



RASSEGNA STAMPA 2018

- **Luglio**
- **Agosto**
- **Settembre**

Spett.le

Gruppo FINI spA

Sede sociale:

Via Confine, 1583

41017 Ravarino (MO)

Amministrazione:

Via Albareto, 211

41122 Modena

info@nonsolobuono.it

www.nonsolobuono.it

09 ottobre 2018



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

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

Il Gruppo Fini, azienda alimentare modenese titolare dei marchi Fini pasta fresca e Le Conserve della Nonna, porta su Instagram il genere del fotoromanzo #aModenaStory.

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

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

#aModenaStory è un progetto nato a gennaio 2018 da un'idea originale dell'agenzia Garage Raw e dal Gruppo Fini che ha avuto il coraggio di credere in questa strategia di comunicazione innovativa su un canale altrettanto nuovo come Instagram. È nato così l'account @aModenaStory con il primo racconto fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda su Instagram. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di Eliselle, giovane scrittrice modenese. Scatto dopo scatto, sfruttando anche le potenzialità di interazione fornite dalle Stories di Instagram, gli utenti del social network possono seguire le vicende di Matilde, giovane fotografa che vive a Modena, le sue avventure e disavventure che si intrecciano con quelle di tanti altri personaggi fra i luoghi più caratteristici della città emiliana. Il racconto costruito da Eliselle riprende tutti gli aspetti principali del classico romanzo rosa d'appendice: la divisione della narrazione in brevi episodi, l'attesa e la suspense per gli sviluppi della vicenda, la semplicità della fruizione su un mezzo popolare e di massa com'è oggi Instagram. Tutto questo declinato con i linguaggi tipici di oggi e in particolare del social network, in costante crescita in Italia, non solo fra i giovanissimi.

"Sono circa 16 milioni gli Italiani che utilizzano questo social ogni giorno e sono costantemente tartassati da annunci pubblicitari: occorre quindi trovare un nuovo modo per attirare l'attenzione e conquistare la fiducia degli utenti, tendenzialmente refrattari all'advertising tradizionale, ma propensi all'interazione" racconta Valentina Lanza, Responsabile Marketing e Comunicazione di Gruppo Fini. E aggiunge: "Il fotoromanzo invita gli utenti ad appassionarsi alla storia e a interagire direttamente con i personaggi, tifare per loro o anche criticarli, un po' come avviene per i famosi instagrammers presenti sulla piattaforma".

Non ci sono interferenze pubblicitarie: la caratteristica distintiva di questa iniziativa di comunicazione è che "gli eroi della storia sono i clienti non i brand", infatti la pasta fresca di Fini e i prodotti alimentari de Le Conserve della Nonna compaiono in alcune scene del racconto fotografico come semplice product placement, senza mai vincolare in alcun modo la narrazione. Si tratta di una scelta sicuramente insolita per una realtà aziendale, ma i numeri raggiunti dal profilo confermano l'efficacia di questo nuovo modo di parlare con i consumatori: in soli sei mesi il profilo @aModenaStory ha raggiunto quasi 10.000 follower.



BORDERLINE srl
C.A. n. 02079020212 R.E.A. 80501070
www.borderlineagency.com
UFFICIO STAMPA
Via Pisano, 16
40137 Bologna (BO)
T. +39 051 4462004
F. +39 051 0130019
press@borderlineagency.com
COMMUNICATION MANAGER & P.R.
MATTEO BARBONI
M. +39 394 172546
m.barboni@borderlineagency.com

41017 Ravenna (MO)
Amministrazione:
Via Albareto, 211
41122 Modena
info@nonsolobuono.it
www.nonsolobuono.it

Un'ulteriore conferma della strategia di comunicazione portata avanti da il Gruppo Fini, che ha scelto di dedicare a Modena e a tutta l'Emilia Romagna, alla sua cultura e alle sue tradizioni il magazine online. L'azienda è orgogliosamente legata a Modena, città nota in tutta Italia e nel mondo per le sue eccellenze, e le iniziative di comunicazione degli ultimi anni sono tutte rivolte alla valorizzazione di questo legame.



„dove ancor stassi in alto per trofeo posta e legata con una gran catena a curvi sassi.“

Il fotoromanzo si chiama #aModenaStory proprio perché la città emiliana, con i suoi luoghi e i suoi personaggi, è la cornice dove si sviluppa l'intera vicenda e il progetto ha anche ricevuto il Patrocinio del Comune, proprio in quanto iniziativa in grado di promuovere in modo nuovo il territorio e le sue ricchezze artistico-culturali.

#aModenaStory è online da gennaio di quest'anno ma c'è la massima riservatezza sulle evoluzioni della storia: per sapere come proseguirà non si può fare altro che seguire il profilo Instagram @aModenaStory e controllare giorno per giorno gli aggiornamenti e le Stories.



BORDERLINE srl
C.A. n. 02079020212 R.E.A. 80501070
www.borderlineagency.com
UFFICIO STAMPA
Via Pisano, 16
40137 Bologna (BO)
T. +39 051 4462004
F. +39 051 0130019
press@borderlineagency.com
COMMUNICATION MANAGER & P.R.
MATTEO BARBONI
M. +39 394 172546
m.barboni@borderlineagency.com

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



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

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

L'estate è la stagione di maturazione, raccolta e lavorazione del pomodoro per Le Conserve della Nonna, storica azienda emiliana di proprietà del Gruppo Fini SpA, 100% italiano, che offre al mercato un'ampia gamma di prodotti realizzati con cura e attenzione, come in una cucina domestica.

LE CONSERVE DELLA NONNA:
AD AGOSTO QUASI 50 MILA QUINTALI DI POMODORO
TRASFORMATI IN PASSATE E SUGHI

Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana Le Conserve della Nonna, che lo lavora solo nel momento migliore della maturazione, cioè nel mese di agosto.

Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti buoni e genuini, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena.

Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il pomodoro, che in agosto raggiunge il momento migliore della maturazione. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi.

Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato.



Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne.

In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti.

"Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche".

borderline
BORDERLINE srl
c.v. s.r.l. 2007890071888 - 2000000
www.borderlineagency.com
UFFICIO STAMPA
Via Forlino, 16
40137 Bologna (BO)
T. +39 051 4450204
F. +39 051 0130019
press@borderlineagency.com
COMMUNICATIONS MANAGER & PR
MATTEO BASSONI
M. +39 349 6172546
mbassoni@borderlineagency.com

Via Confine, 1583
41017 Ravarino (MO)
Amministrazione:
Via Albaretto, 211
41122 Modena
info@monsolobuona.it
www.monsolobuona.it

A raccontarla è **Valentina Lanza, responsabile Marketing**, che aggiunge: "La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto.

L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate di Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia".

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio "QC" presente nell'etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori.

Passata di pomodoro, salsa e sughi della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l'innovazione della grande industria possano integrarsi in un'offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo.

**La bontà
che riconosci**



borderline
BORDERLINE srl
c.v. s.r.l. 2007890071888 - 2000000
www.borderlineagency.com
UFFICIO STAMPA
Via Forlino, 16
40137 Bologna (BO)
T. +39 051 4450204
F. +39 051 0130019
press@borderlineagency.com
COMMUNICATIONS MANAGER & PR
MATTEO BASSONI
M. +39 349 6172546
mbassoni@borderlineagency.com

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



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

COMUNICATO STAMPA

La notizia in breve

L'azienda di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna promuove "Il Vaso dei ricordi" un progetto, ideato dall'agenzia creativa Bitmama, a sostegno della Federazione Alzheimer Italia per sensibilizzare la società e le istituzioni e abbattere il muro di isolamento e solitudine che circonda le persone con demenza.

Il 21 settembre, in occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer, verrà presentato "IL VASO DEI RICORDI" un progetto sperimentale per aiutare le persone con demenza a conservare i propri ricordi.

Il vaso che solitamente Le Conserve della Nonna usa per conservare le proprie ricette si è trasformato in uno strumento di supporto alle persone con demenza per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi.

Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma **uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società** e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.



La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e succes-

sivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. **L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone** con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e concreti. Il 21 settembre sarà online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".



BORDERLINE s.p.a.
C.F. n. 02279520211 (pa. 02279520211)
www.borderlineagency.com
UFFICIO STAMPA
Via Felsina, 16
40137 Bologna (BO)
T. +39 051 4450204
E. +39 051 0150019
press@borderlineagency.com
COORDINATORE MANAGER & P.R.
MATEO BARBONI
M. +39 349 6172546
mbarboni@borderlineagency.com

SEDE SOCIALE
Via Confine, 1583
41017 Ravarino (MO)
Amministrazione:
Via Albareto, 211
41122 Modena
info@nonsofobuono.it
www.nonsofobuono.it



BORDERLINE s.p.a.
C.F. n. 02279520211 (pa. 02279520211)
www.borderlineagency.com
UFFICIO STAMPA
Via Felsina, 16
40137 Bologna (BO)
T. +39 051 4450204
E. +39 051 0150019
press@borderlineagency.com
COORDINATORE MANAGER & P.R.
MATEO BARBONI
M. +39 349 6172546
mbarboni@borderlineagency.com

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

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Luglio 2018

GAZZETTA DI MODENA

HOME CRONACA SPORT TEMPO LIBERO ITALIA MONDO FOTO

SI PARLA DI IL MENÙ VASCOMANIA ZERO14 VOLLEY MODENA F.C. U.S. SASSUOLO CARPI
Sei in: MODENA > CRONACA > MODENA, ECCO IL PRIMO FOTOROMANZO...

Modena, ecco il primo fotoromanzo "made in Modena" le avventure di Matilde fanno impazzire il web

L'idea dell'agenzia Garage Raw è stata sposata dal Gruppo Fini per un esperimento su Instagram che è subito diventato un successo di Davide Berti

FOTOROMANZO

22 luglio 2018



MODENA. Confessate: quando è stata l'ultima volta che avete letto un fotoromanzo? Per la maggior parte dei modenesi sono passati tanti anni, per alcuni il ricordo va ai pomeriggi dalla nonna o dalla parrucchiera, per altri è invece ancora una abitudine in edicola, perché qualche rivista ancora si trova. Ma per diecimila persone, non un numero a caso per dire tanti ma 9468 per la precisione, il fotoromanzo è diventato un imperdibile appuntamento quotidiano.

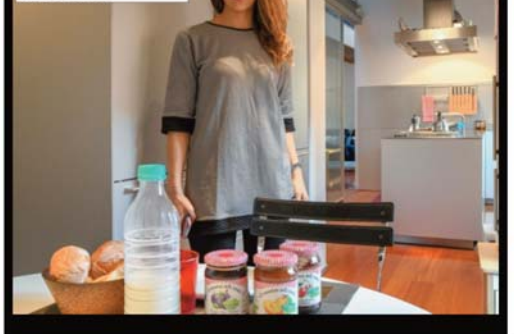


...dove ancor stassi in alto per trofeo posta e legata con una gran catena a curvi sassi."

Merito di una idea comunicativa vincente, di una azienda che ci ha creduto e di quel sapore nostalgico-vintage che ognuno di noi manifesta a suo modo. Gli ideatori hanno sprigionato tutto questo nel progetto #aModenaStory, che sul social network Instagram sta diventando virale. Le diecimila persone che lo seguono attendono i nuovi episodi, commentano, si appassionano grazie ad una storia accattivante e ad una location conosciuta: Modena.

L'intuizione è dell'agenzia Garage Raw, grazie al presidente Francesco Mattucci. La scommessa del Gruppo Fini, azienda che ha avuto il coraggio di credere in questa strategia.

Gli avevo preparato la colazione e non la ha nemmeno toccata. E' tutto troppo strano non è da lui.



È nato così l'account @aModenaStory con il primo racconto fotografico a puntate mai realizzato da un'azienda su Instagram. La trama, i personaggi e le loro conversazioni sono opera di Eliselle, giovane scrittrice modenese.

«Era necessario sorprendere, coinvolgere, ed essere riconoscibili sempre - spiega Mattucci di Garage Raw, di professione fotografo e instagrammer - Oggi l'utente cerca sui social network un mercato nuovo ed è lui che decide quali brand faranno parte della sua vita. Instagram è la piattaforma ideale per un genere che non è ancora scomparso: ci piaceva l'idea di interagire coi protagonisti della storia, vedere luoghi familiari, poter addirittura suggerire come condurre il seguito del fotoromanzo».

Ogni giorno si interagisce coi follower, a tutti si risponde: «Cerchiamo di costruire un dialogo perché io sono convinta che questo sia uno dei principali obiettivi per cui le marche debbano stare sui social network», spiega Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione del Gruppo Fini. Che aggiunge: «Chi sta su questa piattaforma è refrattario ai contenuti pubblicitari, ma si appassiona al racconto e anche noi abbiamo scelto una storia, tutta modenese».

La protagonista è Matilde, fotografa: «I protagonisti sono professionisti - spiega Mattucci - ma ci sono anche personaggi interpretati da amici e "special guest" della città di Modena». Garage Raw ha incaricato Elisa Guidelli, in arte Eliselle, di scrivere la storia, un romanzo rosa in brevi episodi dove non manca la suspense e soprattutto dove l'occhio può sempre riconoscere Modena, da piazza Grande al Mercato Albinelli. Se vedete set fotografici sotto casa vostra, non spaventatevi: magari i prossimi protagonisti potreste essere voi. —



Home · Bologna · La freschezza del pesce e della frutta d'estate nel weekend di FICO...

Bologna Eventi

La freschezza del pesce e della frutta d'estate nel weekend di FICO Eataly World

Da Roberto Di Biase - 14 luglio 2018



Il profumo dell'Adriatico, le marmellate della nonna e le visciole al sole: ecco il menu del fine settimana del 14 e 15 luglio nel Parco del Cibo

BOLOGNA - Sabato 14 e domenica 15 luglio, dalle ore 10 alle 18 presso l'area fra il **Teatro Arena e Librerie.coop**, le migliori piccole produzioni artigianali di confetture sveleranno tutti i segreti e le tecniche per le conserve e le marmellate più buone nell'evento dedicato alla **Frutta in vetro da oscar!** Le conserve come le faceva la nonna secondo la tradizione, con ricette semplici e materie prime appena raccolte. In un'unica "tavola di assaggio" si potranno degustare pesche e albicocche in confettura e sciropate.

La **partecipazione è gratuita** e su richiesta verrà consegnata una scheda per partecipare attivamente alla votazione delle prime tre classificate di ogni categoria. Per maggiori informazioni: <https://www.eatalyworld.it/it/conserve-della-nonna>

Sempre **sabato 14 luglio, alle ore 12.30**, si concluderà il ciclo di produzione dei **vasetti di visciole** dell'azienda **SI.GI**. I vasetti - arrivati da Macerata e messi a dimora a FICO il 22 giugno - sono pronti per essere assaggiati. Un autentico nettare, che verrà consegnato ai partecipanti del concorso fotografico, ai cuochi dei ristoranti di FICO e ai media che interverranno alla cerimonia di consegna. Ad illustrare le straordinarie qualità del prodotto interverrà la dottoressa **Silvia Damiano**, PhD presso L'università di Camerino, che racconterà i risultati ottenuti dagli studi sui frutti e semi di visciole prodotti e commercializzati dall'azienda Sigi, in cui emerge la forte capacità del frutto di contrastare radicali liberi, nonché l'efficacia nel trattamento negli stati di atrofia muscolare.

Anguille, vongole, ostriche, cozze, seppie canocchie e pesce azzurro per otto marinerie dell'Emilia Romagna e otto giornate interamente dedicate alla presentazione a 360° dei prodotti e dei luoghi della pesca dell'Adriatico attraverso un programma ricco e articolato. A partire **da sabato 14 fino al 21 luglio**, le marinerie saranno ospitate presso la **Pescheria della Nave Errante** per esporre i propri prodotti, raccontarne le proprietà nutrizionali, la stagionalità e le possibilità di utilizzo nella dieta quotidiana, grazie anche alla presentazione di alcune ricette della tradizione e ai laboratori didattici pomeridiani per famiglie e bambini a cura di **P-assaggi di Mare**. **Sabato 14 luglio alle ore 11.30**, il lancio presso il **Teatro Arena**: interverranno esperti biologi, pescatori, produttori e rivenditori, rappresentanti delle marinerie, nutrizionisti e ristoratori. I partecipanti ai laboratori didattici pomeridiani avranno diritto a un coupon promozionale per una **piccola "degustazione" del prodotto fresco**. Per maggiori informazioni: <https://www.eatalyworld.it/it/settimana-del-pesce-mare-adriatico>

Tutti gli eventi del mese sono consultabili al link <https://www.eatalyworld.it/it/eventi-bologna>



Allarme listeria: ritiro lotti di prodotti in commercio

11 luglio 2018 di Marta Manzo

f 0 t 0 s 0 Commenta



A causa di una contaminazione da listeria monocytogenes, il **ministero della Salute** ha richiamato alcuni lotti di prodotti commercializzati nel nostro Paese. Il primo è un **lotto di pecorino toscano Dop stagionato del marchio Pascoli Italiani**. Il prodotto, venduto in confezioni da 350 grammi, appartiene al lotto TS 22180130, con data di scadenza 1 ottobre 2018, è commercializzato da Eurospine prodotto da Rocca Toscana Formaggi nello stabilimento di **via Puccini 79, Arezzo** (marchio di identificazione IT 0929 CE).



Un altro richiamo è stato quindi diramato per un **lotto di Mettwurst – insaccato crudo spalmabile a marchio Metzgerei KIEM**: il prodotto è venduto in porzioni da 250g, col numero di lotto 25.18 e la data di scadenza 20/08/18. È prodotto da Metzgerei KIEM GmbH nello stabilimento in Strada Statale 96, a Castelbello, Bolzano (marchio di identificazione IT 9-567L). Infine, un altro richiamo è stato diffuso da Coop e Sigma per un **sugo alle vongole a marchio Le conserve della nonna**: per questo prodotto è stato previsto il richiamo per presenza di tracce di proteine delle uova non segnalate nella lista degli ingredienti, precisando però che il prodotto è sicuro per i consumatori non allergici. Coop fa sapere anche che il ritiro riguarda solo i punti vendita Alleanza 3.0 e UniCoop Tirreno. Il sugo è venduto in confezioni da 190g, col numero di lotto LA 017, la data di scadenza 13/07/2020, ed è prodotto nello stabilimento a marchio di identificazione IT 589L CE.

Listeria: richiamati pecorino toscano Pascoli italiani e insaccato spalmabile Metzgerei KIEM. Coop e Sigma richiamano sugo alle vongole per presenza di allergeni

Annalisa Cavazza · 10 luglio 2018 · Richiami e ritiri · 1 Commento



Il Ministero della salute ha pubblicato il richiamo di un lotto di pecorino toscano Dop stagionato a marchio Pascoli Italiani per contaminazione microbica da *Listeria monocytogenes*. Il prodotto è venduto in confezioni da 350g, col numero di lotto TS 22180130 e la data di scadenza 01/10/2018. Il pecorino è commercializzato da Eurospin ed è prodotto da Rocca Toscana Formaggi nello stabilimento di via Puccini 79, Arezzo (marchio di identificazione IT 0929 CE).

Il Ministero della salute, inoltre, ha diffuso l'avviso di richiamo di un lotto di Mettwurst – insaccato crudo spalmabile a marchio Metzgerei KIEM sempre per presenza di *Listeria monocytogenes*. Il prodotto è venduto in porzioni da 250g, col numero di lotto 25.18 e la data di scadenza 20/08/18. L'insaccato è prodotto da Metzgerei KIEM GmbH nello stabilimento in Strada Statale 96, a Castelbello, Bolzano (marchio di identificazione IT 9-567L).

Il Ministero della salute fa sapere che il prodotto in vendita è stato ritirato e che nei punti vendita sono stati esposti dei cartelli per informare i clienti del richiamo. La commercializzazione è avvenuta interamente in 3 negozi al dettaglio, per un totale di 15 kg circa.



