestazione che aggiunge un altro importante tassello all'interno del progetto sportivo ed educativo CSI. Oggi in tante persone sono venute qui ed hanno mostrato la propria sensibilità nei confronti del tema delle malattie rare, e questo è molto importante. Ringrazio il Coordinamento Podistico Modenese per il sostegno e tutti i partecipanti per la buona riuscita dell'evento, i partner, il Comune di Modena e Sanofi Genzyme per l'impegno profuso nei confronti di un tema importante come quello delle malattie rare. Ora possiamo già pensare all'edizione 2019!".

Condividi questo post:   2

http://incodaalgruppo.gazzetta.it/2018/02/26/piu-di-500-persone-per-la-quarta-modenarun4rar/?refresh_cp

Sport

In 500 di corsa per l'edizione 2018 della #ModenaRun4Rare

Il maltempo non ha fermato la corsa/camminata per le malattie rare organizzata al Parco Novi Sad da Centro sportivo italiano - comitato di Modena e Sanofi Genzyme in occasione della Giornata Mondiale per le malattie rare. Più di 1.000 le maglie vendute, oltre 500 i partecipanti e circa 120 i volontari ad assistere lungo i 3 percorsi, presenti 33 gruppi podistici e 4 scuole del territorio



Redazione

25 FEBBRAIO 2018 14:25

24

Condivisioni



Oltre 500 persone questa mattina hanno corso e camminato lungo le strade della città di Modena in occasione della #ModenaRun4Rare, organizzata al Parco Novi Sad di Modena in occasione della Giornata mondiale delle Malattie Rare da Centro sportivo italiano - comitato di Modena - in collaborazione con Sanofi Genzyme, divisione specialty care di Sanofi Italia - e il patrocinio di Comune di Modena e Uniamo F.I.M.R. Onlus (Federazione Italiana Malattie Rare). Freddo, vento gelido e neve non hanno dunque fermato tutti i runners e gli appassionati di camminata o nordic walking, che questa mattina puntualissimi si sono presentati al Novi Sad pronti a portare la propria testimonianza per le malattie rare: più di 1.000 i pettorali venduti tra oggi e i giorni scorsi, più di 1.000 anche le magliette arancioni della #ModenaRun4Rare il cui ricavato andrà a finanziare l'installazione di una giostra inclusiva all'interno del Parco Amendola a Modena. Oltre 30 i gruppi podistici del territorio che hanno aderito alla manifestazione sportiva, 4 le scuole del territorio che nonostante il maltempo oggi hanno accolto l'invito per le malattie rare. Tre i percorsi previsti questa mattina in occasione della corsa, 5, 9 e 12 km, con la presenza di oltre 120 volontari distribuiti lungo il tracciato per assistere e aiutare i partecipanti: nel gruppo volontari anche i migranti delle cooperative Caleidos, del Gruppo Ceis, della Comunità L'Angolo e di Porta Aperta. Pronti

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

ad assistere camminatori e amanti del nordic walking anche gli istruttori qualificati dell'associazione Mondo Nordic Walking asd e Nordic Walking Live che hanno curato il riscaldamento pre gara, lungo il percorso presenti anche gli istruttori di educazione cinofila Villa Drusilla dedicati a tutti coloro che hanno presenziato con "Fido".

Alle 9.00 la partenza dei camminatori con il saluto dell'assessore allo Sport Giulio Guerzoni e alle 9.30 la partenza di tutti i podisti con i due testimonial di eccezione della quarta edizione, Mohamed "Il Moro" e Alessia Bellino, antropologa modenese innamorata della corsa colpita nel 2014 da una malattia rara, l'encefalite di tipo autoimmune. A fare da cornice all'evento le musiche di Radio Bruno media partner dell'evento e il lancio dei palloncini colorati per celebrare simbolicamente la Giornata delle Malattie Rare. Alle 11 la premiazione di società sportive e scuole alla presenza del sindaco del Comune di Modena Gian Carlo Muzzarelli, del vicepresidente CSI Modena Raffaele Della Casa e del general manager Sanofi Genzyme Italia Enrico Piccinini: alle società sportive classificate è stato consegnato il pacco gara curato da Selezione Modena (sul podio Run&Fun con 58 partecipanti, seguita al secondo posto da Cittanova con 57 partecipanti, terzo posto per Madonnina con 51 presenze) mentre le scuole presenti (Buon Pastore, San Damaso, Don Minzoni e Papa Giovanni XXIII) sono state premiate con buoni cancelleria offerti da Buffetti Martinelli Modena. A tutti i piccoli partecipanti è stata consegnata una medaglia della #ModenaRun4Rare e tutti i singoli hanno ricevuto in omaggio una marmellata Le Conserve della Nonna.

Massima soddisfazione per la riuscita dell'evento da parte dello staff CSI Modena, nelle parole del vice presidente Raffaele Della Casa: "Sport, inclusione sociale, coesione, aggregazione e tanto divertimento hanno guidato questa manifestazione che aggiunge un altro importante tassello all'interno del progetto sportivo ed educativo CSI. Oggi in tante persone sono venute qui ed hanno mostrato la propria sensibilità nei confronti del tema delle malattie rare, e questo è molto importante. Ringrazio il Coordinamento Podistico Modenese per il sostegno e tutti i partecipanti per la buona riuscita dell'evento, i partner, il Comune di Modena e Sanofi Genzyme per l'impegno profuso nei confronti di un tema importante come quello delle malattie rare. Ora possiamo già pensare all'edizione 2019"!

La corsa/camminata non competitiva giunge alla sua quarta edizione e "chiude" una serie di eventi proposti in città nel week end sul tema delle malattie rare: la mostra fotografica "Rare Lives, il significato di vivere una vita rara", esposto sotto le arcate del portico del Collegio, e il convegno di sabato 24 febbraio "Malattie rare... una mano per la vita" dedicato alla ricerca, tema portante dell'edizione 2018 della Giornata.

