

RASSEGNA STAMPA

Primo trimestre 2021

Gennaio > Marzo



10 maggio 2021

GRUPPO FINI SPA

Sede sociale: Via Confine, 1583 | 41017 Ravarino (MO)

Amministrazione: Via Albareto, 211 | 41122 Modena



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



3 mln €

gli investimenti
per l'industria 4.0

Focus On De Angelis Food
**INNOVAZIONE,
INVESTIMENTI
E SOSTENIBILITÀ**

Il trend salutistico, così come le nuove esigenze dei consumatori, sono al centro della strategia di De Angelis, che ha fatto dell'inclusione la mission aziendale. Un nuovo stabilimento è in arrivo per continuare a crescere in Italia e all'estero

20.000 t

la capacità produttiva

38,5 mln €

fatturato 2020



CONDIMENTI > SUGHI PRONTI

STRATEGIE

segue da pagina 211

di zuccheri aggiunti. Nei prossimi mesi amplieremo ulteriormente l'offerta con referenze che esaltano l'impronta toscana della linea con il Ragù di chianina, carne tipicamente toscana e più magra, e il Ragù di cinghiale, una ricetta unica che esalta la tradizione toscana". Le due referenze andranno a completare la gamma che propone otto ricettazioni, sei vegetali (al pomodoro, con basilico, con origano, con olive e capperi, con melanzane, con rosmarino) e due di carne (ragù alla bolognese, ragù alla salsiccia), tutte in vasetti di vetro con etichetta trasparente. "Questo confezionamento - spiega Petti - offre al consumatore la possibilità di apprezzare a prima vista le caratteristiche del prodotto. Attraverso i claim cerchiamo di valorizzare la provenienza territoriale della materia prima". E su questo aspetto si basa anche la strategia 2021: in un

settore in cui tutti puntano sul made in Italy, Petti vuole posizionarsi con il claim made in Tuscany. "Nel prossimo biennio - chiosa Petti - puntiamo a crescere in Italia in termini di distribuzione ponderata e desideriamo proseguire la penetrazione nei mercati esteri anche grazie a partnership strategiche che ci supportino nell'espansione internazionale". È tra i protagonisti del comparto anche GBfood con i brand Star e Tigullio con i quali riesce a parlare sia alle famiglie italiane che amano la tradizione sia a



Pasquale Petti, Direttore Generale di Italian Food

chi vuole sperimentare sapori meno convenzionali, inaspettati e creativi. Entrambi i marchi nel 2020 hanno contribuito all'aumento del giro d'affari e dei volumi che hanno raggiunto la doppia cifra. "Questi numeri - spiega Francesca D'Imperio, Marketing Manager Sughie e Piatti Pronti di GBfods - sono in parte influenzati dall'anno particolare che abbiamo vissuto, ma non bisogna dimenticare che il trend era comunque positivo negli ultimi anni e auspichiamo che possa mantenere un segno più anche in futuro". Durante il 2020 l'azienda ha introdotto una novità per i consumatori: una linea che segna l'ingresso nel mondo dei sughi al pomodoro di Tigullio, il marchio di GBfood di ispirazione ligure riconosciuto come esperto dei pesti. "Nel 2016 - racconta D'Imperio - Tigullio è andato oltre il pesto genovese, entrando in un nuovo segmento, che noi chiamiamo specialità (come Radicchio e speck per esempio) e oggi approccia

TOP PLAYERS	Giovanni Rana	Gruppo Fini	Gustibus Alimentari	Italian Food
Fatturato azienda (€)	774 mln (2019)	95 mln (2019)	22 mln (2019)	62 mln (2019)
Marchi	Giovanni Rana	Fini, Le Conserve della Nonna	Gustibus, Regusto	Petti
Canali	Gdo	Gdo 65%, Normal trade 15%, Export 20%	Gdo, Foodservice	Gdo 100% (per i sughi)
Top SKU	 Sugo fresco con funghi porcini	 Condore 350 g	 Sugo di pomodoro ciliegino alla bolognese	 Sugo con basilico Petti 300 g

CONDIMENTI > SUGHI PRONTI

GRUPPO FINI

Le Conserve della Nonna tra tradizione e innovazione

Sughi semplici, ma anche elaborati, nel segno delle ricette tradizionali delle regioni italiane. Si può sintetizzare così l'offerta del brand del Gruppo Fini Le Conserve della Nonna. "Tutti i nostri prodotti – dichiara **Lorenza Baretto**, **Responsabile Marketing Prodotto del comparto conservati del Gruppo Fini** – hanno come comune denominatore una qualità che si riconosce a prima vista, grazie al vaso di vetro trasparente e una bontà che si sente al primo assaggio. Sono prodotti sensorialmente ricchi, dal profumo, dal sapore e dalla consistenza tipici dei piatti fatti in casa dalle nostre nonne. Per i sughi più semplici, dove la dolcezza e la freschezza del pomodoro è fondamentale, utilizziamo esclusivamente pomodoro dell'Emilia Romagna lavorato da fresco entro 24 ore dalla raccolta, senza aggiunta di concentrato né di pomodoro semilavorato. Abbiamo poi una vasta

gamma di sughi più elaborati e ricettati, che ricalcano le tradizionali ricette regionali italiane, in cui il nostro pomodoro emiliano è abbinato a ingredienti selezionati e preparati con metodi di cottura tradizionali, che riproducono, in grande la preparazione casalinga, per poter ottenere prodotti dalla consistenza e dal sapore tipico dei sughi fatti in casa. Abbiamo ottenuto il riconoscimento 'Qualità Controllata' dalla regione Emilia-Romagna per il pomodoro, grazie all'impiego di varietà selezionate e coltivate esclusivamente in Emilia-Romagna con metodi di coltivazione a basso impatto ambientale". L'azienda emiliana guarda con interesse il segmento dei pesti in particolare espansione, per cui ha lanciato tre nuove referenze caratterizzate da ingredienti del passato e della tradizione proposte in maniera originale, come il pesto broccoli e cime di rapa, il trito aglio olio e peperoncino e il



Lorenza Baretto, Responsabile Marketing Prodotto del comparto conservati di Gruppo Fini

pesto all'arrabbiata. Tutte proposte, come i sughi, in vasetti di vetro trasparente per trasmettere al primo sguardo la genuinità e la naturalezza del prodotto. Si tratta di una scelta legata anche alla sostenibilità e alla tutela dell'ambiente, portata avanti con la riduzione dell'impatto ambientale mediante l'utilizzo di fonti energetiche rinnovabili e imballi ad alto tasso di riciclabilità, come il vetro 100% riciclabile. La mission per il 2021? Rafforzare la brand awareness.

PIATTI FRESCHI ITALIA

I formati ridotti sono i più apprezzati

Piatti Freschi Italia presente nel segmento dei sughi freschi con due brand, Vogliazzi e Viva La Mamma Beretta, ha visto un trend stabile negli ultimi 12 mesi, sia a volume che a valore, con un calo di circa lo 0,5% in entrambi i casi. C'è stata forte crescita nei primi mesi di lockdown (a marzo 2020 +13,9% a volume e +17,7% a valore) e una stabilizzazione nei mesi successivi, durante i quali le abitudini dei consumatori sono tornati alla normalità (fonte: Iri, tot. Italia, i+s+lsp, a.t. settembre 2020). "Nel mercato dei sughi freschi – precisa **Valentina Sergiacomo**, **Junior Product Manager di Piatti Freschi Italia** – il pesto

è senza dubbio la famiglia di prodotto più diffusa e performante. È interessante notare, però, come il pesto senz'aglio assuma un peso sempre più rilevante rispetto alla ricetta tradizionale. Nello specifico, il brand Vogliazzi, con cui proponiamo referenze gourmet, ispirate alla tradizione, mostra un crescente successo nei pesti in formato da 90 g: classico (+7%) e senz'aglio (+11%). La ricetta più di successo per Viva la Mamma Beretta è il pesto senz'aglio in monoporzione da 90 g, seguito dalla stessa referenza in versione classica (con aglio). Il formato da 90 g è particolarmente performante,

perché ideale per condire due porzioni di pasta senza sprechi. Sempre con il brand Viva LaMamma Beretta, mostra buone performance il formato da 135 g con Basilico Genovese Dop, olio extravergine d'oliva e Grana Padano Dop con e senz'aglio, in linea con quello che cerca il consumatore: prodotti certificati e legati al territorio". L'obiettivo 2021? Proseguire con la revisione della gamma di pesti da 90 g per essere più vicini alle esigenze dei consumatori e, al contempo, diventare il prodotto più alto vendente in Italia nel formato da uno-due porzioni.

CONDIMENTI > SUGHI PRONTI

STORE CHECK

ANALISI DI REPARTO

	Conad	Gruppo Pam
Tipologia superficie	Superstore	Ipermercato
Indirizzo	Viale Piacenza 25/4	Via Silvio Pellico, 20/A
Data e ora del rilevamento	15.12.2020, ore 14.30	16.12.2020, ore 15.30
Marche referenziate	Alberti, Alce Nero, Barilla, Cuore, Le conserve della Nonna, I sapori della Val Taro, Mutti, Ortolina, Sacià	Alce Nero, Barilla, Biffi, Cesare Buonamici, D'Amico, Le conserve della Nonna, La Doria, Magrini, Mutti, Ortolina, Polli, Sacià, Urbani
Layout	Le referenze del mondo dei sughi sono indicate nella corsia tre, ma in realtà si trovano a scaffale nella corsia cinque, insieme alla pasta di semola, all'uovo e ai casalinghi. L'offerta non è suddivisa per brand, ma per tipologia di prodotto: in alto i pesti, poi i sughi, infine il ragù. Per i pesti non c'è una divisione ben definita tra pesto alla genovese e pesti rossi. Si notano anche delle rotture di stock per i prodotti in offerta e alcuni "vuoti" tra i prodotti a marchio privato, che sono posizionati nel ripiano centrale dello scaffale. I classici ragù sono rilegati in basso, nell'ultimo ripiano disponibile, sia quelli dell'industria di marca sia le referenze Mdd. Da notare l'espositore extra display (proprio accanto al lineare dei sughi) per il brand I sapori della Val Taro, in cui i sughi sono abbinati a varie tipologie di pasta. In testata di gondola della corsia tre c'è spazio anche per un extra display di Star, con i ragù in promozione.	Il layout è abbastanza ordinato. Il lineare, posto all'interno della corsia sette, insieme a salse, passate, dadi, tonno, carne e secondi in scatola, è più ampio rispetto al Conad Superstore, per ospitare il maggior numero di brand. L'occhio cade subito sulle referenze Mdd (sia quelle a marchio Pam sia quelle della linea I Tesori), posizionate ad altezza uomo, sul secondo e terzo scaffale a partire dall'alto. Un altro degli aspetti da sottolineare, che differenzia le due esposizioni, riguarda la disposizione delle referenze: suddivise non per tipologia di prodotto (sughi rossi, pesti, ecc.), ma per brand. Lo scaffale è, però, assortito, e non presenta alcuna rottura di stock. Da segnalare l'assenza di offerte e di extra display, così come l'uso di cartellini digitali per l'indicazione dei prezzi. Anche qui, come in Conad, non c'è alcun riferimento alle referenze biologiche.
Comunicazione	La corsia di riferimento, è indicata dal cartellone aereo, ma in realtà qui troviamo solo l'extra display di Star. Lo scaffale dedicato a sughi e pesti, infatti, si trova nella corsia cinque. Le promozioni sono messe in evidenza da appositi cartellini, mentre per il Ragù alla salsiccia Barilla spicca l'indicazione "prezzo ribassato".	La comunicazione nello store è piuttosto piatta. Al di là dell'indicazione del cartellone aereo, lungo il lineare non spicca nessuna promozione, ma solo un cartellino blu con la scritta "Grandi Format" e più in piccolo "grande convenienza" per il pesto alla genovese D'Amico.



La selezione dei sughi a base rossa prosata dall'ipermercato Panorama (a sinistra) e dal Conad Superstore (a destra)

TRATTATIVA APERTA

Pomodoro da industria: Coldiretti sollecita soluzione per i prezzi

Entra nel vivo la trattativa fra produttori e industriali per il prezzo del pomodoro da industria nel Nord Italia, relativo alla campagna 2021. Un settore produttivo che riguarda la provincia modenese, dove esistono industrie come Conserve Italia e Gruppo Fini che lavorano il pomodoro.

«I produttori siedono al tavolo delle trattative – fa sapere Coldiretti Emilia Romagna – forti del successo di una “programmazione produttiva” introdotta nel contratto 2020, che ha ben funzionato con un risultato in linea con i contratti sottoscritti e che aveva fissato obiettivi massimi di superficie e di quantità per la dotazione di ogni singola OP ma con un prezzo della stagione passata non soddisfacente. Per questo nuovo contratto – continua Coldiretti – occorre continuare con la “programmazione” introdotta nella scorsa cam-



Lavorazione del pomodoro

gna, con chiarezza e trasparenza sulle quantità impegnate, sia da parte agricola che da parte industriale, in modo tale che si possa velocemente arrivare alla firma del contratto quadro per il 2021, per garantire alle aziende agricole una corretta pianificazione e certezze sul prezzo». Coldiretti sollecita un miglioramento della “scaletta produttiva”, in modo che il «prezzo contrattato sia sempre più in linea con il prezzo reale». —

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



Market di chi non ce la fa TriPLICATE in un anno le famiglie in difficoltà

Ogni giovedì la Croce Rossa distribuisce pacchi di alimentari gratuitamente
A febbraio 2020 erano 70 i nuclei in crisi, ora sono oltre 220 quelli assistiti

Paola Ducci

Sono più di 220 le famiglie in grave difficoltà economica della nostra città che di giovedì pomeriggio, dalle 13,30 alle 18, possono ritirare gratuitamente un pacco, con tanti viveri di prima necessità, presso i magazzini della sede della Croce Rossa Italiana (Cri) negli scantinati del complesso R-nord di via Canaletto a Modena. L'associazione, che fonda il suo operato grazie al volontariato e che promuove lo sviluppo dell'individuo, inteso come la possibilità per ciascuno di raggiungere il massimo delle proprie potenzialità, tutelando i diritti della persona e salvaguardandone la dignità, ha aiutato quest'anno oltre 900 persone che si sono trovate in condizione di estrema povertà. Con la sua rete di ben 190 volontari, che nel 2020 hanno donato circa 54.600 ore di la-

voro, la Croce Rossa a Modena ha distribuito 16.116 pacchi alimentari agli indigenti, totalizzando più di un quintale di prodotti donati. «Al nostro servizio di distribuzione – spiega Domenico Pacchioni, delegato dell'area sociale di Cri – si rivolgono i nuclei famigliari o anche le singole

«Sono decisamente aumentate le famiglie di italiani che ci chiedono un aiuto»

persone che dimostrano di avere un Isee inferiore a

6000 euro. Dopo un primo colloquio conoscitivo e una segnalazione ai servizi sociali di Modena o comunque la verifica che la famiglia sia stata presa in carico anche dai servizi sociali per il suo bene, possono così cominciare ad usufruire del nostro contribu-

to». Anche giovedì scorso sono state infatti circa un centinaio le persone che sono venute a ritirare la spesa. Un numero molto alto che da inizio pandemia ad oggi si è praticamente triplicato. «Se a febbraio le famiglie prese in carico da noi erano circa 70 - sottolinea Pacchioni - adesso sono più di 220. E se prima erano soprattutto persone straniere, ora sono aumentate le famiglie italiane che a causa della perdita del lavoro si sono trovate improvvisamente in condizione di grave povertà». «I pacchi contengono innanzitutto alimenti di prima necessità come latte, pasta olio, scatolame e alimenti specifici per l'infanzia dedicati a chi ha dichiarato di avere bimbi piccoli in casa - continua Pacchioni - poi di volta in volta aggiungiamo anche sfizio- sità che ci vengono donate. Per esempio questa settimana abbiamo dato un panettone a tutti. Prossimamente da-

remo dell'ottimo ragù alla bolognese grazie ad un'ingentissima donazione dell'azienda "Conserve della nonna". Ma quello che è importante è che prestiamo molta attenzione anche ad allergie e intolleranze e a non proporre la carne di maiale a chi è musulmano. Verificando infatti gli ingre-

dienti per esempio che i prodotti da forno non contengano grassi di origine animale come lo strutto».

L'organizzazione logistica della distribuzione è estremamente efficiente grazie al lavoro dei volontari che si alternano sia nella preparazione dei pacchi calibrati in base al numero dei componenti del nucleo famigliare, che nella distribuzione vera e propria, affinché tutto avvenga secondo le principali regole della sicurezza anti contagio. «Il cibo che distribuiamo - chiarisce Carlo Alberto Simonini, volontario coordinatore del magazzino viveri - è di dupli-

ce provenienza. Una parte arriva direttamente dal Ministero del welfare al quale ci siamo accreditati e che ci fornisce beni di prima necessità "Fead - Agea" ovvero provenienti dal Fondo di aiuto europeo agli indigenti, un'altra parte ci viene invece fornita dalle donazioni di aziende del settore alimentare e dalle catene di supermercati attraverso i progetti di recupero delle eccedenze e le raccolte alimentari. Ma non mancano anche singoli donatori. Per esempio la nostra sede si trova accanto alla Coop Canaletto e tutte le settimane ci sono clienti che ci regalano carrelli pieni di viveri. Nel caso in cui rimaniamo sprovvisti di alcuni prodotti procediamo anche all'acquisto con i fondi che reperiamo dalle campagne di fundraising ma anche grazie al buon cuore di tanti piccoli donatori che in questo 2020 sono aumentati. Ci siamo trovati spesso sul conto

corrente donazioni anche importanti in denaro da parte di cittadini anonimi».

Ma la distribuzione dei beni non avviene solo nel magazzino della sede di R-Nord. Rispondendo a più di 1800 chiamate, quasi 300 nel 2020 sono state infine le consegne di viveri a domicilio, soprattutto nei mesi del lockdown generale, così come di grande importanza è stato anche il servizio di consegna di farmaci non solo alle singole persone, ma anche all'Hotel Tibi di Modena, divenuto hotel Covid, supportando così l'area infermieristica della struttura, reperendo i farmaci che i medici prescrivono alle persone in isolamento in hotel. —

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





PRODOTTI

Edizione limitata dei tortelloni Fini con speck Senfter

Il Gruppo Fini, storico brand nato a Modena nel 1912, rilancia i "Tortelloni Radicchio e Speck", attraverso la collaborazione con l'altoatesina Senfter, proponendo la referenza in un pack dedicato e a edizione limitata che evidenzierà la *partnership* dei due brand che, da sempre, orientano la propria attività a valori comuni come storicità, territorialità, qualità e tradizione e che per l'occasione hanno deciso di coniugare le proprie eccellenze. Il tortellone annodato, che pre-

senta una sfoglia ruvida e porosa, grazie alla trafilatura al bronzo, è prodotto con farine 100% italiane e uova da galline allevate a terra.

A ciò si aggiunge un ripieno che mescola il gusto piacevolmente amaro del radicchio con la nota di affumicatura finale dello speck; un connubio già vincente e che sarà maggiormente esaltato e valorizzato grazie alla presenza dello speck di Senfter, espressione altissima del salume tipico dell'Alto Adige.



I "Tortelloni Radicchio e Speck" con speck Senfter di Fini.

Filetti di eglefino surgelati

Findus lancia i Fiori di Eglefino, un'assoluta novità che amplia la gamma del pesce naturale: filetti provenienti da pesca sostenibile e certificata MSC, naturalmente ricchi di omega 3, selenio, iodio, vitamina B12, vitamina B6, fosforo, proteine e fonte di potassio. Teneri e carnosi, grazie al taglio ed alle scaglie dei filetti, sono ideali per realizzare tante ricette gustose e adatti ad ogni tipologia di cottura.

Poco noto a molti consumatori, l'Eglefino, conosciuto anche come "pesce asinello", è in realtà una specie di pesce dal colore bianco candido molto diffusa nella tradizione culinaria del Nord Europa (viene infatti comunemente utilizzato come tipologia di pesce nella preparazione del famoso fish&chips), che viene pescato nelle acque fredde dell'Oceano Atlantico Nord Orientale.



I Fiori di Eglefino surgelati di Findus.

RETAIL & INDUSTRIA



Fare innovazione attraverso le marche prodotto

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

Imprese che propongono nuovi brand-format sulla scia del mondo retail. Oggi la marca prodotto risponde meglio alle sfide, dalla sostenibilità alla sperimentazione

Daniele Colombo
[@daniele_colombo](#)

Un'awareness senza equity è spreco di energia: e l'innovazione dovrebbe essere sempre più **tema dell'equity**. I profondi stravolgimenti in corso hanno accentuato alcuni elementi: il fil rouge è l'interconnessione non solo tra gli uomini ma tra uomo e ambiente. Da qui, a catena, un riposizionamento in scala valoriale. "Temi del bio e del made in Italy devono diventare temi dell'equity della marca. E la marca deve parlare di

questi argomenti, prendere posizione. Abbiamo lavorato tanto per fare awareness di marca, dobbiamo ritornare a fare equity" sostiene **Massimiliano Bruni, professore associato di Strategia aziendale dell'Università Iulm**.