SUGO ALLE VONGOLE **Le conserve della nonna** **190 g**

Infine, Coop e Sigma hanno richiamato un lotto di sugo alle vongole a marchio Le conserve della nonna per presenza di tracce di proteine delle uova non segnalate nella lista degli ingredienti, precisando però che il prodotto è sicuro per i consumatori non allergici. Coop fa sapere anche che il ritiro riguarda solo i punti vendita Alleanza 3.0 e UniCoop Tirreno. Il richiamo è stato pubblicato anche dal Ministero della salute. Il sugo è venduto in confezioni da 190g, col numero di lotto LA 017, la data di scadenza 13/07/2020, ed è prodotto nello stabilimento a marchio di identificazione IT 589L CE.

Dal 1° gennaio 2018, Il Fatto Alimentare ha segnalato 77 richiami, per un totale di 141 prodotti. Per vedere tutte le notifiche clicca [qui](#).

© Riproduzione riservata

Annalisa Cavazza

Alimenti ritirati per listeria: ancora casi in Italia, ecco quali prodotti sono stati richiamati

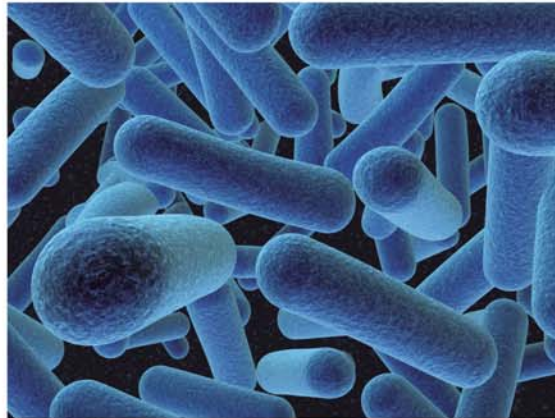


scritto da **Antonio Paviglianiti**
11 luglio 2018, 10:36

Ancora casi di alimenti infetti da listeria in Italia. Il Ministero della salute ha pubblicato il richiamo di un lotto di **pecorino toscano Dop stagionato a marchio Pascoli Italiani** per contaminazione microbica da *Listeria monocytogenes*. Il prodotto è venduto in confezioni da 350g, col numero di lotto TS 22180130 e la data di scadenza 01/10/2018. Il pecorino è commercializzato da Eurospin ed è prodotto da Rocca Toscana Formaggi nello stabilimento di via Puccini 79, Arezzo (marchio di identificazione IT 0929 CE).

Listeria in Italia, richiamo per un insaccato crudo spalmabile

È stato diffuso l'avviso di richiamo per un lotto di **Mettwurst** – insaccato crudo spalmabile a marchio Metzgerei KIEM sempre per presenza di *Listeria monocytogenes*. Il prodotto è venduto in porzioni da 250g, col numero di lotto 25.18 e la data di scadenza 20/08/18. L'insaccato è prodotto da Metzgerei KIEM GmbH nello stabilimento in Strada Statale 96, a Castelbello, Bolzano (marchio di identificazione IT 9-567L). Il Ministero della salute fa sapere che il prodotto in vendita è stato ritirato e che nei punti vendita sono stati esposti dei cartelli per informare i clienti del richiamo.



Sugo vongole Coop e Sigma ritirato: ecco perché

Coop e Sigma hanno richiamato un lotto di **sugo alle vongole a marchio Le conserve della nonna** per presenza di tracce di proteine delle uova non segnalate nella lista degli ingredienti, precisando però che il prodotto è sicuro per i consumatori non allergici. Coop fa sapere anche che il ritiro riguarda solo i punti vendita Alleanza 3.0 e UniCoop Tirreno. Il richiamo è stato pubblicato anche dal Ministero della salute. Il sugo è venduto in confezioni da 190g, col numero di lotto LA 017, la data di scadenza 13/07/2020, ed è prodotto nello stabilimento a marchio di identificazione IT 589L CE.



Notizie > Approfondimenti > Allarme alimentare, Coop richiama sugo alle vongole "Le conserve della nonna": contiene...

Allarme alimentare, Coop richiama sugo alle vongole "Le conserve della nonna": contiene allergene non segnalato in etichetta

Da Redazione Cagliaripad - 10 luglio 2018

AVVISO AI CONSUMATORI



*La Coop richiama sugo alle vongole "Le conserve della Nonna" da 190g per tracce di proteine delle uova non presenti in lista ingredienti. **Il richiamo è scattato oggi.***

Sul suo sito la Coop, fa sapere che "a titolo precauzionale e al fine di garantire la sicurezza dei clienti si procede al richiamo del prodotto".

Il provvedimento riguarda il lotto LLA017 con scadenza minima del 31/07/218. Il problema, evidenzia Giovanni D'Agata, presidente dello "Sportello dei Diritti", riguarda le persone allergiche o intolleranti alle proteine delle uova, come viene spiegato sul sito dell'azienda, che invita appunto chi è allergico a tale ingrediente e ha acquistato il prodotto a non consumarlo e a riportarlo al punto vendita per il rimborso.

L'avviso di richiamo riguarda esclusivamente i punti vendita Alleanza 3.0 e Unicoop Tirreno.

ATTUALITÀ regionale 11 luglio 2018

0 commenti

Coop richiama sugo alle vongole. Ecco perché

La segnalazione dello Sportello dei diritti.



Coop richiama sugo alle vongole: contiene un allergene non segnalato.

Coop richiama sugo

Il sugo alle vongole "Le conserve della Nonna" da 190g è stato oggetto di richiamo. Si sono riscontrate tracce di proteine delle uova non presenti in lista ingredienti. Il richiamo è scattato ieri. Sul suo sito la COOP, fa sapere che "a titolo precauzionale e al fine di garantire la sicurezza dei clienti si procede al richiamo del prodotto".

Il provvedimento riguarda il lotto LLA017 con scadenza minima del 31/07/218. Il problema, evidenzia Giovanni D'Agata, presidente dello "Sportello dei Diritti", riguarda quindi le persone allergiche o intolleranti alle proteine delle uova.

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

Luglio 2018

MaremmaNews

il primo quotidiano online della Maremma

HOME CRONACA AMBIENTE **ATTUALITÀ** POLITICA SPORT SALUTE ECONOMIA
DALLA REGIONE VIDEO MAIL CERCA

COOP richiama sugo alle vongole: contiene allergene non segnalato in etichetta



Gravi rischi per allergici e intolleranti. L'avviso di richiamo riguarda esclusivamente i punti vendita Alleanza 3.0 e Unicoop Tirreno.

COOP richiama sugo alle vongole "Le conserve della Nonna" da 190g per tracce di proteine delle uova non presenti in lista ingredienti. Il richiamo è scattato alcuni giorni fa. Sul suo [sito](#) la COOP, fa sapere che "a titolo precauzionale e al fine di garantire la sicurezza dei clienti si procede al richiamo del prodotto". Il provvedimento riguarda il lotto LLA017 con scadenza minima del 31/07/2020.

Il problema, evidenzia Giovanni D'Agata presidente dello "Sportello dei Diritti", riguarda le persone allergiche o intolleranti alle proteine delle uova, come viene spiegato sul sito dell'azienda, che invita appunto chi è allergico a tale ingrediente e ha acquistato il prodotto a non consumarlo e a riportarlo al punto vendita per il rimborso. L'avviso di richiamo riguarda esclusivamente i punti vendita Alleanza 3.0 e Unicoop Tirreno.

Per eventuali informazioni contattare il servizio consumatori all'indirizzo mail: cgrippo@finimodena.it.

Dettagli

Categoria: [ATTUALITÀ](#) Pubblicato: 10 Luglio 2018 Visite: 807

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

Agosto 2018

Prodotti alimentari ritirati dal commercio dal Ministero della Salute, ecco la lista completa

Di [Tonela Polincuc](#) - 14 Agosto 2018



Il Ministero della Salute ha ritirato dal commercio una serie di prodotti alimentari considerati pericolosi per la salute umana.

Ecco la lista completa:

Saria- I dolci della Sardegna s.n.c – Dolci misti- Pabassini, ritirato dal commercio l'11 agosto 2018.

Santa Croce- Acqua minerale Santa Croce, ritirato dal commercio il 10 agosto 2018 per rischio presenza di allergeni, cioè alimenti che possono causare delle allergie non segnati, però, sull'etichetta.

Uova fresche appartenenti all'avicola Peligna con tre diversi numeri di lotto, ritirate dal commercio per rischio salmonella.

Leggi anche:

[Allerta uova fresche a rischio salmonella ritirate dal mercato, ecco marca e lotti](#)

Formaggio Dolomiti aromatizzato alle erbe L.T., appartenente al Caseificio Sociale Comprensoriale di Primiero con il lotto CE IT 42 20, ritirato dal commercio il 31 luglio 2018, per presenza di salmonella. Prodotto alimentare richiamato per rischio microbiologico.

Formaggio Fontina D.O.P., appartenente a Terre d'Italia, ritirato dal commercio il 27 luglio 2018 per presenza di Escherichia Coli STEC. Il prodotto alimentare richiamato per rischio microbiologico.

Leggi anche:

[Formaggio ritirato dal commercio per presenza di escherichia coli, ecco marca e lotti](#)

Bevanda vegetale Orasi Soia Cacao, appartenente a Orasi, ritirato dal commercio il 26 luglio 2018 per rischio presenza di allergeni.

Ecco, invece, alcuni prodotti alimentari ritirati a scopo precauzionale:

Farina di cocco biologica appartenente a Baule Volante, ritirato dal commercio il 24 luglio 2018, per possibile presenza di frammenti metallici. Il Ministero della Salute consiglia vivamente di non mangiare il prodotto.

Ti potrebbe interessare:

[Formaggio ritirato dal commercio presenza di corpi estranei, ecco marca e lotti](#)

Passatino di lenticchie, appartenente a Baby Kiss, ritirato dal commercio il 20 luglio 2018 per presenza di glutine non dichiarato. Il prodotto alimentare è stato richiamato, quindi, per rischio presenza di allergeni.

Salsa fegato Take away, appartenente a C.I.R. sas di Mecarelli C. & C., ritirato dal commercio il 17 luglio 2018 per rischio microbiologico.

Pizzette crude di pasta sfoglia surgelate, appartenente a Carrefour, ritirato dal commercio il 10 luglio 2018 per rischio presenza di allergeni non dichiarati in etichetta.

Preparato per crostate e Cookies, appartenente a Pedon, ritirato dal commercio il 10 luglio 2018, richiamato per presenza di allergeni non dichiarati in etichetta.

Sugo alle vongole, appartenente a "Le conserve della nonna", ritirato dal commercio il 10 luglio 2018. Il prodotto è stato richiamato per rischio presenza di allergeni. Sono, infatti, state rinvenute tracce di proteine delle uova, non presenti nella lista ingredienti.

Minestrone tradizione NT 1 kg lotto 7311, appartenente a Findus, ritirato dal commercio l'8 luglio 2018 per rischio microbiologico.

Minestrone tradizione 400 gr lotto 7327, appartenente a Findus, ritirato dal commercio l'8 luglio 2018, per rischio microbiologico.

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

Settembre 2018

Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi

04/set/2018 16:44:33 Borderline Agency [Contatta l'autore](#)

Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana Le Conserve della Nonna, che lo lavora solo nel momento migliore della maturazione, cioè nel mese di agosto.

Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica **tradizione delle conserve di pomodoro**. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti buoni e genuini, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena. Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il **pomodoro**, che in **agosto** raggiunge il **momento migliore della maturazione**. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi.

Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato. Il pomodoro è **tutto raccolto meccanicamente** e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne. In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti.

*"Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche". A raccontarlo è **Valentina Lanza, responsabile Marketing**, che aggiunge: "La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto. L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia".*

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, **Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi**, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio "QC" presente nell'etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori. Passata di pomodoro, salsa e sughi della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l'innovazione della grande industria possano integrarsi in un'offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in **Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo**.

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

www.nonsolobuono.it/conserve-della-nonna

Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi

September

5
2018



Matteo Barboni
Borderline srl

Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana Le Conserve della Nonna, che lo lavora solo nel momento migliore della maturazione, cioè nel mese di agosto



Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti buoni e genuini, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena.

Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il pomodoro, che in agosto raggiunge il momento migliore della maturazione. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi.

Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato. Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato.

Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne.

In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti.

"Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche".

A raccontarlo è Valentina Lanza, responsabile Marketing, che aggiunge: "La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto.

L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia".

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio "QC" presente nell'etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori. Passata di pomodoro, salsa e sughi della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l'innovazione della grande industria possano integrarsi in un'offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo.

Il Gruppo Fini SpA, società a socio unico di proprietà del fondo 100% italiano Paladin Capital Partners, è una grande realtà produttiva dell'alimentare in Italia. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, storica realtà di Ravarino (MO).

FINI è un marchio di pasta ripiena e sughi freschi che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Le Conserve della Nonna, nell'ampia gamma di referenze tipiche di tutte le regioni italiane, offre sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Link:

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

Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi

Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana Le Conserve della Nonna, che lo lavora solo nel momento migliore della maturazione, cioè nel mese di agosto

Bologna, 04/09/2018 - 17:20 (informazione.it - comunicati stampa - cibi e bevande) Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti buoni e genuini, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena.

Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il pomodoro, che in agosto raggiunge il momento migliore della maturazione. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi.



Entro poche ore dalla raccolta i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato. Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne. In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti. Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche. A raccontarlo è Lanza, responsabile Marketing che aggiunge: "La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto.

L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia".

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio "QC" presente nell'etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori.

Passata di pomodoro, salsa e sughi della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l'innovazione della grande industria possano integrarsi in un'offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo.

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

Per maggiori informazioni

Sito Web

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

Ufficio Stampa

Matteo Barboni

[Borderline Srl](#) (Leggi tutti i comunicati)

via Parisio 16

40137 bologna Italia

borderline@borderlineagency.com

Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi

Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi

Scritto da BorderlineAgency il 5 settembre 2018. Pubblicato in Alimentari e Bevande, Aziende

Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana Le Conserve della Nonna, che lo lavora solo nel momento migliore della maturazione, cioè nel mese di agosto

Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica **tradizione delle conserve di pomodoro**. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti buoni e genuini, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena.

Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il **pomodoro**, che in agosto raggiunge il **momento migliore della maturazione**. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi.

Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato.

Il pomodoro è **tutto raccolto meccanicamente** e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne.

In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti.

"Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche".

A raccontarlo è **Valentina Lanza, responsabile Marketing**, che aggiunge: *"La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto.*

L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia".

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, **Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi**, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel **marchio "QC"** presente nell'etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori.

Passata di pomodoro, salsa e sughi della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l'innovazione della grande industria possano integrarsi in un'offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in **Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo.**

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

Tags: Gruppo Fini, Le Conserve della Nonna, passate, pomodoro, sughi

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

Settembre 2018

JOY Free Press

Diamo voce ai tuoi pensieri con comunicati di pubblica utilità

Comunicati generici Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati

Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati

4 Set 2018 | Comunicati generici · Mangiare Tags: Gruppo Fini · Le Conserve della Nonna · passate · sugo

Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana Le Conserve della Nonna, che lo lavora solo nel momento migliore della maturazione, cioè nel mese di agosto

Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti buoni e genuini, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena.

Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il pomodoro, che in agosto raggiunge il momento migliore della maturazione. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi.

Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato.

Il pomodoro è **tutto raccolto meccanicamente** e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne.

In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti.

"Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche".

A raccontarlo è **Valentina Lanza, responsabile Marketing**, che aggiunge: "La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto.

L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna, che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia".

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, **Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi**, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio "QC" presente nell'etichetta, creato dalla **Regione Emilia Romagna** per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori.

Passata di pomodoro, salsa e sughi della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l'innovazione della grande industria possano integrarsi in un'offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo.

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

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

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

Settembre 2018

LINK: <https://www.sulpanaro.net/2018/09/ravarino-ad-agosto-quasi-50-mila-quintali-pomodoro-trasformati-passate-sughi/>

Chi siamo Contatti

sulPanaro.net)
Notiziario della Bassa Modenese

**arredi
morselli** San Felice sul Panaro

Home Il mio Comune ▾ Viabilità Cronaca Economia Ricostruzione Salute Sport e Motor

sulPanaro.net)
Expo

Ogni comune, tutte le attività, un

Home > Ravarino > Ravarino, ad agosto quasi 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate

Ravarino, ad agosto quasi 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi

Numeri da record per la campagna del pomodoro. Dal 30 luglio al 30 agosto l'azienda di Ravarino "Le Conserve della nonna" ha trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passate di pomodoro e alcuni sughi in vasi di vetro. Lo spiega in una nota l'azienda del Gruppo Fini.

"La stagione - ha commentato Valentina Lanza, responsabile Marketing del Gruppo Fini - è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto".

Le Conserve della Nonna, azienda italiana nata a Ravarino nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro e nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere - conclude la nota - "il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale".

Condividi:



★ Mi piace

Di' per primo che ti piace.

Mi piace:

da redazione sp | 05 Set 2018 | Ravarino, Focus

LINK: <https://www.modenatoday.it/economia/campagna-pomodori-conserve.nonna-fini-estate-2018.html>

DECATHLON
MODENA

SIETE RIENTRATI? RIPARTITE.

MODENATODAY

Sezioni

Economia

Q

ACCEDI

Economia / Ravarino

Le Conserve della Nonna, in agosto trasformati quasi 50 mila quintali di pomodoro

Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana con sede a Ravarino, per la quale im mese di agosto è quello di massimo sforzo produttivo

MT Redazione
04 SETTEMBRE 2018 15:44



Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda nostrana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti. In estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il pomodoro, che in agosto raggiunge il momento migliore della maturazione. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, ed entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga con i prodotti migliori

Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi. I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore; in seguito il

I più letti di oggi

- 1** CIRFood inaugura a Modena il dodicesimo ristorante self-service "Rita"
- 2** Le Conserve della Nonna, in agosto trasformati quasi 50 mila quintali di pomodoro
- 3** Industria 4.0, da Unimore la realtà aumentata a servizio delle imprese
- 4** Camera di Commercio di Modena, Giuseppe Molinari eletto Presidente

Ecco l'apparecchio acustico che sta cambiando le vite...
[CLINIC COMPARE](#)

Ecco il frutto che brucia i grassi senza sforzo
[OGGIBENESSERE.COM](#)

Sponsorizzato da **Outbrain** |>

Prenota una visita

dottori.it

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

Settembre 2018

04/09/2018 16:12
Sito Web

MODENATODAY

prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti.

“Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all’inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche”. A raccontarlo è Valentina Lanza, responsabile Marketing, che aggiunge: “La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto. L’estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia”.

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento “Qualità Controllata” per le passate e i sughi, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell’Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l’utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio “QC” presente nell’etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell’ambiente e la salute dei consumatori.

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

Settembre 2018

LINK: <https://www.informazione.it/c/1AB3253B-CDA0-49FE-8152-E73087205632/Le-Conservenella-Nonna-ad-agosto-oltre-50->


Notizie a Confronto Comunicati Stampa Social News Offerte di Lavoro

informazione.it Comunicati Stampa

Prima pagina Elenco Nuovo account Inserimento Pannello di controllo Modifica password

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando prestati il consenso all'uso di tutti i cookie. La scelta può essere modificata in ogni momento.

OK



Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi

Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana Le Conserve della Nonna, che lo lavora solo nel momento migliore della maturazione, cioè nel mese di agosto

Bologna, 04/09/2018 - 17:20 ([informazione.it - comunicati stampa - cibi e bevande](#)) **Le Conserve della Nonna**, realtà produttiva italiana nata a **Ravarino** (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica **tradizione delle conserve di pomodoro**. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande **industria alimentare** può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti buoni e genuini, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena.

Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il **pomodoro**, che in **agosto** raggiunge il **momento migliore della maturazione**. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi.