Sempre questa mattina, parallelamente allo svolgimento della corsa, al Pala Molza si è tenuto il villaggio di animazione gratuito "Kid's4Rare" con attività sportive, laboratori e attività ricreative per tutti i bambini presenti a cura dello staff di animatori CSI e Oplà, in collaborazione con gli istruttori qualificati Decathlon Modena. Nel programma della mattinata per bambini anche il laboratorio di educazione alimentare "Mangiando s'impara" di Conad con una sana e gustosa merenda per tutti.

Gallery



RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Febbraio 2018

MODENA 2000.

Emil-Gar

CAFE & SOL
LIQUIDAZIONE TOTALE

G.T. CERCA

Challenger LIQUIDAZIONE TOTALE

MODENA 2000

Modena - Sport - Spett

Modena per le malattie rare: oggi in più di 500 per la quarta edizione della ModenaRun4Rena

f t g+ in

25.06.2018

Dieci mila persone, più o meno, hanno corso a gambe levate le strade della città di Modena e la occasione della ModenaRun4Rena, organizzata al Parco Villa Guà di Modena in occasione della Giornata mondiale delle Malattie Rare da Carlo Spreafico (patologo - oncologo di Modena) - in collaborazione con Sandro D'Amico, direttore ospedaliero di Sped. Sella - e il patronato di Comune di Modena e Unione I.R.M.N. (Unione Provinciale italiana Malattie Rare).

Prima, corso guidato a piedi in senso orario intorno al centro e gli appassionati di cammino e Nordic walking, che questa mattina parteciperanno al parco guidato al Parco Villa Guà per il 4° premio di categoria salomonica per il maratoneta con più di 1.000 chilometri percorsi in oggi in giorni scorsi, più di 1.000 atleti e famiglie saranno della ModenaRun4Rena. Il percorso è stato organizzato in occasione di una grande iniziativa all'interno del Parco Stenetta e di Modena. Dieci mila persone parteciperanno al percorso guidato per la manifestazione sportiva: il percorso del centro e la maratona e maratonata oggi hanno percorsi il loro per la maratona con 10 mila persone guidati questa mattina in occasione della corsa. Il Po 10 km con la presenza di oltre 1.000 volontari distribuiti lungo il percorso per assistere e guidare i partecipanti nel gruppo urbano anche in collaborazione con le squadre Calcio, con il Gruppo Calcio della Comunità L'Angelo e di Porto Spina. Poi il percorso maratona e maratonata nel verde urbano, anche guidati dai quattro staff dell'associazione Marche Marche Walking con la Nordic Walking Local che hanno cura del riscaldamento pre gara. Anche il percorso maratona e maratonata gli atleti di maratona e maratonata (Vita Quarta) hanno a loro volta che hanno partecipato con "Tiro".

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Milioni di persone si sono unite con il solito entusiasmo allo Sport Club Modena e alla FMI la partenza di tutti i corridori i due chilometri di percorso della quarta edizione "Modena 4 Rare".
 Questo giorno, organizzato e promosso in prima mano dalla città modenese nel 2016 da una realtà a noi cara, ha fatto di nuovo un passo in avanti. A fare da cornice all'evento la presenza di Paolo Bonolis nella prima settimana di lavoro del publisher online per mettere virtualmente la Camera della Modena Race alla 11 la pubblicazione di un libro speciale a cura della presidente del consiglio del Comune di Modena Clara Carlo Muscarelli, del vicepresidente CSI Modena Raffaele Della Casa e del general manager Sport Company Italia Enrico Pizzetti, alle attività sportive realizzate in tutto il territorio (tutte le zone della Modena e Modena) nel 2017. Partecipano 100 corridori e pagano la loro iscrizione da 10 euro con 17 partecipanti, tutti in grado di partecipare con il proprio contributo le quattro giornate (Sport, Salute, Benessere, Donazioni e Papa Giovanni XXIII) sono state precedute con alcuni concorsi offerti da Raffaello Della Casa e il CSI Modena: un concorso a premi organizzato da una famiglia della Modenarun4Rare e tutti i biglietti biglietti acquistati vengono messi a disposizione del Comune della Modena.



Questo è il risultato per la città della quarta edizione della Modenarun4Rare, nella prima edizione presieduta da Paolo Della Casa. Tutti, in un'occasione speciale, si sono impegnati e hanno dimostrato spirito, gioia e partecipazione. In aggiunta ad altre iniziative e attività all'interno del progetto sportivo ed educativo CSI. Oggi, una partenza così grande è un segno concreto di partecipazione e solidarietà nei confronti del territorio modenese e questo è molto importante. Grazie al Coordinamento Sportivo Modenese per il sostegno e tutti i volontari per la loro attività di lavoro e per il Comune di Modena e Raffaello Della Casa per il sostegno profuso nei confronti di un'attività sportiva come quella della maratona rare. Una maratona già pensata all'edizione 2018.

La maratona americana non competitiva giunge alla sua quarta edizione di "Modena" una serie di iniziative organizzate in città nel corso dell'anno della maratona rare. La maratona "Modenarun4Rare" è il risultato di una serie di iniziative, organizzate dalla città di Modena, in collaborazione con il Comune di Modena "Modena rare", una maratona per la città dedicata alla maratona rare per una città di Modena.