La sicurezza alimentare è destinata ad avere un ruolo centrale di pari passo con le tecnologie di laboratorio sempre più sofisticate. La procedura di richiamo del prodotto per cause di forza

RETAIL & INDUSTRIA

maggior potrebbe diventare tema sempre più sensibile. Il ruolo della marca non deve pertanto perdere la connotazione di rassicurazione. Come quello legato alla salute, altro potente driver della rivoluzione in corso. "I consumatori cercano il benessere, oltre a qualità e praticità supplementari" ricorda **Bruni**. La marca però è anche emozione. Inutile dire che tre quarti degli acquisti sono irrazionali. Ma occorre lavorare per l'adesione alla marca. Il che richiama il tema dell'equity: "Se c'è adesione del consumatore c'è anche partecipazione alla marca". Passiamo però alla seconda dimensione di marca, che è la marca di prodotto. L'uso oggi della marca prodotto risponde bene alle sfide del mercato (sostenibilità, omnicanalità, flessibilità, innovazione, sperimentazione). "Io credo che in generale si sia fatto **molto marchio di prodotto e poca marca di prodotto**. Il mondo d'impresa deve recuperare un concetto di marca di prodotto che viva di almeno questi **sei pilastri**: ingredientistica, sostenibilità, innovazione, made in Italy, qualità, accessibilità. Il dna delle marche di prodotto hanno poi tre ulteriori elementi fondamentali: devono essere vere; devono essere dimostrabili (ogni posizionamento sarà sottoposto a verifica); la razionalità non può essere sviluppata in assenza di capacità emozionali".

MARCHE
PRODOTTO NEL
MONDO MDD

Un esempio proficuo dall'utilizzo delle marche prodotto arriva dal retail. "I retailer hanno capito che devono evolvere in termini di format: c'è la possibilità di fare diverse strategie di marca di prodotto. **Si può fare micro segmentazione attraverso brand di prodotto**, che potranno essere indirizzati a target di clienti diversi e a format distributivi diversi, pur essendo dentro la stessa famiglia di marca aziendale. C'è spazio per le marche di prodotto, che **possono essere vissute come marche di sperimentazione**. Le aziende possono essere più coraggiose e sperimentare prodotti nuovi: è difficile farlo a livello di marca aziendale, si può fare attraverso la marca di prodotto".



ARMANDO DE NIGRIS
PRESIDENTE DI DE NIGRIS

Filiera, territorio, sostenibilità ambientale e sociale, salutismo: vediamo come i brand industriali si muovono nella costruzione di sistemi valoriali.

Il "fatto in casa" è uno dei driver di consumo in crescita. Una marca improntata alla genuinità è **Gruppo Fini**. Attenzione alla valorizzazione di un mondo agricolo il più possibile locale, oltre alla riduzione dell'impatto ambientale caratterizzano **Le Conserve della Nonna**, fiore all'occhiello nell'offerta commerciale del Gruppo agroalimentare modenese nato nel 1912. "Il brand e il suo key visual -spiega **Lo-renza Baretti, responsabile marketing prodotto comparto conservati del Gruppo Fini-** da sempre evoca un mondo fatto di tradizione, cura e amore per le cose fatte per bene, rimanda al passato, alla nonna, che tutti amano. Vengono utilizzati codici visivi e descrittivi che comunicano in modo immediato i plus di prodotto e trasmettono qualità artigianale, genuinità e bontà autentica, richiamando un'immagine di "fatto in casa". **Le Conserve della Nonna** utilizza materie prime italiane, lavorate da fresco, privilegiando aree di provenienza locali, regionali e italiane. Ricette semplici, della tradizione gastronomica italiana e senza glutine, con una lista ingredienti corta. L'obiettivo è creare referenze che tengono in considerazione le nuove esigen-

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

RETAIL & INDUSTRIA



★ Attorno ai prodotti possono nascere marche più agili e flessibili

★ Nel mercato a grande fluidità le marche prodotte si adattano



ze di consumo e le tendenze alimentari, senza perdere di vista i sapori di un tempo. È stata, tra l'altro, il primo brand italiano a confezionare le passate in bottiglie di vetro trasparente.

Il sistema valoriale costruito intorno a **Medusa**, brand di **Cesare Regnoli & Figlio**, punta al legame con il territorio (stabilimento ad Ariano nel Polesine). L'area del Parco del Delta del Po, ambiente appealing per l'avifauna, è un fattore sul quale l'azienda ha capitalizzato come elemento di valorizzazione delle origini. **Specialisti del mare dal 1861**: nel payoff è sintetizzata la vision aziendale: dare al consumatore la possibilità di assaporare ogni giorno i "frutti" del mare, attraverso l'offerta di prodotti sicuri, conservabili e pronti all'uso grazie alla cura artigianale, freschezza e accurata selezione delle migliori materie prime. L'affidabilità dei prodotti **Medusa**, leader della categoria degli antipasti di mare, è garantita da rigorosi test di laboratorio. Quelli di **Medusa** sono gli specialisti del mare, intesi come i massimi esperti nella lavorazione delle materie prime ittiche, competenti nei processi di cottura, marinatura, ricetta e preparazione. Gusto e qualità, aspetti favoriti da un posizionamento di prezzo in grado di supportare questo valore aggiunto. Il principio della sostenibilità della pesca è un altro grande valore promos-

so dall'azienda che si amplia al pack. "Abbiamo attivato un progetto che prevede il passaggio entro pochi anni a confezioni di plastica totalmente riciclabili" fa sapere **Sabrina Pertot**, responsabile marketing.

Il mondo dei salumi ha risposto con dinamismo e guardando ai trend alle difficoltà del comparto. **Beretta e Wuber**, i due Masterbrand di Fratelli Beretta, due secoli di storia, hanno seguito strade differenti nella creazione di valore. "Beretta - racconta **Enrico Farina, marketing director di Fratelli Beretta** - si è mossa su due direttrici: la dimensione primaria è legata all'immagine di innovatore in un mercato storicamente poco dinamico; la seconda si muove in un mondo più tradizionale, fatto di storia, territorio e know how produttivo. In questo secondo ambito si collocano i ben 19 Dop e Igp". La gamma **Puro Beretta** guarda alla sostenibilità (filiera 100% controllata, welfare animale, senza antibiotici dalla nascita); **Ben Essere** risponde alla crescente richiesta di affettati equilibrati (basso contenuto di grassi saturi, alto contenuto di iodio, tasso ridotto di sale). Il brand **Fratelli Beretta** è estremamente dinamico, come dimostra il lancio di diverse linee (**Be Well, Be Happy, Be Classic**) di combinazioni di salumi che coprono più bisogni, dall'energetico al dietetico, a vari momenti di consumo

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

RETAIL & INDUSTRIA

e target, fino ad andare oltre i salumi (**Viva la Mamma**). Wuber lavora sul concetto di specializzazione produttiva (specialista in wurstel) con un continuo lavoro sulla qualità. "L'evoluzione degli ultimi anni ha portato a una progressiva focalizzazione verso i prodotti di più alta gamma (come le linee **Delicatessen** e **n° 38** che utilizza solo tagli anatomici pregiati di carne italiana), caratterizzati da posizionamento Premium e Superpremium. Questo nuovo bilanciamento è conseguente all'appannamento di immagine che questa categoria ha progressivamente subito a partire dal 2013, con una vera e propria crisi a fine 2015". Anche l'azione sul packaging va a dare smalto al comparto. "L'apposito logo **B Green**

identificherà tutti i prodotti plastic smart della produzione Beretta".

Casa Modena è il marchio per eccellenza di **Grandi Salumifici Italiani**: vuole rappresentare la terra dei **Maestri nei salumi**, come sottolinea il claim. Alla tradizione unisce l'innovazione di prodotto e di servizio. Negli anni si è evoluto e declinato in una serie di gamme prodotto che seguono il cambiamento dei consumi. Un esempio di successo sono i **Teneroni**, hamburger di prosciutto cotto dedicati al target bimbi e ragazzi. Sul pack -fa notare l'azienda- si trovano anche indicazioni nutrizionali elaborate con un noto medico, il **dottor Donegani**, per aiutare le mamme nella scelta di un'alimentazione equilibra-

Take care trasversale

*Cosa significa fare marca oggi? Si deve senz'altro **ripartire dai contenuti e dalle nuove domande** del consumatore di fronte ai cambiamenti. La sostenibilità è ormai un **prerequisito**. Un ambito che si declina in una serie di richiami sempre più fondamentali nella comunicazione del brand: **filiera, origine delle materie prime, made in Italy, responsabilità sociale dell'impresa** (territorio, lavoratori), **trasparenza, e in generale un trasversale take care.***

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

TONDARELLA!

Nuovo!
Mozzarella Tondarella
in deliziose fette pronte
all'uso

Cammino D'Oro
Il formaggio pregiato della Baviera

DALLA PALLINA ALLE FETTE
Deliziose fette di Mozzarella pronte da gustare
www.goldsteia.it

RETAIL & INDUSTRIA



ENRICO FARINA
DIRETTORE MKTG
DI FRATELLI BERETTA



MANUEL SIRGIOVANNI
BU CONSUMER DI ZUCCHI

ta. Tra le altre linee prodotte i salumi **LiberaMente**, per chi vuole conciliare gusto e leggerezza, gli **Snack&Vai**. **Senfter**, altra marca prodotta, da oltre 160 anni esprime il "saper fare" e il saper vivere della sua terra d'origine, l'Alto Adige: la cura nella produzione, i ritmi della montagna e la sapiente miscela di spezie: di qui prodotti come lo speck, gli arrosti, le pancette, i wurstel. Anche in questo caso ha portato al lancio sul mercato di una vasta gamma di prodotti a libero servizio. Gli altri brand del Gruppo, dedicati in particolare al Dettaglio Tradizionale - **Alcisa, Cavazzuti, Fratelli Parmigiani e Gruppo Alimentari** in Toscana - esprimono l'accurata selezione della materia prima e maestria che caratterizzano il posizionamento di **Grandi Salumifici Italiani**. Passione agricola e l'inclinazione alla sperimentazione guidano la missione de **La Linea Verde**. Con il brand **DimmidiSi** l'impresa di Manerbio (Bs) ha iniziato un progetto ampio e strutturato di storytelling. Nato nel 2006, vanta un posizionamento coerente rispetto al dna aziendale e una notorietà dell'80% (certificato dall'Istituto di ricerca internazionale **GfK**). "Siamo stati noi a creare mercati prima inesistenti, come quello delle zuppe fresche pronte o del purè fresco pronto -sottolinea **Valérie Hoff, direttore marketing e comunicazione**-. Spieghiamo al con-

RIBALTAMENTO CULTURALE

Oleificio Zucchi ha scelto di valorizzare la tracciabilità e il blending avviando una vera e propria rivoluzione culturale del settore. Una nuova cultura dell'olio, che guarda al percorso di successo dei vini e delle birre. "Essere promotori dell'arte del blending ci permette di narrare la storia del prodotto e anche la nostra: la maestria dei blendmaster italiani, tutto ciò che consente di valorizzare l'immenso patrimonio di cultivar del nostro Paese".

sumatore il 'dietro le quinte' dei nostri prodotti. La nuova campagna di comunicazione, **DimmidiSi** si racconta si basa sul concept il gusto delle cose fatte buone ed è finalizzato a elevare la reputazione del brand. Una campagna valoriale emozionale in cui raccontiamo con trasparenza i valori intrinseci alla nostra marca, come la filiera corta e certificata, la lista corta degli ingredienti, l'italianità, l'impegno verso la sostenibilità sociale e ambientale, come la scelta di utilizzare packaging riciclabili al 100%. E a renderli sempre più responsabili. A riprova il lancio della nuova linea di insalate **Un Sacco Green** in confezioni compostabili".

Sostenibilità, filiera controllata ed eticità sono le parole chiave di **Vanini**, brand di **Icam**, azienda con 75 anni di storia, che processa oltre 23mila tonnellate di fave di cacao all'anno nel modernissimo stabilimento produttivo di Orsenigo (Co). Un business che ha portato nel 2019 a un fatturato di 162 milioni di euro. Un brand nato nel 2014, in grado di dialogare con tutti quei consumatori alla ricerca di prodotti premium, con cioccolato monorigine e sostenibile. Il completo controllo della filiera, lo strettissimo rapporto di collaborazione con le cooperative di coltivatori nei Paesi d'origine, cui garantire migliori condizioni socio-economiche, vanno in questa direzione. **Icam** ha improntato le campagne di comunicazione del brand giocando sull'aspetto emozionale ma con richiami anche alla sostenibilità economica e sociale. "Nel cuore del cacao -fa notare **Giovanni Agostoni, direttore commerciale di Icam Cioccolato-** è un claim che parallelamente rimanda anche ai luoghi di coltivazione e alle persone che mettono tutti i giorni la propria sapienza nella cura di queste piante e nel processo che le trasforma in pregiato cioccolato". Il reparto Ricerca & Sviluppo studia accostamenti con ingredienti sempre nuovi e attenti ai nuovi trend: un esempio le praline **Gourmet** in cui l'utilizzo dell'olio di palma è stato sostituito con

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

RETAIL & INDUSTRIA

olio EVO made in Italy. La dialettica tra innovazione e tradizione permette a **De Nigris** di presidiare il mercato. "È la marca che ci permette di essere leader del mercato. Rispondiamo alle nuove sfide, proiettati al futuro senza dimenticare il passato". **Armando de Nigris**, presidente di un gruppo con 130 anni di esperienza sul campo, spiega la ricetta. "Abbiamo trasformato il saper fare dell'artigianato agroalimentare italiano in qualcosa di completamente nuovo. Questo ci ha permesso di creare nuove categorie di prodotti in ogni segmento di mercato in cui operiamo. A volte persino inventando altri spazi sullo scaffale per le modalità innovative di consumo: come è stato per **Mela-Madre**, per gli aceti da bere". L'elemento emozionale è determinante nel format delle 7 boutique **De Nigris 1889**. "Negozi fisici che mostrano tutto il loro valore rispetto all'online. Un esperto guida passo passo alla scoperta di un prodotto e di un brand. I prodotti possono essere annusati, assaggiati e solo dopo acquistati". Un esempio di come sono state colte le nuove sfide arriva da **Aceto dal Campo**, il frutto della prima Filiera Aceto 100% Italiana. "Nasce da un patto tra agricoltori e agroindustria, favorisce uno sviluppo sostenibile del territorio e offre ai consumatori alimenti di qualità a un prezzo equo".



GIOVANNI AGOSTONI
DIRETTORE
COMMERCIALE DI ICAM



LORENZA BARETTI
RESP. MKTG PRODOTTO
CONSERVATI
DI GRUPPO FINI



SABRINA PERTOT
RESP. MKTG DI REGNOLI

Ci sono imprese che continuano a puntare sulla marca d'azienda. La storicità in questo caso è tra gli elementi decisivi. Che deve fare stretching e acquisire la necessaria flessibilità per affrontare il domani. Nel 2020, in occasione dei 210 anni di attività, **Oleificio Zucchi**, ha lanciato una campagna pubblicitaria che racconta il nuovo posizionamento con valori coerenti e trasversali sull'intero portafoglio prodotti. Il tutto sintetizzato nel payoff La nostra idea di olio. Un approccio a 360 gradi, puntando sugli elementi su cui ha investito da tempo, sostenibilità, tracciabilità, arte del blending. "Il made in Italy è sicuramente un valore aggiunto -afferma **Manuel Sirgiovanni**, direttore Divisione Consumer **Oleificio Zucchi**-. Ma come Oleificio Zucchi abbiamo deciso di andare oltre, per rafforzare il nostro posizionamento nel segmento mass premium, in Italia e all'estero, puntando sulla differenziazione attraverso tracciabilità e sostenibilità e sulla segmentazione dello scaffale. Quando abbiamo iniziato a parlare di sostenibilità nel mondo dell'olio ci prendevano per visionari. La Certificazione di Sostenibilità per la filiera dell'extravergine di oliva che abbiamo promosso è un progetto unico nel suo genere. E siamo stati anche i primi a lanciare una gamma di semi 100% Italiani dall'origine tracciata e certificata".

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



Confetture e marmellate



Veronica Fumarola

© Riproduzione Riservata

Le dimensioni e i trend del mercato dal 24.11.2019 al 22.11.2020

VENDITE A VALORE (€)	VENDITE A VOLUME (Kg)	PREZZO MEDIO (€/Kg)	INTENSITY INDEX VOL.
342.519.976	60.360.791	5,67	26,7%
▲ +8,3%	▲ +8,4%	▼ -0,1%	▼ -3,3 p.p.

Totale Italia - fonte: Nielsen

TOP

▲ Le **REFERENZE LIGHT** crescono a doppia cifra: +16,5% a valore, +18,5% a volume

▲ I **DISCOUNT** sono in testa per sell out a valore (+17,6%) e confezioni vendute (+14,6%)

DOLCI, MA NON TROPPO

Sembra un controsenso per un prodotto dolce di natura. Eppure, nel comparto tutto ruota intorno al 'senza zuccheri aggiunti'. Più bassa è la percentuale, più gli italiani le acquistano volentieri. La scelta healthy parte sin dal mattino, soprattutto in un anno in cui le occasioni per fare colazione al bar sono diminuite. Il macrotrend del made in Italy spopola: materie prime italiane, meglio se di origine regionale e biologiche. Ma le maggiori occasioni di consumo e la preparazione di dolci fatti in casa hanno fatto crescere anche le vendite di referenze mainstream per la battuta di cassa contenuta. I player, però, sono convinti che la partita in futuro si giocherà sul premium.

FLOP

▼ Le **CONFETTURE MONODOSE** sono le uniche con performance negative sia a valore (-5,7%) che a volume (-6,6%)

▼ Leggera **FLESSIONE DEL PREZZO MEDIO** (-0,1%), che passa da 5,68 euro a 5,67 euro

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

26/02/2021
Pag. 184 N.2 - febbraio 2021



diffusione:40000

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



Fausto Bini, Direttore Commerciale di Hero Italia

registrato una crescita a valore del +12 per cento. La performance più positiva è stata sicuramente quella delle referenze senza zucchero, con un +21% a valore rispetto all'anno precedente. La colazione

a casa, soprattutto nei mesi di marzo e aprile 2020, ha portato molti più consumatori ad acquistare abitualmente le confetture e, per l'anno appena iniziato, confidiamo in una conferma di questo trend". L'azienda sta lavorando a una nuova linea, che rispecchia i valori di autenticità e tradizione e si rivolge a quei consumatori che prediligono un prodotto come quello fatto in casa. "Cerchiamo - precisa Bini -, di rispondere alle esigenze dei consumatori, che oggi cercano un prodotto sano e semplice". Hero è particolarmente attiva anche sul fronte sostenibilità: non solo utilizza packaging riciclabili, che assicurano una buona conservazione del prodotto, dal vaso vetro alla monoporzione in alluminio, ma ha

dato vita a un'attività digital per il 'riciclo creativo' dei vasetti. La sezione dedicata del sito raccoglie idee originali per dare una nuova vita ai pack.

Ruota tutta intorno al biologico, da oltre 40 anni, la produzione del brand di Ponti Achillea: "La nostra azienda - afferma

Gianfranco Castro Direttore

Generale di Achillea, divisione

bio di Ponti - è stata pioniera in Italia in questo segmento. Oggi possiamo dire di aver vinto la sfida. Il consumatore apprezza

i nostri prodotti, tanto da aver raggiunto, nel 2020, ottimi risultati nel comparto delle composte (+8% a valore e +5% a volume) e prevediamo che il



Gianfranco Castro, Direttore Generale di Achillea

continua a pagina 188

TOP PLAYERS	Conapi	Gruppo Fini	Hero Italia	Menz&Gasser
Fatturato azienda (€)	23 mln (2019)	95 mln (2019)	37 mln (2020)	145 mln (2019)
Marchi	Mielizia, Cuor di Miele, BEEACTIVE!	Le Conserve della Nonna, Fini	Hero, Hero Light, Hero Frutta di Stagione	Menz&Gasser
Canali	Gdo 80%, Estero 13%, Specializzato 6,5%, Horeca 0,5%	Gdo 65%, Normal trade 20%, Export 15%	Gdo 80%, Horeca 20%	Gdo 30%, Pasticceria 10%, Horeca 30%, Industria 30%
Top SKU	 Composta biologica di fragole Mielizia bio 250 g	 Confettura Extra Prugna tipo Modena 340 g	 Hero Light Fragola 280 g	 100daFrutta Lamponi

CONSERVE > CONFETTURE E MARMELLATE

STRATEGIE

segue da pagina 187

trend si manterrà positivo anche per il primo trimestre del 2021. Per quest'anno, poi, abbiamo due obiettivi: consolidare il posizionamento delle nostre linee free from e acquisire nuovi clienti esteri, specialmente in Medio Oriente". L'offerta di Achillea si basa su una linea bio, senza pectina né zuccheri aggiunti e la maggior parte delle materie prime principali, come pesche, pere, albicocche, arance, fragole, castagne e mele, proviene da filiera italiana. "Ci teniamo a promuovere il rapporto con il territorio – precisa Castro – pagando il giusto prezzo della materia prima, che non necessariamente è quello più basso, ma è quello che 'rispetta' il lavoro degli agricoltori. Perché per noi il bio non è solo una questione di materia prima, ma anche uno di stile di vita rispettoso dell'ambiente e delle persone". In alcune linee, per sottolineare l'essenza premium del brand



Laura Betti, Marketing Executive di Conapi

e dei prodotti, Achillea inserisce un'ulteriore etichetta con il suo marchio fra il tappo e il vetro, come sigillo di garanzia. Lavorazione artigianale e materie prime siciliane caratterizzano la produzione di Agriscilia, che lo scorso anno ha visto aumentare il sell out del +11,9% e i volumi del +3,76 per cento. L'azienda, che ha iniziato il suo percorso nel comparto circa 30 anni fa presidiando il biologico, lavora ogni giorno per differenziare l'offerta a scaffale. "Ci siamo impegnati – fa sapere Carmelo Cristaldi, Responsabile

Vendite Italia di Agriscilia – credendo nel progetto. Oggi siamo orgogliosi, perché nel nostro piccolo abbiamo dato un prezioso contributo per lo sviluppo del biologico, un comparto che presidiamo sia con la linea tradizionale di marmellate e confetture bio dolcificate con zucchero di canna bio, che con una linea innovativa di composte biologiche, Dulcis in Frutta, prodotte sempre con materie prime certificate e biologiche del nostro territorio siciliano e dolcificate con zucchero d'uva biologico". L'azienda, per cui l'export vale il 20% del fatturato, è fortemente legata alla sua terra, la Sicilia: ne valorizza i frutti, trasformandoli in marmellate e confetture dalle ricette 'corte'. Agriscilia, infatti, non utilizza succhi, puree o altri semilavorati. "Le materie prime che arrivano al nostro stabilimento – precisa Cristaldi – provengono da aziende agricole certificate e selezionate che, solo dopo aver superato rigorosi controlli, diventano nostre conferitrici. Siamo soci dei principali

TOP PLAYERS	Ponti	Rigoni di Asiago	Solo Italia	V.B.S.	Zuegg
Fatturato azienda (€)	118 mln (2020)	120 mln (2020)	2 mln (2020)	122 mln (2019)	265 mln (2019)
Marchi	Achillea, Monvisia, Natipuri	Fiordifrutta, Nocciolata, Mielbio, Tantifrutti	Bonne Maman, Scaldasole, Teddi	Santa Rosa	Zuegg, Skipper
Canali	Gdo 15%, Specializzato bio 65%, Horeca 10%, Estero 10%	Gdo 95%, Horeca 5%	Gdo 80%, Horeca 20%	Gdo 90%, Normal trade 10%	Gdo, Horeca
Top SKU	 Crema di castagna bio Monvisia Premium	 Fiordifrutta arance amare	 Confettura Bonne Maman albicocche	 Santa Rosa fragole 350 g	 Confettura Extra i Fruttati di Oswald Zuegg Albicocche 320 g

consorzi, degli agrumi di Sicilia Igp e Dop e di diverse varietà di frutta prodotte nella nostra isola. Inoltre, i nostri pack sono sostenibili; ogni elemento è realizzato con materiale riciclabile".