Entro poche ore dalla raccolta i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato. Il pomodoro è **tutto raccolto meccanicamente** selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne. In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti. *Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche". A raccontarlo è **Lanza, responsabile Marketing** che aggiunge: "La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a*

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

Settembre 201804/09/2018 17:20
Sito Web

informazione.it

*mercoledì 30 Agosto.**L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia".*

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, **Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi** grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel **marchio "QC"** presente nell'etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori.

Passata di pomodoro, salsa e sughi della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l'innovazione della grande industria possano integrarsi in un'offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in **Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo.**

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

**Per maggiori informazioni****Sito Web**<https://nonsolobuono.it/conserve-della-nonna/>**Ufficio Stampa**

Matteo Barboni

 [Borderline Srl \(Leggi tutti i comunicati\)](#)

via Parisio 16

40137 bologna Italia

borderline@borderlineagency.com

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

Settembre 2018

05/09/2018
. ito. . eb



LINK: <http://distribuzionemoderna.info/news/fini-campagna-pomodoro-2018-positiva-per-le-conserve-della-nonna>

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se hai il tuo consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque elemento della web page in uso ti acconsenti all'uso dei cookie. **ACCETTA**

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

Imprese | Persone | Spot News | Pubblicità | Estero | Sostenibilità | Finanza | Tecnologia | Logistica | Trend | Associazioni
Approfondimenti

News



Fini: campagna pomodoro 2018 positiva per Le Conserve della Nonna



Le Conserve della Nonna, storica azienda emiliana di proprietà del Gruppo Fini Spa, ha trasformato quasi 50 mila quintali di pomodori in salse e sughi durante la campagna pomodoro 2018 che si è svolta nel mese di agosto.

«Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro

fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche», dichiara Valentina Lanza, responsabile Marketing di Gruppo Fini.

«La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto», conclude Lanza.

Inoltre, contestualmente alla campagna 2018, in agosto il Gruppo ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC, che ha superato con punteggio massimo.

05 Settembre 2018

Home > Prodotti > Food > Le Conserve della Nonna: quasi 50.000 quintali di pomodoro trasformati in passate...

Le Conserve della Nonna: quasi 50.000 quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi

Prodotti Food Set 4, 2018



Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti buoni e genuini, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena.

Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il pomodoro, che in agosto raggiunge il momento migliore della maturazione. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi. Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato.

Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne. In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. Le confezioni di vetro piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti.

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

Settembre 2018

04/09/2018
. ito. . eb

Mixer
PLANET



“Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughì, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all’inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche”.

A raccontarlo è **Valentina Lanza**, responsabile Marketing, che aggiunge: *“La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e l’escarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto. L’estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia”.*

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento “Qualità Controllata” per le passate e i sughì, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell’Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l’utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio “QC” presente nell’etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell’ambiente e la salute dei consumatori. Passata di pomodoro, salsa e sughì della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l’innovazione della grande industria possano integrarsi in un’offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest’anno l’ha superata con punteggio massimo.

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

Settembre 201807/09/2018
. ito. . eb

Le Conserve della Nonna trasforma oltre 5mila ton di pomodoro in passate e sughi

LINK: <http://www.freshplaza.it/article/101358/Le-Conserve-della-Nonna-trasforma-oltre-5mila-ton-di-pomodoro-in-passate-e-sughi>.



Le Conserve della Nonna trasforma oltre 5mila ton di pomodoro in passate e sughi "Abbiamo trasformato 4.700 tonnellate di pomodoro fresco convenzionale e 750 ton di pomodoro fresco biologico per realizzare passata e sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro. Ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche". A raccontarlo è Valentina Lanza, responsabile marketing, che aggiunge: "La stagione è stata positiva, grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona. Le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 agosto. L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia". Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (provincia di Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata gamma di oltre cento prodotti, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'Emilia Romagna, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi. Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente e selezionato ben quattro volte sia in campo che all'arrivo in stabilimento: in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi. I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne. In seguito, il prodotto viene conservato in vasi di vetro dopo essere passato per il processo di pastorizzazione, dove le bottiglie già riempite vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti. Nel 2014, Le Conserve della Nonna è stata la prima azienda industriale a ottenere il riconoscimento "Qualità Controllata" per le passate e i sughi, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, prodotti a lotta integrata e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio "QC" presente nell'etichetta. Contestualmente alla campagna del pomodoro in agosto, il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo. Fonte: www.comunicati-stampa.net Data di pubblicazione: 07/09/2018

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

Settembre 2018

LINK: <http://www.corriereortofrutticolo.it/2018/09/07/conservenella-nonna-gruppo-fini-trasformati-quasi-50-mila-quintali-pomodori/>

IL MENSILE DI ECONOMIA E ATTUALITÀ DEL SETTORE ORTOFRUTTA



email:therometable@omnibuscomunicazione.net
6 - 7 novembre 2018
Hotel Parco dei Principi - Roma

CORRIERE ORTOFRUTTICOLO
THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE MARKET

ATTUALITÀ ▾ AZIENDE ▾ DISTRIBUZIONE ▾ ESTERO FIERE INNOVAZIONE ▾ LOGISTICA ▾

CONSERVE DELLA NONNA (GRUPPO FINI), TRASFORMATI QUASI 50 MILA QUINTALI DI POMODORI



AZIENDE, INDUSTRIA

Publicato il 7 settembre 2018



Le **Conservenella Nonna**, storica azienda emiliana di proprietà del **Gruppo Fini Spa**, ha trasformato quasi 50 mila quintali di pomodori in salse e sughi durante la **campagna pomodoro 2018** che si è svolta nel mese di agosto.



“Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all’inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche”, dichiara **Valentina Lanza (nella foto), responsabile Marketing di Gruppo Fini.**

“La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto”, conclude Lanza.

Inoltre, contestualmente alla campagna 2018, in agosto il Gruppo ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione BRC, che ha superato con punteggio massimo.

Seguici su TV

PROT DELL'ORTO Venezia, 18 Save

SUCCOSI DOLCE PROFUMATI GALLO

SIAL INSPIRE FOOD BUSINESS Parigi 21-25 OTT 2018



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

Settembre 2018

05/09/2018
. ito. . eb

zazoom.info

LINK: <https://www.zazoom.info/ultime-news/4625648/le-conserve-della-nonna-ad-agosto-oltre-50-mila-quintali-di-pomodoro-trasformati-in-passate-e-su...>

Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro ...

 **Promozione Creami Style**
La tariffa che si adatta a ogni stile di vita ora a soli €5/mese.
Scopri di più [SCOPRI DI PIÙ](#)



FINI è un marchio di pasta ripiena e sughi freschi che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della ...

Segnalato da : **comunicati-stampa**

[Commenta](#)

Annuncio chiuso da Google

Int. visual. ann.

Perché questo annuncio? ▶

Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi (Di mercoledì 5 settembre 2018) FINI è un marchio di pasta ripiena e sughi freschi che rappresenta in Italia e nel mondo tutto il gusto della tradizione emiliana in cucina. Le **Conserve della Nonna**, nell'ampia gamma di referenze ...

COMUNICATI-STAMPA

 **AntonellaCard1** : Numeri da record per la campagna del pomodoro. Dal 30

luglio al 30 agosto l'azienda di Ravarino 'Le Conserve della... - **informazionecs** : Le Conserve della Nonna: ad agosto oltre 50 mila quintali di pomodoro trasformati in passate e sughi - **TerritoriCoop** : Dai formaggi genuini alle specialità della norcineria locale, dalle conserve ai dolci della tradizione: fino al 30... -

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

Settembre 2018

14/09/2018

Distribuzione. . oderna

DERIVATI DEL POMODORO: la qualità fa la differenza

Nell'anno terminante a luglio 2018 il mercato dei derivati del pomodoro fa registrare una flessione sia dei fatturati (-0.1%) che dei volumi (-0.2%). Il calo è strettamente legato alle performance degli Iper e dei Liberi Servizi, mentre si osserva una crescita nei Super e nei Discount (rispettivamente +0.5% e +0.9% a volume e +0.4% e +1.9% a valore) che si confermano i primi due canali del mercato per vendite a volume. «Analizzando le vendite per area - spiega Marila Scarcella di Nielsen -, si registra a volume un calo in Area 1 (-1.1%) e in Area 3 (-0.5%) e a valore in Area 1 (-0.5%) e in Area 4 (-1.0%). L'Area che cresce maggiormente è l'Area 2 (+1.4% a volume, +1.5% a valore). A totale Italia, il prezzo risulta flat, mentre il numero medio di referenze in crescita mediamente (+1 referenza). La pressione promozionale complessiva si riduce passando dal 40.4% a 39.5% ma aumenta di 1 p.to circa nei Discount dove la percentuale di vendite promozionate sul totale resta comunque decisamente inferiore rispetto alla media degli altri canali (19.3% vs 39.5%)». **TENGONO LE PASSATE E I POMODORINI** Il calo delle vendite è guidato dalle conserve rosse (concentrati, passate, pelati, pomodorini e polpe), anche se al loro interno è possibile osservare un trend positivo a volume per le passate che crescono del +0.5% e per i pomodorini che crescono del +1.9%; quest'ultimi, tuttavia, registrano un calo a valore (-0.4%) a causa di una riduzione di prezzo. Le passate, principale categoria del mercato con un peso pari al 53% sul totale vendite, mostrano una riduzione dei volumi negli Iper (-4.9%) e in Area 1 (-1%); unico canale in crescita il Discount (+ 3% circa, sia a valore che a volume) che risulta estremamente competitivo rispetto alla Distribuzione Moderna (indice di prezzo pari al 74% del prezzo del Totale Italia). A valore negative le vendite dei Liberi Servizi (-1.2%) e dell'Area 4 (-1%). **SEGNO MENO PER POLPE E PELATI** Le polpe rappresentano circa il 22% del totale mercato dei derivati del pomodoro e mostrano una flessione delle vendite del 3.3% a volume e il 3.2% a valore in parte influenzata anche dalla minore pressione promozionale (-2 pti). La riduzione delle vendite è cross area e cross channel ed interessa in particolar modo i Liberi Servizi e i Discount. Anche i pelati evidenziano dinamiche negative che si manifestano in tutti i canali ad eccezione dei Discount (+1,9% a volume e stabili a valore). Particolarmente negative le performance degli Iper (-3,7% a volume e -4,7% a valore). A fronte delle performance negative dei Pelati, i pomodorini invece crescono a volume (+1,9%) in parte influenzati dalla riduzione del prezzo e dall'incremento delle promozioni (+3,4pti). **SALSE E SUGHI UHT IN CONTROTENDENZA** Le salse presentano un'ottima performance double digit (+13% a volume, +9.1% a valore): crescono in particolare nei Super (+11.3 % a volume, +9.0% a valore) e nei Discount, dove il trend raggiunge addirittura un +30.6% a volume e +22.5% a valore e risente della riduzione del prezzo e della crescita distributiva (+4 pti). Anche i sughi UHT a base di pomodoro crescono del +2.3% a volume e del 2.1% a valore, mostrando un trend particolarmente positivo nei Discount (+4.4% a volume, +3.9% a valore) e in Area 2 (+4.8% a volume, +3.8% a valore). **UN PROTAGONISTA INDISCUSSO DELLA DIETA MEDITERRANEA** Il mercato oggi in Italia muove un volume d'affari di 610 milioni di euro per 460 milioni di kg di prodotto. «Al di là della dimensione - sottolinea Federico Cippi, direttore marketing retail Conserve Italia -, si tratta di un comparto molto importante in quanto il pomodoro è un protagonista assoluto della dieta mediterranea, dal quale non si può

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

Settembre 2018

14/09/2018

Distribuzione. . oderna

certo prescindere, e rientra a pieno titolo nel dna dell'alimentazione italiana». Negli ultimi tempi si sta registrando un leggero calo in termini di consumo, soprattutto per via di un'evoluzione nelle abitudini degli italiani che adottano scelte alimentari sempre meno tradizionali e sono desiderosi di sperimentare nuovi cibi etnici. «Tuttavia - assicura Capi -, questo non intacca la centralità del pomodoro made in Italy nella nostra cucina». **LA PRODUZIONE: UN PUNTO DI FORZA** Se il comparto sul territorio nazionale attraversa una fase di luci e ombre, non si può certo affermare lo stesso oltreconfine. L'industria del pomodoro e dei suoi derivati oggi rappresenta infatti uno dei punti di forza dell'agroalimentare tricolore, con un giro d'affari di circa 3,5 miliardi di euro. L'Italia è il terzo produttore al mondo dopo California e Cina. «Negli ultimi dieci anni - spiega Fabrizio Fichera, direttore marketing del Consorzio Casalasco del pomodoro (Pomì) - l'export di questo settore ha registrato costantemente trend positivi e nel 2017 ha chiuso con un fatturato di circa 1,5 miliardi di euro. In particolare, sono cresciute le quote di mercato dei prodotti tradizionali, come polpe, passate e pelati, che rappresentano oltre l'80% del volume **A TUTTO EXPORT** I Paesi che importano maggiormente sono quelli in cui il valore dell'italianità è forte e il potere di acquisto in mano al consumatore locale è alto, permettendo di valorizzare un'offerta, come quella made in Italy, più cara ma significativamente superiore in termini di qualità. «Oltre alle conserve rosse - sottolinea Federico Capi di Conserve Italia - si stanno anche affermando le conserve di vegetali/legumi, essendo più apprezzato l'alto standard qualitativo dei prodotti. Le aree con il maggior interesse nell'ultimo anno sono quelle di Usa e Far East». Anche per La Doria l'export è una leva strategica fondamentale per il business: «Guardando al fatturato complessivo dell'azienda - puntualizza il direttore commerciale Italia Giuseppe Tammaro -, si rileva che il peso del mercato italiano è pari al 22,6%, mentre l'export registra un'incidenza del 77,4%». **MAGGIORE ATTENZIONE AI BISOGNI DEL CONSUMATORE** Nel corso degli anni il consumatore si è evoluto, spostando l'attenzione verso categorie ad alto valore aggiunto, che potessero quindi rispondere meglio a quelli che sono diventati i bisogni della società contemporanea. «Avere a disposizione prodotti già pronti - commenta Francesca D'Imperio, senior product manager di Star -, piuttosto che singoli ingredienti come base di preparazione, come può essere ad esempio una semplice passata di pomodoro è stata la chiave di volta del mercato dei sughi inteso in senso lato». Va da sé che il prodotto da solo non è l'unico volano utile per la vendita: «l'innovazione - continua D'Imperio - all'interno di un mercato maturo come quello dei derivati non è stata l'unica leva del marketing mix su cui Star ha investito: il supporto promozionale a punto vendita, accompagnato da azioni di extra visibilità, rappresenta un asset rilevante di categoria». **LA PRATICITÀ CONQUISTA LO SCAFFALE** Il consumatore di oggi, sempre più attento ai prodotti che acquista, è alla ricerca di praticità e semplicità nell'offerta a scaffale. «Perciò - dichiara Andrea Tonghini, Trade Marketing Manager di Mutti - il mercato del pomodoro, prodotto semplice e sano, e ancor di più il comparto dei sughi e salse pronte, sono categorie fortemente in linea con le attuali tendenze e con grandi prospettive di sviluppo». L'azienda, che vanta una solida presenza in tutti i segmenti del mercato, da qualche anno ha affiancato alla gamma "core" anche nuove referenze in altre categorie affini, dal mondo specialità (pomodori ciliegini e datterini) ai sughi e alle salse. «Il lancio della nostra Salsa Pronta ai Pomodori Datterini - conferma Tonghini - è stata un successo straordinario, rispondendo alle esigenze di praticità e gusto che i consumatori sempre più cercano. In pochi anni è diventata una delle referenze più performanti nel mercato dei sughi pronti». **INNOVAZIONE, NON SOLO DI PRODOTTO** Quello del pomodoro è un mercato stagionale, nel quale la produzione è prevalentemente concentrata nel periodo di

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

Settembre 2018

14/09/2018

Distribuzione. . oderna

maturazione naturale del frutto, tra luglio e settembre. Questa stagionalità crea inevitabilmente maggiore complessità ad innovare con rapidità anche se l'innovazione non solo rimane un driver fondamentale ma, come ci conferma Vittorio Barrasso, marketing director sauces and flours region Italy di Barilla «è un must per il leader che ha il compito di interpretare le esigenze dei consumatori per lo sviluppo della categoria». In particolare, nel caso dei sughi pronti, lo sviluppo passa per la penetrazione e l'ampliamento delle occasioni di consumo: da qui la scelta dell'azienda di investire strutturalmente nello sviluppo di nuovi prodotti partendo dalla co-progettazione con le persone ma anche di rivedere ciclicamente gli attributi di prodotto per offrire un'esperienza sempre più gratificante. «Ma - conclude Barrasso - ci tengo a sottolineare che l'innovazione intesa da Barilla riguarda anche la reinterpretazione dei processi produttivi e l'attenzione alla filiera delle materie prime». **UN COMPARTO 'NATURALMENTE' HEALTHY** Da diversi anni quando si parla di food inevitabilmente si fa riferimento a tutti i nuovi trend, sempre di più orientati al benessere in senso ampio. «Il mercato del pomodoro - spiega D'imperio di Star -, nella sua sfaccettatura più semplice, ossia nei derivati, è quello meno impattato, proprio perché da sempre alla base di un'alimentazione sana e genuina. Spostandoci però verso i sughi pronti, nuovi trend quali ad esempio vegan e bio stanno prendendo piede, anche se non in maniera predominante come accade in altre categorie». «I gusti dei consumatori - conferma Barrasso di Barilla- sono evoluti in maniera sensibile nell'ultimo quinquennio, in particolare è aumentata esponenzialmente la ricerca di prodotti legati a regimi alimentari particolari (vegetariano/vegano e biologico - vedi sopra), ma anche la presenza di materie prime nobili e dalle certificazioni segnaletiche di qualità organolettica superiore. In particolare il comparto del pomodoro sta vivendo una novelle vague legata alla presenza in ricetta di varietà di pomodoro, come i pomodori ciliegini e datterini, che risultano particolarmente apprezzati per dolcezza consistenza». **UN MARKETING MIX ARTICOLATO** Instaurare un dialogo diretto con il consumatore, in grado di evidenziare i valori e la qualità della propria produzione è dunque un obiettivo primario per le aziende del settore. Consorzio Casalasco del pomodoro ha puntato fin dall'inizio ad una valorizzazione del pomodoro che viene venduto, evidenziandone caratteristiche come filiera, tracciabilità, sostenibilità e naturalità. «Il tutto - evidenzia Fichera - viene poi comunicato attraverso campagne adv classiche sia sui mezzi on line che tradizionali come la tv, la stampa e l'outdoor». La comunicazione è, insieme all'innovazione, la leva fondamentale per lo sviluppo dell'adozione da parte della categoria ed è per questo che Mutti è da anni leader degli investimenti marketing con uno share of investments costantemente tra il 40 e il 50% del totale investimenti settore. «Al di là della comunicazione televisiva - specifica Tonghini - cresce sempre di più il peso degli investimenti nel digitale che registra ogni anno incrementi di penetrazione e consumo giornaliero, anche per le fasce di età più mature. In misura minore investiamo nel mezzo stampa e nelle affissioni». **UN OCCHIO ALLA SOSTENIBILITÀ** Il mercato dei derivati del pomodoro è piuttosto sensibile alla tematica ecosostenibile: i player del settore, infatti, investono continuamente per garantire una filiera produttiva che rispetti il territorio in tutte le fasi. «Per questa ragione una delle leve su cui La Doria sta lavorando - asserisce tammaro - per avere innovazione resta il packaging, con la ricerca di contenitori a basso impatto ambientale e con una maggiore praticità, come nel caso dei formati monodose. I contenitori in carta sono quelli su cui sta lavorando di più per fornire al consumatore, soprattutto estero, un prodotto con un pack dal basso impatto ambientale». **LA PROVENIENZA IN ETICHETTA DIVENTA OBBLIGATORIA** Un aspetto di cui i player del mercato dovranno necessariamente tenere conto è che per i pelati e i sughi prodotti in Italia da lunedì 27 agosto