Questo è il risultato per la città della quarta edizione della Modenarun4Rare, nella prima edizione presieduta da Paolo Della Casa. Tutti, in un'occasione speciale, si sono impegnati e hanno dimostrato spirito, gioia e partecipazione. In aggiunta ad altre iniziative e attività all'interno del progetto sportivo ed educativo CSI. Oggi, una partenza così grande è un segno concreto di partecipazione e solidarietà nei confronti del territorio modenese e questo è molto importante. Grazie al Coordinamento Sportivo Modenese per il sostegno e tutti i volontari per la loro attività di lavoro e per il Comune di Modena e Raffaello Della Casa per il sostegno profuso nei confronti di un'attività sportiva come quella della maratona rare. Una maratona già pensata all'edizione 2018.



confini emilia

PAGHI DA AGOSTO

INFORMAZIONI E VOLONTARI

LA MARATONA

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

Febbraio 2018

SASSUOLO2000.it
QUOTIDIANO ONLINE

Home > Modena

Modena Salute Sport

Modena per le malattie rare: oggi in più di 500 per la quarta edizione della ModenaRun4Rare

25 febbraio 2018

MI piace 0

f t G+ WhatsApp in Email Print



Oltre 500 persone questa mattina hanno corso e camminato lungo le strade della città di Modena in occasione della #ModenaRun4Rare, organizzata al Parco Novi Sad di Modena in occasione della Giornata mondiale delle Malattie Rare da Centro sportivo italiano – comitato di Modena – in collaborazione con Sanofi Genzyme, divisione specialty care di Sanofi Italia – e il patrocinio di Comune di Modena e Uniamo F.I.M.R. Onlus (Federazione Italiana Malattie Rare).

Freddo, vento gelido e neve non hanno dunque fermato tutti i runners e gli appassionati di camminata o nordic walking, che questa mattina puntualissimi si sono presentati al Novi Sad pronti a portare la propria testimonianza per le malattie rare: più di 1.000 i pettorali venduti tra oggi e i giorni scorsi, più di 1.000 anche le magliette arancioni della #ModenaRun4Rare il cui ricavato andrà a finanziare l'installazione di una giostra inclusiva all'interno del Parco Amendola a Modena. Oltre 30 i gruppi podistici del territorio che hanno aderito alla manifestazione sportiva, 4 le scuole del territorio che nonostante il maltempo oggi hanno accolto l'invito per le malattie rare. Tre i percorsi previsti questa mattina in occasione della corsa, 5, 9 e 12 km, con la presenza di oltre 120 volontari distribuiti lungo il tracciato per assistere e aiutare i partecipanti: nel gruppo volontari anche i migranti delle cooperative Caleidos, del Gruppo Ceis, della Comunità L'Angolo e di Porta Aperta. Pronti ad assistere camminatori e amanti del nordic walking anche gli istruttori qualificati dell'associazione Mondo Nordic Walking asd e Nordic Walking Live che hanno curato il riscaldamento pre gara, lungo il percorso presenti anche gli istruttori di educazione cinofila Villa Drusilla dedicati a tutti coloro che hanno presenziato con "Fido".

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Alle 9.00 la partenza dei camminatori con il saluto dell'assessore allo Sport Giulio Guerzoni e alle 9.30 la partenza di tutti i podisti con i due testimonial di eccezione della quarta edizione, Mohamed "Il Moro" e Alessia Bellino, antropologa modenese innamorata della corsa colpita nel 2014 da una malattia rara, l'encefalite di tipo autoimmune. A fare da cornice all'evento le musiche di Radio Bruno media partner dell'evento e il lancio dei palloncini colorati per celebrare simbolicamente la Giornata delle Malattie Rare. Alle 11 la premiazione di società sportive e scuole alla presenza del sindaco del Comune di Modena Gian Carlo Muzzarelli, del vicepresidente CSI Modena Raffaele Della Casa e del general manager Sanofi Genzyme Italia Enrico Piccinini: alle società sportive classificate è stato consegnato il pacco gara curato da Selezione Modena (sul podio Run&Fun con 58 partecipanti, seguita al secondo posto da Cittanova con 57 partecipanti, terzo posto per Madonnina con 51 presenze) mentre le scuole presenti (Buon Pastore, San Damaso, Don Minzoni e Papa Giovanni XXIII) sono state premiate con buoni cancelleria offerti da Buffetti Martinelli Modena. A tutti i piccoli partecipanti è stata consegnata una medaglia della #ModenaRun4Rare e tutti i singoli hanno ricevuto in omaggio una marmellata Le Conserve della Nonna.



Massima soddisfazione per la riuscita dell'evento da parte dello staff CSI Modena, nelle parole del vice presidente Raffaele Della Casa: "Sport, inclusione sociale, coesione, aggregazione e tanto divertimento hanno guidato questa manifestazione che aggiunge un altro importante tassello all'interno del progetto sportivo ed educativo CSI. Oggi in tante persone sono venute qui ed hanno mostrato la propria sensibilità nei confronti del tema delle malattie rare, e questo è molto importante. Ringrazio il Coordinamento Podistico Modenese per il sostegno e tutti i partecipanti per la buona riuscita dell'evento, i partner, il Comune di Modena e Sanofi Genzyme per l'impegno profuso nei confronti di un tema importante come quello delle malattie rare. Ora possiamo già pensare all'edizione 2019".

La corsa/camminata non competitiva giunge alla sua quarta edizione e "chiude" una serie di eventi proposti in città nel week end sul tema delle malattie rare: la mostra fotografica "Rare Lives, il significato di vivere una vita rara", esposto sotto le arcate del portico del Collegio, e il convegno di sabato 24 febbraio "Malattie rare... una mano per la vita" dedicato alla ricerca, tema portante dell'edizione 2018 della Giornata.

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Febbraio 2018

Sempre questa mattina, parallelamente allo svolgimento della corsa, al Pala Molza si è tenuto il villaggio di animazione gratuito "Kid's4Rare" con attività sportive, laboratori e attività ricreative per tutti i bambini presenti a cura dello staff di animatori CSI e Oplà, in collaborazione con gli istruttori qualificati Decathlon Modena. Nel programma della mattinata per bambini anche il laboratorio di educazione alimentare "Mangiando s'impara" di Conad con una sana e gustosa merenda per tutti.