E di exploit si può parlare per le confetture biologiche Mielizia che, come fa sapere **Laura Betti, Marketing Executive di Conapi**, "rispetto al 2019, quando sono state lanciate, hanno visto un incremento a valore di oltre il 270%, grazie a un aumento della copertura distributiva. Il biologico fa parte del nostro Dna. Circa il 50% dei soci gestisce la propria azienda scegliendo metodi bio, una scelta decisiva in ottica futura e apprezzata

da retailer e consumatori. Lavorare in biologico implica grandi sforzi, anche economici, ma significa optare per l'utilizzo di tecniche produttive che prevedono il pieno rispetto delle risorse naturali e della vita degli organismi viventi. Proponiamo prodotti in linea con i nuovi trend, tra cui si inseriscono l'attenzione a prodotti sani e naturali, di filiera controllata, italiani o anche regionali, tracciabili, sostenibili e biologici. Le nostre composte hanno esattamente queste caratteristiche". Infatti, per quattro delle sei composte che fanno parte dell'offerta di Conapi, l'origine, italiana e regionale, è indicata in etichetta. Precisamente per

i gusti pesche, albicocche, fragole e agrumi, mentre mirtilli e frutti di bosco hanno provenienza europea. Tramite il Qr-Code on pack è possibile anche conoscere la storia degli agricoltori e ricevere informazioni sul processo. "La ricetta delle composte - conclude Betti - è 'pulita', caratterizzata da pochi e selezionati ingredienti, tra cui il miele biologico italiano di filiera dei nostri soci apicoltori, per una dolcificazione naturale. Evitiamo l'utilizzo di pectina o di altre sostanze gelificanti e impieghiamo un'alta percentuale di frutta, superiore a 100 grammi per 100 grammi di prodotto finito".

GRUPPO FINI

La frutta si fonde con erbe e spezie

"Per il 2020 abbiamo registrato ottimi risultati e ci aspettiamo performance positive anche per il 2021": esordisce così **Lorenza Baretta, Responsabile Marketing Prodotto del comparto conservati del Gruppo Fini**. La crescita è stata alimentata dall'aumento dei consumi durante il lockdown, ma anche dalla conquista di nuovi clienti, anche in aree in cui l'azienda modenese era presente solo in maniera marginale. Confetture e marmellate del brand Le Conserve della Nonna si caratterizzano per metodi di produzione tradizionali, ingredienti italiani e alte percentuali di frutta, lavorata da fresco: "Per le principali referenze della nostra gamma - puntualizza Baretta - utilizziamo solo due ingredienti 100% italiani: frutta fresca di stagione, lavorata appena raccolta, e zucchero grezzo di barbabietola da filiera certificata di Italia Zuccheri. Oltre che dalla semplicità e dalla provenienza italiana della materia prima,

la bontà dei nostri prodotti deriva anche dal processo produttivo tradizionale: la frutta fresca viene selezionata, lavata, denocciolata e poi cotta lentamente per ottenere consistenza e cremosità tipiche delle confetture fatte in casa, senza l'utilizzo di pectina. Questo ci consente di ottenere confetture con percentuali di frutta tra le più alte del mercato. Una qualità effettivamente percepita dal consumatore, tanto che, per il terzo anno consecutivo, le nostre confetture si sono aggiudicate il premio Quality Award". Nel 2020 Gruppo Fini ha lanciato una linea innovativa di sei ricette in cui la frutta italiana si fonde con spezie o piante: albicocca e curcuma, arancia e zenzero, arancia e granella di cacao, fragola e rabarbaro, mela e cannella, pera e cacao. "Alte percentuali di frutta - continua la Responsabile Marketing -, dolcificate con soli zuccheri della frutta, di dattero, e consistenza cremosa dal



Lorenza Baretta, Responsabile Marketing Prodotto del comparto conservati del Gruppo Fini

sapore intenso, sono dedicate a una clientela 'gourmet' alla ricerca di prodotti salutistici e funzionali, ma soprattutto gustosi e appaganti. Il pack è in vetro, con etichetta trasparente: comunica il gusto in modo immediato e rende il colore della composta protagonista". Per il 2021 c'è la volontà, oltre di consolidare la presenza in Italia con la linea 'standard' e quella di composte, anche di ampliare la quota export, che attualmente pesa il 4% sul totale volumi azienda.

CONSERVE > CONFETTURE E MARMELLATE

DARBO

La linea 80% frutta consolida il posizionamento premium

Nel 2020 Darbo ha dimostrato la sua attenzione ai trend emergenti e ai bisogni dei consumatori lanciando la linea 80%, ad alto contenuto di frutta e basso contenuto di zuccheri, uno dei fattori che, lo scorso anno, ha inciso sulla crescita a volume e a valore dell'azienda: "Ad anno terminante a settembre 2020 – afferma **Martin Darbo, Amministratore Delegato di Darbo** –, secondo i dati Iri (i+s+lsp), la nostra crescita per giro d'affari è stata del +10,6% e del +8,4% a volume. Dati trainati dalla nuova linea, disponibile nei gusti albicocche, fragole, lamponi, mirtilli neri e frutti di bosco (novità del 2021), privi di sostituitivi di zuccheri, conservanti o aromi. Da sempre selezioniamo con cura solo i frutti e le materie prime migliori, lavorandoli con precisione e passione, per ottenere



Martin Darbo, Amministratore Delegato di Darbo

prodotti di alta qualità e dal gusto naturale e genuino. Infatti, la produzione inizia là dove crescono i frutti più pregiati". Attualmente Darbo, per le referenze più vendute, offre ai punti vendita degli espositori particolari per aumentare la visibilità al di fuori dello scaffale e incrementare ulteriormente le rotazioni.

In futuro, lavorerà con espositori di vari formati, in linea con i diversi store format e le esigenze del singolo rivenditore. "Puntiamo a occupare la fascia premium – sottolinea Darbo – e vogliamo coprire questo segmento sullo scaffale delle confetture e marmellate. Anche il category management ha un ruolo fondamentale nella composizione dell'assortimento e con il nostro distributore Loacker, che ha una grande expertise in questo ambito, collaboreremo su progetti futuri con il trade. L'obiettivo sarà di aumentare le rotazioni, ottimizzando la redditività dell'intera categoria per i nostri partner. Sul mercato italiano siamo in 'fase costruttiva'. Stiamo facendo conoscere le nostre specialità gradualmente, con l'intento di creare una rete di distribuzione lungo tutta la Penisola".

				
NOVITÀ DI PRODOTTO	A. Darbo AG Crema da spalmare con 80% di frutta	Agriscilia Confettura extra di Ficodindia dell'Etna Dop	Conapi Composta biologica di agrumi Mielizia bio	Gruppo Fini Composta di frutta fragola e rabarbaro
Plus	Con 80% di frutta e a ridotto contenuto di zuccheri. Senza sostituitivi di zuccheri, conservanti o aromi, in linea con il trend salutistico.	Confettura extra prodotta con il Ficodindia dell'Etna Dop conferito da aziende agricole del territorio con produzioni nei terreni lavici alle pendici dell'Etna. La "sanguigna" è la varietà più utilizzata.	Biologica, italiana, regionalità indicata in etichetta, con Qr-Code, alta percentuale di frutta, senza pectina e dolcificata naturalmente.	Fragola italiana abbinata alla freschezza del rabarbaro, con solo zuccheri di frutta (da dattero). Consistenza morbida e avvolgente, gusto delicato. Senza edulcoranti aggiunti né aromi.
Posizionamento	Medio-alto	Premium	Premium	Medio-alto
Distribuzione ponderata	5% circa	nd	nd	15 p. p. (obiettivo 2021)
In commercio da	Maggio 2020	Giugno 2020	Giugno 2020	Marzo 2020
Formato	250 g	360 g	250 g	220 g

MARKUP 297
QUADERNI

Dopo l'anno boom dei consumi, il comparto pomodoro guarda al futuro: i maggiori player fra innovazioni premium e richiesta di prodotti base

Daniele Colombo | @daniele_colombo

Rossi, è polarizzazione dell'offerta

Cogenerazione

Nelle scorse settimane Princes Industrie Alimentari ha dato vita a un programma di **efficientamento energetico COGEN**, articolato in più fasi, il cui primo step sarà l'installazione di un sistema di cogenerazione per fornire elettricità, vapore e acqua utili alla lavorazione del pomodoro.

Secundo i dati di **Anicav**, la campagna 2020 ha avuto una produzione complessiva di 5,16 milioni di tonnellate di pomodoro processato, in aumento di circa l'8% rispetto al 2019. Il cambio di stile dei consumi (aumentati i domestici e diminuito il fuori casa), ha determinato una decisa crescita del comparto derivati del pomodoro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

LA POLARIZZAZIONE

La tendenza emergente, per il primo semestre 2021, è la polarizzazione: il consumatore si orienta tra prodotto premium e mdd, meno popolato diventa il mercato di mezzo. I maggiori player negli ultimi anni hanno puntato su prodotti alto di gamma, con l'obiettivo di allontanare il pomodoro dal concetto di commodity, investendo nella filiera corta made in Italy, sostenibilità ambientale, sociale ed etica, tracciabilità, segmentazione regionale attraverso varietà qualitative, eco-packaging, salutismo (bio, residuo

zero, nutraceutica). Da una parte continua questo trend, dall'altro è in atto un fenomeno più conservativo, con maggiore attenzione ai prodotti di base e ai prezzi.

Il 2020 ha ulteriormente accelerato il continuo processo di crescita di **Mutti** che negli ultimi 15 anni ha quintuplicato il proprio fatturato, arrivando a sfiorare i 400 mln di euro. Come ordine di priorità, fa sapere l'azienda, nel 2021 l'impresa punterà soprattutto allo sviluppo delle passate regionali e pesti a base di pomodoro (rosso, arancione e verde), gli ultimi prodotti proposti sul mercato. Il 2021 vedrà anche l'ulteriore consolidamento della Passata sul Campo, lanciata a fine dello scorso anno.

TERRITORIO E FILIERA CORTA

“Tra le tipologie merceologiche che stanno dando i risultati più soddisfacenti, il segmento delle passate è sicuramente quello che ha registrato le migliori performance nella prima parte del 2020 -sottolinea **Lorenza Baretta**, responsabile marke-

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

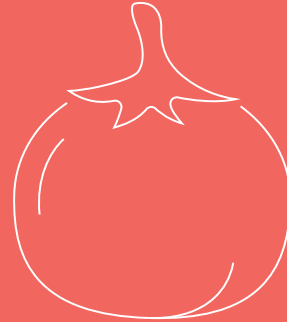
ting prodotto del comparto conservati del **Gruppo Fini**. I prodotti di base, a costo più contenuto, semplici e versatili, sono stati oggetto di accaparramento nel primo periodo di lockdown. Buoni i riscontri di vendita su piccole superfici, i supermercati ma anche i negozi di prossimità. Tutte le azioni di marketing sono finalizzate alla maggiore riconoscibilità a scaffale, comunicazione del posizionamento premium, consolidando la brand awareness del marchio". Per Le Conserve della Nonna i progetti sono concentrati nel rafforzare la percezione qualitativa differenziante del brand: territorialità, filiera corta, basso impatto ambientale, oltre che elevata qualità del prodotto, come testimoniato dall'assegnazione, per il terzo anno consecutivo, del Quality Award per le passate di pomodoro.

"Abbiamo numeri in rialzo, per noi circa un 15% grazie alla gdo: il fatturato però non è stato spostato molto a causa della crisi dell'horeca" racconta **Giuseppe Torrente** direttore marketing de **La Torrente**, azienda conserviera di Sant'Antonio Abate, guidata dalla terza generazione della famiglia. Circa 500mila quintali di pomodoro trasformato, un fatturato di 26 milioni di euro, l'80% delle vendite in Italia. La materia prima è 100% italiana (campana e pugliese). Con attenzione a segmentazione regionale (Pomodoro San Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino Dop, Pomodorino del Pienolo del Vesuvio Dop, Sorrento, Giallo, Corbarino, Marzanino, oltre che pomodorino e datterino). "Dall'analisi del contesto nazionale, per quanto i trend premiano il prodotto di qualità, c'è maggiore attenzione ai costi, quindi interesse a prodotti di primo genere.

Noi continuiamo a puntare su referenze qualitative. Ma per contenere i prezzi della nostra linea speciale e renderla accessibile a tutti, abbiamo deciso di cambiare il packaging per alcune referenze dal vetro alla latta (Giallo, San Marzano Dop, Pienolo Dop, Marzanino, Corbarino). Anche l'effetto di gradimento del prodotto regionale si è un po' ridotto: è giusto continuare a dare un prodotto controllato ma cer-

PRODUZIONE

L'Italia è il primo esportatore mondiale e il terzo produttore di pomodoro da industria (dopo Stati Uniti e Cina).



726,7 MLN €

VENDITE A VALORE

523,3 MLN KG

VENDITE A VOLUME

20%

INCREMENTO A VALORE
POLPE/PASSATE

16,8%

INCREMENTO ANNUO

10,2%

INCREMENTO ANNUO

34%

QDM A VALORE
DEL LEADER

Fonte: dati IRI AT Dic 2020

METRO ZERO



Una passata a "metro zero": un prodotto Mutti altamente innovativo. Grazie a un macchinario mobile, **InstaFactory**, portato direttamente in campo, il prodotto viene raccolto e trasformato sul posto per offrire la massima qualità organolettica. Al momento la Passata sul Campo Mutti è distribuita da **Eataly**.

MARKUP 297
QUADERNI

FEDERICO CAPPI
direttore marketing
retail di
Conservas Italia



LORENZA BARETTI
responsabile marketing
prodotto comparto conservati
del Gruppo Fini



GIANMARCO LAVIOLA
amministratore delegato
di Princes
Industrie Alimentari



GIUSEPPE TAMMARO
direttore commerciale
Italia di gruppo
La Doria



te chicche oggi vanno ripensate. La strategia è cercare di tenere i prezzi contenuti”.

ITALIANITÀ

Conservas Italia ha chiuso l'esercizio 2019-2020 con un fatturato sostanzialmente in linea con gli anni precedenti (896 milioni di euro) e per il pomodoro, nel corso della campagna 2020, si è assestata vicino all'obiettivo di 400mila tonnellate di materia prima conferita dai soci produttori. È 100% italiano, proveniente dalla filiera dei soci produttori che lo coltivano in oltre 5 mila ettari presenti nelle aree più vocate del Paese. A poca distanza dai campi si trovano anche gli stabilimenti produttivi. “Sono valori costantemente promossi dalle nostre marche Cirio e Valfrutta, che puntano sulla filiera italiana etica e controllata, sull'agricoltura sostenibile e sull'innovazione di prodotto -spiega **Federico Capi**, direttore marketing retail Conservas Italia-. Con Cirio abbiamo puntato sul valore del regionalismo con la gamma Le Selezioni che pro-

muove in particolare le eccellenze produttive della Sicilia e della Puglia; Con Valfrutta puntiamo quest'anno a consolidare la nuova gamma del Pomodoro al Vapore, con la quale offriamo un prodotto unico, capitalizzando il processo produttivo che questa marca ha promosso per prima su altre categorie di prodotti”.

Princes Industrie Alimentari (il fatturato di Gruppo ammonta a 1,5 miliardi £ nel 2019) rappresenta il pomodoro della Capitanata. Parte di **Princes Group** lavora 300mila tonnellate di pomodori ogni anno nello stabilimento di Foggia, il più grande d'Europa. Ventisei cooperative con oltre 300 coltivatori. L'attenzione è rivolta alla tracciabilità, tutela del made in Italy all'estero, sostenibilità ed economia circolare. “È fondamentale guardare al futuro in un'ottica da un lato di promozione e dall'altra di protezione dei prodotti made in Italy all'estero dal fenomeno dell'italian sounding -fa notare **Gianmarco Laviola**, amministratore delegato di Princes Industrie Alimentari-

Proprio in questo senso si muove l'accordo con **Coldiretti** a garanzia del pomodoro 100% italiano. Sempre in questo contesto, la tecnologica blockchain è un asset fondamentale per la tracciabilità del prodotto. Nel corso dell'anno ne proseguiamo lo sviluppo con Coldiretti, insieme a quelle tecnologie che permettono di rendere effettiva la tracciabilità del prodotto lungo tutta la filiera”. L'impegno principale, anche in futuro, è rivolto alla sostenibilità a 360 gradi. “Non solo un pricing equo e definito con anticipo, ma anche innovazione”.

DOMANDA ELEVATA

Per **La Doria**, leader europeo nella produzione di pelati e polpa di pomodoro, la mdd è segmento strategico: circa il 95% del fatturato complessivo del Gruppo è generato con le pl. Nei primi nove mesi del 2020 le vendite hanno registrato un incremento del 19%, attestandosi a 633,4 milioni di euro: l'aumento più significativo è stato determinato dai sughi pronti, categoria in cui l'a-

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

MARKUP 297
QUADERNI

GIUSEPPE TORRENTE
direttore marketing
di La Torrente



PACKAGING

In termini di packaging a basso impatto ambientale, all'estero i contenitori in cartone hanno un discreto appeal. Motivo per cui già da due anni Conserve Italia ha potenziato lo stabilimento di Ravarino (Mo) con una nuova linea dedicata proprio alla lavorazione del pomodoro in **Tetra Recart**.

88 marzo | 2021

zienda intende investire, in particolare del segmento premium. "Per la prima parte del 2021 si aspetta una stabilizzazione dei consumi, dovuta al perdurare della situazione di incertezza e degli stili di vita che ne conseguono -sottolinea **Giuseppe Tammaro**, direttore commerciale Italia La Doria Spa-. Anche nel comparto dei derivati del pomodoro la tendenza più attuale è l'attenzione verso le ricette sempre più salutistiche, a ridotto contenuto di sale, free from e bio. Grande attenzione è rivolta inoltre all'utilizzo di materie prime di qualità, come il pomodoro 100% italiano, provenienti da agricoltura sostenibile, tracciata e certificata, punti cardine della nostra produzione". La Doria nel 2019 ha ottenuto per il pomodoro la certificazione *Friend of The Earth* che garantisce al consumatore l'impegno verso le buone pratiche agricole, la salvaguardia della biodiversità e la responsabilità sociale lungo tutta la filiera. Relativamente al packaging lavora per garantire ai clienti l'utilizzo di materiali sempre più sostenibili e soluzioni che possano ridurre gli sprechi. A partire da marzo 2020 **Italian Food** (62 milioni di euro di ricavi) ha visto incrementare gli ordini per il marchio **Petti** da parte di tutti i clienti retail a un ritmo sempre più elevato (35 milioni, +14% rispetto al 2019). "Prevediamo che questo ritmo di domanda rimarrà costante a questi alti livelli per tutto il 2021, forse solo con qualche calo fisiologico nei mesi estivi -fa sapere Pasquale Petti, direttore generale-. La sfida più grande in questo momento rimane soddisfare le richieste del mercato, gestendo al meglio le scorte di prodotto fino alla nuova campagna e organizzando al meglio la pianificazione della nuova produzione 2021. Di certo la situazione delle scorte per tutte le aziende conserviere sarà più critica del 2020, visto che ormai siamo reduci da un intero anno di lockdown".