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

Settembre 2018

14/09/2018

Distribuzione. . oderna

è diventato obbligatorio indicare nell'etichetta la provenienza del pomodoro. Lo prevede il decreto interministeriale per l'origine obbligatoria sui prodotti pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale numero 47 del 26 febbraio 2018, per il quale sono passati ormai i 120 giorni necessari per l'entrata in vigore. L'obbligo è scattato per i cibi dove la percentuale di derivati del pomodoro supera il 50%: nell'etichetta dovranno specificare sia il Paese di coltivazione del pomodoro, che quello di trasformazione. Quando non si tratta di pomodoro coltivato e trasformato in Italia, si potrà ricorrere alla dicitura generica di Paesi Ue, Paesi non Ue oppure "Paesi Ue e non Ue". Per consentire lo smaltimento delle scorte, i prodotti che non soddisfano i requisiti previsti dal decreto, perchè immessi sui mercati o etichettati prima dell'entrata in vigore del provvedimento, possono essere commercializzati entro il termine di conservazione previsto in etichetta. Dopo il latte, la pasta e il riso, dunque, anche per il pomodoro l'etichetta d'origine diventa obbligatoria almeno fino al 31 marzo 2020, fino a quando cioè non dovrebbero entrare in vigore le nuove normative europee in materia, che prevedono maglie più larghe rispetto a quelle stabilite dal nostro Paese. **L'IMPORTANZA DELLA GIUSTA MATURAZIONE** Il pomodoro, protagonista della cucina italiana, è l'ingrediente fondamentale di molte referenze della storica azienda italiana Le Conserve della Nonna, parte del gruppo Fini, che lo lavora solo nel momento migliore della maturazione, cioè nel mese di agosto. «Abbiamo trasformato - racconta la responsabile marketing Valentina Lanza - 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche». La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 Agosto. «L'estate 2018 - aggiunge Lanza - ci ha permesso di ottenere quindi un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in GDO in Italia»

LINK: <http://distribuzionemoderna.info/mercati/confetture-e-marmellate-a-tutto-bio>

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se non accetti i termini del presente avviso, il tuo consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque elemento del sito accetti l'uso dei cookie. **ACCETTA**

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

Imprese | Persone | Spot News | Pubblicità | Estero | Sostenibilità | Finanza | Tecnologia | Logistica | Trend | Associazioni
Approfondimenti

Mercati

Confetture e marmellate a tutto bio



Nell'anno terminante a luglio 2018, il mercato delle confetture fa registrare una crescita sia dei fatturati (+3.6%) che dei volumi (+3.0%). Analizzando la tipologia dei prodotti, l'incremento delle vendite è largamente influenzata dal segmento Bio (20,4% dei volumi) che fa registrare una variazione del +7.9% a volume e del +7.4% a valore: In particolare,

aumentano le vendite nel Discount (+16.3% a volume, +16% a valore) grazie alla crescita di 13 punti distributivi (da 58 a 71 di Distribuzione Ponderata). «La fascia di formato principale – spiega **Marila Scarcella di Nielsen** – è la 291-450 gr, che pesa il 76% sul totale volumi venduti e continua a crescere con un trend del +2.5% a volume e del +3.1% a valore; i grandi formati (oltre 450gr.) risultano lievemente in flessione a volume (-0.2%) mentre il fatturato cresce (+0.7%) grazie ad un leggero incremento del prezzo. I formati da 151-290 gr e fino a 150 gr che realizzano rispettivamente il 12% ed il 3% dei volumi della categoria guidano la crescita grazie anche all'ampliamento distributivo».

Crescono tutte le superfici

La crescita è rilevata in tutte le aree ed in tutti i canali, ad eccezione dei Liberi Servizi dove si osserva una flessione sia a volume che a valore pari a -0.7%. A presentare il trend di crescita maggiore sono i Discount (+5.5% a volume, +6.2% a valore) e l'Area 2 (+4.9% a volume, +5.9% a valore). Prezzo medio e N. Medio di referenze in crescita, mentre risulta in calo l'Intensity Index AnyPromo sul totale Italia che passa da 29.3 a 28 p.ti.

I gusti più performanti nei vari canali

Il principale gusto venduto è l'Albicocca, che risulta però in calo sia a valore (-0.3%) che a volume (-0.8%) a causa di una flessione delle vendite negli Iper e nei Liberi Servizi e in Area 1. A seguire, la Fragola che invece presenta un trend positivo sia a volume che a valore (+3.4%, +5.4%): a guidare la crescita il canale dei Discount, che presenta un aumento delle vendite del 7.5% a volume e del 12.6% a valore e si avvantaggia della crescita distributiva (+3pti). Al di sopra della media le performance delle Aree 2 e 3 che fanno registrare rispettivamente un incremento del 4.8% e del 5.1% a volume e del 6.9% a valore. In generale i gusti con le maggiori dinamiche sono Fragola, Frutti di Bosco, Amarena e Lampone. Ottima la performance a volume del Lampone che mostra dinamiche a due cifre (+11.9%); il trend a valore risulta essere inferiore, a causa di una riduzione di prezzo (in calo anche l'Intensity Index AnyPromo).

Sorride il trend salutistico

Anche nel mercato delle marmellate/confetture, come in generale in molti mercati del Food, assistiamo ad uno spostamento verso prodotti sempre più "salutistici" e sempre meno processati, con liste ingredienti pulite e minor contenuto di zuccheri. «La ricerca del "cibo sano per mangiar bene" – spiega **Paola Munforte, Product Manager di Alce Nero** – è uno dei trend più forti nel comparto alimentare che ritroviamo, trasversalmente, nelle principali categorie del

Food. Noi di Alce Nero siamo impegnati dagli anni '70, in Italia e nel Mondo, nel produrre cibi buoni e che nutrono bene, frutto di un'agricoltura che rispetta la terra. Cibi che non si limitano all'essere bio, ma che sono fatti con materie prime provenienti dalle aree più vocate, selezionate in varietà che garantiscono le migliori caratteristiche nutrizionali e organolettiche. Come le nostre composte che vengono preparate cuocendo la frutta in grandi pentole sottovuoto fino ad ottenere una consistenza piacevolmente morbida senza l'utilizzo di pectina come addensante. Questa lavorazione delicata a basse temperature, permette di ottenere una composta dalla consistenza morbida e dal buon sapore di frutta, proprio come le composte di una volta».

Marmellate e confetture "come una volta"

L'innovazione permette di seguire nuovi trend alimentari e di valorizzare alcune caratteristiche dei prodotti, portando quindi un'evoluzione della tradizione, senza stravolgerla. Per alcune aziende però innovazione non vuol dire solo ingredienti trendy e abbinamenti insoliti, ma (soprattutto per quanto riguarda le confetture) anche offrire un prodotto il più possibile simile a quello che veniva fatto in casa una volta dalle nostre nonne. «Il nostro core business - «chiarisce **Lorenza Baretti, product manager Le Conserve della Nonna (gruppo Fini)** - riguarda infatti le confetture tipicamente emiliane (amarena dell'Emilia, ciliegia dell'Emilia, visciolata, cotognata e prugna tipo Modena), per le quali usiamo esclusivamente 2 ingredienti: frutta fresca raccolta appositamente per noi nei campi vicini all'azienda e zucchero. Per queste referenze quest'anno abbiamo esteso la nostra attenzione anche allo zucchero, introducendo l'utilizzo di uno zucchero grezzo italiano da filiera certificata, ottenendo così un prodotto 100% italiano. Si tratta del primo zucchero grezzo italiano certificato (di solito lo zucchero grezzo è quello da canna da zucchero, non italiana), commercializzato col marchio "Nostrano" da Italia Zuccheri. Fondamentale poi il processo di produzione: le nostre confetture si ottengono applicando il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica. La lunga cottura consente di eliminare l'acqua contenuta nella frutta, ottenendo così una consistenza ricca e cremosa, non gelificata e un prodotto con più del 100% di frutta, senza l'utilizzo di addensanti».

Benessere da spalmare

I consumatori hanno ormai infinite possibilità di scelta e quindi cercano tendenzialmente prodotti non solo buoni e di qualità ma che rispondano ad una promessa di benessere, con la consapevolezza che una corretta alimentazione sia il punto di partenza per condurre una vita sana. «Ecco perché - evidenzia **Nicoletta Maffini, direttore marketing di Conapi** - le nostre composte sono sì golose ma ottenute con un ridotto apporto di zuccheri che provengono dall'utilizzo del miele di sulla e quindi genuine e naturali». Il Consorzio ha lanciato la scorsa primavera le composte di frutta Mielizia preparate con frutta a "residuo zero", ovvero coltivata valorizzando soluzioni alternative all'impiego di prodotti fitosanitari. Sono inoltre senza pectina aggiunta e, nel caso dei gusti albicocca e fragola, realizzate solo con frutta italiana, mentre per il gusto mirtillo con frutta europea. Elemento particolarmente distintivo è la dolcificazione a base di miele italiano di sulla dei nostri apicoltori, il cui gusto delicato è in grado di esaltare il profumo ed il sapore della frutta in modo naturale. «Anche in questo caso - puntualizza Maffini -, abbiamo studiato una proposta che tenga in considerazione il contenuto ridotto di zuccheri senza rinunciare al gusto».

Uno scaffale dinamico

Gusto e qualità sono indubbiamente i migliori asset per differenziarsi dalla concorrenza anche se non è più sufficiente "caricare" il brand di valori emozionali: bisogna che il prodotto fornisca prestazioni positive direttamente sperimentabili. «Va da sé - chiarisce **Michele Bernardi, Marketing Manager di Menz&Gasser**, che per soddisfare le esigenze dei diversi mercati la nostra gamma debba comprendere soluzioni estremamente varie: confettura tradizionale con diverse percentuali di frutta e zucchero, composte dolcificate con zuccheri della frutta, prodotti a ridotto contenuto calorico, ricette cremose senza pezzi e senza semi, etc; nei più diversi formati: dalla monoporzionata in plastica da 14 grammi fino ai secchielli da 12,5 Kg, passando per i vasi in vetro da 28 a 620 grammi».

«La nostra offerta - conferma **Giorgi Visini, ad di Vis** - attualmente si articola in modo da abbracciare tutte le esigenze del consumatore, dal prodotto tradizionale al prodotto biologico a quello salutistico, in molteplici declinazioni di gusti e formati. Diciamo che è un assortimento molto ampio che conta più di 100 items».

Bio è buono

Il mercato delle confetture bio è uno dei più importanti all'interno del totale food biologico (il

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

Settembre 2018

3



terzo per dimensioni a valore) e continua a mostrare dati di crescita. «La quota del biologico – spiega Munforte di Alce Nero - sul totale mercato è intorno al 33% a valore, quindi si tratta di una categoria merceologica dove la caratteristica “prodotto biologico” ha un peso importante nelle scelte d’acquisto del consumatore. Le nostre composte sono fatte esclusivamente con frutta 100% biologica, sono senza pectina e sono preparate solo con zuccheri della frutta». Anche nelle Composte Náttúra la frutta è biologica al 100%, completamente frullata e omogenea, senza grumi: una crema di frutta corposa e facile da spalmare, ideale per una colazione salutare o per uno spuntino pomeridiano, ma anche nella preparazione di dolci e torte. Tutta la linea è caratterizzata dall’assenza di glutine e certificata “Vegan Ok”.

Comunicare partendo dal pack

Costruire una relazione di fiducia che duri nel tempo con i consumatori è un obiettivo fondamentale per le aziende, che investono costantemente in marketing e comunicazione. Molto attiva, ad esempio, Eurofood che nel 2018 ha innovato completamente il packaging di tutta la gamma **Náttúra**, con una visione moderna, che indica, in modo chiaro ed esaustivo, gli ingredienti e le informazioni nutrizionali dei prodotti in modo che sia di lettura facile per il Consumatore. «Da adesso – dichiara il **project manager Dario Mapelli** - fino a fine anno abbiamo studiato una campagna di comunicazione tradizionale e Digital dal pay off forte: Náttúra “I AM FREE.” libero di mangiare ciò che si vuole, in base alle proprie esigenze nutrizionali».

Anche per **Apicoltura Casentinese** la comunicazione è lo strumento più importante per arrivare al consumatore. Proprio per questo l’azienda sta intraprendendo azioni mirate tali da sviluppare questa leva, in particolare attraverso il mondo digital.

Italia: un Paese “fruttuoso”

Quello delle marmellate e delle confetture è indubbiamente un mercato che ha registrato consumi crescenti in Italia negli ultimi anni. Il ruolo di questo tipo di prodotto appare, inoltre, sostanzialmente immutato nel tempo agli occhi del consumatore che lo percepisce come sano, fatto con ingredienti naturali, semplice, adatto per adulti e bambini. Per alcune player stranieri il nostro Paese ha assunto dunque un ruolo centrale nel canale export come ci conferma **Martin Darbo, amministratore delegato dell’omonima azienda**: «la nostra strategia export si è rivelata quanto mai fruttuosa nel 2017: la quota di esportazione già alta negli anni precedenti è aumentata ulteriormente al 52,5%. Estremamente positivi sono stati, in particolare, gli sviluppi nei mercati Italia, Russia e Cina». La maggior parte del fatturato di Darbo viene realizzato nella zona Nordovest dove la distribuzione è più forte. «Proprio nella regione del Trentino Alto Adige – evidenzia l’ad – siamo già al 3° posto tra le marche del settore, con una quota di mercato in termini di valore pari al 18.9%».

Stefania Lorusso

13 Settembre 2018

Wednesday, September 19, 2018



HOME POLITICA ECONOMIA CRONACA TEMATICI LIFESTYLE REGIONI
NOTIZIARIO

Salute, il 21 settembre, in occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer, verrà presentato "Il VASO DEI RICORDI" progetto sperimentale per aiutare persone con demenza a conservare i propri ricordi

By *Diego Amicucci* on 19 settembre 2018 · No Comment



(AGENPARL) – Roma, 19 set 2018 – Il vaso che solitamente Le Conserve della Nonna usa per conservare le proprie ricette si è trasformato in uno strumento di supporto alle persone con demenza per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi. Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa

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

Settembre 201819/09/2018
. ito. . eb

agenparl.eu

Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna. Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda. La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Il 21 settembre sarà online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa. "Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

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

Settembre 2018

LINK: <http://www.foggiatoday.it/eventi/programma-social-dinner-capitanata-orsara.html>


NON PUOI FARE A MENO DELL'ESTATE?

FOGGIATODAY Sezioni Eventi Segnala Evento

Eventi

Una cena con ospiti speciali, aziende e food blogger: ecco la Social Dinner di Capitanata de 'La cucina dei fuorisede'

La cena che fa incontrare blogger, giornalisti e aziende per parlare di food e comunicazione. Giovedì 11 ottobre 2018, ore 19.00, Agriturismo Posta Guevara – Orsara di Puglia.



danila
19 SETTEMBRE 2018 16:07



Nota - Questo comunicato è stato pubblicato integralmente come contributo esterno. Questo contenuto non è pertanto un articolo prodotto dalla redazione di FoggiaToday



Locandina evento

Metti una sera a cena 5 ospiti speciali, 11 aziende, 40 tra blogger, giornalisti e social media manager. Tutti intorno ad un tavolo per degustare un **menù**, parlare di **food e comunicazione**, creare relazioni e far crescere il territorio.

È la **Social Dinner di Capitanata**, il nuovo progetto di **Andrea e Valentina Pietrocola** de La cucina del Fuorisede, che andrà in scena giovedì 11 ottobre a partire dalle ore 19.00 ad Orsara di Puglia presso l'Agriturismo Posta Guevara (Strada Statale 90 - Pod. 1). Un'occasione di incontro e condivisione reale per tutti. Le aziende potranno confrontarsi in materia di social, digital e comunicazione, beneficiando della presenza di esperti del settore. Special guest della serata saranno 5 blogger provenienti da tutta Italia: Daniela Vietri (Cucina Libri e Gatti), Ezio Totorizzo (Spezio.it), Valentina Previdi (Profumo di Cannella e Cioccolato), Luca Cuffari (Habemus Fame) e Nunzia Bellomo (Miele di Lavanda). "Da quando abbiamo iniziato a lavorare con il blog abbiamo partecipato a tanti eventi su Roma e Milano ma in Puglia, nonostante ci siano un'infinità di aziende del settore food and beverage, ancora non si riesce a comunicare bene o meglio, non si crede nella comunicazione digitale. Si preferisce il passa parola ad un post su facebook", spiegano Andrea e Valentina, i due vulcanici e instancabili foodblogger foggiani che hanno

I più letti di oggi

- 
1
Massimiliano Arena, l'avvocato foggiano di strada al servizio degli esclusi e di chi ne ha bisogno
- 
2
Il foggiano Sergio Grillo premiato a Venezia: piace il cor "Gagarin, mi mancherai"
- 
3
A Foggia il convegno "Diamoci una scossa!"
- 
4
A San Giovanni Rotondo è tempo di 'Instagram day'



Ecco come bruciare davvero il grasso addominale

OGGIBENESSERE.COM



Con Vodafone Simple + hai 10 Giga e 1000 minuti a...

VODAFONE

Sponsorizzato da  |>



★★★★★

Prenota una visita

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

Settembre 2018

19/09/2018. 16:07
. ito. . eb

FOGGIA TODAY

all'attivo numerose e importanti collaborazioni - tra cui Mondo Creativo, Cibus, Libando, uno show cooking con Scavolini e iniziative con Metro e Cash e Carry - e che non perdono occasione per ideare progetti che uniscono comunicazione, food e aziende del territorio.

E dopo l'esperienza dell'Athenaeum Tour - in giro con i #CuochiFuoriSede, l'evento organizzato in partnership con Granoro per capire come funziona la pausa pranzo dello studente fuorisede, arriva la Social Dinner di Capitanata. "Abbiamo un duplice obiettivo, da una parte innovare la comunicazione delle aziende e dall'altra creare nuove opportunità di lavoro per blogger, giornalisti e social media manager. Crediamo che questo scambio sia necessario per far crescere tutti ed è per questo che abbiamo fortemente voluto organizzare un evento al Sud, nella provincia in cui siamo nati», affermano i foodblogger. Ad aprire l'evento sarà un talk in diretta su Facebook con la community di Innovattiva e i 5 blogger. A seguire la tavola rotonda "Da cosa nasce cosa - Facciamo NetWORK", un momento pensato per concretizzare un progetto di network tra diverse aziende ed esperti di comunicazione. Saranno presenti dei rappresentanti per ogni azienda. Durante la serata, oltre a dialogare e scambiare idee, sarà possibile assaporare il menù ideato dalla Chef Lucia di Domenico, la prima sul territorio a credere e ad investire nell'agriturismo, e dallo Chef Michele Guida, direttamente da Master Chef Italia. Ogni portata racconterà il core business delle aziende presenti: Le Conserve della Nonna, Granoro, Aceto Balsamico di Modena, Ruber, Rebeers, La Dogana, Prima Bio, Fulguro panificatori 1890, Bergader Privatkäserei, Caseus - L'arte del latte, Smile of Watermelon. E in un evento social che si rispetti non può mancare il contest fotografico: ogni azienda sceglierà una foto o una stories tra quelle pubblicate con l'hashtag #SocialDinnerFoggia e in palio non potrà che esserci una campionatura di prodotti. L'evento vanta il patrocinio dell'Assessorato alle Attività Economiche del Comune di Foggia. Partner dell'evento sono: Svicom, Xplace Digital Agency, Carattere Pugliese. Media partner: Pop Corn, Saygood, Innovattiva, Comunica. Info e biglietti: <https://bit.ly/2MAFgex> #SocialDinnerFoggia #CuochiFuoriSede <https://www.lacucinadelfuorisede.it/>

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

Settembre 2018

LINK: <https://www.informazione.it/c/AF078849-D377-4E11-AB5D-AD822AB4B2D8/> I-21-settembre-in-occasione-della-... - giornata- mondiale-Alzheimer-verra-...