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

Febbraio 2018

Sassuolo Online

NOTIZIE

Sassuolo
Fiorano
Formigine
Maranello
Modena
Carpi
Bassa modenese
Appennino
Vignola
Bologna
Reggio Emilia
Regione

» Modena, Salute, Sport » Modena per le malattie rare: oggi in più di 500 per la quarta edizione della ModenaRun4Rare

Modena per le malattie rare: oggi in più di 500 per la quarta edizione della ModenaRun4Rare

25 Feb 2018



Oltre 500 persone questa mattina hanno corso e camminato lungo le strade della città di Modena in occasione della #ModenaRun4Rare, organizzata al Parco Novi Sad di Modena in occasione della Giornata mondiale delle Malattie Rare da Centro sportivo italiano – comitato di Modena – in collaborazione con Sanofi Genzyme, divisione specialty care di Sanofi Italia – e il patrocinio di Comune di Modena e Uniamo F.I.M.R. Onlus (Federazione Italiana Malattie Rare).

Freddo, vento gelido e neve non hanno dunque fermato tutti i runners e gli appassionati di camminata o nordic walking, che questa mattina puntualmente si sono presentati al Novi Sad pronti a portare la propria testimonianza per le malattie rare: più di 1.000 i pettorali venduti tra oggi e i giorni scorsi, più di 1.000 anche le magliette arancioni della #ModenaRun4Rare il cui ricavato andrà a finanziare l'installazione di una giostra inclusiva all'interno del Parco Amendola a Modena. Oltre 30 i gruppi podistici del territorio che hanno aderito alla manifestazione sportiva, 4 le scuole del territorio che nonostante il maltempo oggi hanno accolto l'invito per le malattie rare. Tre i percorsi previsti questa mattina in occasione della corsa, 5, 9 e 12 km, con la presenza di oltre 120 volontari distribuiti lungo il tracciato per assistere e aiutare i partecipanti: nel gruppo volontari anche i migranti delle cooperative Caleidos, del Gruppo Ceis, della Comunità L'Angolo e di Porta Aperta. Pronti ad assistere camminatori e amanti del nordic walking anche gli istruttori qualificati dell'associazione Mondo Nordic Walking asd e Nordic Walking Live che hanno curato il riscaldamento pre gara, lungo il percorso presenti anche gli istruttori di educazione cinofila Villa Drusilla dedicati a tutti coloro che hanno presentato con "Fido".

Alle 9.00 la partenza dei camminatori con il saluto dell'assessore allo Sport Giulio Guerzoni e alle 9.30 la partenza di tutti i podisti con i due testimonial di eccezione della quarta edizione, Mohamed "Il Moro" e Alessia Bellino, antropologa modenese innamorata della corsa colpita nel 2014 da una malattia rara, l'encefalite di tipo autoimmune. A fare da cornice all'evento le musiche di Radio Bruno media partner dell'evento e il lancio dei palloncini colorati per celebrare simbolicamente la Giornata delle Malattie Rare. Alle 11 la premiazione di società sportive e scuole alla presenza del sindaco del Comune di Modena Gian Carlo Muzzarelli, del vicepresidente CSI Modena Raffaele Della Casa e del general manager Sanofi Genzyme Italia Enrico Piccinini: alle società sportive classificate è stato consegnato il pacco gara curato da Selezione Modena (sul podio Run&Fun con 58 partecipanti, seguita al secondo posto da Cittanova con 57 partecipanti, terzo posto per Madonnina con 51 presenze) mentre le scuole presenti (Buon Pastore, San Damaso, Don Mirzoni e Papa Giovanni XXIII) sono state premiate con buoni cancelleria offerti da Buffetti Martinelli Modena. A tutti i piccoli partecipanti è stata consegnata una medaglia della #ModenaRun4Rare e tutti i singoli hanno ricevuto in omaggio una marmellata Le Conserve della Nonna.

directory AZIENDE

Sassuolo 2000

Cerca
Segui

Vedi Segui
1.107 follower

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Febbraio 2018



Massima soddisfazione per la riuscita dell'evento da parte dello staff CSI Modena, nelle parole del vice presidente Raffaele Della Casa: "Sport, inclusione sociale, coesione, aggregazione e tanto divertimento hanno guidato questa manifestazione che aggiunge un altro importante tassello all'interno del progetto sportivo ed educativo CSI. Oggi in tante persone sono venute qui ed hanno mostrato la propria sensibilità nei confronti del tema delle malattie rare, e questo è molto importante. Ringrazio il Coordinamento Podistico Modenese per il sostegno e tutti i partecipanti per la buona riuscita dell'evento, i partner, il Comune di Modena e Sanofi Genzyme per l'impegno profuso nei confronti di un tema importante come quello delle malattie rare. Ora possiamo già pensare all'edizione 2019".

La corsa/camminata non competitiva giunge alla sua quarta edizione e "chiude" una serie di eventi proposti in città nel week end sul tema delle malattie rare: la mostra fotografica "Rare Lives, il significato di vivere una vita rara", esposto sotto le arcate del portico del Collegio, e il convegno di sabato 24 febbraio "Malattie rare... una mano per la vita" dedicato alla ricerca, tema portante dell'edizione 2018 della Giornata.

Sempre questa mattina, parallelamente allo svolgimento della corsa, al Pala Molza si è tenuto il villaggio di animazione gratuito "Kids4Rare" con attività sportive, laboratori e attività ricreative per tutti i bambini presenti a cura dello staff di animatori CSI e Opià, in collaborazione con gli istruttori qualificati Decathlon Modena. Nel programma della mattinata per bambini anche il laboratorio di educazione alimentare "Mangiando s'impara" di Conad con una sana e gustosa merenda per tutti.