Anche **Consorzio Casalasco** del Pomodoro ha beneficiato dell'importante aumento sia dei volumi sia dei valori del comparato. Il marchio Pomi (di proprietà del Consorzio) ha performato più del mercato, in-

Assortimenti

La sempre più attenta valutazione dei bisogni dei consumatori sta già portando i retailer a una razionalizzazione del numero dei brand presenti a scaffale, promuovendo al meglio i marchi più performanti e i prodotti più distintivi e innovativi, che possano garantire il più alto valore aggiunto. "Petti punta a valorizzare in modo ancora più distintivo la provenienza regionale della materia prima con il nostro pomodoro toscano, che risponde all'esigenza di trasparenza e tracciabilità dei prodotti. L'intero settore food si sta orientando a consolidare in modo sempre più strutturato la forza del brand made in Italy: noi possiamo posizionarci un passo più avanti e abbinare anche il claim **made in Tuscany**".

crementando la quota volume del +19% e quella a valore del +27%. Il Consorzio è il primo gruppo italiano per la produzione e la trasformazione di pomodoro con 370 aziende agricole associate, 7mila ettari coltivati e oltre 560mila tonnellate di prodotto fresco trasformato proveniente dalla Pianura Padana. Buona parte dei ricavi sono sviluppati all'estero per conto terzi: l'attività di co-packer, per altri gruppi industriali e per la mdd, rimane il core business. Per il 2021 gli investimenti e le aspettative sono ambiziosi considerando che l'export ha trainato la crescita del fatturato dei brand Pomi e De Rica anche nelle decine di Paesi dove l'azienda è presente: Usa +36%, Germania +28%, Austria +32%, oltre a Emirati Arabi +42%, Russia, Giappone e Israele, solo per citarne alcuni. 🌐

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



**Salse e
maionese**



Leonardo Rastelli

© Riproduzione Riservata

Le dimensioni e i trend del mercato dal 05.01.2020 al 03.01.2021

VENDITE A VALORE (€)	VENDITE A VOLUME (Kg)	PREZZO MEDIO (€/Kg)	INTENSITY INDEX VOL.
335.757.030	67.912.669	4,94	21,7%
▲ +14,6%	▲ +12,7%	▲ +1,7%	▼ -1,4 p.p..

Totale Italia - fonte: Nielsen

TOP

- ▲ L'AREA 1 traina l'avanzata del comparto, crescendo a doppia cifra a valore (+15,4%) e volume (+14,1%)
- ▲ La SALSIA DI SOIA fa registrare una performance eccezionale: fatturato +58,1%, volumi +54,5%
- ▲ Anche la SALSIA BARBECUE è in ascesa: +30,6% a valore

**L'INNOVAZIONE
VINCENTE**

Tra i mercati che si sono messi in mostra nel 2020 spicca quello delle salse e maionese. Gli italiani le hanno usate in grande quantità anche in cucina, premiando la spinta innovativa delle aziende nel proporre prodotti la cui versatilità ne fa un prezioso alleato. E forse il boom di quelle etniche si spiega anche con il desiderio di volare lontano, almeno a tavola, essendo stati per mesi costretti tra le mura domestiche, dove abbiamo trasferito consumi tipici di un out of home mortificato dalla pandemia. Nota di merito anche per le referenze 100% veg, free from, bio. Una prova tangibile del fatto che "indulgence" e "health & wellness", almeno per una volta, possono convivere.

FLOP

- ▼ Il segmento della SALSIA AI CARCIOFI arretra dell'1,5% a valore
- ▼ Impercettibile calo (-0,1% a valore) anche per la SALSIA TONNATA
- ▼ La forte crescita delle quotazioni di talune MATERIE PRIME ha creato tensioni in alcuni periodi del 2020

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

CONDIMENTI > SALSE E MAIONESE

STRATEGIE

segue da pagina 245

marca. La pandemia ha favorito le vendite nel retail, ma ha anche generato qualche difficoltà sulla fornitura di materie prime: le maggiori si sono concentrate sull'olio di girasole, che ha raggiunto le massime quotazioni da 10 anni a questa parte. Aumenti si sono registrati anche per la banda stagnata". Complice l'emergenza sanitaria, l'anno scorso è stato impegnativo anche dal punto di vista delle previsioni di vendita. Ecco perché, secondo Salani, l'azienda dev'essere "brava" a offrire il prodotto giusto al momento giusto, impegnandosi costantemente anche in un'innovazione "concreta, che dia al consumatore la reason why per l'acquisto". Anche in tema di promozioni occorre oculatezza: "Sono importanti per allargare la base dei consumatori - sostiene Salani -, ma non bisogna abusarne e neppure utilizzarle per riposizionare il prodotto". L'obiettivo di Pucci è diventare, nel medio termine, un'azienda omnicanale con

al centro il consumatore. Ciò spiega l'interesse per l'e-commerce, da presidiare con politiche commerciali che tutelino ogni canale. All'estero l'azienda sviluppa il 30% del fatturato (percentuale in crescita). Anche Probios ha incassato risultati positivi nel 2020. "Grazie a un'offerta caratterizzata da proposte innovative con elevato contenuto di servizio e al potenziamento della nostra strategia di comunicazione con forti investimenti sui media - fanno sapere dall'azienda - siamo riusciti a raggiungere i consumatori con prodotti 100% bio, di qualità e dal sapore sfizioso". Nel 2020 Probios non ha lanciato novità, puntando sull'assortimento. Ne è un esempio Mayorice, maionese 100% vegetale senza uova ma a base di riso che presenta cinque varianti ideali per usi diversificati: accanto alla ricetta originale, curry, salsa cocktail, alle erbe e tzatziky style. "Un altro driver è l'innovazione, per creare prodotti dal sapore gustoso e rispettosi dell'ambiente, come dimostra il graduale



Elena Cattelan, Direttrice Marketing Ponti

passaggio a confezioni smaltibili nella raccolta carta: una transizione che stimiamo riduca di oltre 12 ton/anno l'immissione di plastica nell'ambiente". I prodotti Probios si differenziano anche per le ricette e le tabelle nutrizionali: gluten free, vegan, free from, senza uova né zuccheri. Accanto a un retail sempre più attento a questo segmento, l'azienda ha intensificato l'e-commerce proponendo tre diversi percorsi d'acquisto con prezzi dedicati: base, per l'acquisto standard; scontato, per acquisti a scadenza

TOP PLAYERS	Formec Biffi	Gruppo Fini	Ponti	Probios	Pucci
Fatturato azienda (€)	100 mln (2020)	95 mln (2019)	125 mln (2019)	27 mln (2020)	30 mln (2020)
Marchi	Biffi, Gaia	Le Conserve della Nonna, Fini	Ponti, Modenaceti, Rossini, Achillea, Brillaceto	Probios, Rice&Rice, Altri Cereali, BioChampion	Pucci, Berni, Condiriso, Louit Freres
Canali	Gdo 62%, Horeca 38%	Gdo 65%, Normal trade 20%, Export 15%	Gdo, Discount, Cash&Carry	Gdo, Specializzati, Pharma, Shop online	Gdo, Foodservice, Horeca
Top SKU	 Maionese classica in tubo 150 ml	 Crema di Carciofi Le Conserve della Nonna	 Salsa BBQ all'Aceto Balsamico di Modena Igp	 Mayorice Original	 Senape Dilor Louit Freres

CONDIMENTI > SALSE E MAIONESE

GRUPPO FINI

Italianità e versatilità, ingredienti vincenti

"Nel comparto delle creme spalmabili vegetali – afferma **Lorenza Baretto**, **Responsabile Marketing Prodotto del comparto conservati del Gruppo Fini** – proponiamo una gamma di 11 referenze a marchio Le Conserve della Nonna, che coniugano qualità e contenuto di servizio. Si tratta di prodotti pensati per un pubblico gourmet che ama sperimentare nuovi sapori e nuovi accostamenti. Ideali per bruschette, antipasti, per condire la pasta o un risotto, per accompagnare secondi di carne o pesce e arricchire sandwich o hamburger".
Per la realizzazione delle sue referenze, l'azienda utilizza principalmente materie prime italiane lavorate dal fresco, con metodi di produzione tradizionali, senza l'aggiunta di conservanti né aromi, per offrire un prodotto genuino e gluten

free. La linea sta riscontrando grande interesse anche all'estero, proprio grazie all'italianità delle materie prime e alla notevole versatilità dei prodotti, che li rende adattabili anche a gusti e ricette differenti. Per Gruppo Fini, in questo segmento, l'export (con un focus sul Nord Europa, in paesi come Germania, Belgio e Danimarca) pesa per un terzo del fatturato.

"L'obiettivo 2021 – illustra Baretto – è ampliare l'offerta con altre proposte innovative, sfiziose e distinte dal punto di vista della ricetta e delle materie prime, dedicate a un pubblico gourmet. Innovativo sarà anche il packaging: accattivante, moderno e ad alta visibilità a scaffale". In comunicazione, Gruppo Fini utilizza una strategia multichannel, che va dall'advertising su stampa e



Lorenza Baretto, Responsabile Marketing del comparto conservati del Gruppo Fini

web fino al presidio dei social network. "Abbiamo stretto collaborazioni con blogger e influencer – conclude Baretto –, che invitiamo a visitare lo stabilimento produttivo per provare i prodotti e testimoniare la cura e l'attenzione con cui vengono realizzati: siamo convinti che il miglior modo per raccontare una storia sia viverla e farla vivere in prima persona".

CUORE DIV. BONOMELLI

La Maionese Vegetale Cuore vale un terzo del segmento

La Maionese Vegetale Cuore ha archiviato il 2020 in crescita, raggiungendo il 33% di quota valore nel segmento delle maionesi vegetali. Ottimo anche il livello di distribuzione, oggi pari all'80% (fonte: Nielsen, a. t. 27.12.20, canale iper+super). "Cresce l'attenzione dei consumatori – osserva **Fausta Fiumi**, **Marketing Director Cuore** – alla qualità dei cibi e dei condimenti che si assumono. Maionese Vegetale Cuore si inserisce al meglio in tale contesto: è un condimento funzionale realizzato con il 55% di Olio Cuore che, grazie all'acido linoleico (Omega 6), aiuta a mantenere i normali livelli di colesterolo. È adatta a coloro che seguono un'alimentazione leggera ed

equilibrata e a chi è attento al colesterolo senza rinunciare al gusto". Non a caso, Cuore ha focalizzato il proprio claim sul beneficio del 'controllo del colesterolo', ottenendo ottimi riscontri da un ampio target di consumatori. "La Maionese Vegetale Cuore, ora anche nel formato top down, offre ai retailer la possibilità di soddisfare i nuovi bisogni dei consumatori e di essere in linea con i moderni trend di consumo, dando valore allo scaffale". Il brand è attivo anche nell'e-commerce: sui siti web aziendali è presente una sezione shop da cui è possibile selezionare il prodotto e posizionarlo nel carrello del proprio e-retailer di fiducia. "Inoltre, Maionese Cuore è inserita in un kit

benessere che contiene anche Olio, Sale e Pesto Cuore, sponsorizzato su Facebook e venduto direttamente ai consumatori". E l'export? "Per la marca Cuore ad oggi ha un peso contenuto, ma con buone opportunità di sviluppo". Anche nel 2021 l'azienda lavorerà per sviluppare le rotazioni del prodotto, grazie a intense attività di comunicazione off e on line: da importanti investimenti tv, con lo spot 20" nelle settimane di massima stagionalità, al digital, con video per attività geolocalizzate per area e provincia e targettizzate sulla base degli interessi degli utenti. Senza dimenticare la comunicazione digital delle promozioni svolte in store.



DM
MAGAZINE
FEBBRE 2021

SUCCESSO
Pasticcio: Girafola, fatteria
a +30% con forte crescita
multispetri

INTERVISTA
La pasta italiana
è ancora verde
quando c'è gran
verno

L'anno zero della pasta

Conserve vegeta

qualità e sostenibilità
caratterizzano il mercato

di Claudia Scorza



18 DM MAGAZINE

BENESSERE ED ECOSOSTENIBILITÀ

AL PRIMO POSTO

In un mercato maturo come quello dei vegetali conservati, il trend dell'innovazione segue le opportunità legate ai temi del benessere per quanto riguarda il prodotto e dell'ecosostenibilità sul fronte del packaging. **La Doria** ha intercettato e seguito queste tendenze sviluppando nuove referenze che mirano ad allargare la gamma dei prodotti bio, vegan e "free from", come i legumi senza sale nel liquido di governo, già presenti da diversi anni nei mercati nord-europei e ora richiesti anche in altri mercati, Italia compresa. Nell'ultimo anno l'azienda ha inoltre lanciato diverse nuove linee biologiche per la private label di retailers scandinavi e britannici. L'innovazione sul packaging, invece, ha riguardato lo sviluppo di contenitori in carta certificati Fsc e lattine in formato monodose per l'Italia e l'estero, mentre per il mercato scandinavo sta puntando da anni sul formato in carta, che ha ormai in gran parte sostituito la scatola in latta.

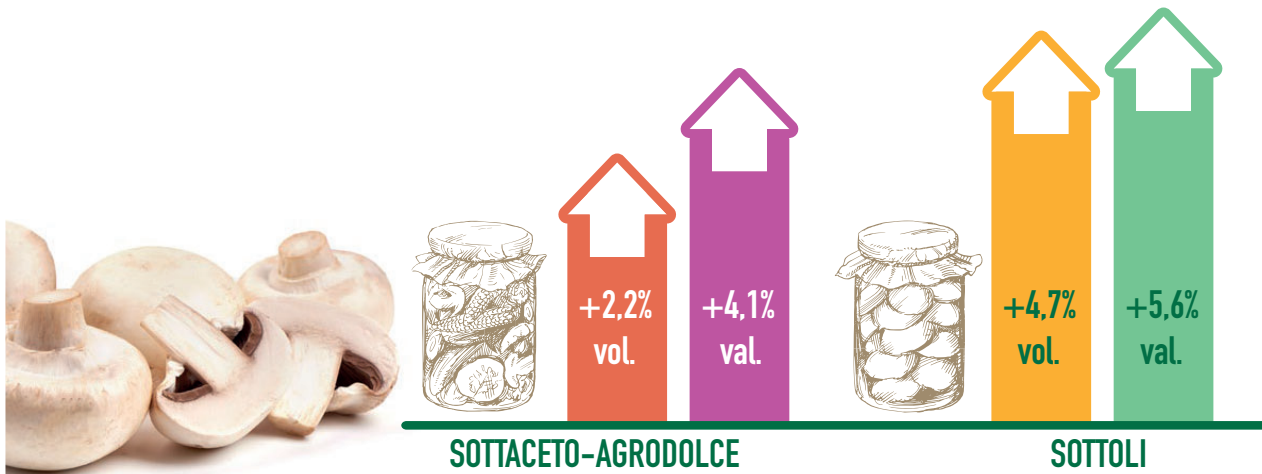


fagioli, lenticchie e ceci. Puntare sull'italianità, sulla regionalità e sulla naturalità dei nostri legumi e delle nostre verdure, forti della filiera cooperativa che sta alla base del Gruppo, ci ha permesso in questi anni di farci apprezzare dal consumatore sempre più consapevole e informato». I legumi sono prodotti basici altamente versatili, che offrono proteine a basso costo e quindi sempre più presenti nel menù settimanale degli italiani. «Proprio per seguire questa maggiore richiesta di legumi e per differenziarci a scaffale – afferma **Lorenza Baretto, responsabile marketing prodotto del comparto conservati del Gruppo Fini** –, oltre a scegliere legumi di altissima qualità, abbiamo deciso di diversificare l'offerta proponendo legumi fonte di iodio, grazie alla presenza di un pizzico di sale iodato protetto Presal: una fonte di iodio garantita e resistente alle cotture, assimilabile quindi dal nostro organismo».

L'EFFETTO DISPENSA" E L'APERITIVO HOMEMADE

I mutati comportamenti d'acquisto dei consumatori in seguito all'avvento dell'emergenza sanitaria hanno portato alla crescita dei "prodotti da dispensa", coinvolgendo quasi tutti i segmenti del mercato, come conferma **Federico Ghisolfi, direttore commerciale Italia di Saclà**:

MERCATI | DMM



Fonte: dati IRI, a.t. dicembre 2020, tot. Italia, Iper+Super+Lsp

all'esigenza di coniugare sapore e salubrità poiché mantiene il gusto delle verdure senza utilizzare olio».

Gli shopper premiano inoltre proposte di qualità e appetitose, che ricordano, in chiave moderna, l'antica tradizione italiana recuperando i gusti del passato. «I consumatori dimostrano oggi una notevole voglia di gratificazione attraverso la scelta di prodotti di qualità elevata, in grado di appagare il crescente desiderio di sperimentazione utilizzando le conserve anche come ingredienti in una cucina più creativa», dichiara **Fabio Salani, direttore commerciale di Pucci Group**, azienda proprietaria dei marchi Pucci, Berni e Louit Frères.

I CONSUMATORI SCELGONO PRODOTTI SOSTENIBILI

La sostenibilità, in tutte le sue molteplici sfaccettature, è un tema importante su cui investono molti player del comparto. Bonduelle da tempo lavora su questo fronte assecondando il trend e mettendo la sostenibilità anche al centro della sua comunicazione. «Bonduelle s'impegna

SCHEDE PRODOTTI



GRUPPO FINI - LE CONSERVE DELLA NONNA

Nome prodotto: Ceci giganti
Caratteristiche: ceci con sale iodato protetto Presal, fonte di iodio garantita e resistente alle cotture, ingredienti 100% naturali e ad alto contenuto di proteine.



LA DORIA

Nome prodotto: Organic Black Beans
Caratteristiche: fagioli tondini neri da agricoltura biologica, accuratamente selezionati, reidratati e lessati al naturale. Pronti all'uso, in packaging combi da 400g per pl di retailers scandinavi e britannici.



MADAMA OLIVA

Nome prodotto: Paté Squeeze
Caratteristiche: 4 paté (olive piccante/ olive e carciofi/ olive/ hummus di lupini) già pronti, confezionati in bustine squeeze da 100 g, ideali per decorare aperitivi e antipasti e come ingredienti per cucinare. La linea, vegan, gluten free e no ogm, è disponibile nel reparto ortofrutta.

23/01/2021 15:30
Sito Web

GAZZETTA DI MODENA

LINK: <https://gazzettadimodena.gelocal.it/modena/cronaca/2021/01/23/news/modena-market-di-chi-non-ce-la-fa-triplicate-in-un-anno>

HOME CRONACA SPORT TEMPO LIBERO DOSSIER VIDEO ANNUNCI PRIMA

METEO: +4°C

AGGIORNATO ALLE 16:25 - 23 GENNAIO

GAZZETTA DI MODENA

Notizi EVENTI

Modena Carpi Mirandola Sassuolo Maranello Formigine Vignola Pavullo Tutti i comuni

CONTENUTO RISERVATO AGLI ABBONATI

Modena » Cronaca

Modena. Market di chi non ce la fa TriPLICATE in un anno le famiglie in difficoltà



Ogni giovedì la Croce Rossa distribuisce pacchi di alimentari gratuitamente. A febbraio 2020 erano 70 i nuclei in crisi, ora sono oltre 220 quelli assistiti

PAOLA DUCCI

23 GENNAIO 2021

Paola Ducci

Sono più di 220 le famiglie in grave difficoltà economica della nostra città che di giovedì pomeriggio, dalle 13,30 alle 18, possono ritirare gratuitamente un pacco, con tanti viveri di prima necessità, presso i magazzini della sede della Croce Rossa Italiana (Cri) negli scantinati del complesso R-nord di via Canaletto a Modena. L'associazione, che fonda il suo operato grazie al volontariato e che promuove lo sviluppo dell'individuo, inteso come la possibilità per ciascuno di raggiungere il massimo delle proprie potenzialità, tutelando i diritti della persona e salvaguardandone la dignità, ha aiutato quest'anno oltre 900 persone che si sono trovate in condizione di estrema povertà. Con la sua rete di ben 190 volontari, che nel 2020 hanno donato circa 54.600 ore di lavoro, la Croce Rossa a Modena ha distribuito 16.116 pacchi alimentari agli indigenti, totalizzando più di un quintale di prodotti donati. «Al nostro servizio di distribuzione - spiega Domenico Pacchioni, delegato dell'area sociale di Cri - si rivolgono i nuclei famigliari o anche le singole persone che dimostrano di avere un Isee inferiore a 6000 euro. Dopo un primo colloquio conoscitivo e una segnalazione ai servizi sociali di Modena o comunque la verifica che la famiglia sia stata presa in carico anche dai servizi sociali per il suo bene, possono così cominciare ad usufruire del nostro contributo». Anche giovedì scorso sono state infatti circa un centinaio le persone che sono venute a ritirare la spesa. Un numero molto alto che da inizio pandemia ad oggi si è praticamente triplicato. «Se a febbraio le famiglie prese in carico da noi erano circa 70 - sottolinea Pacchioni - adesso sono più di 220. E se prima erano soprattutto persone straniere, ora sono aumentate le famiglie italiane che a causa della perdita del lavoro si sono trovate improvvisamente in condizione di grave povertà». «I pacchi contengono innanzitutto alimenti di prima necessità come latte, pasta olio, scatolame e alimenti specifici per l'infanzia dedicati a chi ha dichiarato di avere bimbi piccoli in casa - continua Pacchioni - poi di volta in volta aggiungiamo anche sfzosità che ci vengono donate. Per esempio questa settimana abbiamo dato un panettone a tutti, prossimamente daremo dell'ottimo ragù alla bolognese grazie ad un'ingentissima donazione dell'azienda "Conserve della nonna". Ma quello che è importante è che prestiamo molta attenzione anche ad allergie e intolleranze e a non proporre la carne di maiale a chi è musulmano. Verificando infatti gli ingredienti per esempio che i prodotti da forno non contengano grassi di origine animale come lo strutto».

circa un centinaio le persone che sono venute a ritirare la spesa. Un numero molto alto che da inizio pandemia ad oggi si è praticamente triplicato. «Se a febbraio le famiglie prese in carico da noi erano circa 70 - sottolinea Pacchioni - adesso sono più di 220. E se prima erano soprattutto persone straniere, ora sono aumentate le famiglie italiane che a causa della perdita del lavoro si sono trovate improvvisamente in condizione di grave povertà». «I pacchi contengono innanzitutto alimenti di prima necessità come latte, pasta olio, scatolame e alimenti specifici per l'infanzia dedicati a chi ha dichiarato di avere bimbi piccoli in casa - continua Pacchioni - poi di volta in volta aggiungiamo anche sfzosità che ci vengono donate. Per esempio questa settimana abbiamo dato un panettone a tutti, prossimamente daremo dell'ottimo ragù alla bolognese grazie ad un'ingentissima donazione dell'azienda "Conserve della nonna". Ma quello che è importante è che prestiamo molta attenzione anche ad allergie e intolleranze e a non proporre la carne di maiale a chi è musulmano. Verificando infatti gli ingredienti per esempio che i prodotti da forno non contengano grassi di origine animale come lo strutto».