Notizie a Confronto Comunicati Stampa Social News Offerte di Lavoro

20 settembre 2018 - 08:21:41 CEST

informazione.it Comunicati Stampa

Prima pagina Elenco Nuovo account Inserimento Pannello di controllo Modifica password

Utente: Anonimo

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie. La scelta può essere modificata in ogni momento.

OK

Il 21 settembre, in occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer, verrà presentato "Il VASO DEI RICORDI" un progetto sperimentale per aiutare le persone con demenza a conservare i propri ricordi

L'azienda di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna promuove "Il Vaso dei ricordi" un progetto, ideato dall'agenzia creativa Bitmama, a sostegno della Federazione Alzheimer Italia per sensibilizzare la società e le istituzioni e abbattere il muro di isolamento e solitudine che circonda le persone con demenza

Bologna, 19/09/2018 - 17:20 ([informazione.it](#) - [comunicati stampa](#) - [cibi e bevande](#))

Il vaso che solitamente **Conserve della Nonna** usa per conservare le proprie ricette si è trasformato in uno strumento di supporto alle persone con **demenza** per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi.

Si chiama "**Il Vaso dei Ricordi**" il progetto sperimentale condotto dalla **Federazione Alzheimer Italia** la maggiore organizzazione nazionale **non profit** dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita.

Un'idea che nasce dall'agenzia creativa **Bitmama** e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma **uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società** e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo.

L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Il 21 settembre sarà online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina

LA STAMPA TUTTO DIGITALE
Versione online dell'omonimo giornale torinese
[Più informazioni >](#)

Telecom Italia
Fibra Modem Fisso Timvision!
[Più informazioni >](#)

www.quellogiusto.it
Scarpe firmate scontate fino a 70%.
[Più informazioni >](#)

TRG AD

Segui i comunicati stampa su

In evidenza


A Berkshire Hathaway Company

- Gli esperti di Litigation ritengono che la decisione del tribunale olandese indebolisca notevolmente la strategia di arbitro condotta da Petrobras
- BCW nomina Jillian Janacek New York Market Leader
- La fondazione di azionisti olandesi consegue una notevole vittoria per gli investitori Petrobras che hanno sostenuto perdite dell'importo di miliardi nella causa per frode su titoli europei
- Sharjah annuncia il suo primo Centro servizi per gli investitori totalmente integrato
- La corte distrettuale di Rotterdam (Paesi Bassi) si dichiara competente nel procedimento per frode finanziaria contro Petrobras

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

Settembre 2018

19/09/2018. 17:27
. ito. . eb

informazione.it

Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito **www.ilvasodeiricordi.it** si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

“Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma **Valentina Lanza**, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di **prezioso** come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer”.



Per maggiori informazioni

Sito Web

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

Contatto

Barbara Ricciuti c/o Borderline Agency
Italia

Ufficio Stampa

Matteo Barboni

 Borderline Srl (Leggi tutti i comunicati)

via Parisio 16

40137 bologna Italia

borderline@borderlineagency.com

MONDO PRESSING
SALUTE

HOME ▾ ALIMENTAZIONE ESTETICA E BELLEZZA I CONSIGLI DEL DOTTORE LA PAROLA DEL
COMUNICATI STAMPA

Q

COMUNICATI STAMPA

Il vaso dei ricordi un progetto a sostegno della Federazione Alzheimer Italia

© 19 SETTEMBRE 2018 Redazione



La notizia in breve – L'azienda di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna promuove "Il Vaso dei ricordi" un progetto, ideato dall'agenzia creativa Bitmama, a sostegno della Federazione Alzheimer Italia per sensibilizzare la società e le istituzioni e abbattere il muro di isolamento e solitudine che circonda le persone con demenza.

Il 21 settembre, in occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer, verrà presentato "IL VASO DEI RICORDI" un progetto sperimentale per aiutare le persone con demenza a conservare i propri ricordi.

Il vaso che solitamente Le Conserve della Nonna usa per conservare le proprie ricette si è trasformato in uno strumento di supporto alle persone con demenza per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi.

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

Settembre 2018

19/09/2018
. it. . eb

mondopressingsalute.com

Si chiama “Il Vaso dei Ricordi” il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un’idea che nasce dall’agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all’adesione dell’azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L’obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Il 21 settembre sarà online un video realizzato dall’agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

“Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer”.

LINK: <http://www.advertiser.it/2018092082408/media/il-vaso-dei-ricordi-bitmama-federazione-alzheimer>

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze. Tvn Media Group
anche di terze parti. Chiudendo questo banner acconsenti al loro impiego in conformita' alla nostra Co

HOME | CHI SIAMO | CONTATTI | ABBONAMENTI

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE

/ *media/4good*

IL VASO DEI RICORDI: L'IDEA DI BITMAMA PER FEDERAZIONE ALZHEIMER ITALIA E GRUPPO FINI

20 Settembre 2018



DALL'AGENZIA

Il 21 settembre, in occasione della **XXV Giornata Mondiale Alzheimer**, Il Vaso dei Ricordi si racconta per la prima volta. La sua storia nasce quasi un anno fa, quando **Bitmama**, agenzia digitale del **Gruppo Fini**, avvia con il brand **Le Conserve della Nonna** un percorso di *social responsibility*.

L'idea nasce dall'iconico vaso di vetro, che da sempre ha il compito di conservare nel tempo il sapere della tradizione gastronomica italiana. È

proprio questa caratteristica peculiare a ispirare un nuovo utilizzo del vaso, che oggi ha la responsabilità di conservare qualcosa di più importante: i ricordi di una persona con demenza.

Grazie al lavoro della Federazione Alzheimer Italia, l'idea si è trasformata in un laboratorio: **Il Vaso dei Ricordi** è un oggetto che le persone con demenza utilizzano singolarmente e in gruppo, guidati inizialmente dai loro familiari.

Il Vaso dei Ricordi si presenta in una scatola con l'immagine della collaborazione tra Le Conserve della Nonna e la Federazione Alzheimer Italia, è accompagnato da una piccola brochure informativa ed è personalizzata da una etichetta pensata per ospitare il nome del proprietario.

All'interno del vaso i pazienti ripongono degli oggetti personali, punti di partenza verso la ricerca dei propri ricordi. E una volta ritrovati, questi momenti possono essere condivisi e conservati nel tempo.

Al centro della campagna, un **video, hero content** dell'iniziativa, diffonderà sui canali social del brand e della Federazione l'esperienza con il Vaso dei Ricordi delle persone con demenza.

Le Conserve della Nonna racconterà alla propria community il progetto anche attraverso un video emozionale. Il 21 settembre sarà anche il giorno in cui andrà online il sito ilvasodei Ricordi.it dove sarà possibile approfondire la fase in cui si trova il progetto, conoscere le storie delle persone che lo stanno utilizzando e visionare la gallery del laboratorio.

“La forza delle idee è quella di svincolarsi dai loro creatori per spiccare il volo, trovare il

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

Settembre 201820/09/2018. 13:53
. ito. . eb**Advertiser**
COMMUNICATION STRATEGIES

proprio posto nel mondo, entrare con semplicità nella vita delle persone. E chi le ha create non deve trattenerle ma aiutarle a trovare la loro strada. Così è successo per “Il vaso dei ricordi”, un’idea che è evoluta nel tempo per adattarsi ai reali bisogni e comportamenti di chi soffre di Alzheimer: tutti i test svolti con il supporto della psicologa e la necessità di conoscere davvero l’impatto dell’Alzheimer nella vita delle persone, ha permesso al Vaso di diventare non una semplice operazione, non uno oggetto racchiuso in un arco temporale, ma uno strumento terapeutico che sta cercando la sua validità scientifica e che ha intenzioni di vivere a lungo. E, perché no, magari di continuare a cambiare”, commenta **Fabio Padoan**, Chief Creative Officer Bitmama.

Credits

Chief Creative Officer: Fabio Padoan
Client Creative Director: Caterina Calabrò
Senior Art Director: Alessandro Blengino
Copywriter: Margherita Cardinali
Frontend Developer: Sandro Gianola
Client Service Director: Ethiopia Abyie
Account Manager: Francesca Casciato

Casa di Produzione
VIDEOMEGADRIVE

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

Settembre 2018

LINK: <http://www.adcgroup.it/adv-express/creative-portfolio/digital/nasce-il-vaso-dei-ricordi-un-idea-di-bitmama-realizzata-da-federazio>

Utilizzando questo sito accetti l'uso di cookie per analisi, contenuti personalizzati e pubblicità. [chiudi](#) | [Approfondisci](#)



ABBONAMENTI

CONTATTI

ABOUT US

MY ADC



ADC Group ▾ **ADVexpress** ▾ e20express ▾ ADVexpressTV ▾ Awar

UPDATE: Skuola.net con Durex per dire no ai tabù. Quasi 4 milioni di views per il video che por

[Home](#) / [ADVexpress](#) / [Creative portfolio](#) / [Digital](#) / Nasce il Vaso dei Ricordi. Un'idea di Bitmama,...

20/09/2018 15:30



Digital

Nasce il Vaso dei Ricordi. Un'idea di Bitmama, realizzata da Federazione Alzheimer Italia in collaborazione con Le Conserve della Nonna.

Il Vaso dei Ricordi è un oggetto che le persone con demenza utilizzano singolarmente e in gruppo, guidati inizialmente dai loro familiari. Si presenta in una scatola con l'immagine della collaborazione tra Le Conserve della Nonna e la Federazione Alzheimer Italia, è accompagnato da una piccola brochure informativa ed è personalizzato da una etichetta pensata per ospitare il nome del proprietario. All'interno del vaso i pazienti ripongono degli oggetti personali, punti di partenza verso la ricerca dei propri ricordi. Al centro della campagna, un video, hero content dell'iniziativa, diffonderà sui canali social del brand e della Federazione l'esperienza con il Vaso dei Ricordi delle persone con demenza.

Nasce il **Vaso dei Ricordi**. Un'idea di **Bitmama**, realizzata da **Federazione Alzheimer Italia** in collaborazione con **Le Conserve della Nonna**. Il **21 settembre**, in occasione della **XXV Giornata Mondiale Alzheimer**, il Vaso dei Ricordi si racconta per la prima volta. Ma la sua storia nasce quasi un anno fa, quando **Bitmama**, agenzia digitale del **Gruppo Fini**, avvia con il brand Le Conserve della Nonna un percorso di social responsibility.

L'idea nasce dall'iconico vaso di vetro, che da sempre ha il compito di conservare nel tempo il sapere della tradizione gastronomica italiana. È proprio questa caratteristica peculiare a ispirare un nuovo utilizzo del vaso, che oggi ha la responsabilità di conservare qualcosa di più importante: i ricordi di una persona con demenza.

Grazie al lavoro della Federazione Alzheimer Italia, l'idea si è trasformata in un laboratorio: **Il Vaso dei Ricordi è un oggetto che le persone con demenza utilizzano singolarmente e in gruppo, guidati inizialmente dai loro familiari**. Si presenta in una scatola con l'immagine della collaborazione tra Le Conserve della Nonna e la Federazione Alzheimer Italia, è accompagnato da una piccola **brochure informativa** ed è personalizzata da una **etichetta pensata per ospitare il nome del proprietario**. All'interno del vaso i pazienti ripongono degli oggetti personali, punti di partenza verso la ricerca dei propri ricordi. E una volta ritrovati, questi momenti possono essere condivisi e conservati nel tempo.

Al centro della campagna, un **video**, hero content dell'iniziativa, diffonderà sui canali social del brand e della Federazione l'esperienza con il Vaso dei Ricordi delle persone con demenza. Le Conserve della Nonna racconterà alla propria community il progetto anche attraverso un **video emozionale**. **Il 21 settembre sarà anche il giorno in cui andrà online il sito ilvasodeiricordi.it** dove sarà possibile approfondire la fase in cui si trova il progetto, conoscere le storie delle persone che lo stanno utilizzando e visionare la gallery del laboratorio.

Grazie al Vaso dei Ricordi, le persone con demenza avranno a disposizione un nuovo strumento che li potrà aiutare a riconnettersi con i ricordi della propria vita. Non solo: il Vaso dei Ricordi ha anche l'obiettivo di sensibilizzare la società e le istituzioni. E abbattere così il muro di isolamento che li circonda.

Fabio Padoan, Chief Creative Officer: "La forza delle idee è quella di svincolarsi dai loro creatori per spiccare il volo, trovare il proprio posto nel mondo, entrare con semplicità nella vita delle persone. E chi le ha create non deve trattenerle ma aiutarle a trovare la loro strada. Così è successo per "il vaso dei ricordi", un'idea che è evoluta nel tempo per adattarsi ai reali bisogni e comportamenti di chi soffre di Alzheimer: tutti i test svolti con il supporto della psicologa e la necessità di conoscere davvero l'impatto dell'Alzheimer nella vita delle persone, ha permesso al Vaso di diventare non una semplice operazione, non un oggetto racchiuso in un arco temporale, ma uno strumento terapeutico che sta cercando la sua validità scientifica e che ha intenzioni di vivere a lungo. E, perché no, magari di continuare a cambiare".

Credits:

Chief Creative Officer: **Fabio Padoan**

Client Creative Director: **Caterina Calabrò**

Senior Art Director: **Alessandro Blengino**

Copywriter: **Margherita Cardinali**

Casa di Produzione: **Videomegadrive**

SP

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

Settembre 2018

LINK: <http://www.mediakey.tv/index.php?id=leggi-news.tx.itnews.5Btt.news.5D.84951.c.ash.dd55c57a2b8d682425902473d6e7fe3b>

mediakey.tv



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

Nel 2018 potrai beneficiare di un credito d'imposta dal 75% al 90% sugli investimenti incremental!

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

HOME TESTATE NEWS AWARDS VIDEO OPERATORI SHOP IL GRUPPO CONTATTI AREA UTENTI JOB OFFERS
NEWSLETTER ARCHIVIO NEWS

20 settembre 2018

Nasce il Vaso dei Ricordi. Un'idea di Bitmama, realizzata da Federazione Alzheimer Italia in collaborazione con Le Conserve della Nonna

Categoria: Comunicazione, produzione e concorsi



Il 21 settembre, in occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer, Il Vaso dei Ricordi si racconta per la prima volta. Ma la sua storia nasce quasi un anno fa, quando Bitmama, agenzia digitale del Gruppo Fini, avvia con il brand Le Conserve della Nonna un percorso di social responsibility. L'idea nasce dall'iconico vaso di vetro, che da sempre ha il compito di conservare nel tempo il sapere della tradizione gastronomica italiana. È proprio questa caratteristica peculiare a ispirare un nuovo utilizzo del vaso, che oggi ha la responsabilità di conservare qualcosa di più importante: i ricordi di una persona con demenza.

Grazie al lavoro della Federazione Alzheimer Italia, l'idea si è trasformata in un laboratorio: Il Vaso dei Ricordi è un oggetto che le

persone con demenza utilizzano singolarmente e in gruppo, guidati inizialmente dai loro familiari.

Si presenta in una scatola con l'immagine della collaborazione tra Le Conserve della Nonna e la Federazione Alzheimer Italia, è accompagnato da una piccola brochure informativa ed è personalizzata da una etichetta pensata per ospitare il nome del proprietario. All'interno del vaso i pazienti ripongono degli oggetti personali, punti di partenza verso la ricerca dei propri ricordi. E una volta ritrovati, questi momenti possono essere condivisi e conservati nel tempo.

Al centro della campagna, un video, hero content dell'iniziativa, diffonderà sui canali social del brand e della Federazione l'esperienza con il Vaso dei Ricordi delle persone con demenza. Le Conserve della Nonna racconterà alla propria community il progetto anche attraverso un video emozionale. Il 21 settembre sarà anche il giorno in cui andrà online il sito ilvasodeiricordi.it dove sarà possibile approfondire la fase in cui si trova il progetto, conoscere le storie delle persone che lo stanno utilizzando e visionare la gallery del laboratorio.

Grazie al Vaso dei Ricordi, le persone con demenza avranno a disposizione un nuovo strumento che li potrà aiutare a riconnettersi con i ricordi della propria vita. Non solo: Il Vaso dei Ricordi ha anche l'obiettivo di sensibilizzare la società e le istituzioni. E abbattere così il muro di isolamento che li circonda.

Fabio Padoan, Chief Creative Officer: "La forza delle idee è quella di svincolarsi dai loro creatori per spiccare il volo, trovare il proprio posto nel mondo, entrare con semplicità nella vita delle persone. E chi le ha create non deve trattenerle ma aiutarle a trovare la loro strada. Così è successo per "Il vaso dei ricordi", un'idea che è evoluta nel tempo per adattarsi ai reali bisogni e comportamenti di chi soffre di Alzheimer: tutti i test svolti con il supporto della psicologa e la necessità di conoscere davvero l'impatto dell'Alzheimer nella vita delle persone, ha permesso al Vaso di diventare non una semplice operazione, non uno oggetto racchiuso in un arco temporale, ma uno strumento terapeutico che sta cercando la sua validità scientifica e che ha intenzioni di vivere a lungo. E, perché no, magari di continuare a cambiare".

Credits

Chief Creative Officer: Fabio Padoan
Client Creative Director: Caterina Calabrò
Senior Art Director: Alessandro Blengino
Copywriter: Margherita Cardinali
Frontend Developer: Sandro Gianola
Client Service Director: Ethiopia Abyie
Account Manager: Francesca Casciato

Casa di Produzione
VIDEOMEGADRIVE

RASSEGNA
STAMPA
INTERNET

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

Settembre 2018

LINK: <http://distribuzionemoderna.info/news/le-conserve-della-nonna-presenta-il-progetto-il-vaso-dei-ricordi>

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se non accetti i cookie, non potrai utilizzare questo sito. Per saperne di più o cambiare le tue preferenze, vai su [Impostazioni](#).
consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque elemento del sito [distribuzionemoderna.info](#), tu accetti l'uso dei cookie. **ACCETTA**

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

Imprese | Persone | Spot News | Pubblicità | Estero | Sostenibilità | Finanza | Tecnologia | Logistica | Trend | Associazioni
Approfondimenti

News



Le Conserve della Nonna presenta il progetto "Il Vaso dei Ricordi"



Le Conserve della Nonna presenta "Il Vaso dei Ricordi", il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita.

Il vaso che solitamente Le Conserve della Nonna usa per conservare le proprie ricette si è trasformato per l'occasione in uno strumento di supporto alle persone affette da demenza per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi. Inoltre, l'iniziativa è anche uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia, al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che circonda chi è colpito da questo disturbo.

Il 21 settembre sarà online un video esplicativo dell'iniziativa sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna, mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla patologia e su come poter sostenere la causa.

«Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer».

20 Settembre 2018

Il 21 settembre, in occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer, verrà presentato "Il VASO DEI RICORDI"

September

20
2018



Matteo Barboni
Borderline srl

[Scheda utente](#)

[Altri testi utente](#)

[RSS utente](#)

COMPLIMENTI!

SEI IL
VISITATORE
NUMERO
1.000.000!
NON È UNO
SCHERZO!
ONLINE:
20/09/2018
17:55:14
IL NOSTRO
SISTEMA
RANDOM TI
HA SCELTO
COME
POSSIBILE
VINCITORE
ESCLUSIVO
DI UNA 500!
**CLICCA
QUI**

L'azienda di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna promuove "Il Vaso dei ricordi" un progetto, ideato dall'agenzia creativa Bitmama, a sostegno della Federazione Alzheimer Italia per sensibilizzare la società e le istituzioni e abbattere il muro di isolamento e solitudine che circonda le persone con demenza



Il vaso che solitamente Le Conserve della Nonna usa per conservare le proprie ricette si è trasformato in uno strumento di supporto alle persone

con demenza per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi.

Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento

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

Settembre 2018

20/09/2018. 00:47
. ito. . eb

COMUNICATI-STAMPA.NET
L'informazione dalla fonte ufficiale

LAFABBRICADEIPREMI

con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Il 21 settembre sarà online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

“Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer”.