Modena Run4Rare tutti di corsa a raccogliere fondi

di Serena Fregni

Da segnalare nel programma di iniziative per la Giornata delle Malattie Rare anche la quarta edizione della Modena Run4Rare, la corsa/camminata non competitiva dedicata a runner, amanti del nordic walking e appassionati di camminata in programma domenica 25 febbraio al Parco Novi Sad grazie alla collaborazione tra CSI - Centro

Sportivo Italiano, comitato di Modena e Sanofi Genzyme, divisione specialty care di Sanofi Italia, con il riconoscimento e la collaborazione del Coordinamento Podistico Modenese.

"Lo sport per il CSI - commenta Emanuela Maria Carta, vicepresidente del comitato provinciale - è benessere, è uno strumento di inclusione sociale oltre che di riabilitazione psicofisica di persone che hanno disabili-



Uno degli ultimi scatti realizzati da Aldo Soligno per il suo progetto dedicato alle malattie rare che è finito anche a Bruxelles



Col ricavato una giostra per i bimbi

Sarà allestita al Parco Amendola. Grande soddisfazione per gli organizzatori

Alle 9 la partenza dei camminatori con il saluto dell'assessore allo Sport Giulio Guerzoni e alle 9.30 la partenza di tutti i podisti con i due testimonial di eccezione della quarta edizione, Mohamed "Il Moro" e Alessia Bellino, antropologa modenese innamorata della corsa colpita nel 2014 da una malattia rara, l'encefalite di tipo autoimmune.

Grazie al ricavato della manifestazione, Sanofi Genzyme installerà al Parco Amendola un'area giochi con giostra inclusiva accessibile a tutti i bambini.

Alle 11 la premiazione di società sportive e scuole alla presenza del sindaco del Comune di Modena Gian Carlo Muzzarelli, del vicepresidente CSI Modena Raffaele Della Casa e del general manager Sanofi Genzyme Italia Enrico Piccinini. Le scuole presenti (Buon Pastore, San Damaso, Don Minzoni e Papa Giovanni XXIII) sono state premiate con buoni cancelleria offerti da Buffetti Martinelli Modena. A tutti i piccoli partecipanti è stata

consegnata una medaglia della #ModenaUn4Rare e tutti i singoli hanno ricevuto in omaggio una marmellata Le Conserve della Nonna. Massima soddisfazione per la riuscita dell'evento da parte dello staff Csi Modena, nelle parole del vice presidente Raffaele Della Casa: «Sport, inclusione sociale, coesione, aggregazione e tanto divertimento hanno guidato questa manifestazione che aggiunge un altro importante tassello all'interno del progetto sportivo ed educati-

**Si esulta
sul traguardo
Dentro
al PalaMolza
lo spazio
per i più piccoli**

vo Csi. Oggi in tante persone sono venute qui ed hanno mostrato la propria sensibilità nei confronti del tema delle malattie rare. Ringrazio il Coordinamento Podistico Modenese per il sostegno e tutti i partecipanti per la buona riuscita dell'evento. I

partner, il Comune di Modena e Sanofi Genzyme per l'impegno nei confronti di un tema importante come quello delle malattie rare. Ora possiamo già pensare all'edizione 2019. La corsa/camminata non competitiva riunisce alla sua quarta edizione e

"chiude" una serie di eventi proposti in città nel week end sul tema delle malattie rare: la mostra fotografica "Rare Lives, il significato di vivere una vita rara", esposto sotto le arcate del portico del Collegio, e il convegno di sabato 24 febbraio "Malattie rare... una mano per la vita" dedicato alla ricerca, tema portante dell'edizione 2018 della Giornata. Sempre questa mattina, parallelamente allo svolgimento della corsa, al Pala Molza si è te-

nuto il villaggio di animazione gratuito "Kid's4Rare" con attivi-



tà sportive, laboratori e attività ricreative per tutti i bambini presenti a cura dello staff di animatori Csi e Oplà, in collaborazione con gli istruttori qualificati Decathlon Modena. Nel programma della mattinata per bambini anche il laboratorio di educazione alimentare "Mangiando s'impara" di Conad con una sana e gustosa merenda per tutti.



RICERCA

PRIMA COLAZIONE

CONSUMATORI

Come alimentarsi al risveglio?

Meno latte e zuccheri: colpa del marketing e della disinformazione, perché in realtà gli esperti sottolineano la validità della dieta mediterranea nell'arco di tutta la giornata.

di Carlo Sala

Approfondimenti:
www.largoconsumo.info/og/Prima_colazione

Il mattino ha l'oro in bocca e la prima colazione è il pasto più importante della giornata. Fin qui siamo ai luoghi comuni, ma già sul secondo punto, come emerge dall'indagine "Io comincio bene", realizzata dall'Osservatorio Doxa - Aidepi (Associazione delle industrie del dolce e della pasta italiane), gli italiani iniziano ad avere le idee confuse: il 17%, infatti, non trova nulla di male nel saltare la prima colazione e il 15% ritiene che vada saltata se si è a dieta.

Anche se il 93% degli italiani, stando al campione interpellato per l'indagine, fa regolarmente colazione ogni mattina (di norma a casa), il 20% (10 milioni di persone circa) pensa che la colazione all'italiana, tendenzialmente dolce, dovrebbe essere soppiantata da una salata per essere veramente salutare. Carboidrati, proteine, grassi, acqua, fibra, sali minerali e vitamine devono tutti essere presenti, sottolinea **Michele Angelo Giampietro**, nutrizionista e medico dello sport: «La ripartizione più corretta è data dal 70% di carboidrati, il 20% di proteine e il 10% di grassi. Tradotto in un menu un buon mix è dato da una porzione (50 g) di pane, oppure 3 fette biscottate (30 g) o quantità equivalenti di altri prodotti da forno, cereali (30 g), muesli o biscotti; una tazza (125 cl) di latte o uno yogurt; e un frutto».