L'organizzazione logistica della distribuzione è estremamente efficiente grazie al lavoro dei volontari che si alternano sia nella preparazione dei pacchi calibrati in base al numero dei componenti del nucleo famigliare, che nella distribuzione vera e propria, affinché tutto avvenga secondo le principali regole della sicurezza anti contagio. «Il cibo che distribuiamo - chiarisce Carlo Alberto Simonini, volontario coordinatore del magazzino viveri - è di duplice provenienza. Una parte arriva direttamente dal Ministero del welfare al quale ci siamo accreditati e che ci fornisce beni di prima necessità "Fead - Agea" ovvero provenienti dal Fondo di aiuto europeo agli indigenti, un'altra parte ci viene invece fornita dalle donazioni di aziende del settore alimentare e dalle catene di supermercati attraverso i progetti di recupero delle eccedenze e le raccolte alimentari. Ma non mancano anche singoli donatori. Per esempio la nostra sede si trova accanto alla Coop Canaletto e tutte le settimane ci sono clienti che ci regalano carrelli pieni di viveri. Nel caso in cui rimaniamo sprovvisti di alcuni prodotti procediamo anche all'acquisto con i fondi che reperiamo dalle campagne di fundraising ma anche grazie al buon cuore di tanti piccoli donatori che in questo 2020 sono aumentati. Ci siamo trovati spesso sul conto corrente donazioni anche importanti in denaro da parte di cittadini anonimi».

Ma la distribuzione dei beni non avviene solo nel magazzino della sede di R-Nord. Rispondendo a più di 1800 chiamate, quasi 300 nel 2020 sono state infine le consegne di viveri a domicilio, soprattutto nei mesi del lockdown generale, così come di grande importanza è stato anche il servizio di consegna di farmaci non solo alle singole persone, ma anche all'Hotel Tibi di Modena, divenuto hotel Covid, supportando così l'area infermieristica della struttura, reperendo i farmaci che i medici prescrivono alle persone in isolamento in hotel. -

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I nuovi pesti DELLA NONNA

Le Conserve della Nonna, storico brand modenese del Gruppo FINI specializzato in conserve di pomodoro, confetture e condimenti a base vegetale, amplia la propria gamma di pesti mescolando in un'ottica di riscoperta ingredienti del passato e della tradizione. Dal più semplice al più elaborato, l'ampia gamma di pesti è pensata attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità.

Un'ottima scelta per chi cerca prodotti fatti con cura, capaci di rievocare i sapori della cucina delle nonne, senza glutine e senza conservanti.



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





Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti



Le Conserve della Nonna, di proprietà del Gruppo Fini, ha ampliato ulteriormente la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze che in un'ottica di riscoperta mescolano ingredienti del passato e della tradizione.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto cavolo riccio e mandorle, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il pesto all'arrabbiata, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il pesto di rucola italiana e grana padano dop, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. Tra le altre ricette che compongono la gamma ricordiamo il pesto broccoli e cime di rapa: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il pesto alla genovese, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un pesto rosso, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea, inoltre, propone il trito aglio, olio e peperoncino, ricetta di grande semplicità ma impresiosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera dop lavorati dal fresco.





HO RE CA **PAUAFE**
IL PORTALE DEL "FUORICASA" **NEWS.IT** www.panafe.com

HOME ▾ NOTIZIE ▾ MARCA ▾ PRODOTTI ▾ BUSINESS ▾ HO.RE.CA. ▾ NEWSLETTER ▾ MULTIMEDIA

Home > Alimenti & Ingredienti > Conserve, Salse e Insaporitori > Le Conserve della Nonna amplia la sua gamma di pesti

ALIMENTI & INGREDIENTI **CONSERVE, SALSE E INSAPORITORI**

Le Conserve della Nonna amplia la sua gamma di pesti

Le Conserve della Nonna amplia la sua gamma di pesti con tre nuove referenze che in un'ottica di riscoperta mescolano ingredienti del passato e della tradizione

By Redazione - 12 Gennaio 2021



Le Conserve della Nonna, storico brand nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del **Gruppo FINI S.p.A.** ha ampliato ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, la propria linea di pesti introducendo **tre nuove referenze** che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, l'ampia gamma di pesti è pensata per **soddisfare ogni tipo di palato** attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità.

I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano **ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie**, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine.

Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, senza glutine e senza conservanti.



Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il **pesto Cavolo Riccio e Mandorle**, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il **Pesto all'Arrabbiata**, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il **pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP**, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.



FIN

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. Tra le altre ricette che compongono la gamma ricordiamo il **Pesto Broccoli e Cime di Rapa**: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il **Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un **Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impregiata, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà 100% Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta 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 sughì, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali;

FIN



12/01/2021 11:29
Sito Web

newsfood.com
Nutrimento e Nutri-Mente

LINK: <https://www.newsfood.com/le-conserve-della-nonna-amplia-la-linea-di-pesti-con-tre-novita/>

newsfood.com
Nutrimento e Nutri-Mente

AGROALIMENTARE ATTUALITÀ IMPRESA INTERNATIONAL PRIMA PAGINA REGIONE


Gazzetta Normativa Alim
Ricevi la newsletter del tecnol

Home / PRIMA PAGINA In evidenza / Le Conserve della Nonna amplia la linea

LE CONSERVE DELLA NONNA AMPLIA LA LINEA DI PESTI CON TRE NOVITÀ

12 GENNAIO 2021 0 COMMENTI

IN : IN EVIDENZA , NEWS DALLE AZIENDE , PRIMA PAGINA 0



Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. **Lo storico brand** nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. **ha ampliato** ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, **la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze** che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, **l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato** attraverso ricette uniche, distinte e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano **ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie**, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. **Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura**, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, **senza glutine e senza conservanti**.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto

Cavolo Riccio e Mandorle, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; **il Pesto all'Arrabbiata**, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; **il pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP**, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. **Tra le altre ricette** che compongono la gamma ricordiamo **il Pesto Broccoli e Cime di Rapa**: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; **il Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un **Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea de **Le Conserve della Nonna** inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impreziosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

Crea/Invia pdf

Gruppo Fini - Le Conserve Della Nonna



26/01/2021 18:30
Sito Web

RP Fashion & Glamour News

LINK: <https://rpfashionglamournews.com/2021/01/26/le-conserve-della-nonna-amplia-la-linea-dei-pesti/>

Home Redazione Informazioni Contatti



RP FASHION & GLAMOUR NEWS

la rivista online che Racconta e Propone moda, mode, tendenze e ...

NOTIZIE & COMUNICATI

Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

Date: gennaio 26, 2021

0 Commenti

Riceviamo e pubblichiamo

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili.

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sugli ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. Lo storico brand nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. ha ampliato ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, la propria **linea di pesti** introducendo tre nuove referenze che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de **Le Conserve della Nonna** si rivelano ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura, **capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, senza glutine e senza conservanti.**

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il **pesto Cavolo Riccio e Mandorle**, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il **Pesto all'Arrabbiata**, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il **pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP**, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.



Le nuove referenze arricchiscono una **linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico**. Tra le altre ricette che compongono la gamma ricordiamo il **Pesto Broccoli e Cime di Rapa**: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il **Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un **Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impregiata, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>



AREA-PRESS.EU

COMUNICATI STAMPA & PRESS RELEASE

HOME

CHI SIAMO

COMUNICATI

COME PUBBLICARE?

CONTATTACI

LOGOUT

Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

Posted on 22 Gennaio 2021 by Borderline Agency

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. **Lo storico brand** nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. **ha ampliato** ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, **la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze** che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, **l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato** attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano **ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie**, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. **Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura**, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, **senza glutine e senza conservanti**.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto **Cavolo Riccio e Mandorle**, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; **il Pesto all'Arrabbiata**, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; **il pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP**, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. **Tra le altre ricette** che compongono la gamma ricordiamo **il Pesto Broccoli e Cime di Rapa:** con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; **il Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; **un Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impregiosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>



ARTICLE-MARKETING.EU

article marketing & press release

● HOME ● BLOG COMUNICATI ▼ ● CHI SIAMO ▼ ● COME PUBBLICARE? ▼

Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

by Borderline Agency | 22 Gennaio 2021 | in Comunicati stampa | 0

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. **Lo storico brand** nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. **ha ampliato** ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, **la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze** che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, **l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato** attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano **ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie**, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. **Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura**, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, **senza glutine e senza conservanti**.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto **Cavolo Riccio e Mandorle**, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; **il Pesto all'Arrabbiata**, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; **il pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP**, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. **Tra le altre ricette** che compongono la gamma ricordiamo **il Pesto Broccoli e Cime di Rapa:** con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; **il Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un **Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impregiosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>

Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

January
21
2021



Matteo Barboni
Borderline srl

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. Lo storico brand nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. ha ampliato ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, senza glutine e senza conservanti.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto Cavolo Riccio e Mandorle, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il Pesto all'Arrabbiata, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. Tra le altre ricette che compongono la gamma ricordiamo il Pesto Broccoli e Cime di Rapa: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il Pesto alla Genovese, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un Pesto Rosso, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il Trito Aglio, Olio e Peperoncino, ricetta di grande semplicità ma impregiosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>



Comunicati stampa

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



Ti trovi su: [Home](#) » [Weblog](#) » [Aziende](#) » Blog article: Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti | Comunicati stampa

Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

22 Gennaio 2021 da [Borderline Agency](#)

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. **Lo storico brand** nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. **ha ampliato** ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, **la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze** che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, **l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato** attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano **ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie**, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. **Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura**, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, **senza glutine e senza conservanti**.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto **Cavolo Riccio e Mandorle**, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il **Pesto all'Arrabbiata**, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il **pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP**, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. **Tra le altre ricette** che compongono la gamma ricordiamo il **Pesto Broccoli e Cime di Rapa**: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il **Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un **Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impregiosità, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>



[Home](#) » [Aziende](#) » [Alimentari](#)

Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

20/gen/2021 10:56:41 [Borderline Agency](#) [Contatta l'autore](#)

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sugli ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. **Lo storico brand** nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. **ha ampliato** ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, **la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze** che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, **l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato** attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano **ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie**, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. **Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura**, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, **senza glutine e senza conservanti**.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto **Cavolo Riccio e Mandorle**, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il **Pesto all'Arrabbiata**, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il **pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP**, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. **Tra le altre ricette** che compongono la gamma ricordiamo il **Pesto Broccoli e Cime di Rapa**: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il **Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un **Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impregiosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>



Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

20 Gennaio 2021 di BorderlineAgency

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa

dell'emergenza Covid. Lo storico brand nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. ha ampliato ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto Cavolo Riccio e Mandorle, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il Pesto all'Arrabbiata, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. Tra le altre ricette che compongono la gamma ricordiamo il Pesto Broccoli e Cime di Rapa: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il Pesto alla Genovese, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un Pesto Rosso, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il Tritto Aglio, Olio e Peperoncino, ricetta di grande semplicità ma impregiosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

Le Conserve della Nonna



Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Bologna, 20/01/2021 ([informazione.it](https://www.informazione.it) - comunicati stampa - cibi e bevande)

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. Lo storico brand nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. ha ampliato ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, senza conservanti.



Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto Cavolo Riccio e Mandorle, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il Pesto all'Arrabbiata, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. Tra le altre ricette che compongono la gamma ricordiamo il Pesto Broccoli e Cime di Rapa: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è

la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il Pesto alla Genovese, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un Pesto Rosso, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il Trito Aglio, Olio e Peperoncino, ricetta di grande semplicità ma impregiosità, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

Per maggiori informazioni

Sito Web

<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>



Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

Publicata da: **Borderline** Mercoledì, 20 Gennaio 2021 | 1 lettura [\[Cancella articolo\]](#)



Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. Lo storico brand nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. ha ampliato ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, **la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze** che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, **l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato** attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano **ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie**, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. **Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura**, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, **senza glutine e senza conservant**.

Tra le novità più originali che il marchio modenese propone troviamo il pesto **Cavolo Riccio e Mandorle**, dal sapore deciso e definito, realizzato con cavolo riccio italiano; il **Pesto all'Arrabbiata**, realizzato con pomodori essiccati al sole, una scelta perfetta per caricare di giusta piccantezza la pasta grazie alla presenza del peperoncino calabrese; il **pesto di rucola italiana e Grana Padano DOP**, dal sapore tradizionale, antico e intenso, ideale per la pasta ma anche per carne, pesce e frittate.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata/[b], completa e apprezzata dal pubblico. Tra le altre ricette che compongono la gamma ricordiamo il [b]Pesto Broccoli e Cime di Rapa: con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il **Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un **Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impregiosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>



JOY Free Press

Diamo voce ai tuoi pensieri con comunicati di pubblica utilità

Comunicati generici > Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti >

Le Conserve della Nonna amplia la linea dei pesti

Il brand modenese presenta nuove e sfiziose varianti di pesto, realizzati con materie prime rigorosamente italiane e altamente versatili

Le Conserve della Nonna e il mondo dei pesti: una storia di passione, ricerca e intuizione che continua a crescere abbracciando le richieste di un segmento in forte espansione nonostante le contrazioni che il mercato sughi ha registrato su ampia scala nell'ultimo anno a causa dell'emergenza Covid. **Lo storico brand** nato nel 1973 a Ravarino (MO) e proprietà del Gruppo FINI S.p.A. **ha ampliato** ulteriormente, con buoni riscontri sia in Italia che all'estero, **la propria linea di pesti introducendo tre nuove referenze** che in un'ottica di riscoperta mescolano sapientemente ingredienti del passato e della tradizione.

Dal più semplice al più elaborato, l'ampia gamma di pesti è pensata per soddisfare ogni tipo di palato attraverso ricette uniche, distintive e caratterizzate da un alto grado di versatilità. I pesti de Le Conserve della Nonna si rivelano ideali per differenti occasioni ed espressioni culinarie, per condire ed esaltare ogni tipologia di pasta, accompagnare secondi di carne e di pesce, e infine arricchire sfiziose tartine. Un'ottima scelta per chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, senza glutine e senza conservanti.

Le nuove referenze arricchiscono una linea variegata, completa e apprezzata dal pubblico. **Tra le altre ricette** che compongono la gamma ricordiamo il **Pesto Broccoli e Cime di Rapa:** con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino è la soluzione ideale e veloce per condire e mettere in tavola un classico immortale come le orecchiette o realizzare fantasiose bruschette; il **Pesto alla Genovese**, che racchiude tutto il profumo e il sapore del basilico italiano e si sposa perfettamente con le trofie e molti altri primi piatti italiani; un **Pesto Rosso**, preparato con gustosi pomodori essiccati, pinoli, basilico e ricotta.

La linea inoltre propone il **Trito Aglio, Olio e Peperoncino**, ricetta di grande semplicità ma impregiosita, da ingredienti selezionati come il peperoncino calabrese e l'aglio di Voghiera DOP lavorati dal fresco, un salvacena per eccellenza da tenere sempre in dispensa.

<https://nonsolobuono.it/conservenella-nonna/>



FOODVALLEY



ROMA

Nasce Salsedine pescheria e gastronomia

I sapori del mare sbarcano da *Salsedine*, il nuovo laboratorio gastronomico ittico dello chef Emanuele Paoloni a Roma, nello stesso locale in cui c'era la pescheria del padre. Mentre *Aqualunae Bistrot* è l'espressione della filosofia in cucina di Paoloni, il frutto di tanti anni di studio ed esperienza, *Salsedine* esprime il lato più pop e scanzonato della sua cucina che punta a realizzare tante preparazioni a seconda di ciò che il mare offre ogni giorno. *Salsedine* è pescheria, dove acquistare il pesce fresco che arriva da una barca che pesca in esclusiva a Porto Santo Stefano e dall'asta di San Benedetto del Tronto e, appena sarà possibile, anche da Taranto, Carloforte e Mazara del Vallo. Ma *Salsedine* è anche gastronomia, grazie alle preparazioni del laboratorio in cui sono lavorati i prodotti freschi pronti da gustare.

PREMI

Assegnati i riconoscimenti Quality Award 2021

Sono stati assegnati i riconoscimenti della sesta edizione del *Quality Award 2021* che premia i prodotti di qualità. Tra i premiati sono presenti grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti di tendenza. Il premio si è riconfermato primo in Italia per numero di prodotti testati e premiati per la loro qualità: 39 aziende in oltre 60 categorie merceologiche. Tra i premiati il Pane morbido Pan Piuma, Crescenza e stracchino 3b latte, Burro e tome Beppino Ocelli, Barretta di bresola BresUp, Sughì pronti Campo d'Oro, Pomodorini e zucchine Deliziorti, Legumi biologici Conserve Rispoli, Bastoncini di mare e affettato di mare Coraya, Piadine Loriana, Eridania con linea zucchero Zefiro e Tropical e linea dolcificanti Zero, Formaggio Gran Kinara di Fattorie Fiandino, Passate di pomodoro e confetture Le Conserve della Nonna, Italtipici con extravergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano.



EXTRAVERGINE

Monocultivar 2020 i monovarietali di Pruneti

Monocultivar è la selezione dei monovarietali di Pruneti che rappresentano "l'haute couture dell'olio extravergine di oliva", come afferma il produttore di Greve in Chianti Gianni Pruneti. Leccino, Moraiole e Frantoio sono tre oli che delineano in modo semplice e chiaro i sapori e i profumi del territorio in cui nascono, il Chianti Classico, e si fanno apprezzare per le loro caratteristiche distintive. Il Leccino con il profumo pungente di erba e i suoi sapori delicati, il Moraiole con le spiccate note balsamiche e di pepe nero, e il Frantoio con il caratteristico e persistente gusto di carciofo. I Monovarietali sono proposti nell'elegante confezione monodose Pret à porter e nella conveniente e raffinata bottiglia family da 1 litro: la prima, da 20 millilitri, è il formato ideale per accompagnare anche il pranzo in ufficio o il take away, mentre il formato famiglia è adatto in tavola.



PROFESSIONISTI

Gaetano Torino eletto Hotel Manager 2020

Gaetano Torino è stato eletto *Hotel Manager Italiano 2020*. Professionalità, dedizione al lavoro, positività, perseveranza, ma soprattutto passione sono state le principali motivazioni che hanno convinto la giuria a conferire a Gaetano Torino, direttore generale del *Grand Hotel Sina Bernini Bristol* di Roma, il prestigioso premio. Da 47 anni professionista esemplare con una grande esperienza nel lusso sia corporate che leisure, Torino ha avuto una carriera brillante e di successo, con esperienze di alto livello e incarichi direttivi fin dall'inizio della carriera in sei compagnie multinazionali in Stati Uniti, Gran Bretagna e Italia, nell'ambito delle quali spiccano l'apertura dello *Sheraton* (Gruppo Itt) in Italia e la nomina a direttore generale e successivamente Amministratore delegato e presidente del Cda di De La Ville, filiale di Intercontinental Hotels in Italia, operatrice del lussuoso *Hotel de La Ville* a Roma.