Link:

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

LINK: <https://www.corrierenazionale.it/2018/09/22/demenza-un-aiuto-dal-vaso-dei-ricordi/>



NAZIONALE, SALUTE

Demenza: un aiuto dal “Vaso dei Ricordi”

22 SETTEMBRE 2018 by CORNAZ



Eritrofobia - Cura

Il Dr. Davoli applica la tecnica più avanzata, con risultati di eccellenza dr-davoli.info

APRI

Il “Vaso dei Ricordi” è una sperimentazione avviata dalla Federazione Alzheimer Italia: il progetto coinvolge 4 persone colpite da una demenza lieve



L'elegante insegnante **Anna Maria**, l'ingegnere poliglotta **Enrico**, l'imprenditore amante della vela **Luigi**, l'ingegnere tedesco appassionato di golf **Knut**. Quale caratteristica li accomuna? **Sono tutte e 4 persone colpite da una demenza lieve**. E sono i 4 protagonisti della nuova **sperimentazione avviata dalla Federazione Alzheimer Italia sulla base del progetto ideato dall'agenzia creativa Bitmama, documentato anche attraverso un video**, disponibile a [questo link](#).

Il progetto sperimentale che coinvolge Anna Maria, Enrico, Luigi e Knut nasce dall'esigenza di offrire alle persone con demenza la possibilità di **essere reali portavoce della complessità e delle difficoltà della**

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

Settembre 201822/09/2018 14:34
Sito Web

corrierenazionale.it

malattia, con l'obiettivo finale di escogitare strategie più efficaci per il loro sostegno e per la lotta al loro isolamento.

Una volta alla settimana, da quasi un anno, i 4 si incontrano presso la sede della Federazione a Milano per discutere, alla presenza anche di uno psicologo e di un terapeuta occupazionale, di vari temi che riguardano il percorso della malattia. Ognuno di loro, in un clima di amicizia, rispetto, ascolto ed empatia, si sente libero di raccontare le proprie esperienze in famiglia e nella società, di condividere le personali strategie messe in atto per far fronte alle difficoltà quotidiane, di rivelare i dubbi e le paure ma anche i suggerimenti e i messaggi che vorrebbero portare al di fuori del contesto del gruppo.

Si tratta di un nuovo percorso di lavoro avviato dalla Federazione Alzheimer nel novembre dello scorso anno sulla scia delle esperienze internazionali nella convinzione che, prima della fase più grave della malattia, **ci sia ancora molto da vivere, con dignità e passione**, nonostante le indubbie difficoltà di tutti i giorni.

Un percorso che si inserisce all'interno della visione che guida l'operato quotidiano della Federazione:

"In Italia le persone colpite dalla demenza sono oltre 1.200.000, e altrettante sono le famiglie coinvolte. Non esistono farmaci che portino alla guarigione, ma possiamo comunque fare ancora tanto", dichiara la **presidente Gabriella Salvini Porro**. "Passare da un **approccio centrato sulla malattia** a un **approccio centrato sulla persona**: riconoscere che il malato non è un oggetto passivo bensì un individuo con una sua storia, una sua identità, una sua personalità. Mettere al centro i malati, dar voce a loro e ai loro familiari, dare ascolto ai loro bisogni quotidiani: questo è il nostro impegno".

Ad Anna Maria, Enrico, Luigi e Knut negli ultimi mesi è stato regalato uno **strumento di supporto alle discussioni di gruppo, utile a mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della loro vita**.

Si tratta di un **"vaso", che sono stati invitati a riempire con oggetti evocativi della propria storia personale**. I guanti indossati nel giorno delle nozze, la foto in bianco e nero della sorella, la consumata pallina da golf, la conchiglia raccolta in riva al mare: tutti dentro al cosiddetto **"Vaso dei Ricordi"** con l'obiettivo di sollecitare la memoria e far riaffiorare quei ricordi che la malattia cerca di cancellare.

Incontro dopo incontro, **le 4 persone hanno contribuito a definire quali possano essere le modalità di utilizzo migliore di questo vaso**. L'esperimento sta muovendo i suoi primi passi e i suoi reali benefici devono essere ancora verificati, ma promette di essere un reale supporto alle persone con demenza. Per questo, il passo successivo per la Federazione sarà portare il Vaso dei Ricordi all'interno di alcune strutture che verranno selezionate con cura.

Con il Vaso dei Ricordi il gruppo di persone si trasforma in un **gruppo di amici, in cui ognuno fa dono agli altri di un pezzetto di sé**, di una parte della propria vita, di un ricordo specifico che riaffiora alla mente, che solo con quell'oggetto tra le mani diventa tangibile e concreto.

Il vaso utilizzato dal gruppo è noto a chi si intende di cucina. Si tratta infatti del barattolo donato dall'azienda di prodotti alimentari **Le Conserve della Nonna**, che solitamente viene usato per conservare le ricette e che nella sede della Federazione è stato appunto trasformato in uno strumento di supporto alle persone con demenza per raccogliere e rivivere i propri ricordi.

Il **video**, realizzato da Bitmama e lanciato in occasione della **XXV Giornata Mondiale Alzheimer**, **racconta per immagini l'utilizzo di questo speciale "Vaso dei ricordi"**.

www.ilvasodeiricordi.it

www.alzheimer.it

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

Settembre 2018

LINK: <https://www.lavocedinovara.com/adnkronos/salute/salute-il-vaso-dei-ricordi-progetto-sperimentale-federazione-alzheimer-italia/>

Informativa

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la [cookie policy](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.



Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

21 settembre 2018



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) – Si chiama “Il Vaso dei Ricordi” il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un’idea che nasce dall’agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all’adesione dell’azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L’obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Da oggi è online un video realizzato dall’agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

“Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer”.

HOME
CRONACA
SPORT
TEMPO LIBERO
ITALIA MONDO
FOTO
VIDEO
METEO
RISTORANTI
ANNUNCI ▾
PRIMA

SI PARLA DI [POESIA FESTIVAL](#) [IL MENÙ](#) [VASCOMANIA](#) [ZERO14](#) [VOLLEY](#) [MODENA F.C.](#)
[U.S. SASSUOLO](#) [CARPI F.C.](#)

Sei in: [MODENA](#) > [CRONACA](#) > [CAMMINATA AL PARCO PER ALLENARE LA MENTE](#)

OGGI ALLE 16

Camminata al parco per allenare la mente

*Allena la Mente, iniziativa del Mind Training Institute che organizza la prima "Camminata non competitiva" aperta oggi a tutti i cittadini : il ritrovo è al Parco Enzo Ferrari (Ingresso Nord), alle...
di C.B.*

23 settembre 2018



Allena la Mente, iniziativa del Mind Training Institute che organizza la prima "Camminata non competitiva" aperta oggi a tutti i cittadini : il ritrovo è al Parco Enzo Ferrari (Ingresso Nord), alle 16. Costo per i partecipanti € 1,50. Il ricavato (tolte le spese organizzative) sarà devoluto all'Associazione G.P. Vecchi - Familiari dei malati di Alzheimer, che collabora all'iniziativa.

Presente alla camminata anche medici e psicologi tra cui il dott. Simone Pernigo che proporrà agli interessati un esercizio di Ginnastica per la Mente, in linea con i corsi per la mente volti a mantenere allenato il cervello e a prevenire l'insorgenza delle demenze organizzati dal Mind Training Institute. «L'unica cosa possibile per questo tipo di patologie è la prevenzione – ha spiegato il dott. Daniele Bondi, fondatore del Mind Training Institute - e si fa esercitando molto il cervello, per esempio giocando a carte, con la socialità, avendo una vita varia e piena di interessi che non ricalchi sempre gli stessi schemi. Noi organizziamo corsi a partire da ottobre». I partecipanti riceveranno premi offerti dalle aziende sponsor: Coop, La Bottega dei Golosi, Conserve della Nonna, Lupo Sport, Uisp, Aceto Balsamico del Duca. Il percorso, per i podisti, sarà di due chilometri e mezzo, e si potrà scegliere anche di ripeterlo due o tre volte. La camminata avrà luogo in qualsiasi condizione climatica. —

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

Settembre 2018

LINK: <http://www.modenanoi.it/camminare-nel-parco-per-allenare-la-mente/>

modenanoi

HOME • CALCIO • PALLAVOLO • MOTORI • ALTRI SPORT • CRONACA • EDITORIALE • C

CRONACA » APPUNTAMENTI E SPETTACOLI

Domenica 23 Settembre 2018 - ore 09:56

CAMMINARE NEL PARCO PER ALLENARE LA MENTE

Mi piace 2



Oggi alle 16 al parco Ferrari

Allena la Mente, iniziativa del Mind Training Institute che organizza la prima "Camminata non competitiva" aperta oggi a tutti i cittadini : il ritrovo è al Parco Enzo Ferrari (Ingresso Nord), alle 16. Costo per i partecipanti EUR 1,50. Il ricavato (tolte le spese organizzative) sarà devoluto all'Associazione G.P. Vecchi - Familiari dei malati di Alzheimer, che collabora all'iniziativa. Presente alla camminata anche medici e psicologi tra cui il dott. Simone Pernigo che proporrà agli interessati un esercizio di Ginnastica per la Mente, in linea con i corsi per la mente volti a mantenere allenato il cervello e a prevenire l'insorgenza delle demenze organizzati dal Mind Training Institute. «L'unica cosa possibile per questo tipo di patologie è la prevenzione - ha spiegato il dott. Daniele Bondi, fondatore del Mind Training Institute - e si fa esercitando molto il cervello, per esempio giocando a carte, con la socialità, avendo una vita varia e piena di interessi che non ricalchi sempre gli stessi schemi. Noi organizziamo corsi a partire da ottobre». I partecipanti riceveranno premi offerti dalle aziende sponsor: Coop, La Bottega dei Golosi, Conserve della Nonna, Lupo Sport, Uisp, Aceto Balsamico del Duca. Il percorso, per i podisti, sarà di due chilometri e mezzo, e si potrà scegliere anche di ripeterlo due o tre volte. La camminata avrà luogo in qualsiasi condizione climatica.

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

Settembre 2018

LINK: <http://postgenovaonline.com/2018/09/23/alzheimer-ogni-3-secondi-un-caso-nel-mondo.html>

ACCUEIL

CONTATTI

Genova Post



FINANZA INTRATTENIMENTO SCIENZA SPORT ESTERI SALUTE NAZIONALE

COMPLIMENTI!

SEI IL
VISITATORE
NUMERO
1.000.000!
NON È UNO
SCHERZO!
ONLINE:
24/09/2018
06:22:50
IL NOSTRO
SISTEMA
RANDOM TI HA
SCELTO COME
POSSIBILE
VINCITORE
ESCLUSIVO DI
UNA 500!

**CLICCA
QUI**

LAFABBRICADEIPREMI

NOTIZIE CORRELATE

Europa League: la Lazio rischia, ma vince 2-1 con l'Apollon

9/23/2018

Costanza Caracciolo in dolce attesa: "Ho superato un dramma" - Gossip

9/23/2018

Storico primo trapianto di faccia in Italia in ospedale di Roma

9/23/2018

Dipendenza dai giochi d'azzardo e come curarla

10/12/2017



C. N. E. . E. DELLA. N. NNA. . . EB. . . . asseg

Alzheimer: ogni 3 secondi un caso nel mondo

DI GIGLIOLA CASASSA IN SALUTE - SETT 23, 2018



Quota:



Adobe

Offri contenuti straordinari. Ancora più rapidamente.

Crea esperienze cliente di grande impatto con Adobe Creative Cloud for teams.

[Scopri di più >](#)

"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

"Il 21 settembre vogliamo ricordare chi non riesce più a ricordare - invita l'assessore al sociale della Regione Veneto Manuela Lanzarin - ma soprattutto rilanciare impegno e iniziative sui due fronti di contrasto alla malattia: la ricerca scientifica, per accelerare diagnosi e trovare nuove cure; e

l'assistenza, per fare sentire meno soli malati e famiglie". Per questo siamo impegnati con uno specifico strumento, il Piano regionale demenze, per migliorare la qualità della vita dei malati, mantenendoli quanto più possibile nella propria casa, tra le persone care, perché il contesto familiare rimane il luogo privilegiato in cui vivere e in cui ricevere le cure. Nello stesso tempo numerosi studi hanno dimostrato che è possibile intervenire sui fattori di rischio che possono favorire la demenza. Lo ha detto il presidente della struttura sanitaria "Karol" nell'ambito del convegno "le persone oltre la malattia", che si è tenuto a Villabate.

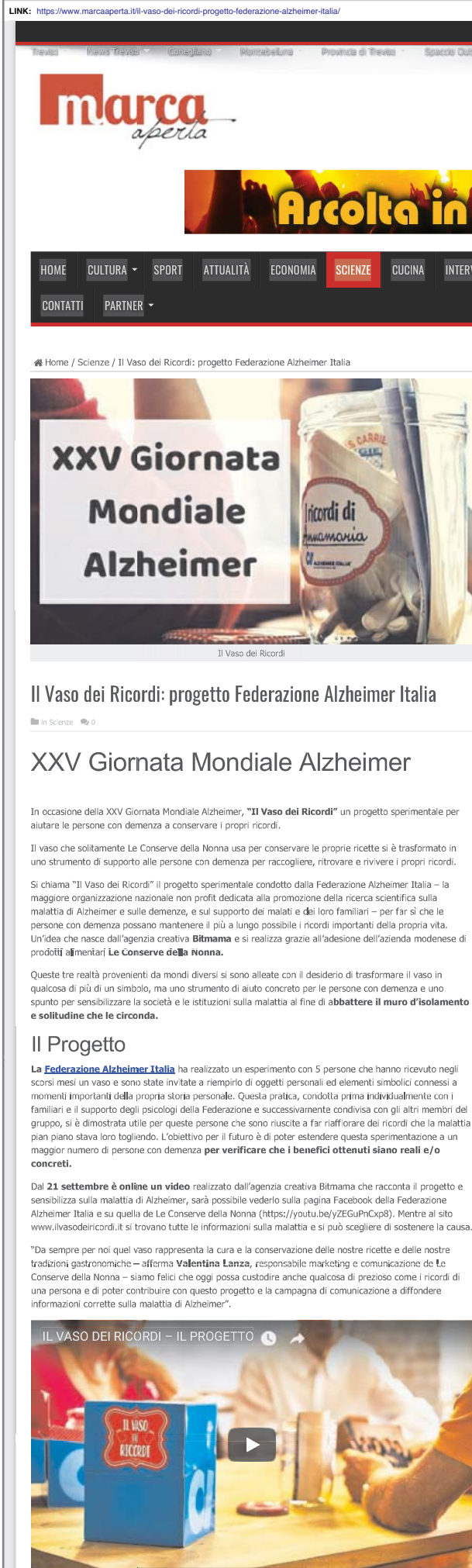
Il 21 settembre è l'occasione per i media di riaccendere i riflettori sugli aspetti drammatici della malattia, per sottolineare violentemente l'impotenza che la contraddistingue, per sfoderare il loro linguaggio deponente che spegne qualsiasi luce di speranza. Per questo, ciò che conta davvero in questa malattia, è la presenza costante di amici e familiari.

"Nei pazienti affetti da Alzheimer", spiega la Società Italiana di Neurologia, "le cellule cerebrali nell'ippocampo - una parte del cervello associata a memoria e apprendimento - sono spesso le prime a essere danneggiate". "Per la prima volta in una grande sperimentazione clinica, un farmaco è stato in grado sia di ridurre le placche nel cervello dei pazienti sia di rallentare la progressione della demenza", così presentava la ricerca lo scorso luglio il New York Times. "Le persone già colpite da una forma di declino cognitivo lieve non hanno la certezza di ammalarsi di Alzheimer, ma convivono con un rischio significativamente più alto".

In particolare dei 161 pazienti cui è stata somministrata la dose massima, l'81% ha mostrato cali significativi dei livelli di Amiloide. La ricerca, firmata dai medici dell'University of London, dell'Imperial College e del King's College di Londra, si è basata sui dati anonimi dei pazienti presenti nel Clinical Practice Research Datalink, che archivia le informazioni raccolte dai medici di medicina generale.

"Dopo il fallimento delle terapie somministrate nella fase di demenza conclamata - dichiara il Prof". Non ci sono compromessi, è una malattia che inesorabile si insinua nei gesti, nelle parole, nelle abitudini di ogni giorno cambiandole progressivamente. Gli attuali costi economici e sociali della demenza ammontano a 818 miliardi di dollari e risultano cresciuti del 35 per cento rispetto ai 604 miliardi di dollari calcolati nel Rapporto Mondiale 2010.

LINK: <https://www.marcaaperta.it/il-vaso-dei-ricordi-progetto-federazione-alzheimer-italia/>



The screenshot shows the website 'marca aperta' with a navigation menu including HOME, CULTURA, SPORT, ATTUALITÀ, ECONOMIA, SCIENZE, CUCINA, INTERV, CONTATTI, and PARTNER. The main content area features a large image of a glass jar labeled 'Ricordi di Nonna Maria' and the text 'XXV Giornata Mondiale Alzheimer'. Below the image is the article title 'Il Vaso dei Ricordi: progetto Federazione Alzheimer Italia' and the sub-header 'XXV Giornata Mondiale Alzheimer'. The article text discusses the project's goal to help people with dementia by using jars to store memories. It mentions the 'Federazione Alzheimer Italia' and 'Le Conserve della Nonna' as partners. A video player at the bottom shows a person filling a jar with objects, with the title 'IL VASO DEI RICORDI - IL PROGETTO'.

Home / Scienze / Il Vaso dei Ricordi: progetto Federazione Alzheimer Italia

XXV Giornata Mondiale Alzheimer

In occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer, **"Il Vaso dei Ricordi"** un progetto sperimentale per aiutare le persone con demenza a conservare i propri ricordi.

Il vaso che solitamente Le Conserve della Nonna usa per conservare le proprie ricette si è trasformato in uno strumento di supporto alle persone con demenza per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi.

Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa **Bitmama** e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari **Le Conserve della Nonna**.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di **abbattere il muro d'isolamento e solitudine che le circonda**.

Il Progetto

La **Federazione Alzheimer Italia** ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza **per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti**.

Dal **21 settembre** è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna (<https://youtu.be/yZEGuPhCxp8>). Mentre al sito www.ilvasodei Ricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma **Valentina Lanza**, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

IL VASO DEI RICORDI - IL PROGETTO

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

Settembre 2018

LINK: <http://degusta.it/it/news/mostre-ed-eventi/item/3888-il-vaso-dei-ricordi-de-le-conserve-della-nonna-contro-l-alzheimer.html>

Questo sito utilizza cookie tecnici per consentire la fruizione ottimale del sito e cookie di profilazione di terze parti per mostrare pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso all'installazione di qualsiasi cookie clicca sul pulsante "Scopri di più". Chiudendo questo banner acconsenti all'uso dei cookie

ACCETTA

SCOPRI DI PIÙ

DEGUSTA

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



"Il Vaso Dei Ricordi" De Le Conserve Della Nonna, Contro L' Alzheimer

📅 19th Set 📍 Mostre ed eventi

Il 21 settembre, in occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer,

sarà presentato "IL VASO DEI RICORDI" un progetto sperimentale per aiutare le persone con demenza a conservare i propri ricordi.

Il vaso che solitamente Le Conserve della Nonna riempie con le proprie ricette si è trasformato in uno strumento di supporto alle persone con demenza per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi. E diventa "Il Vaso dei Ricordi", così si chiama il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale "non profit" dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone colpite possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, in uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e in uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia, al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che troppo spesso le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro rimuovendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Il 21 settembre sarà "online" un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto alla campagna di comunicazione per diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

SKY È ARRIVATO SUL DIGITALE TERRE
Questa volta con un'offerta imperdibile

affaritaliani.it 
Il primo quotidiano digitale, dal 1996



CRONACHE

Previsioni meteo per domenica, 23 settembre



POLITICA

Fico: "M5s e Lega geneticamente diversi? Non c'è dubbio!"