Il 61% degli italiani ritiene invece, a torto, che sia migliore una colazione super proteica, il 40% trova corretto eliminare i carboidrati dal primo pasto del mattino (mentre dovrebbero essere, spiegano i nutrizionisti, l'ingre-

diente principale) e il 73% pensa che andrebbero eliminati i grassi presenti in biscotti e dolci da forno.

Ancora, 1 italiano su 2 ritiene più salutare le bevande a base vegetale, non di rado definite latte fino alla sentenza dello scorso giugno con cui la Corte di giustizia europea ha proibito di presentare come latte, yogurt e formaggio tutto quanto sia di origine vegana e non di derivazione lattiero-casearia.

«Mentre soffre in patria, la colazione italiana è più popolare all'estero»

«Il latte ha sostanze specifiche che le bevande a base vegetale non hanno naturalmente - avverte Giampietro - come il calcio, le proteine (caseine e sieroproteine) ad alto valore biologico, dalla cui digestione si ottengono peptidi di bioattivi, come per esempio la lattoferrina e lisozima, che hanno attività antimicrobiche, antipertensive, immunomodulatore, antiossidanti, ecc.

Il latte, inoltre, è una buona fonte di oligosaccaridi, veri e propri prebiotici perché stimolano la crescita nell'intestino di probiotici (bifidobatteri e lattobacilli). Non vanno considerate

un'alternativa, ma una scelta diversa, dettata dal gusto o da specifiche controproposte necessità. Il latte è da escludere solo nella dieta di chi ha un'allergia alle proteine di quello vaccino, mentre chi è intollerante può usare un delattosato o lo yogurt».

Ansiosi di essere sani e incuranti della scienza nutrizionistica, gli italiani si dimostrano facilmente creduloni: il 60% vede in zenzero e bacche di goji il modo migliore per affrontare la giornata con più energia, mentre il 55% reputa acqua e limone utili per dimagrire. Non mancano tuttavia quanti al mattino si alimentano, in toto o in parte, correttamente: i biscotti restano il prodotto più amato con un indice di gradimento del 58%, che lo pone davanti a fette biscottate, miele e creme spalmabili alla nocciola o al cacao (19%) e nettamente davanti a 3 gruppi di alimenti (cereali/muesli; merendine/brioche/cornetti confezionati e yogurt) il cui gradimento oscilla tra il 7% e il 9%.

Componenti rilevanti dei prodotti per la prima colazione, come latte e yogurt, appaiono in crisi strutturale ma gli sforzi dei produttori di biscotti volti a ridurre il contenuto di grassi e zucchero iniziano a essere apprezzati da una platea di consumatori alla ricerca di un'alimentazione sana o comunque percepita come tale. E mentre soffre in patria, la prima colazione all'italiana risulta popolare all'estero.

L'8ª edizione di **Speciality Food Festival** presso il Dubai world trade center negli Emirati Arabi ha visto uno spazio apposito per il breakfast made in Italy, a cura della Confederazione nazionale dell'artigianato e della piccola e media impresa, con la partecipazione espositiva di oltre 20 aziende italiane, selezionate dalla Cna tra chi produce attrezzature e materie prime per la colazione a buffet all'italiana.

La prima colazione, spiega l'Aidepi sul proprio sito www.iocomincio bene.it (lanciato proprio come guida a un corretto modo di nutrirsi al mattino), è un pasto fondamentale per interrompere il digiuno notturno e reidratata. L'organismo (funzione di importanza crescente con l'aumento dell'età) e deve fornire carboidrati ed energia per riattivare il corretto metabolismo, riformare le



LARGO CONSUMO n. 2/2018

83

CONSUMATORI

La prima colazione secondo i produttori

«Nei Paesi di lingua tedesca c'è un detto che recita "La colazione deve essere quella di un re, il pranzo di un principe e la cena da poveri", a significare che la mattina occorre un maggior apporto calorico», è la premessa con cui **Corrado Lercher**, della direzione commerciale di **Latte Merano** presenta il posizionamento della sua azienda rispetto al mercato italiano. «Per lo yogurt il 1º semestre del 2017 è chiuso con un calo del 2,5% a volume, che riguarda soprattutto magro, intero e salustico-tradizionale e che non è compensato dalla forte crescita di altre tipologie: +11,6% quello greco, +14% bio e +23,8% ad alta digeribilità. Il latte è visto come qualcosa che è meglio sostituire durante la prima colazione e la sentenza della Corte europea di giustizia è un segnale che non esiste un latte vegetale sostitutivo di quello di origine animale. Ciò aiuta, ma non so se basterà a fermare l'emorragia. C'è un trend che va avanti da un paio d'anni, la tendenza a volersi più bene - osserva Lercher -, che non pare arrestarsi (infatti cresce molto anche il bio), di fronte alla quale non abbiamo avviato campagne di sensibilizzazione, ma abbiamo lanciato una nuova serie di prodotti, completa da ottobre: tutta la nostra linea drink avrà il 30% di zuccheri in meno, cioè 7 g di zuccheri anziché 10 ogni 100 g di prodotto. Siamo leader di mercato nel segmento dell'alta digeribilità, con una quota del 35-36% - proponiamo una linea magra con 0 grassi, abbiamo lanciato una nuova linea da 200 g e un **Actimel** al 100% vegetale, accanto ai quali proponiamo anche un prodotto con lo 0,01% di lattosio».