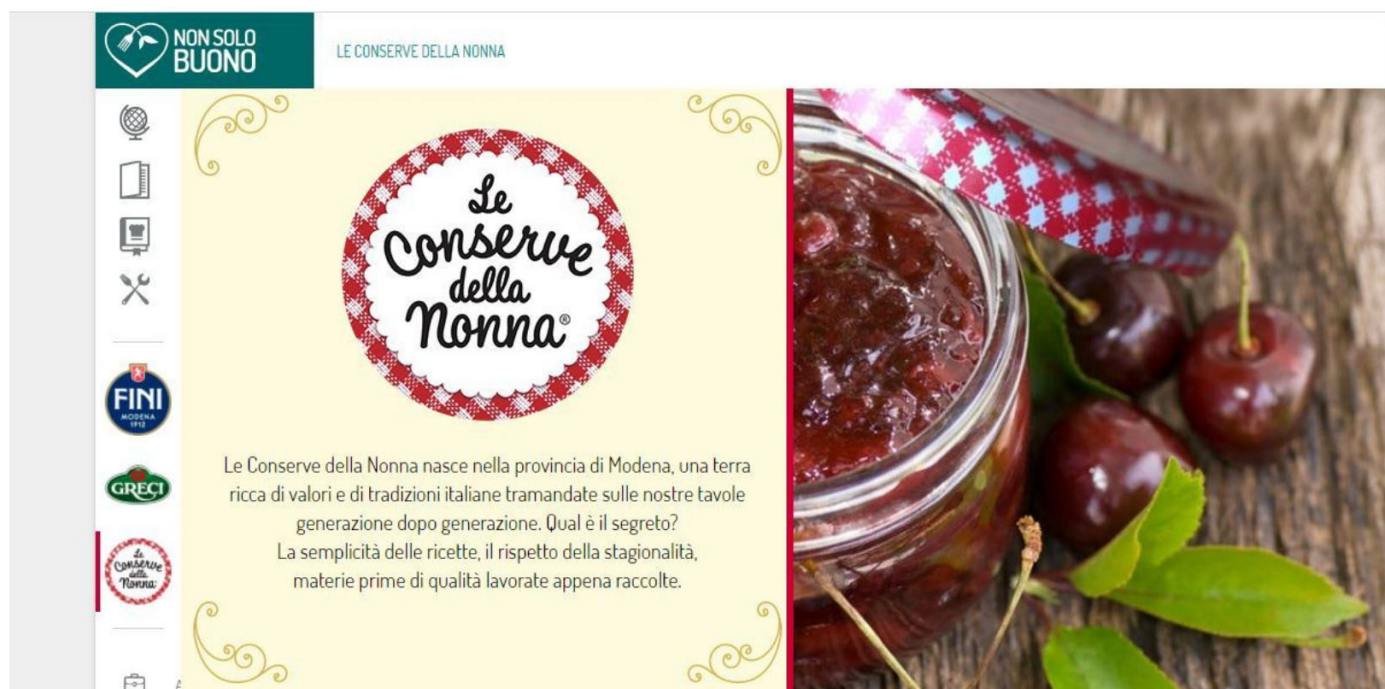




News

10 Gennaio 2021

Quality Award 2021: Le Conserve della Nonna vincono ancora



Il rispetto della tradizione e la costante ricerca della qualità continuano a premiare Le Conserve della Nonna. Lo storico brand modenese è riuscito ad aggiudicarsi per il terzo anno di fila il prestigioso premio Quality Award. Per l'edizione 2021 la garanzia di qualità è stata attribuita alle passate di pomodoro e alle confetture, entrambe vincitrici anche nell'edizione scorsa.

Il Quality Award è un riconoscimento assegnato ai prodotti alimentari (food & beverage) attraverso test sensoriali condotti da laboratori indipendenti, con il coinvolgimento di un campione di 300 consumatori heavy user, scelti come rappresentanti di tutti i potenziali acquirenti della tipologia di prodotto da valutare, per genere, età e nucleo familiare.

La valutazione dei prodotti in gara viene realizzata mediante un rigoroso blind test: senza conoscere la marca di appartenenza del prodotto, ciascun consumatore esprime un giudizio su alcune componenti, tra cui l'etichetta degli ingredienti, il gradimento globale, il sapore, l'aspetto, la consistenza e l'odore. Solo i prodotti in test che hanno ottenuto un apprezzamento dei consumatori pari ad almeno 7 punti su 10 possono fregiarsi del Quality Award per la categoria in oggetto, per una durata di 12 mesi.



CLOOTEE, LA PRIMA BOX
MENSILE DI NOLEGGIO
ABBIGLIAMENTO 0-18 IN
ITALIA

BUONGIORNO
lifestyle magazine *online*

ATTUALITÀ MODA BELLEZZA TURISMO ENOGASTRONOMIA CASA & DESIGN VIVERSANI CULTURA

QUALITY AWARD: ASSEGNATI I PREMI 2021

EVENTI

13 GEN. 2021

Il Premio **Quality Award**, l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori, annuncia i vincitori della **sesta edizione 2021**.

Tra i **premiati del 2021** sono presenti grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo.

Con l'edizione 2021 il premio si è riconfermato come primo premio in Italia per numero di prodotti alimentari testati e premiati per la loro qualità: **39 aziende** in oltre **60 differenti categorie merceologiche**, dal **Food al**



No Food e al Pet.

Di seguito tutti i premiati **QUALITY AWARD 2021**:

1. Pane morbido **Pan Piuma**
2. Crescenza e stracchino **3B Latte**
3. Burro e tome **Beppino Ocelli**
4. Barretta di bresola **BresUP**
5. Sughi pronti **Campo d'Oro**
6. Crema mani igienizzante **Farmaceutici Dr. Ciccarelli**
7. Pomodorini e zucchine **Delizorti**
8. **Frio** con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno: vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione
9. Integratori in bustine e barrette raw **Mielizia**
10. Legumi biologici **Conservas Rispoli**
11. Bastoncini di mare e affettato di mare **Coraya**
12. Piadine **Loriana**
13. **Eridania** con linea zucchero Zefiro e Tropical: linea dolcificanti Zero
14. **Eurospin** con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando
15. Formaggio Gran Kinara di **Fattorie Fiandino**
16. Meatanalog **Food Evolution**
17. Pasticceria per cani **DoggyeBag**
18. **Farm Company** con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano.
19. Gnocchi e purè di patate **Mamma Emma**
20. Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini **Le Veneziane**
21. Caffè macinato, capsule e cialde **Kimbo**
22. Succhi di frutta **Kore**
23. Pomodori pelati e datterini **La Rosina**
24. Pasta fresca **Maffei**
25. Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da **Maxi Zoo**
26. **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere
27. **Pangea Food** con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio
28. Limoncello **Pallini**
29. **Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green
30. Pasta **Armando**
31. **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani
32. **Vanini** con la pralina Blue Rose
33. Terricci **Vigorplant**
34. **Visan** con i croccantini monoproteici per cani Amanova
35. Filetti di alici **Zarotti**



"Siamo finalmente giunti al Quality Award 2021, dopo un anno complicatissimo per il Paese e anche per il nostro lavoro, che da sempre prevede test di performance direttamente con i consumatori per poter premiare i prodotti di qualità" afferma **Antonio Decaro, Responsabile Marketing Premio QUALITY AWARD**. "Solitamente i nostri test si svolgono in central location, presso i laboratori partner che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità home use test, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere. Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: più di 60 prodotti Food, No Food e Pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione sia rivolte al trade che al consumatore finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022!" conclude Decaro.

ORGANIZZATORE DEL PREMIO: MARKETING CONSULTING

Il logo Quality Award è di proprietà di **Marketing Consulting**, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale che internazionale. L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, aziende Food, No Food e Pet, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederne le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo.



Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i test di laboratorio, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.

COME VIENE ASSEGNATO IL PREMIO

Il premio **QUALITY AWARD** è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da **Marketing Consulting**, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'unico premio in Italia che coinvolge **ben 300 consumatori italiani heavy user** la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta. I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test.

Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento **QUALITY AWARD** per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento **QUALITY AWARD** sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).



COLLABORAZIONE CON NIELSEN

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen). In questo modo, alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità, non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio Quality Award, ma che questa qualità è anche più alta della qualità media delle referenze più vendute in Italia.

www.premioqualityaward.it – FB Consumer Test @PremioQualityAward



FOOD E...
COMUNICAZIONE
SOSTENIBILITÀ
INFLUENCER
BLOGGER
MEDIA TREND
TECH

HOME

FOOD TREND

FOOD INFLUENCER &
BLOGGER

FOOD & SOSTENIBILITÀ

NEWSLETTER

CHI SIAMO

PUBBLICITÀ &
PARTNERSHIP

CONTATTI

PRIVACY



HOME / 2021 / GENNAIO / 13
ASSEGNATI I PREMI QUALITY AWARD 2021: ECCO TUTTI I VINCITORI DELLA SESTA EDIZIONE. TANTISSIMI I PRODOTTI FOOD PREMIATI

ASSEGNATI I PREMI QUALITY AWARD 2021: ECCO TUTTI I VINCITORI DELLA SESTA EDIZIONE. TANTISSIMI I PRODOTTI FOOD PREMIATI

PUBLISHED ON 13 GENNAIO 2021 BY FOODAFFAIRS.IT



Il Premio **Quality Award** – l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori – annuncia i vincitori della **sesta edizione 2021**.

Tra i **premiati del 2021** sono presenti grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo.

Con l'edizione 2021 il premio si è riconfermato come primo premio in Italia per numero di prodotti alimentari testati e premiati per la loro qualità: **39 aziende** in oltre **60 differenti categorie merceologiche**, dal **Food al No Food e al Pet**.

Di seguito tutti i premiati **QUALITY AWARD 2021**:

1. Pane morbido **Pan Piuma**
2. Crescenza e stracchino **3B Latte**
3. Burro e tome **Beppino Occhelli**
4. Barretta di bresola **BresUP**
5. Sughì pronti **Campo d'Oro**
6. Crema mani igienizzante **Farmaceutici Dr. Ciccarelli**
7. Pomodorini e zucchine **Deliziorti**
8. **Frio** con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione
9. Integratori in bustine e barrette raw **Mielizia**
10. Legumi biologici **Conservas Rispoli**

11. Bastoncini di mare e affettato di mare **Coraya**
12. Piadine **Loriana**
13. **Eridania** con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero
14. **Eurospin** con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando
15. Formaggio Gran Kinara di **Fattorie Fiandino**
16. Meatanalog **Food Evolution**
17. Pasticceria per cani **DoggyeBag**
18. **Farm Company** con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani
19. Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di **Ghisetti 1870**
20. Passate di pomodoro e confetture **Le Conserve della Nonna**
21. Caramelle **Herbamelle**
22. **Italtipici** con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi Friggileggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano.
23. Gnocchi e purè di patate **Mamma Emma**
24. Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini **Le Veneziane**
25. Caffè macinato, capsule e cialde **Kimbo**
26. Succhi di frutta **Kore**
27. Pomodori pelati e datterini **La Rosina**
28. Pasta fresca **Maffei**
29. Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da **Maxi Zoo**
30. **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere
31. **Pangea Food** con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio
32. Limoncello **Pallini**
33. **Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green
34. Pasta **Armando**
35. **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani
36. **Vanini** con la pralina Blue Rose
37. Terricci **Vigorplant**
38. **Visan** con i croccantini monoproteici per cani Amanova
39. Filetti di alici **Zarotti**



"Siamo finalmente giunti al Quality Award 2021, dopo un anno complicatissimo per il Paese e anche per il nostro lavoro, che da sempre prevede test di performance direttamente con i consumatori per poter premiare i prodotti di qualità" afferma **Antonio Decaro, Responsabile Marketing Premio QUALITY AWARD**. "Solitamente i nostri test si svolgono in central location, presso i laboratori partner che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità home use test, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere. Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: più di 60 prodotti Food, No Food e Pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione sia rivolte al trade che al consumatore finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022!" conclude Decaro.

ORGANIZZATORE DEL PREMIO: MARKETING CONSULTING

Il logo Quality Award è di proprietà di **Marketing Consulting**, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale che internazionale. L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, aziende Food, No Food e Pet, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederne le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo.

Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i test di laboratorio, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.

COME VIENE ASSEGNATO IL PREMIO

Il premio QUALITY AWARD è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da **Marketing Consulting**, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'**unico premio in Italia che coinvolge ben 300 consumatori italiani heavy user** la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta. I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test.

Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento QUALITY AWARD per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento QUALITY AWARD sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).

COLLABORAZIONE CON NIELSEN

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen). In questo modo, alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità, non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio Quality Award, ma che questa qualità è anche più alta della qualità media delle referenze più vendute in Italia.

FOOD AFFAIRS



Home > Eventi & Fiere > Premi & Riconoscimenti > Quality Award 2021: ecco tutti i prodotti premiati

Quality Award 2021: ecco tutti i prodotti premiati

Tra i premiati Quality Award 2021 grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo.

By Redazione 2 - 14 Gennaio 2021



Il Premio **Quality Award** – l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori – annuncia i vincitori della **sesta edizione 2021**.

Tra i **premiati del 2021** sono presenti grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo.

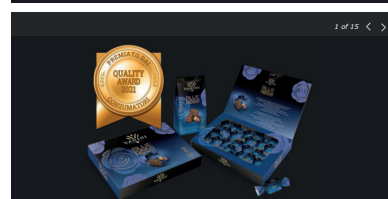
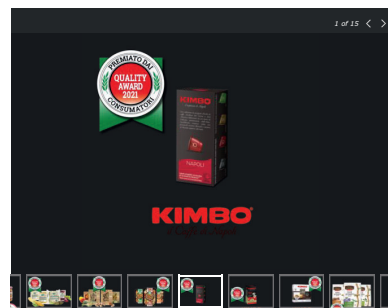
Con l'edizione 2021 il premio si è riconfermato come primo premio in Italia per numero di prodotti alimentari testati e premiati per la loro qualità: **39 aziende** in oltre **60 differenti categorie merceologiche**, dal **Food al No Food e al Pet**.



Di seguito tutti i premiati QUALITY AWARD 2021:

1. Pane morbido **Pan Piuma**
2. Crescenza e stracchino **3B Latte**
3. Burro e tome **Beppino Occelli**
4. Barretta di bresola **BresUP**
5. Sughi pronti **Campo d'Oro**
6. Crema mani igienizzante **Farmaceutici Dr. Ciccarelli**
7. Pomodorini e zucchine **Deliziorti**
8. **Frio** con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione
9. Integratori in bustine e barrette raw **Mielizia**
10. Legumi biologici **Conservas Rispoli**
11. Bastoncini di mare e affettato di mare **Coraya**
12. Piadine **Loriana**
13. **Eridania** con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero
14. **Eurospin** con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando

15. Formaggio Gran Kinara di **Fattorie Fiandino**
16. Meatanalog **Food Evolution**
17. Pasticceria per cani **DoggyeBag**
18. **Farm Company** con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani
19. Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di **Ghisetti 1870**
20. Passate di pomodoro e confetture **Le Conserve della Nonna**
21. Caramelle **Herbamelle**
22. **Italtipici** con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi Friggileggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano.
23. Gnocchi e purè di patate **Mamma Emma**
24. Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini **Le Veneziane**
25. Caffè macinato, capsule e cialde **Kimbo**
26. Succhi di frutta **Kore**
27. Pomodori pelati e datterini **La Rosina**
28. Pasta fresca **Maffei**
29. Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da **Maxi Zoo**
30. **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere
31. **Pangea Food** con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio
32. Limoncello **Pallini**
33. **Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green
34. Pasta **Armando**
35. **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani
36. **Vanini** con la pralina Blue Rose
37. Terricci **Vigorplant**
38. **Visan** con i croccantini monoproteici per cani Amanova
39. Filetti di alici **Zarotti**



"Siamo finalmente giunti al Quality Award 2021, dopo un anno complicatissimo per il Paese e anche per il nostro lavoro, che da sempre prevede test di performance direttamente con i consumatori per poter premiare i prodotti di qualità" afferma **Antonio Decaro, Responsabile Marketing Premio QUALITY AWARD**. "Solitamente i nostri test si svolgono in central location, presso i laboratori partner che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità home use test, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere. Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: più di 60 prodotti Food, No Food e Pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione sia rivolte al trade che al consumatore finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022!" conclude Decaro.



ORGANIZZATORE DEL PREMIO: MARKETING CONSULTING

Il logo Quality Award è di proprietà di **Marketing Consulting**, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale che internazionale. L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, aziende Food, No Food e Pet, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederne le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo.

Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i test di laboratorio, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.

COME VIENE ASSEGNATO IL PREMIO

Il premio QUALITY AWARD è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da **Marketing Consulting**, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è **l'unico premio in Italia che coinvolge ben 300 consumatori italiani heavy user** la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta. I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test.

Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento QUALITY AWARD per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento QUALITY AWARD sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).

COLLABORAZIONE CON NIELSEN

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen). In questo modo, alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità, non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio Quality Award, ma che questa qualità è anche più alta della qualità media delle referenze più vendute in Italia.






 SCARICA IL PAPER
MYTECH 2020

MONDO
DALLE AZIENDE
FOCUS GDO
FRUTTA SECCA
PICCOLI FRUTTI
NEWSLETTER
COS'È MYFRUIT

4 - 5 - 6 MAGGIO 2021
RIMINI - EXPO CENTRE - ITALIA

Eventi e Fiere

Quality Award 2021: torna il premio alla qualità assegnato dai consumatori

13 Gennaio 2021





Autore **Raffaella Quadretti**

Tra i vincitori della sesta edizione aziende del settore ortofrutticolo e anche Eurospin con la linea Fior di Natura

Il premio Quality Award – l'unico riconoscimento nazionale attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori – arriva alla sesta edizione e conferma l'attenzione crescente nei confronti dei prodotti ortofrutticoli.

Tra i premiati del 2021, infatti, ci sono i grandi marchi evergreen, ma anche novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo. Per quanto riguarda i prodotti trasformati a base di frutta e verdura premiati troviamo: **Sughi pronti Campo d'Oro** (al quinto posto); **Pomodorini e zucchine Deliziorti** (settimo); **Legumi biologici Conserve Rispoli** (decimo); **Eurospin** con linea



prodotti vegetali **Fior di Natura** (14esimo); **Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di Ghisetti 1870** (19esimo); **Passate di pomodoro e confetture Le Conserve della Nonna** (20esimo); **Succhi di frutta Kore** (26esimo); **Pomodori pelati e datterini La Rosina** (27esimo); **Pangea Food con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio** (31esimo).

“Solitamente i nostri test si svolgono in **central location**, nei laboratori partner che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità *home use test*, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere”, afferma **Antonio Decaro**, responsabile marketing Premio Quality Award.

“Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: **più di 60 prodotti Food, No Food e Pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione** sia rivolte al trade che al consumatore finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022” conclude Decaro.

Il logo Quality Award è di proprietà di Marketing Consulting, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale che internazionale. Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i test di laboratorio, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.

Come viene assegnato il premio

Il premio è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso **rigorosi test di performance** condotti da Marketing Consulting, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'unico premio in Italia che coinvolge **300 consumatori italiani heavy user** la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di **valutazione diretta**. I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di **rappresentare tutte quelle persone che potrebbero davvero acquistare** la tipologia di prodotto in test.

La collaborazione con Nielsen

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting già da qualche anno offre ai propri clienti la possibilità di **confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria**, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen). In questo modo, le aziende partecipanti al premio potranno non solo raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio Quality Award, ma anche che questa qualità è **più alta della qualità media delle referenze più vendute in Italia**.

#premio #qualità #QualityAward

Italia a Tavola

Quotidiano di
Venerdì 15 Gennaio 2021

HOME TENDENZE e MERCATO AGRICOLTURA e CIBO

f t i in e p +

Le scelte dei consumatori: su 39 prodotti il marchio Quality Award 2021

Pubblicato il 15 Gennaio 2021 | 15:30

Tra i vincitori del Quality Award 2021 grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo. Testati prodotti in 60 categorie differenti, dal cibo agli animali.

Grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo: assegnati i premi Quality Award - l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti attraverso il giudizio dei consumatori. Con l'edizione 2021 Quality Award si è riconfermato come primo premio in Italia per numero di prodotti testati e premiati per la loro qualità: 39 aziende in oltre 60 differenti categorie merceologiche.



Premiate 39 aziende in oltre 60 differenti categorie merceologiche

Ecco i premiati 2021

- Pane morbido Pan Piuma
- Crescenza e stracchino 3B Latte
- Burro e tome Beppino Occelli
- Barretta di bresola BresUP
- Sughi pronti Campo d'Oro
- Crema mani igienizzante Farmaceutici Dr. Ciccarelli
- Pomodorini e zucchine Deliziorti
- Frio con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione
- Integratori in bustine e barrette raw Mielizia
- Legumi biologici Conserve Rispoli
- Bastoncini di mare e affettato di mare Coraya
- Piadine Loriana
- Eridania con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero
- Eurospin con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando
- Formaggio Gran Kinara di Fattorie Fiandino
- Meatanalog Food Evolution
- Pasticceria per cani DoggyeBag
- Farm Company con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani
- Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di Ghisetti 1870
- Passate di pomodoro e confetture Le Conserve della Nonna
- Caramelle Herbamelle
- Italtipici con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano
- Gnocchi e purè di patate Mamma Emma
- Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini Le Veneziane

- Caffè macinato, capsule e cialde Kimbo
- Succhi di frutta Kore
- Pomodori pelati e datterini La Rosina
- Pasta fresca Maffei
- Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da Maxi Zoo
- Mister Pet con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere
- Pangea Food con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio
- Limoncello Pallini
- Monge con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green
- Pasta Armando
- Trixie con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani
- Vanini con la pralina Blue Rose
- Terricci Vigorplant
- Visan con i croccantini monoproteici per cani Amanova
- Filetti di alici Zarotti

«Siamo finalmente giunti al Quality Award 2021, dopo un anno complicatissimo per il Paese e anche per il nostro lavoro, che da sempre prevede test di performance direttamente con i consumatori per poter premiare i prodotti di qualità - afferma Antonio Decaro, responsabile marketing Premio Quality Award - Solitamente i nostri test si svolgono in central location, presso i laboratori partner che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità home use test, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere. Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: più di 60 prodotti food, no food e pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione sia rivolte al trade che al consumatore finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022.»

Il premio: un'opportunità per le aziende

Il logo Quality Award è di proprietà di Marketing Consulting, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale sia internazionale.