POLITICA

Migranti, Fico: "Italia salvi tutte le vite umane, Orbán non fa interessi dell'Italia"

LA BANCA CHE SEMPLIFICA LA BANCA.

FINECO

APRI SUBITO IL CONTO. 100 TRADES GRATIS.

BANK

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.

NOTIZIARIO

[torna alla lista](#)



21 settembre 2018- 12:41

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) - Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti

della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna. Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda. La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa. "Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

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

Settembre 2018

LINK: <https://www.arezzoweb.it/2018/salute-il-vaso-dei-ricordi-progetto-sperimentale-federazione-alzheimer-italia-441506.html>

Utilizziamo i cookie per assicurarti la migliore esperienza nel nostro sito. Questo sito utilizza i cook
promozionali personalizzati. Se prosegui nella navigazione di questo sito acconsenti all'utilizzo de

ArezzoWeb

PRIMA PAGINA CRONACA ▾ POLITICA SPORT GIOSTRA DEL SARACINO ATTUA

MORE ▾

Home > Nazionali > Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

Nazionali Salute-adn

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

Di Adnkronos - 21 settembre 2018

32

Mi piace 0



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) – Si chiama “Il Vaso dei Ricordi” il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un’idea che nasce dall’agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all’adesione dell’azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L’obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Da oggi è online un video realizzato dall’agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

“Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer”.

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

di Adnkronos - 21 settembre 2018 - 14:44

Share



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) - Si chiama ?Il Vaso dei Ricordi? il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna. Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda. La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa. ? Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche ? afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna ? siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer?.

LINK: <http://ildubbio.news/ildubbio/2018/09/21/salute-il-vaso-dei-ricordi-progetto-sperimentale-federazione-alzheimer-italia/>

Questo sito utilizza cookie di profilazione, propri o di altri siti, per inviare messaggi pubblicitari mirati. Disabilitando o parte di essi il sito potrebbe non funzionare più correttamente.
Chiudendo questo banner o continuando a navigare sul sito acconsenti all'uso dei cookie. Per maggiori informazioni

Cerca Non mostrare più questo messaggio

ILDUBBIO

venerdì 21 settembre 2018

[Home](#) [POLITICA](#) [CRONACA](#) [ESTERI](#) [CULTURA](#) [GIUSTIZIA](#) [RUBRICHE](#) [SPETTACOLI](#)

[Home](#) > [Rubriche](#) > [Salute](#) Opinioni Editoriali Lavoro Ambiente

SALUTE

AdnKronos

21 Sep 2018 12:41 CEST

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) – Si chiama “Il Vaso dei Ricordi” il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto [...]



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) – Si chiama “Il Vaso dei Ricordi” il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un’idea che nasce dall’agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all’adesione dell’azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L’obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Da oggi è online un video realizzato dall’agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

“Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer”.

Share



CR
SPI
Fino a
e SMS
da soll

SCOPRI

Poste

Sfogliala

IL
«Qu
era n
non
stare
N
Di M
la For
Ma è
N
A

I pi

D

Giornata Mondiale dell'Alzheimer, 47 milioni di casi nel mondo e poca ricerca. Adi: "Numero malati triplicherà"



I dati del Rapporto mondiale Alzheimer 2018 sulla malattia invisibile che è una delle crisi globali a livello sanitario e sociale più significative del XXI secolo. Le iniziative di sensibilizzazione

di F. Q. | 21 settembre 2018

COMMENTI ()

f 2

🐦

G+

Più informazioni su: Alzheimer

Ogni 3 secondi una persona sviluppa una forma di demenza, settima causa di **morte** in tutto il mondo. Le persone colpite sono **47 milioni**, numero destinato a triplicarsi entro il 2050 raggiungendo i 152 milioni. In Italia si stimano ad oggi 1.241.000 di casi. Sono i dati presentati in occasione della **24esima Giornata Mondiale dell'Alzheimer**, contenuti nel Rapporto mondiale Alzheimer 2018 dalla **Federazione Alzheimer Italia** e da **Adi** (*Alzheimer's Disease International*).

Il report mette in evidenza come nel 2018 la demenza sia diventata una **malattia da mille miliardi di dollari**. Non esiste ancora una cura, e molti Paesi non sono ancora dotati di **strumenti diagnostici adeguati**, di facile accesso agli studi clinici, di medici e ricercatori specializzati. Già nel 2016 era stato rilevato come la maggior parte delle persone nel mondo con demenza dovesse ancora ricevere una **diagnosi**, oltre a un'**assistenza sanitaria completa e continua**. A due anni di distanza, la situazione non è migliorata di molto: **Paola Barbarino**, ceo di Adi ha evidenziato

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Settembre 2018

quanto sia sorprendente nella ricerca il dislivello tra Alzheimer e cancro, "rispetto al numero di pubblicazioni il rapporto è di uno a 12". Adì parla di una delle **crisi globali a livello sanitario e sociale** più significative del XXI secolo e suggerisce quindi di destinare **l'1% del costo sociale della demenza** al finanziamento della ricerca sulla demenza stessa.

Gabriella Salvini Porro, presidente Federazione Alzheimer Italia, alla presentazione del nuovo rapporto, si augura che presto i malati e le loro famiglie "ottengano la **cura** e il sostegno necessari per mantenere dignità, rispetto, autonomia e **uguaglianza**". Nel mondo, infatti, molti paesi ancora non dispongono di strumenti diagnostici adeguati, di facile accesso agli studi clinici, di medici e ricercatori **specializzati**. E sottolinea poi "la necessità che il **Piano Nazionale Demenze** riceva gli adeguati **finanziamenti** mirati a promuovere interventi appropriati nella gestione integrata della malattia".

Tra le iniziative per contrastare l'indifferenza alla malattia, c'è quella della multinazionale francese **Korian** che gestisce numerose strutture assistenziali in tutta Italia e che ha ideato una campagna di **sensibilizzazione** nazionale, anche con il supporto delle famiglie dei malati. L'iniziativa si chiama *Spezza l'indifferenza* (*#spezzalindifferenza*) e fa leva su un cortometraggio che esprime tutta la forza invalidante di una malattia che inesorabilmente cancella la memoria del protagonista attraverso il serrato dialogo di una coppia di anziani.



Korian inoltre invita i familiari dei pazienti ricoverati presso le loro strutture a **raccontare** la loro esperienza diretta con la malattia, scrivendo racconti, ricordi, aneddoti, episodi di vita quotidiana che verranno selezionati e pubblicati sul sito *spezzalindifferenza.it*. Si chiama invece *Il Vaso dei Ricordi* il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia **creativa Bitmama** e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari **Le Conserve della Nonna**. La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state

CONSERVE DI invitate a riempirlo di **oggetti personali ed elementi simbolici** connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

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

Settembre 2018

LINK: <https://www.ilfoglio.it/adn-kronos/2018/09/21/news/salute-il-vaso-dei-ricordi-progetto-sperimentale-federazione-alzheimer-italia-214919/>

Il tuo browser (Apple Safari 4) non è aggiornato e potrebbe non visualizzare correttamente le pagine di questo e altri siti. [Aggiorna il tuo browser!](#) Ti consigliamo di scaricare [Google Chrome](#) o [Mozilla Firefox](#)

f t y **IL FOGLIO TV** abbonati | Accedi | Paywall | conosci i foglianti | Newsletter | FAQ | Q

IL FOGLIO
DEF | TRUMP | IMMIGRAZIONE | TRIA

LEGGI EDIZIONE | IL FOGLIO SPORTIVO

elefantino politica economia chiesa esteri magazine editoriali cultura lettere meteo blog lo sfoglio sezioni

adn kronos

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

21 Settembre 2018 alle 13:00



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) - Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

LINK: <http://www.meteoweb.eu/2018/09/vaso-dei-ricordi-federazione-alzheimer-italia/1153743/>



HOME NEWS METEO NOWCASTING GEO-VULCANOLOGIA ASTRONOMIA MEDICINA & SALUTE TECNO



L'assicurazione vita di Generellife che protegge i tuoi cari e la tua vita. **Ilife**



Novartis, azienda leader in immuno-dermatologia, ha annunciato oggi nuovi dati relativi ...



Venticinque scienziati "a un domani s Alzheimer".

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso

A cura di **AdnKronos** 21 settembre 2018 - 12:58

Mi piace 522.034



Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla **Federazione Alzheimer Italia** - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La **Federazione Alzheimer Italia** ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".





Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

SALUTE



21/09/2018 12:41 | AdnKronos @AdnKronos



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) - Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia

di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna. Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda. La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa. "Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".



IN PRIMO PIANO

- Arresti domiciliari per un 35enne di Tempio Pausania
- La Guardia di finanza di Olbia dona Smila capi d'abbigliamento alla Caritas nel giorno del patrono
- Catamarano affondato a Cala di Volpe a Porto Cervo, Guardia Costiera in azione
- Lavori sulla rete fognaria a Calangianus, in azione gli operatori di Abbanoa
- Sarà Garofalo a dirigere il match Olbia-Pro Patria
- Al via il Sardegna Jumping Tour
- Air Italy fa il bilancio della stagione estiva da e per Olbia: 500 mila i passeggeri trasportati
- Affidato l'incarico di assistenza medica primaria a Bassacutena e Aglientu
- Al Paolo Merlo di La Maddalena la Assl ha attivato un ambulatorio pediatrico per il post parto
- Al via a San Teodoro l'Extreme Fun Games: una grande festa del kitesurf, windsurf, sup e skate

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

POSTED BY: REDAZIONE WEB 21 SETTEMBRE 2018



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) – Si chiama ‘Il Vaso dei Ricordi’ – il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca

scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un’idea che nasce dall’agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all’adesione dell’azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L’obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Da oggi è online un video realizzato dall’agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodei Ricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

‘Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer –

(Adnkronos)

21/09/2018

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia



0 CONDIVISIONI 0 COMMENTI Preferiti (0)



SCRITTO DA:
ADNKRONOS SALUTE

Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) - Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

LINK: <https://www.sempionenews.it/territorio/il-vaso-dei-ricordi-per-mantenere-vivo-cio-che-lalzheimer-prova-a-cancellare/>

Questo sito utilizza cookie. Continuando la navigazione, si accettano le condizioni di utilizzo dei cookie

Rovedalab
IL GUSTO DI CRESCERE

VIVI UN'ESPERIENZA
DI TEAM BUILDING!

Chi siamo | Autori | Partners | Archivio | Scrivi alla redazione

SempioneNews
L'asse del Sempione a portata di click.

Publicità

Sempre al f...
per protegg...

HOME AREE EVENTI CULTURA TERRITORIO CRONACA SPORT RUBRICHE ECC



f t G+ in p e

NO PROFIT, TERRITORIO | 21 SETTEMBRE 2018

Il "Vaso dei Ricordi" per mantenere vivo ciò che l'Alzheimer prova a cancellare

Anna Maria, Enrico, Luigi, Knut: protagonisti del progetto sperimentale della Federazione Alzheimer Italia, che usa il "Vaso dei Ricordi" per mantenere vivo ciò che la malattia prova a cancellare.



Milano - L'elegante insegnante **Anna Maria**, l'ingegnere poliglotta **Enrico**, l'imprenditore amante della vela **Luigi**, l'ingegnere tedesco appassionato di golf **Knut**. Quale caratteristica li accomuna? **Sono tutte e 4 persone colpite da una demenza lieve**. E sono i 4 protagonisti della nuova **sperimentazione avviata dalla Federazione Alzheimer Italia sulla base del progetto ideato dall'agenzia creativa Bitmama**, documentato anche attraverso un video, disponibile a **questo link**.

Il progetto sperimentale che coinvolge Anna Maria, Enrico, Luigi e Knut nasce dall'esigenza di offrire alle persone con demenza la possibilità di **essere reali portavoce della complessità e delle difficoltà della malattia**, con l'obiettivo finale di escogitare strategie più efficaci per il loro sostegno e per la lotta al loro isolamento.

Una volta alla settimana, da quasi un anno, i 4 si incontrano presso la sede della Federazione a Milano per discutere, alla presenza anche di uno psicologo e di un terapeuta occupazionale, di vari temi che riguardano il percorso della malattia. Ognuno di loro, in un clima di amicizia, rispetto,

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Settembre 2018

ascolto ed empatia, si sente libero di raccontare le proprie esperienze in famiglia e nella società, di condividere le personali strategie messe in atto per far fronte alle difficoltà quotidiane, di rivelare i dubbi e le paure ma anche i suggerimenti e i messaggi che vorrebbero portare al di fuori del contesto del gruppo.

Si tratta di un nuovo percorso di lavoro avviato dalla Federazione Alzheimer nel novembre dello scorso anno sulla scia delle esperienze internazionali nella convinzione che, prima della fase più grave della malattia, **ci sia ancora molto da vivere, con dignità e passione**, nonostante le indubbe difficoltà di tutti i giorni.

Un percorso che si inserisce all'interno della visione che guida l'operato quotidiano della Federazione: "In Italia le persone colpite dalla demenza sono oltre 1.200.000, e altrettante sono le famiglie coinvolte. Non esistono farmaci che portino alla guarigione, ma possiamo comunque fare ancora tanto", dichiara la **presidente Gabriella Salvini Porro**. "Passare da un **approccio centrato sulla malattia** a un **approccio centrato sulla persona**: riconoscere che il malato non è un oggetto passivo bensì un individuo con una sua storia, una sua identità, una sua personalità. Mettere al centro i malati, dar voce a loro e ai loro familiari, dare ascolto ai loro bisogni quotidiani: questo è il nostro impegno".

Ad Anna Maria, Enrico, Luigi e Knut negli ultimi mesi è stato regalato uno **strumento di supporto alle discussioni di gruppo, utile a mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della loro vita**.

Si tratta di un **"vaso", che sono stati invitati a riempire con oggetti evocativi della propria storia personale**. I guanti indossati nel giorno delle nozze, la foto in bianco e nero della sorella, la consumata pallina da golf, la conchiglia raccolta in riva al mare: tutti dentro al cosiddetto **"Vaso dei Ricordi"** con l'obiettivo di sollecitare la memoria e far riaffiorare quei ricordi che la malattia cerca di cancellare.

Incontro dopo incontro, **le 4 persone hanno contribuito a definire quali possano essere le modalità di utilizzo migliore di questo vaso**. L'esperimento sta muovendo i suoi primi passi e i suoi reali benefici devono essere ancora verificati, ma promette di essere un reale supporto alle persone con demenza. Per questo, il passo successivo per la Federazione sarà portare il Vaso dei Ricordi all'interno di alcune strutture che verranno selezionate con cura.

Con il Vaso dei Ricordi il gruppo di persone si trasforma in un **gruppo di amici, in cui ognuno fa dono agli altri di un pezzetto di sé**, di una parte della propria vita, di un ricordo specifico che riaffiora alla mente, che solo con quell'oggetto tra le mani diventa tangibile e concreto.

Il vaso utilizzato dal gruppo è noto a chi si intende di cucina. Si tratta infatti del barattolo donato dall'azienda di prodotti alimentari **Le Conserve della Nonna**, che solitamente viene usato per conservare le ricette e che nella sede della Federazione è stato appunto trasformato in uno strumento di supporto alle persone con demenza per raccogliere e rivivere i propri ricordi.

Il **video**, realizzato da Bitmama e lanciato in occasione della **XXV Giornata Mondiale Alzheimer**, **racconta per immagini l'utilizzo di questo speciale "Vaso dei ricordi"**.

La redazione

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

Settembre 2018LINK: <https://www.lasaluteinpillole.it/salute.asp?id=47210>

Questo sito utilizza cookie anche di terze parti. Continuando la navigazione acconsenti al loro utilizzo

**HOME** **ARCHIVIO NOTIZIE** **NEWSLETTER** **NEWS PER IL TUO SITO** **TOOLBAR** **CA****SALUTE: IL VASO DEI RICORDI, PROGETTO SPERIMENTALE FEDERAZIONE ALZHEIMER ITALIA**[Share 0](#)[Like 0](#)[Tweet](#)[Share](#)[G+](#)[Condividi](#)[Like 15K](#)

diventa fan

Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) 12:41



Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul

supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita.

Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna. Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale.

Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo.

L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna.

Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa. "Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".



CRONACA POLITICA ATTUALITÀ CULTURA SPORT ▾ PROVINCIA IRPIN

Home > ADNKRONOS > ADNK IP > Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

ADNKRONOS ADNK IP ADNK News Salute

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

By Robot Adnkronos - 21 settembre 2018

6 0



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) – Si chiama “Il Vaso dei Ricordi” il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un’idea che nasce dall’agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all’adesione dell’azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L’obiettivo per il futuro è di Da oggi è online un video realizzato dall’agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

“Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter

CO
N
NO
ONLI
IL NOS
TI
PO
ES

LAFABBRICA

Oggi in Ed



LINK: http://www.sassarinotizie.com/24ore-articolo-461989-salute_il_vaso_dei_ricordi_progetto_sperimentale_federazione_alzheimer_italia.aspx

Sassari Notizie

sabato 22 settembre 2018

Mobile Accedi Registrati Newsletter Aggiungi ai Preferiti RSS

Prima Pagina **24 Ore** Appuntamenti Servizi Rubriche Video
News Lavoro Salute Sostenibilità

SALUTE

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

21/09/2018 12:41

Consiglia Condividi Iscriviti per vedere cosa consigliano i tuoi amici.

Google+ Tweet

Stampa Riduci Aumenta

Condividi Facebook Twitter Google+ 0



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) - Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna. Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda. La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa. "Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

In primo piano

Sassari. Socie
di versare al f

Febbre del Nil

Alghero. Bolle
consiglio regi

Sulle bollette p
"Nessun caso

Scuola-Lavoro

Sassari. Un se
Caterina

Pili: "Subito na

Cambio al ver
Tattici della Br

Sassari. Lotta
bando per la s

Sassari. Ichnu
concorso sull'



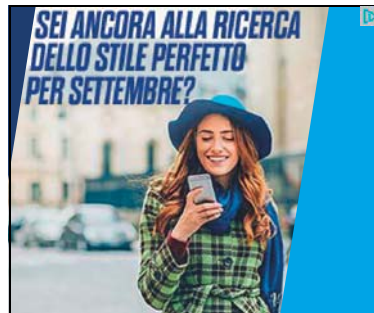
Nasce “Il vaso dei ricordi”: aiuta le persone malate di Alzheimer (video)

di Redazione

venerdì 21 settembre 2018 - 11:54



A- A+ A+



Si chiama “Il Vaso dei Ricordi” il progetto sperimentale condotto dalla **Federazione Alzheimer Italia** per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un progetto che la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze e sul supporto dei malati e dei loro familiari ha realizzato insieme all'agenzia creativa Bitmama e all'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna. Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un

simbolo, ma **uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza** e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato **un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso** e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per **queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo**. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e concreti. Da oggi è online il video che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer e che è possibile vedere sulla pagina Facebook della **Federazione Alzheimer Italia** e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa. «Da sempre per noi quel vaso rappresenta **la cura e la conservazione** delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a **diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer**».

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

Settembre 2018

LINK: <https://secolo-trentino.com/salutebenessere/salute-il-vaso-dei-ricordi-progetto-sperimentale-federazione-alzheimer-italia/>

accedi la redazione la nostra linea editoriale privacy policy sito

Suore Ospedaliere RESIDENZA SANITARIA ASSISTENZIALE PER OSPITI ANZIANI. AMBIENTE TUTELATO E FAVOREVOLE ALLA SOCIALIZZAZIONE VISITA IL SITO

SECOLO TRENTINO

attualità economia cultura esteri società sport scienze

Home > Salute > Salute: "Il vaso dei ricordi", progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia



Salute

Salute: "Il vaso dei ricordi", progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

Di redazione - settembre 21, 2018

Mi piace 3

Facebook Twitter Google+ Pinterest

Agenda piena ogni mattina
Oltre 1000 centri e saloni in tutta Italia lo hanno già fatto! Tu cosa aspetti? [SCOPRI DI PIÙ](#)

Suore Ospedaliere RESIDENZA SANITARIA ASSISTENZIALE PER OSPITI ANZIANI. AMBIENTE TUTELATO E FAVOREVOLE ALLA SOCIALIZZAZIONE VISITA IL SITO

Esegui il test di autodiagnosi e scopri subito il TUO RISCHIO DI FRATTURA

STOP ALLE FRATTURE

"Il Vaso dei Ricordi" è il progetto sperimentale condotto dalla **Federazione Alzheimer Italia**, la maggiore organizzazione nazionale no-profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, per far sì che le persone con questo disturbo possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa **Bitmama** e si realizza grazie all'adesione de **Le Conserve della Nonna**, azienda modenese di prodotti alimentari .