Lois Baretto, product manager de **Le conserve della nonna** (gruppo **Fini spa**) riporta che «il mercato delle confetture è in crescita, segno che gli italiani si rivolgono sempre di più a prodotti genuini e cercano una colazione più salutare, preparata con modalità adeguate e nei giusti tempi. Le confetture Le conserve della nonna giovano di un percepito molto positivo agli occhi del consumatore, come confermato da una recente ricerca. In particolare, vengono associate a confetture e marmellate fatte in casa, grazie ad alcune caratteristiche d'eccellenza, come l'elevata percentuale di frutta (tra le più alte del mercato), la selezione degli ingredienti (solo frutta di prima scelta, raccolta al momento migliore della maturazione e lavorata in modo artigianale senza aromi né conservanti), le qualità organolettiche (sapore genuino, dolcezza equilibrata, consistenza corposa e non gelificata). Da non dimenticare lo storico packaging, altamente riconoscibile, semplice, in grado di veicolare la genuinità del prodotto, l'autenticità del gusto, la tradizione consolidata».

La gamma Le conserve della nonna è molto ampia - spiega Baretto - e propone confetture di ogni tipo, affiancando ai gusti tradizionali (albicocca, pesca, fichi, frutti di bosco e arancia) alcune tipicità regionali dell'Emilia Romagna: ciliegia dell'Emilia, amarena brusca di Modena Igp, prugna tipo Modena, cotognata, sapore. Inoltre, per rispondere alla ricerca di gusti alternativi, super food e proposte ipocaloriche, dal 2016 abbiamo lanciato una linea di confetture "Gusto & equilibrio", che abbinano la frutta e ingredienti funzionali, preparate con zucchero d'uva, ricche di fibre e con poche calorie: albicocca e curcuma, arancia e zenzero, fragola e goji, ciliegia e aloe. Il successo di questa linea ci ha portato a sviluppare 3 nuove proposte: in lancio proprio in questi giorni, che alla frutta aggiungono il gusto e i benefici del cacao: pera Williams e granella di cacao, arancia e granella di cacao, pera e cacao. Si tratta di una novità assoluta nel mercato, dedicata a chi cerca prodotti dalla duplice anima: sono referenze buone, gustose e molto appaganti, ma a basso contenuto di grassi e con poche calorie».

Di Leo è specializzata nel biscotto e in grado di soddisfare le esigenze più tradizionali come quelle più salustiche. La nostra linea Fattinassa già da 25 anni è a base di mais e senza olio di palma, da quest'anno poi abbiamo prodotti senza frutta a guscio (che è all'origine della seconda intolleranza più diffusa in Italia). Per la linea Fattinassa utilizziamo latte bio. Sul fronte della sensibilizzazione e dell'informazione, riferisce ancora il marketing supervisor **Ezio Pinto**: «cerchiamo di comprendere le esigenze attraverso focus group da cui abbiamo constatato che il nostro cliente non vuole un prodotto troppo industrializzato e siamo stati premiati per la nostra risposta tramite appuntamenti fattinassiani con cui evidenziamo un legame con la tradizione. Facciamo attività negli store, nei quali un nutrizionista affianca il promoter, e abbiamo svolto iniziative nelle scuole primarie di Puglia e Basilicata, dove siamo più radicati, per spiegare quale sia una corretta alimentazione, non necessariamente solo a base di biscotti».

scorte di glicogeno e garantire la quantità di zuccheri necessaria per la ripresa di tutte le funzioni fisiche e psichiche con cui affrontare la giornata.

Di contro, colazioni esotiche risultano decisamente più squilibrate, sotto il profilo dei valori nutrizionali, rispetto a quella mediterranea. Il british breakfast, salato e a base di bacon, uova strapazzate e pane tostato, presenta, a detta della dottoressa **Valeria Del Balzo**, biologa nutrizionista dell'Università la Sapienza di Roma «un valore dei grassi almeno doppio rispetto alla colazione dolce, un tasso di colesterolo e di sodio superiore, una quota sbilanciata di proteine animali e un contenuto calorico pari a 415-440 kcal».

Ancora più critiche sono le prime colazioni ispirate alle abitudini asiatiche: una colazione alla cinese, a base di riso, accompagnata da carne di maiale, verza e uova, «presenta un elevato apporto di calorie, oltre 500, abbastanza equilibrato in macronutrienti (proteine, grassi e carboidrati), e alto colesterolo (141 mg) per la presenza di grassi animali» e di conseguenza «richiede una digestione lunga e non dà energia immediata». Riso con pesce, verdure, tofu, zuppe, accompagnati da una tazza di tè, come si usa in Giappone, è un menu leggermente ricco in grassi (32%) che a fronte di un apporto equilibrato di proteine e carboidrati, prevalentemente complessi, e dell'assenza di colesterolo, sconta una certa carenza di calcio.

Come criterio per l'alimentazione nell'arco della giornata, **Stefano Erzegovesi**, specialista in psichiatria e scienza dell'alimentazione presso il Centro disturbi alimentari dell'Ospedale **San Raffaele Turro** di Milano, ricorda che «è ormai scientificamente accertato che chi non fa la prima colazione tende a pesare di più e ad avere un metabolismo meno efficiente, quindi l'antico detto popolare "colazione da re, pranzo da principe, cena da povero" ha la sua validità. Se nutro poco o male, il nostro corpo ci manda segnali precisi dopo un paio d'ore, ovvero stanchezza, sonnolenza, scarsa concentrazione, come pure irritabilità, nervosismo e fame».