L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederne le scelte.

Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo.

Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i test di laboratorio, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.

Premio attribuito attraverso rigorosi test

Il premio Quality Award è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da Marketing Consulting, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'unico premio in Italia che coinvolge ben 300 consumatori italiani heavy user la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta.

I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test.

Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento Quality Award per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento Quality Award sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).

Possibilità di confrontare il livello di qualità con un benchmark medio di categoria

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen).



marketing Premio Quality Award - Solitamente i nostri **test** si svolgono in central location, presso i laboratori partner che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità **home use test**, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere. Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: più di 60 prodotti food, no food e pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione sia rivolte al trade che al **consumatore** finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022.».

Il premio: un'opportunità per le aziende

Il logo Quality Award è di proprietà di Marketing Consulting, azienda con forte esperienza in consumer test (**blind test**, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale sia internazionale.

L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederne le scelte.

Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del **pack**, la forza della **marca**, l'elasticità al **prezzo**.

Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i **test di laboratorio**, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.

Premio attribuito attraverso rigorosi test

Il premio Quality Award è attribuito ai prodotti di **largo consumo** attraverso rigorosi test di performance condotti da Marketing Consulting, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il **territorio italiano**, ed è l'unico premio in Italia che coinvolge ben 300 consumatori italiani heavy user la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta.

I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da **laboratori indipendenti**, specializzati in **consumer analysis**, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test.

Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento Quality Award per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei **consumatori** si dichiara **favorevole all'acquisto** (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa **categoria merceologica**, il riconoscimento Quality Award sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).

Possibilità di confrontare il livello di qualità con un benchmark medio di categoria

Grazie alla collaborazione con **Nielsen**, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un **benchmark** medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen).

In questo modo, alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità, non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti **requisiti** di qualità richiesti dal premio **Quality Award**, ma che questa qualità è anche più alta della qualità media delle referenze più vendute in **Italia**.



RP FASHION & GLAMOUR NEWS

la rivista online che Racconta e Propone moda, mode, tendenze e ...

NOTIZIE & COMUNICATI

Assegnati i premi Quality Award 2021: il giudizio dei consumatori

Date: **gennaio 17, 2021**

0 Commenti

Riceviamo e pubblichiamo

Annunciate i vincitori della sesta edizione del Premio Quality Award, il riconoscimento che passa attraverso il giudizio dei consumatori.

Il Premio Quality Award -

l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità



attraverso il giudizio dei

consumatori - annuncia i vincitori della **sesta edizione 2021**.

Tra i **premiati del 2021** sono presenti grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo.

Con l'edizione 2021 il premio si è riconfermato come primo premio in Italia per numero di prodotti alimentari testati e premiati per la loro qualità: **39 aziende** in oltre **60 differenti categorie merceologiche**, dal Food al No Food e al Pet.

Di seguito tutti i premiati QUALITY AWARD 2021:

Pane morbido **Pan Piuma** - Crescenza e stracchino **3B Latte** - Burro e tome **Beppino Occelli** - Barretta di bresola **BresUP** - Sughetti pronti **Campo d'Oro** - Crema mani igienizzante **Farmaceutici Dr. Ciccarelli** - Pomodorini e zucchine **Deliziorti** - Frio con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno, vaschette in alluminio, sacchetti per la congelazione - Integratori in bustine e barrette raw **Mielizia** - Legumi biologici **Conserva Rispoli** - Bastoncini di mare e affettato di mare **Coraya** - Piadine **Loriana** - **Eridania** con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero - **Eurospin** con linea prodotti vegetali **Fior di Natura** e linea prodotto da forno integrali **Dolciando** - Formaggio Gran Kinara di **Fattorie Fiandino** - Meatanalog **Food Evolution** - Pasticceria per cani **DoggyeBag** - **Farm Company** con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani - Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di **Ghisetti 1870** - Passate di pomodoro e confetture **Le Conserve della Nonna** - Caramelle **Herbamelle** - **Italtipici** con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero - peperoni secchi e origano **Di Carlo Tutto Italiano** - Gnocchi e pure di patate **Mamma Emma** - Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini **Le Veneziane** - Caffè macinato, capsule e cialde **Kimbo** - Succhi di frutta **Kore** - Pomodori pelati e

datterini **La Rosina** Pasta fresca **Maffei** - Cibo umido medicale per cani e gatti **PetBalance Medica**, in esclusiva da **Maxi Zoo** - **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere - **Pangea Food** con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio - Limoncello **Pallini** - **Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green - Pasta **Armando** - **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani - **Vanini** con la pralina Blue Rose - Terricci **Vigorplant** - **Visan** con i croccantini monoproteici per cani Amanova - Filetti di alici **Zarotti**.

"Siamo finalmente giunti al Quality Award 2021, dopo un anno complicatissimo per il Paese e anche per il nostro lavoro, che da sempre prevede test di performance direttamente con i consumatori per poter premiare i prodotti di qualità - afferma **Antonio Decaro**,

Responsabile Marketing Premio

QUALITY AWARD - Solitamente i nostri test si svolgono in central location, presso i laboratori partner che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità home use test, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere. Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: più di 60 prodotti Food, No Food e Pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione sia rivolte al trade che al consumatore finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022!".

Il logo Quality Award è di proprietà di **Marketing Consulting**, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale che internazionale. L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, aziende Food, No Food e Pet, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederle le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo. Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i test di laboratorio, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.



Il premio **QUALITY AWARD** è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da **Marketing Consulting**, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'unico



premio in Italia che

coinvolge ben 300 consumatori italiani heavy user la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta. I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test. Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento QUALITY AWARD per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento QUALITY AWARD sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie). Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen). In questo modo, alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità, non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio Quality Award, ma che questa qualità è anche più alta della qualità media delle referenze più vendute in Italia.

81

Assegnati i premi Quality Award 2021

January
19
2021



Federica Panmuti
White Lady

Scheda utente
 Altri testi utente
 RSS utente

La qualità premiata dai consumatori italiani



Il Premio Quality Award – l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori - annuncia i vincitori della sesta edizione 2021. Tra i premiati del 2021 sono presenti grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo.

Con l'edizione 2021 il premio si è riconfermato come primo premio in Italia per numero di prodotti alimentari testati e premiati per la loro qualità: 39 aziende in oltre 60 differenti categorie merceologiche, dal Food al No Food e al Pet.

Di seguito tutti i premiati QUALITY AWARD 2021:

1. Pane morbido Pan Piuma
2. Crescenza e stracchino 3B Latte
3. Burro e tome Beppino Occelli
4. Barretta di bresola BresUP
5. Sughi pronti Campo d'Oro
6. Crema mani igienizzante Farmaceutici Dr. Ciccarelli
7. Pomodorini e zucchine Deliziorti
8. Frio con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione
9. Integratori in bustine e barrette raw Mielizia
10. Legumi biologici Conserve Rispoli
11. Bastoncini di mare e affettato di mare Coraya
12. Piadine Loriana
13. Eridania con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero
14. Eurospin con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando
15. Formaggio Gran Kinara di Fattorie Fiandino
16. Meatanalog Food Evolution
17. Pasticceria per cani DoggyeBag
18. Farm Company con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani
19. Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di Ghisetti 1870
20. Passate di pomodoro e confetture Le Conserve della Nonna
21. Caramelle Herbamelle
22. Italtipici con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano.
23. Gnocchi e purè di patate Mamma Emma
24. Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini Le Veneziane
25. Caffè macinato, capsule e cialde Kimbo
26. Succhi di frutta Kore
27. Pomodori pelati e datterini La Rosina
28. Pasta fresca Maffei
29. Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da Maxi Zoo

30. Mister Pet con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere
31. Pangea Food con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio
32. Limoncello Pallini
33. Monge con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green
34. Pasta Armando
35. Trixie con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani
36. Vanini con la pralina Blue Rose
37. Terricci Vigorplant
38. Visan con i croccantini monoproteici per cani Amanova
39. Filetti di alici Zarotti

“Siamo finalmente giunti al Quality Award 2021, dopo un anno complicatissimo per il Paese e anche per il nostro lavoro, che da sempre prevede test di performance direttamente con i consumatori per poter premiare i prodotti di qualità” afferma Antonio Decaro, Responsabile Marketing Premio QUALITY AWARD. “Solitamente i nostri test si svolgono in central location, presso i laboratori partner che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità home use test, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere. Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: più di 60 prodotti Food, No Food e Pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione sia rivolte al trade che al consumatore finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022!” conclude Decaro.

ORGANIZZATORE DEL PREMIO: MARKETING CONSULTING
Il logo Quality Award è di proprietà di Marketing Consulting, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale che internazionale. L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, aziende Food, No Food e Pet, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederne le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo.

Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i test di laboratorio, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.

COME VIENE ASSEGNATO IL PREMIO

Il premio QUALITY AWARD è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da Marketing Consulting, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'unico premio in Italia che coinvolge ben 300 consumatori italiani heavy user la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta. I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori



indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test.

Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento QUALITY AWARD per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento QUALITY AWARD sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).

COLLABORAZIONE CON NIELSEN

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen). In questo modo, alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità, non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio Quality Award, ma che questa qualità è anche più alta della qualità media delle referenze più vendute in Italia.

<https://www.premioqualityaward.it/>

Licenza di distribuzione:



Federica Pannuti
Junior PR - White Lady



Home > Eventi > Assegnati i premi Quality Award 2021: tutti i vincitori della sesta edizione

Eventi

Assegnati i premi Quality Award 2021: tutti i vincitori della sesta edizione

26 Gennaio 2021



QUALITY AWARD 2021

La qualità premiata dai consumatori italiani

Assegnati i premi

Il Premio **Quality Award** – l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori – annuncia i vincitori della **sesta edizione 2021**.

Tra i **premiati del 2021** sono presenti grandi marchi evergreen, novità di mercato e prodotti in linea con le ultime tendenze di consumo.

Con l'edizione 2021 il premio si è riconfermato come primo premio in Italia per numero di prodotti alimentari testati e premiati per la loro qualità: **39 aziende** in oltre **60 differenti categorie merceologiche**, dal **Food al No Food e al Pet**.

Di seguito tutti i premiati QUALITY AWARD 2021:

1. Pane morbido **Pan Piuma**
2. Crescenza e stracchino **3B Latte**
3. Burro e tome **Beppino Occelli**
4. Barretta di bresola **BresUP**
5. Sughì pronti **Campo d'Oro**
6. Crema mani igienizzante **Farmaceutici Dr. Ciccarelli**
7. Pomodorini e zucchine **Deliziorti**
8. **Frio** con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione
9. Integratori in bustine e barrette raw **Mielizia**
10. Legumi biologici **Conservas Rispoli**
11. Bastoncini di mare e affettato di mare **Coraya**
12. Piadine **Loriana**
13. **Eridania** con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero

14. **Eurospin** con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando
15. Formaggio Gran Kinara di **Fattorie Fiandino**
16. Meatanalog **Food Evolution**
17. Pasticceria per cani **DoggyeBag**
18. **Farm Company** con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani
19. Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di **Ghisetti 1870**
20. Passate di pomodoro e confetture **Le Conserve della Nonna**
21. Caramelle **Herbamelle**
22. **Italtipici** con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi Friggileggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano.
23. Gnocchi e purè di patate **Mamma Emma**
24. Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini **Le Veneziane**
25. Caffè macinato, capsule e cialde **Kimbo**
26. Succhi di frutta **Kore**
27. Pomodori pelati e datterini **La Rosina**
28. Pasta fresca **Maffei**
29. Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da **Maxi Zoo**
30. **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere
31. **Pangea Food** con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio
32. Limoncello **Pallini**
33. **Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green
34. Pasta **Armando**
35. **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani
36. **Vanini** con la pralina Blue Rose
37. Terricci **Vigorplant**
38. **Visan** con i croccantini monoproteici per cani Amanova
39. Filetti di alici **Zarotti**

“Siamo finalmente giunti al Quality Award 2021, dopo un anno complicatissimo per il Paese e anche per il nostro lavoro, che da sempre prevede test di performance direttamente con i consumatori per poter premiare i prodotti di qualità” afferma **Antonio Decaro, Responsabile Marketing Premio QUALITY AWARD**. “Solitamente i nostri test si svolgono in central location, presso i laboratori partner



che collaborano con la nostra struttura; causa Covid, durante il 2020 abbiamo eseguito parecchi test anche in modalità home use test, laddove possibile, inviando i campioni in blind direttamente a casa dei consumatori reclutati. Un lavoro lungo, impegnativo, soprattutto a fronte dell'alto numero di test che per il Quality Award siamo di anno in anno chiamati a svolgere. Nonostante queste difficoltà con l'edizione 2021 del Quality Award siamo orgogliosi di presentare i nuovi premiati di qualità: più di 60 prodotti Food, No Food e Pet, che saranno da noi supportati durante tutto quest'anno con forti azioni di comunicazione sia rivolte al trade che al consumatore finale. Un grande successo, quindi, che ci conferma che la strada è quella giusta; ed è per questo che siamo già proiettati con tutte le nostre energie verso la nuova campagna di qualità 2022!" conclude Decaro.

ORGANIZZATORE DEL PREMIO: MARKETING CONSULTING

Il logo Quality Award è di proprietà di **Marketing Consulting**, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuro marketing) sia a livello nazionale che internazionale. L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, aziende Food, No Food e Pet, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederne le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo. Da oltre sette anni Marketing Consulting offre alle industrie che si distinguono in qualità durante i test di laboratorio, un efficace strumento di marketing per differenziarsi dalla concorrenza ed enfatizzare la qualità del proprio prodotto: il premio Quality Award.

COME VIENE ASSEGNATO IL PREMIO

Il premio QUALITY AWARD è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da **Marketing Consulting**, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è l'**unico premio in Italia che coinvolge ben 300 consumatori italiani heavy user** la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta. I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test.

Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento QUALITY AWARD per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento QUALITY AWARD sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).

COLLABORAZIONE CON NIELSEN

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen). In questo modo, alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità, non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio Quality Award, ma che questa qualità è anche più alta della qualità media delle referenze più vendute in Italia.

www.premioqualityaward.it - FB Consumer Test @PremioQualityAward



FOODAFFAIRS.IT,
QUANDO IL
FOOD È...
COMUNICAZIONE
SOSTENIBILITÀ
INFLUENCER
MEDIA
MARKETING
PROMOZIONE
PUBBLICITÀ
PACK TREND
TECH GDO

HOME
FOOD TREND
FOOD INFLUENCER &
BLOGGER
FOOD & SOSTENIBILITÀ

NEWSLETTER

CHI SIAMO

PUBBLICITÀ &
PARTNERSHIP

CONTATTI

PRIVACY



HOME / 2021 / MARZO / 18
/ I PREMIATI QUALITY AWARD 2021 AUMENTANO. CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE A
SUPPORTO DEI PREMIATI

I PREMIATI QUALITY AWARD 2021 AUMENTANO. CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE A SUPPORTO DEI PREMIATI

PUBLISHED ON 18 MARZO 2021 BY FOODAFFAIRS.IT



Il Premio **Quality Award** – l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori – aumenta il suo parterre di qualità con ulteriori premiati 2021, che si aggiungono agli oltre 60 prodotti di questa edizione di grande successo!

Infatti, oltre ai premiati già ufficializzati durante le scorse vacanze natalizie, con l'arrivo della Pasqua si aggiungono ben altre 8 aziende al parterre di qualità di quest'anno, i cui consumer test sono stati eseguiti tra gennaio e marzo. Nel dettaglio, i nuovi premiati che potranno fin da subito spendersi il **QUALITY AWARD 2021**, il premio di qualità N°1 in Italia, sulle proprie confezioni o sulle iniziative di comunicazione, sono:

1. Amaro Trentuno – **Martino Liquori**
2. Contenitori per alimenti **Gio' Style**
3. Gelati Cinque Strati – **Martinucci**

4. Macchine per caffè Didi e Frog – **Didiesse**
5. Mozzarella per pizza La Mozza – **Asseliti**
6. Olive **Dilecce**
7. Patate fresche Crisps4all e Talentine – **Campania Patate**
8. Spezie **Italpepe**

GLI ALTRI PREMIATI QUALITY AWARD 2021

Pane morbido **PanPiuma** | Crescenza e stracchino **3B Latte** | Burro e tome **Beppino Ocellii** | Barretta di bresola **BresUP** | Sughì pronti **Campo d'Oro** | Crema mani igienizzante **Farmaceutici Dr. Ciccarelli** | Pomodorini e zucchine **Deliziorti** | **Frio** con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione | Integratori in bustine e barrette raw **Mielizia** | Legumi biologici Valle del Cilento – **Conservas Rispoli** | Bastoncini di mare e affettato di mare **Coraya** | Piadine **Loriana** | **Eridania** con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero | **Eurospin** con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando | Formaggio Gran Kinara di **Fattorie Fiandino** | Meatanalog **Food Evolution** | Pasticceria per cani **DoggyeBag** | **Farm**

Company con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani | Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di **Ghisetti 1870** | Passate di pomodoro e confetture **Le Conserve della Nonna** | Caramelle **Herbanelle** | **Italtipici** con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano | Gnocchi e purè di patate **Mamma Emma** | Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini **Le Veneziane** | Caffè macinato, capsule e cialde **Kimbo** | Succhi di frutta **Kore** | Pomodori pelati e datterini **La Rosina** | Pasta fresca **Maffei** | Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da **Maxi Zoo** | **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere | **Pangea Food** con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio | Limoncello **Pallini** | **Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green | Pasta **Armando** | **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani | **Vanini** con la pralina Blue Rose | Terricci **Vigorplant** | **Visan** con i croccantini single protein per cani Amanova | Filetti di



alici Zarotti.

AZIONI DI COMUNICAZIONE A SUPPORTO DEI PREMIATI

A partire dallo scorso Natale, i premiati di qualità sono stati ufficializzati attraverso una campagna TV su Sky TG24, Real Time, Canale 5, Italia 1, Iris, Rete 4 e TGCOM24, che ha visto coinvolti tutti i prodotti in una serie di spot il cui obiettivo era proprio quello di portare in scena la qualità premiata dai consumatori italiani. Con l'aggiunta dei nuovi prodotti premiati QUALITY AWARD al parterre dei prodotti di qualità 2021, **dal 28 marzo partirà una nuova campagna televisiva su SKY (Sky TG 24 – canale 50 del DTT) e a seguire su DISCOVERY (Real Time – canale 31 del DTT; HGTV – canale 56 del DTT) che andrà avanti fino a metà maggio, così da pubblicizzare tutti i prodotti premiati ed i valori del premio stesso.** Inoltre, attraverso news su web, attività di digital marketing che coinvolgeranno anche i canali social del Premio ed una campagna bus in centro a Milano a maggio/giugno con le immagini di tutti i prodotti premiati, QUALITY AWARD punta a confermarsi come una leva di comunicazione strategica per le aziende clienti e per la qualità dei loro prodotti.

ORGANIZZATORE DEL PREMIO: MARKETING CONSULTING

Il logo Quality Award è di proprietà di Marketing Consulting, azienda con forte esperienza in consumer test (blind test, con joint analysis, neuromarketing, focus group e mystery client) sia a livello nazionale che internazionale. L'obiettivo della Marketing Consulting è offrire ai propri clienti, aziende Food, No Food e Pet, gli strumenti necessari per indagare i bisogni dei consumatori e prevederne le scelte. Attraverso una vera e propria scienza, l'analisi sensoriale, le industrie possono meglio comprendere i bisogni dei consumatori in target, il profilo sensoriale del prodotto anche rispetto ai competitor, l'appeal del pack, la forza della marca, l'elasticità al prezzo.

COME VIENE ASSEGNATO IL PREMIO

Il premio QUALITY AWARD è attribuito ai prodotti di largo consumo attraverso rigorosi test di performance condotti da **Marketing Consulting**, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano, ed è **l'unico premio in Italia che coinvolge fino a 300 consumatori italiani heavy user** la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta. I test di

performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori in target, i quali valutano il prodotto attraverso un blind test: senza che sia mostrata loro la marca di appartenenza del prodotto stesso, ciascun consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10. I consumatori sono reclutati direttamente da laboratori indipendenti, specializzati in consumer analysis, con l'obiettivo di rappresentare tutte quelle persone che un domani potrebbero davvero acquistare la tipologia di prodotto in test.

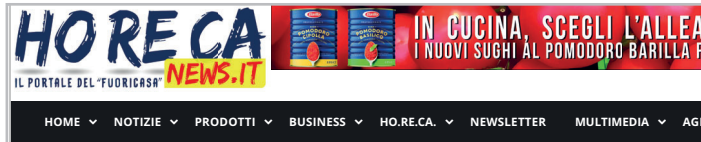
Il prodotto in test potrà ottenere il riconoscimento QUALITY AWARD per un intero anno solo se il gradimento complessivo medio dei consumatori è pari o superiore a 7 (scala da 0 a 10) e almeno il 70% dei consumatori si dichiara favorevole all'acquisto (condizioni necessarie). Qualora in test dovessero esserci due o più prodotti all'interno della stessa categoria merceologica, il riconoscimento QUALITY AWARD sarà conferito al prodotto che otterrà il gradimento complessivo maggiore rispetto ai prodotti partecipanti competitor (valutazione che dovrà comunque sempre rispettare le condizioni necessarie).