In questi casi la soluzione è quella di fare un pasto puntando sulla qualità piuttosto che sulla quantità, scegliendo alimenti a basso carico glicemico, che vengano assorbiti lentamente e mantengano stabili i livelli di nutrimento nel sangue. ■

PREMIO FOOD, AL VIA L'EDIZIONE 2018

Il 5 marzo a Milano, nella sede del Gruppo 24 Ore, Food premia i prodotti più innovativi dell'industria alimentare italiana. Candidate 158 aziende con oltre 250 prodotti suddivisi in 17 categorie

PRODOTTO FOOD 2018

Ricerca e apprezzamento con il **Prodotto Food**. Gruppo alla quarta edizione l'evento che il quale la nostra rivista intende valorizzare le innovazioni del Food & Beverage lanciate negli ultimi due anni. Food, da più di 25 anni punto di riferimento della community

diventare italiana, premia le realtà imprenditoriali che ogni anno hanno puntato su Ricerca & Sviluppo, analizzando al meglio i nuovi trend globali del food&beverage. Oltre **250 prodotti**, appartenenti a **158 aziende** e suddivisi in **17 categorie merceologiche**, per un totale di 501 codici EAN. Al Premio hanno potuto partecipare i prodotti lanciati sul mercato italiano nel periodo compreso tra gennaio 2016 e dicembre 2017, oltre quelli già sul mercato che, nello stesso periodo, sono stati oggetto di un significativo cambiamento sull'architettura del loro marketing: sito packaging, comunicazione, livello di servizio-offerta, format, gestione, processo di preparazione, sostenibilità, ecc. ciascuna azienda ha avuto la possibilità di presentare un massimo di due candidature di riferimento e/o il loro prodotto. Quest'anno la valutazione avviene in due fasi: il Giudice di Mercato e il Giudice del Retailer. La valutazione di mercato avviene attraverso il panel

FOOD MATCH 2018, IL RUOLO DEL DIGITALE NEL LARGO CONSUMO

Willya Domonici è il tema centrale del prossimo **Food Match**, gli incontri di ascolto e confronto per il futuro delle opportunità di business e degli strumenti digitali offerti oggi alla comunità del largo consumo. Organizzato e moderato con **FoodTalk**, il convegno seguirà i percorsi della **vida digitale** che si manifestano giorno per giorno.

Guest speaker **Carolyn Everson**, Vice President Marketing, Danzón, Parson, in apertura saranno di **Luca De Biasi** (Distribuzione e Retail), **Roberta Bergomi** (24h), **Cara Nelli** e **Sylvain Querre** (L'Espresso), **Alessandro D'Este** (Il Venerdì), **Maria Giuseppina Di Leo**, **Daniela Laccone** (Il Venerdì), **Massimiliano Pagnoni** (L'Espresso) e **Leo Westel** (New York Times).

Qui a nella pagina accanto due immagini dell'edizione dello scorso anno

176 | **MARKET** | Marzo 2018

Le categorie di prodotto

- Bakery & Cereali**
Prodotti da forno (biscotti, pasticceria industriale, merendine, wafers, fette), cereali
- Beverage & Preparati**
Acqua, bevande gassate e piatti, aperitivi analcolici, succhi, caffè, tè, infusi
- Carni & Salumi**
Salumi, tutte le carni (fresche, IV e V gamma di lavorazione), uova, precotti, affumicati
- Conservenze animali**
Carne e polli in scatola, tonno, conserve ittiche
- Conservenze vegetali**
Fruita e verdure in scatola, derivati del pomodoro (pelati, polpe, passate)
- Dolcieri**
Cioccolato, caramelle, gomme da masticare, dolci da ricorrenza, confettura, spalmabili dolci
- Formaggi & Latticini**
Formaggi, latte e panna freschi e UHT, yogurt, burro, dessert UHT, margarina, sostituti del latte vegetali e animali
- Preziosi**
Surgeati e gelati
- Fruita & Vegetali**
Fruita e vegetali freschi, succhi ed essiccati
- Foripasta**
Snack e fuoripasta dolci e salati
- Ingredienti & ingredienti base**
Ingredienti di base (trucchetti, dolcificanti, farine, preparati per dolci) e insaporitori (sale, spezie, aromi, dash da brodo, ecc.)
- Olio & Aceto**
Olio d'oliva, extravergine e di semi, aceti
- Pane & Derivati**
Pane e sostituti del pane quali gramin, cracker, torlioni, etc
- Petfood**
Cibi per cane, gatto e altri animali
- Piatti pronti**
Preparati, specialità, piatti pronti freschi e conservati
- Primo piatto**
Pasta secca e fresca, riso
- Salse & Condimenti**
Sughi, salse e condimenti

nei periodi di lancio dei prodotti, la quota di mercato, il fatturato, la distribuzione ponderata e la quota trattanti. Riguardo ai retailer, invece, la valutazione viene espressa da una guida digitale di buyer e manager della distribuzione italiana. **Classen** giustifica la pari importanza sull'atto finale, passando per il 50 per cento, la base ai risultati dei due organismi, per ciascuna categoria viene poi individuati il "Prodotto Food 2018". La cerimonia di premiazione del 5 marzo si svolge all'interno della quarta edizione di Food Match, un momento di dibattito e confronto dedicato alla business community del food&beverage.



RASSEGNA
STAMPA
CARTACEA

PRODOTTO FOOD 2018 **Categorie e Candidati**

<p>FRUTTE E VERDURE Frutta e verdura in scatola e surgelate</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>			
<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>
<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>
<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>
<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>	<p>GRUPPO FINI Le Conserve della Nonna Pera e Cacao</p>

202 - FOOD Marzo 2018

The image shows a grid of food products arranged in rows and columns. The products include various types of pasta, canned goods, and packaged foods. The layout is clean and organized, typical of a magazine spread. The 'FOOD' logo is visible in the top right corner of the grid area. The overall design is modern and visually appealing.

PRIMO PIATTO

GRUPPO FINI
Antica Ricetta 1912 | Tortellini al prosciutto crudo e Parmigiano Reggiano

FOOD Marzo 2018 209

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



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