COLLABORAZIONE CON NIELSEN

Grazie alla collaborazione con Nielsen, Marketing Consulting offre già da qualche anno ai propri clienti la possibilità di confrontare il proprio livello di qualità attribuito dai consumatori con un benchmark medio di categoria, costruito testando le referenze più vendute a totale Italia (il primo 30% a volume; elenco referenze e definizione di categoria: fonte Nielsen). In questo modo, alle aziende partecipanti al premio sarà data la possibilità, non solo di raccontare al mercato che il proprio prodotto ha raggiunto gli alti requisiti di qualità richiesti dal premio Quality Award, ma che questa qualità è anche più alta della qualità media delle referenze più vendute in Italia.

APERTE LE ISCRIZIONI A QUALITY AWARD 2022

E' tempo già di nuova qualità! Sono ufficialmente aperte le candidature al Premio QUALITY AWARD 2022. Fino al 30 giugno 2021 qualsiasi prodotto o servizio di largo consumo (Food&Beverage, Body care, Home care, Pet, elettronica, etc.) potrà iscriversi ai consumer test di performance per ottenere l'ambito premio di qualità da potersi spendere nel corso dell'anno prossimo. E proprio per l'anno prossimo una novità: anche i negozi fisici e gli shop online potranno partecipare al QUALITY AWARD.



Home > Notizie > Aziende > Quality Award: 8 nuove aziende si uniscono ai premiati 2021

Quality Award: 8 nuove aziende si uniscono ai premiati 2021

By Redazione 2 - 19 Marzo 2021



Il Premio **Quality Award** – l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori – aumenta il suo parterre di qualità con ulteriori premiati 2021, che si aggiungono agli oltre 60 prodotti di questa edizione di grande successo!

Infatti, oltre ai premiati già ufficializzati durante le scorse vacanze natalizie, **con l'arrivo della Pasqua si aggiungono 8 aziende al parterre di qualità di quest'anno**, i cui consumer test sono stati eseguiti tra gennaio e marzo. Nel dettaglio, i nuovi premiati che potranno fin da subito spendersi il QUALITY AWARD 2021, il premio di qualità N°1 in Italia, sulle proprie confezioni o sulle iniziative di comunicazione, sono:

1. Amaro Trentuno – **Martino Liquori**
2. Contenitori per alimenti **Gio' Style**
3. Gelati Cinque Strati – **Martinucci**
4. Macchine per caffè Didi e Frog – **Didiesse**
5. Mozzarella per pizza La Mozza – **Asseliti**
6. Olive **Dilecce**
7. **Patate fresche Crisps4all e Talentine** – **Campania Patate**
8. Spezie **Italpepe**



GLI ALTRI PREMIATI QUALITY AWARD 2021

Pane morbido PanPiuma | Crescenza e stracchino 3B Latte | Burro e tome Beppino Occe|l| Barretta di bresola BresUP | Sughi pronti Campo d'Oro | Crema mani igienizzante Farmaceutici Dr. Ciccarelli | Pomodorini e zucchine Deliziorti | Frio con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la

congelazione | Integratori in bustine e barrette raw Mielizia | Legumi biologici Valle del Cilento – Conserve Rispoli | Bastoncini di mare e affettato di mare Coraya | Piadine Loriana | Eridania con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero | Eurospin con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando | Formaggio Gran Kinara di Fattorie Fiandino | Meatanalog Food Evolution | Pasticceria per cani DoggyeBag | Farm Company con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani | Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di Ghisetti 1870 | Passate di pomodoro e confetture Le Conserve della Nonna | Caramelle Herbamelle Italtipici con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano | Gnocchi e purè di patate Mamma Emma | Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini Le Veneziane | Caffè macinato, capsule e cialde Kimbo | Succhi di frutta Kore | Pomodori pelati e datterini La Rosina | Pasta fresca Maffei | Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da Maxi Zoo | Mister Pet con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere | Pangea Food con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio | Limoncello Pallini | Monge con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green | Pasta Armando | Trixie con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani | Vanini con la pralina Blue Rose | Terricci Vigorplant | Visan con i croccantini single protein per cani Amanova | Filetti di alici Zarotti.

MQ Magazine Qualità

Condividiamo la Qualità e l'Eccellenza

Vai a...

[Precedente](#)

QUALITY AWARD 2021 – La qualità premiata dai consumatori

Il Premio **Quality Award** – l'unico riconoscimento italiano attribuito ai prodotti di qualità attraverso il giudizio dei consumatori – aumenta il suo parterre di qualità con ulteriori premiati 2021, che si aggiungono agli oltre 60 prodotti di questa edizione di grande successo!

Infatti, oltre ai premiati già ufficializzati durante le scorse vacanze natalizie, con l'arrivo della Pasqua si aggiungono ben altre 8

aziende al parterre di qualità di quest'anno, i cui consumer test sono stati eseguiti tra gennaio e marzo. Nel dettaglio, i nuovi premiati che potranno fin da subito spendersi il **QUALITY AWARD 2021**, il premio di qualità N°1 in Italia, sulle proprie confezioni o sulle iniziative di comunicazione, sono:



1. Amaro Trentuno – **Martino Liquori**
2. Contenitori per alimenti **Gio' Style**
3. Gelati Cinque Strati – **Martinucci**
4. Macchine per caffè Didi e Frog – **Didiesse**
5. Mozzarella per pizza La Mozza – **Asseliti**
6. Olive **Dilecce**
7. Patate fresche Crisps4all e Talentine – **Campania Patate**
8. Spezie **Italpepe**

GLI ALTRI PREMIATI QUALITY AWARD 2021

Pane morbido **PanPiuma** | Crescenza e stracchino **3B Latte** | Burro e tome **Beppino Ocellij** | Barretta di bresola **BresUP** | Sughi pronti **Campo d'Oro** | Crema mani igienizzante **Farmaceutici Dr. Ciccarelli** | Pomodorini e zucchine **Deliziorti** | Frio con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione | Integratori in bustine e barrette raw **Mielizia** | Legumi biologici Valle del Cilento – **Conservas Rispoli** | Bastoncini di mare e affettato di mare **Coraya** | Piadine **Loriana** | **Eridania** con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero | **Eurospin** con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando | Formaggio Gran Kinara di **Fattorie Fiandino** | Meatanalog **Food Evolution** | Pasticceria per cani **DoggyeBag** | **Farm Company** con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani | Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e | Presto Pronti di **Ghisetti 1870** | Passate di pomodoro e confetture **Le Conserve della Nonna** | Caramelle **Herbamelle** | **Italtipici** con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano | Gnocchi e purè di patate **Mamma Emma** | Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini **Le Veneziane** | Caffè macinato, capsule e cialde **Kimbo** | Succhi di frutta **Kore** | Pomodori pelati e datterini **La Rosina** | Pasta fresca **Maffei** | Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da **Maxi Zoo** | **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere | **Pangea Food** con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio | Limoncello **Pallini** | **Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green | Pasta **Armando** | **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani | **Vanini** con la pralina Blue Rose | Terricci **Vigorplant** | **Visan** con i croccantini single protein per cani Amanova | Filetti di alici **Zarotti**.



informazione.it Comunicati Stampa

Prima pagina Elenco Modifica account Inserimento Pannello di controllo Modifica password



I premiati Quality Award 2021 su Mediaset

La qualità premiata dai consumatori italiani. A partire dal 31 gennaio 2021 tutti i prodotti di qualità premiati direttamente dai consumatori italiani con il prestigioso Premio QUALITY AWARD 2021 saranno pubblicizzati sulle reti Mediaset.

Milano, 28/01/2021 (informazione.it - comunicati stampa - servizi)

A partire dal 31 gennaio 2021 tutti i prodotti di qualità premiati direttamente dai consumatori italiani con il prestigioso Premio QUALITY AWARD 2021 saranno pubblicizzati sulle reti Mediaset. In particolare, nella prima settimana gli spot Quality Award andranno on air su Canale 5, Italia 1, Iris (canale 22 del DTT) e TGCOM24 (canale 51 del DTT); a partire dalla seconda settimana su Iris e TGCOM24; nella terza settimana di programmazione su TGCOM24.

Gli oltre 60 prodotti premiati nell'anno 2021 sono già stati ufficializzati proprio attraverso una campagna televisiva on air durante le feste natalizie su Real Time (Discovery) e SKY TG24; con i 5 spot Quality Award la qualità va in scena, mostrando a tutto schermo i prodotti premiati. Un logo di qualità che conferisce valore ai prodotti che lo ottengono attraverso rigorosi test di performance condotti con ampi campioni di consumatori in target, e che diventa una forte e chiara raccomandazione di ottimo acquisto per tutti gli altri consumatori.



I Premiati QUALITY AWARD 2021:

Pane morbido **Pan Piuma** | Crescenza e stracchino **3B Latte** | Burro e tome **Bettino Ocelli** | Barretta di bresola **BresUP** | Sughì pronti **Campo d'Oro** | Crema mani igienizzante **Farmaceutici Dr. Ciccarelli** | Pomodorini e zucchine **Deliziorti** | **Frio** con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione | Integratori in bustine e barrette raw **Mielizia** | Legumi biologici **Conservas Rispoli** | Bastoncini di mare e affettato di mare **Coraya** | Piadine **Loriana** | **Eridania** con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero | **Eurospin** con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando | Formaggio Gran Kinara di **Fattorie Fiandino** | Meatanalog **Food Evolution** | Pasticceria per cani **DoggyeBag** | **Farm Company** con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani | Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di **Ghisetti 1870** | Passate di pomodoro e confetture **Le Conserves della Nonna** | Caramelle **Herbamelle** | **Italtipici** con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano | Gnocchi e pure di patate **Mamma Emma** | Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini **Le Veneziane** | Caffè macinato, capsule e cialde **Kimbo** | Succhi di frutta **Kore** |

Pomodori pelati e datterini **La Rosina** | Pasta fresca **Maffei** | Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da **Maxi Zoo** | **Mister Pet** con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere | **Pangea Food** con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio | Limoncello **Pallini** | **Monge** con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green | Pasta **Armando** | **Trixie** con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani | **Vaninicon** la pralina Blue Rose | Terricci **Vigorplant** | **Visan** con i croccantini monoproteici per cani Amanova | Filetti di alici **Zarotti**.



Per maggiori informazioni

Sito Web

<https://www.premioqualityaward.it/>

Ufficio Stampa

Federica Pannuti



COMUNICATI-STAMPA.NET
L'informazione dalla fonte ufficiale

VARIE

Mi piace Condividi

I premiati Quality Award 2021 su Mediaset

La qualità premiata dai consumatori italiani

January
29
2021



Federica Pannuti
White Lady

Scheda utente
Altri testi utente
RSS utente



Milano, 28 gennaio 2021 - A partire dal 31 gennaio 2021 tutti i prodotti di qualità premiati direttamente dai consumatori italiani con il prestigioso Premio QUALITY AWARD 2021 saranno pubblicizzati sulle reti Mediaset. In

particolare, nella prima settimana gli spot Quality Award andranno on air su Canale 5, Italia 1, Iris (canale 22 del DTT) e TGCOM24 (canale 51 del DTT); a partire dalla seconda settimana su Iris e TGCOM24; nella terza settimana di programmazione su TGCOM24.

Gli oltre 60 prodotti premiati nell'anno 2021 sono già stati ufficializzati proprio attraverso una campagna televisiva on air durante le feste natalizie su Real Time (Discovery) e SKY TG24; con i 5 spot Quality Award la qualità va in scena, mostrando a tutto schermo i prodotti premiati. Un logo di qualità che conferisce valore ai prodotti che lo ottengono attraverso rigorosi test di performance condotti con ampi campioni di consumatori in target, e che diventa una forte e chiara raccomandazione di ottimo acquisto per tutti gli altri consumatori.

I Premiati QUALITY AWARD 2021:

Pane morbido Pan Piuma | Crescenza e stracchino 3B Latte | Burro e tome Beppino Occelli | Barretta di bresola BresUP | Sughetti pronti Campo d'Oro | Crema mani igienizzante Farmaceutici Dr. Ciccarelli | Pomodorini e zucchine Deliziorti | Frio con rotoli di alluminio, pellicola e carta forno; vaschette in alluminio; sacchetti per la congelazione | Integratori in bustine e barrette raw Mielizia | Legumi biologici Conserve Rispoli | Bastoncini di mare e affettato di mare Coraya | Piadine Loriane | Eridania con linea zucchero Zefiro e Tropical; linea dolcificanti Zero | Eurospin con linea prodotti vegetali Fior di Natura e linea prodotto da forno integrali Dolciando | Formaggio Gran Kinara di Fattorie Fiandino | Meatanalog Food Evolution | Pasticceria per cani DoggyeBag | Farm Company con salviette igienizzanti per cani e gatti; snack per cani | Piatti pronti vegetali, verdure grigliate e I Presto Pronti di Ghisetti 1870 | Passate di pomodoro e confetture Le Conserve della Nonna | Caramelle Herbamelle | Italtipici con olio di oliva extra vergine e olio di oliva Di Carlo; olio di semi FriggiLeggero; peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano | Gnocchi e purè di patate Mamma Emma | Pasta di mais, biscotti senza glutine, mini grissini Le Veneziane | Caffè macinato, capsule e cialde Kimbo | Succhi di frutta Kore | Pomodori pelati e datterini La Rosina | Pasta fresca Maffei | Cibo umido medicale per cani e gatti PetBalance Medica, in esclusiva da Maxi Zoo | Mister Pet con i croccantini grain free per cani Primordial e i croccantini lowgrain per cani Vivere | Pangea Food con Il Gondino, alternativa 100% vegetale al formaggio | Limoncello Pallini | Monge con i croccantini e il cibo umido per cani e gatti, e la lettiera 100% vegetale al mais per gatti Easy Green | Pasta

Armando | Trixie con i giochi di strategia per cani e gatti, tiragraffi e casa in 3D per gatti, scaletta per cani | Vaninicon la pralina Blue Rose | Terricci Vigorplant | Visan con i croccantini monoproteici per cani Amanova | Filetti di alici Zarotti.

Per ulteriori informazioni
WHITE LADY
Gianna Avenia / Federica Pannuti
gianna@whiteladypr.it / federica@whiteladypr.it
Tel 02 50020087
www.premioqualityaward.it - Consumer Test
@PremioQualityAward

<https://www.premioqualityaward.it/>

Licenza di distribuzione:



Federica Pannuti
Junior PR - White Lady

Gruppo Fini dona 800 merende ai bimbi di Nonantola

L'iniziativa di solidarietà dopo l'alluvione. Il brand: «Consegnati i kit 'tubotti' agli istituti Cervi e Nascimbene»

NONANTOLA

'Le Conserve della Nonna', storico brand del Gruppo Fini, ha donato circa 800 confezioni di 'Tubotti' (una sorta di merenda 'da spremere') ai bambini del comprensorio di Nonantola, il comune più colpito lo scorso dicembre dall'alluvione del Panaro.

Interessati dall'iniziativa sono stati in particolare i bambini dell'istituto comprensivo F.lli Cervi e della scuola primaria Ida Nascimbene, grazie alla collaborazione del Comitato Genitori Nonantola.

«Nelle giornate del 5 e 6 febbraio - spiega una nota aziendale - oltre 700 bambini hanno potuto ricevere e assaggiare i Tubotti,



l'innovativo kit merenda del celebre marchio modenese che interpreta in modo inedito il classico binomio pane e marmellata, unendo l'aspetto ludico, quello salutare e quello della comodità d'uso.

La distribuzione, avvenuta direttamente nelle scuole, con la su-

pervisione delle autorità scolastiche, ha previsto la consegna del prodotto, fornito nelle sue tre varianti di gusto, fragola, albicocca e crema di nocciole, ponendo attenzione anche a eventuali allergie e intolleranze...

La consegna dei Tubotti è anche un modo per rinnovare l'impegno del brand a sostenere il futuro delle nuove generazioni».

Recentemente, il Gruppo Fini è stato tra i principali sponsor di 'Salta in bocca', percorso didattico nato per diffondere nelle scuole una cultura del benessere e della salute.

m.ped.

'CONSERVE DELLA NONNA'

«Abbiamo pensato di interpretare in modo inedito il binomio pane e marmellata unendo la praticità all'aspetto ludico»

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





Nonantola, merenda a sorpresa per i bambini delle scuole "F.lli Cervi" e "Nascimbeni"

NONANTOLA – Attraverso un comunicato stampa, il Gruppo Fini ha reso noto che, come gesto di solidarietà verso la popolazione di Nonantola colpita dall'alluvione del 6 dicembre scorso, donerà 800 confezioni di Tubotti, prodotti dal celebre brand del Gruppo Fini "Le conserve della Nonna", ai bambini delle scuole "Istituto Comprensivo F.lli Cervi" e "Scuola Primaria Ida Nascimbeni", grazie anche alla collaborazione del Comitato Genitori Nonantola. Di seguito, il testo del comunicato del Gruppo Fini, che spiega l'iniziativa:

Un'azienda socialmente responsabile non è soltanto un luogo di produzione, ma anche una realtà inserita in un territorio e attenta alle esigenze che lo caratterizzano, alle necessità e agli eventi che lo interessano. Con queste motivazioni Le Conserve della Nonna ha donato circa 800 confezioni di Tubotti agli alunni di due istituti scolastici del comprensorio di Nonantola, colpita lo scorso dicembre da una alluvione.

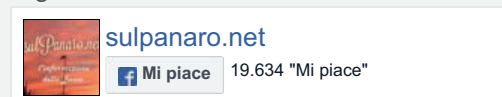
Da sempre attento ai giovani, il Gruppo Fini ha scelto così di offrire un sorriso e una gustosa merenda ai bambini delle scuole Istituto Comprensivo F.lli Cervi e alla Scuola Primaria Ida Nascimbeni, grazie alla collaborazione del Comitato Genitori Nonantola. Nelle giornate del 5 e 6 febbraio oltre 700 bambini hanno potuto ricevere e assaggiare i Tubotti. La distribuzione è avvenuta direttamente nelle scuole, con la supervisione delle autorità scolastiche. Un piccolo gesto che ha però donato un sorriso e un momento di gioco ai bambini.

La consegna dei Tubotti, è anche un modo per rinnovare l'impegno del brand a sostenere il futuro delle nuove generazioni, a cui non è nuovo. Recentemente, infatti, è stato tra i principali sponsor di SALTAINBOCCA, percorso didattico nato per diffondere nelle scuole una cultura del benessere e della salute e aiutare i bambini a prendere consapevolezza dell'importanza di una corretta e responsabile alimentazione correlata a una sana attività fisica. Il progetto di carattere gratuito, prevede il coinvolgimento nell'anno scolastico 2020-2021 circa 3.000 classi delle scuole primarie per un totale di 75.000 bambini.

Condividi:



Seguici su Facebook:



il Resto del Carlino MODENA

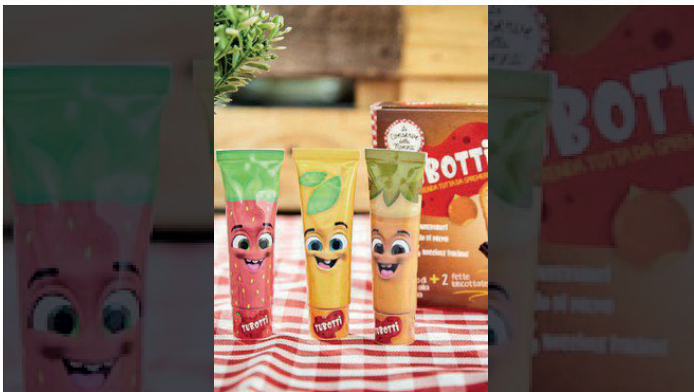
[CRONACA](#) [SPORT](#) [COSA FARE](#) [EDIZIONI](#) [EMILIA ROMAGNA ZONA](#) [DATI COVID](#) [VAC](#)

[HOME](#) [MODENA](#) [CRONACA](#) [GRUPPO FINI DONA 800 MERENDE AI...](#)

Gruppo Fini dona 800 merende ai bimbi

L'iniziativa di solidarietà dopo l'alluvione. Il brand: "Consegnati i kit 'tubotti' a

[f](#) Condividi



‘Le Conserve della Nonna’, storico brand del Gruppo Fini, ha donato circa 800 confezioni di ‘Tubotti’ (una sorta di merenda ‘da spremere’) ai bambini del comprensorio di Nonantola, il comune più colpito lo scorso dicembre dall’alluvione del Panaro.

Interessati dall’iniziativa sono stati in particolare i bambini dell’istituto comprensivo F.lli Cervi e della scuola primaria Ida Nascimbeni, grazie alla collaborazione del Comitato Genitori Nonantola.

"Nelle giornate del 5 e 6 febbraio – spiega una nota aziendale - oltre 700 bambini hanno potuto ricevere e assaggiare i Tubotti, l’innovativo kit merenda del celebre marchio modenese che interpreta in modo inedito il classico binomio pane e marmellata, unendo l’aspetto ludico, quello salutare e quello della comodità d’uso.

La distribuzione, avvenuta direttamente nelle scuole, con la supervisione delle autorità scolastiche, ha previsto la consegna del prodotto, fornito nelle sue tre varianti di gusto, fragola, albicocca e crema di nocciole, ponendo attenzione anche a eventuali allergie e intolleranze...

La consegna dei Tubotti è anche un modo per rinnovare l’impegno del brand a sostenere il futuro delle nuove generazioni".

Recentemente, il Gruppo Fini è stato tra i principali sponsor di ‘Salta in bocca’, percorso didattico nato per diffondere nelle scuole una cultura del benessere e della salute.

m.ped.