Tre realtà provenienti da mondi diversi che si sono alleate per trasformare il vaso in uno

**RASSEGNA
STAMPA
INTERNET**

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

Settembre 2018

21/09/2018 14:03
Sito Web

secolo-trentino.com

strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia, così da abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Inizialmente con i familiari e gli psicologi della Federazione, successivamente condivisa con altri membri del gruppo, questa pratica si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite così a ricordare cose che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione al maggior numero di persone con demenza possibile per verificare se i benefici ottenuti siano concreti.

Da oggi è inoltre disponibile online un video realizzato dall'agenzia creativa *Bitmama* che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer. Per vederlo sarà sufficiente collegarsi alla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia o a quella de *Le Conserve della Nonna*.

*"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma **Valentina Lanza**, responsabile marketing e comunicazione de *Le Conserve della Nonna* – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".*

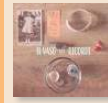
LA SICILIA

Home | Cronaca | Politica | Economia | Sport | Spettacoli | Lavoro | T

Altre sezioni



Sanità: attendono troppo dal medico, paz...



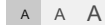
Salute: il vaso dei ricordi, progetto sp...

Johnson & John

sei in » **Salute**

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia

21/09/2018 - 13:00



Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) – Si chiama “Il Vaso dei Ricordi” il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia – la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari – per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un’idea che nasce dall’agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all’adesione dell’azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L’obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Da oggi è online un video realizzato dall’agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

“Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche – afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna – siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer”.

LINK: <https://notizie.tiscali.it/salute/articoli/salute-vaso-dei-ricordi-progetto-sperimentale-federazione-alzheimer-italia-00001/>

Questo sito utilizza cookie di profilazione, anche di terze parti, per inviarti pubblicità in linea con le tue preferenze a tutti o alcuni cookie.

Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento



ultimora cronaca esteri economia politica **salute** scienze interviste autori e news

Salute: il vaso dei ricordi, progetto sperimentale Federazione Alzheimer Italia



Condividi 0 Tweet

di **Adnkronos**

Ad



Nuova Classe A.

Con sistema multimediale MBUX. Da 220 € al mese solo con Mercedes Benz Financial.



Richiedi preventivo.

Roma, 21 set. (AdnKronos Salute) - Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna. Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda. La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa. "Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

21 settembre 2018

Diventa fan di Tiscali su Facebook **Mi piace 254.900**

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

Settembre 2018

LINK: <https://www.agipsyinthekitchen.com/2018/10/il-vaso-dei-ricordi.html>

Central Blog

IL MIO ACCOUNT | ACCEDI

a gipsy in the kitchen

RICETTE VIAGGI MAGAZINE SUPPER CLUB BOUTIQUE

<< INDIETRO

MAGAZINE

CONDIVIDI

CATEGORIA | IN FORMA CON CIPSY | HOME



IL VASO DEI RICORDI

Dalla nostra redazione, la nostra 'Dottoressa' Vittoria Magenes

Oggi vi parliamo di un progetto meraviglioso, a cura della Federazione Alzheimer Italia: 'Il Vaso dei Ricordi'. Il progetto mira ad aiutare le persone affette da demenza a ritrovare - o mantenere il più a lungo possibile - i ricordi della propria vita.

Prima di scendere nel dettaglio di questa stupenda iniziativa, vi raccontiamo qualcosa della malattia di Alzheimer, perché conoscere è il primo passo per capire e aiutare davvero.

L'Alzheimer è la più comune causa di demenza, di cui rappresenta fino al 60% dei casi. Questa malattia colpisce, in modo progressivo, le cellule del nostro cervello, causando un declino globale delle funzioni cognitive e portando a un deterioramento della personalità e delle relazioni dell'individuo che ne è affetto.

I sintomi principali, che assumono sfumature diverse e personali, a seconda dei pazienti, sono: la perdita di memoria (amnesia), la perdita della capacità di riconoscere persone, luoghi o oggetti comuni (agnosia), la progressiva perdita dell'abilità di capire e formulare messaggi verbali (afasia) e l'incapacità di compiere correttamente alcuni movimenti volontari (aprassia). A questi, si aggiungono poi squilibri emotivi e comportamentali.

Ancora oggi, nonostante i progressi fatti dal punto di vista diagnostico e terapeutico, non conosciamo bene questa malattia: non conosciamo in modo chiaro le cause e non siamo in grado di formulare una diagnosi certa senza un'autopsia. Studio e ricerca, in questo campo, servono e serviranno.

Pur non esistendo ancora una cura efficace, ci sono farmaci e numerose tecniche che possono migliorare alcuni sintomi cognitivi, funzionali e comportamentali di questi pazienti, migliorando la loro vita.

Torniamo ora al progetto però.

L'idea, nata da Bitmama, si realizza grazie all'azienda di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna e alla Federazione Alzheimer Italia. Il protagonista è un oggetto semplice e comune: un vaso, che, in questo studio sperimentale, viene consegnato a cinque pazienti affetti da demenza e ai loro familiari, con l'invito di riempirlo con oggetti personali ed elementi simbolici connessi ai momenti importanti della loro storia.

Raccogliere fotografie, chiavi, ritagli di giornali, oggetti di vita, pagine di libri o vecchi gioielli si è dimostrata un'operazione utile per far riaffiorare, piano piano, dei ricordi che la malattia stava loro portando via.

Durante questo percorso, i pazienti si sono ritrovati settimanalmente -insieme a familiari e psicologi esperti- per mostrare gli oggetti conservati nel vaso e cercare di far riaffiorare i ricordi speciali ancora conservati nelle loro menti - e nei loro cuori.

Lo studio, visti i primi risultati promettenti, continuerà e altre persone affette da demenza saranno coinvolte, per valutarne meglio l'efficacia.

Abbiamo deciso di raccontarvi di questo progetto, non solo perché si è dimostrato essere un aiuto concreto per i pazienti, ma anche perché, anche noi, nel nostro piccolo, possiamo fare qualcosa: parlare di progetti meravigliosi come questo e far conoscere meglio questa malattia è importante per poter abbattere il muro di isolamento e solitudine che troppo spesso circonda i malati.

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

Settembre 2018

LINK: <https://lucerabynight.it/46711-social-dinner-di-capitanata--il-nuovo-progetto-di-andrea-e-valentina-de-la-cucina-del-fuorisede>

Home Redazione Foto e storia di Lucera Contattaci Pubblicità

Lucerabynight.it
IL PORTALE DELLA CITTÀ DI LUCERA E DI CAPITANATA

AMBIENTE | CULTURA | HI-TECH | NEWS ON LINE | POLITICA | SPETTACOLI

studio9tv.com

SPAZIO PUBBLICITÀ DISPONIBILE
tel. 0881548334 - info@lucerabynight.it

Mediawebgraphic
MARKETING ONLINE

Bio Glutine
prodotti SENZA e BIO

NEWS ON LINE » Costume e Società » Pubblicata il 18/09/2018

Social Dinner di Capitanata: il nuovo progetto di Andrea e Valentina de La Cucina del Fuorisede

f t g+ e p



The poster features a dark background with a starry sky. At the top, it says '#social dinner di Capitanata' and '11 aziende incontrano 40 blogger per discutere di social'. Below this, there are five circular portraits of bloggers: Valentina Previdi (Profumo di Cannella e Cioccolato), Ezio Totorizzo (Spazio.it), Nunzia Bellomo (mielidilavanda.it), Luca Cuffari (Habemus fame), and Daniela Vietri (Cucinilibriagatti.it). At the bottom, there is a row of logos for various food and agricultural products, including Dedicato, RUBER, LADOGANA, PRIMABIO, FOLGARO, Bergader, and Casella.

La cena che fa incontrare blogger, giornalisti e aziende per parlare di food e comunicazione.

Giovedì 11 ottobre 2018, ore 19.00, Agriturismo Posta Guevara – Orsara di Puglia

Metti una sera a cena **5 ospiti speciali, 11 aziende, 40 tra blogger, giornalisti e social media manager.** Tutti intorno ad un tavolo per degustare un menù, parlare di food e comunicazione, creare relazioni e far crescere il territorio.

È la **Social Dinner di Capitanata**, il nuovo progetto di **Andrea e Valentina Pietrocola** de **La cucina del Fuorisede**, che andrà in scena **giovedì 11 ottobre** a partire **dalle ore 19.00 ad Orsara di Puglia** presso l'**Agriturismo Posta Guevara** (Strada Statale 90 – Pod. 1).

Un'**occasione di incontro e condivisione reale per tutti.** Le aziende potranno confrontarsi in materia di **social, digital e comunicazione**, beneficiando della presenza di esperti del settore.

Special guest della serata saranno 5 blogger provenienti da tutta Italia:

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

Settembre 2018

18/09/2018. 16:30
. ito. . eb

lucerabynight.it

Daniela Vietri (Cucina Libri e Gatti), **Ezio Totorizzo** (Spezio.it), **Valentina Previdi** (Profumo di Cannella e Cioccolato), **Luca Cuffari** (Habemus Fame) e **Nunzia Bellomo** (Miele di Lavanda).

«Da quando abbiamo iniziato a lavorare con il blog abbiamo partecipato a tanti eventi su Roma e Milano ma in Puglia, nonostante ci siano un'infinità di aziende del settore food and beverage, ancora non si riesce a comunicare bene o meglio, non si crede nella comunicazione digitale. Si preferisce il passa parola ad un post su facebook», spiegano Andrea e Valentina, i due vulcanici e instancabili **foodblogger foggiani** che hanno all'attivo numerose e importanti collaborazioni - tra cui Mondo Creativo, Cibus, Libando, uno show cooking con Scavolini e iniziative con Metro e Cash e Carry - e che non perdono occasione per ideare progetti che uniscono **comunicazione, food e aziende del territorio**.

E dopo l'esperienza dell'**Athenaeum Tour - in giro con i #CuochiFuoriSede**, l'evento organizzato in partnership con **Granoro** per capire come funziona la pausa pranzo dello studente fuorisede, arriva la **Social Dinner di Capitanata**.

«Abbiamo un duplice obiettivo, da una parte **innovare la comunicazione delle aziende** e dall'altra **creare nuove opportunità di lavoro per blogger, giornalisti e social media manager**. Crediamo che questo scambio sia necessario per far crescere tutti ed è per questo che abbiamo fortemente voluto organizzare un evento al Sud, nella provincia in cui siamo nati», affermano i foodblogger.

Ad aprire l'evento sarà un **talk in diretta su Facebook** con la **community di Innovattiva e i 5 blogger**. A seguire la tavola rotonda "**Da cosa nasce cosa - Facciamo NetWORK**", un momento pensato per concretizzare un progetto di network tra diverse aziende ed esperti di comunicazione. Saranno presenti dei rappresentanti per ogni azienda.

Durante la serata, oltre a dialogare e scambiare idee, sarà possibile **assaporare il menù** ideato dalla Chef **Lucia di Domenico**, la prima sul territorio a credere e ad investire nell'agriturismo, e dallo Chef **Michele Guida**, direttamente da *Master Chef Italia*. Ogni portata racconterà il core business delle aziende presenti:

Le Conserve della Nonna, Granoro, Aceto Balsamico di Modena, Ruber, Rebeers, La Dogana, Prima Bio, Fulgaro panificatori 1890, Bergader Privatkäserei, Caseus - L'arte del latte, Smile of Watermelon.

E in un evento social che si rispetti non può mancare il **contest fotografico**: ogni azienda sceglierà una foto o una stories tra quelle pubblicate con l'hashtag **#SocialDinnerFoggia** e in palio non potrà che esserci una campionatura di prodotti.

L'evento vanta il patrocinio dell'**Assessorato alle Attività Economiche del Comune di Foggia**.

Partner dell'evento sono: **Svicom, Xplace Digital Agency, Carattere Pugliese. Media partner: Pop Corn, Saygood, Innovattiva, Comunica.**

Info e biglietti: <https://bit.ly/2MAFgex>

#SocialDinnerFoggia #CuochiFuoriSede

LINK: <http://www.italiafruit.net/DetailNews/45965/mercati-e-imprese/le-conserve-della-nonna-pomodori-dolci-e-corposi>

Questo sito fa uso di cookie tecnici e di cookie di terze parti a fini analitici(Google Analytics), il sito NON fa uso di cookie profilari e acconsento



Giovedì 13 Settembre 2018 | Home | Chi siamo | Pubblicità | Contatti | Multimedia | Cerca nel sito | Seguici

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



home / Mercati e Imprese / Le Conserve della Nonna, pomodori dolci e corposi



Giovedì 13 Settembre 2018

MERCATI & IMPRESE

Le Conserve della Nonna, pomodori dolci e corposi

Le Conserve della Nonna, realtà produttiva italiana nata a Ravarino (Modena) nel 1973, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro. Con la passione e l'attenzione tipiche di una cucina di casa, ma con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare, l'azienda emiliana propone al mercato una variegata

gamma di **oltre cento prodotti buoni e genuini**, in grado di rendere unico ogni momento della giornata, dalla colazione alla cena.

Nel pieno rispetto della stagionalità delle coltivazioni, in estate l'ingrediente principale della produzione nello stabilimento di Ravarino è il pomodoro, che in agosto raggiunge il momento migliore della maturazione. La materia prima nasce e cresce al sole, nei campi dell'**Emilia Romagna**, terreno fertile e argilloso, perfetto per lo sviluppo di pomodori dal vivace colore rosso, il sapore dolce e la consistenza perfetta per la preparazione di passate, salse e sughi.

Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio che la terra ha donato.

Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente e **selezionato ben quattro volte** sia in campo che all'arrivo in stabilimento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente, per eliminare i pomodori non maturi o quelli troppo maturi.

I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore, proprio come facevano le nostre nonne.

In seguito il prodotto viene conservato in vasi di vetro. Si tratta di un processo tradizionale, che non ha subito variazioni rispetto alle tecniche casalinghe, scelto per mantenere inalterate le proprietà organolettiche del pomodoro e proporre un prodotto finale genuino e autentico. **Le confezioni di vetro** piene di prodotto passano attraverso il processo di pastorizzazione, ovvero vengono portate alla temperatura ideale per essere conservate a lungo, senza conservanti né coloranti.

"Abbiamo trasformato 47mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e ciò è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche". A raccontarlo è **Valentina Lanza**, responsabile marketing, che aggiunge: "La stagione è stata positiva grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una qualità di pomodoro buona, e le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione, che comunque è stata fatta a pieno ritmo da lunedì 30 luglio a mercoledì 30 agosto.

L'estate 2018 ci ha permesso di ottenere quindi un **prodotto particolarmente dolce e corposo**, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de Le Conserve della Nonna che sono state sempre riconosciute tra le migliori in commercio in Gdo in Italia".

Proprio per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, Le Conserve della Nonna nel 2014 è stata la prima azienda industriale ad ottenere il riconoscimento "**Qualità Controllata**" per le **passate e i sughi**, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Questo riconoscimento si esprime nel marchio "QC" presente nell'etichetta, creato dalla Regione Emilia Romagna per segnalare quei prodotti alimentari che si distinguono per un processo produttivo che favorisce la salvaguardia dell'ambiente e la salute dei consumatori.

Passata di pomodoro, salsa e sughi della linea Le Conserve della Nonna sono uno degli esempi di come la tradizione delle conserve e l'innovazione della grande industria possano integrarsi in un'offerta di prodotti genuini e di qualità.

Contestualmente alla campagna del pomodoro in Agosto il Gruppo Fini ha sostenuto anche la verifica annuale per la certificazione Brc e anche per quest'anno l'ha superata con punteggio massimo.

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

Fonte: Ufficio stampa Gruppo Fini Spa



I GRANRIPIENI FINI



I RAVIOLI PATATE E ROSMARINO

FINI
MODENA
1912

CON PRESERVIO DI GRANO ANTICO VARIET  CAPPELLI SPODI ITALIANO
GUSTO RICCO E CREMOSO

Fini, la storica azienda alimentare modenese, continua ad ampliare la gamma dedicata alla pasta fresca ripiena.   la linea **Granripieni** che gi  a marzo si   ampliata con l'arrivo dei ravioli salsiccia e funghi e adesso torna con un'altra interessante novit . **I Ravioli Patate e Rosmarino**, presentati in anteprima a Cibus 2018, sono la prima proposta di pasta fresca ripiena realizzata con semola integrale di grano antico Senatore Cappelli, senza uova. La sfoglia, integrale, biologica, 100% italiana, ha un'ottima tenuta in cottura. Il ripieno vegetale   morbido e gustoso. Il risultato   una proposta di pasta fresca integrale all'insegna dell'italianit , del sapore e del benessere, adatta a chiunque cerchi novit  e qualit . I Granripieni sono anche protagonisti del progetto di comunicazione *web* e *social* #ilpranzodelladomenica, realizzato in collaborazione con venti *food blogger* selezionati in tutta Italia.



RASSEGNA
STAMPA
CARTACEA

Luglio 2018

**LO SHOPPING
PER LA TUA
CUCINA**
a cura di
Cairo Communication

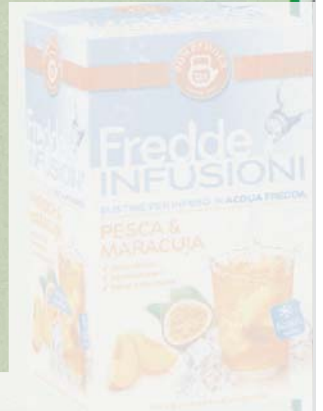
NOVITA' AL SUPER



Il Frozen Yogurt - Yogurteria Marano di L'ATERIA SOCIALE MERANO è goloso come un gelato, ma cremoso e nutriente come uno yogurt. Realizzato con lo yogurt e il latte fresco 100% dell'Alto Adige senza OGM, contiene fermenti lattici vivi, utili per l'equilibrio della flora intestinale.



LE CONSERVE DELLA NONNA presenta la linea di creme spalmabili a base di frutta e cacao, una proposta inedita per chi cerca la leggerezza senza rinunciare al piacere del cacao.



Le Fredda Infusioni POMPADOUR sono deliziose miscele a base di frutta senza calorie e senza teina, e costituiscono una valida alternativa a bevande fredde zuccherate, Soft Drink e succhi di frutta.



Dall'esperienza di ASDOMAR, nascono "Le Buone Idee", una nuova linea che incontra le necessità di chi cerca alimenti gustosi e ricchi di proprietà nutritive. I primi prodotti della gamma sono i Filetti di Sgombro grigliati, nelle due varianti, all'olio extravergine di oliva biologico e al naturale, entrambi con sale integrale.



Per gli amanti delle mandorle e non solo, ecco il nuovo stacco HÄAGEN-DAZS™ gusto Chocolate choc almond con gelato al cioccolato e una croccante granella di mandorle.



Il miglior merluzzo avvolto in una croccante panatura: PESCANOVA presenta i miniburger della linea Tapa.



I nuovi succhi della linea BRAVO BIO sono ottenuti da frutta proveniente da agricoltura biologica e ricavati solo da metodi di produzione che rispettano la natura e l'ambiente. In foto, il succo Bravo Bio arancia 100%, senza zuccheri aggiunti.



SARCHIO presenta i biscotti ai cereali con zenzero, per iniziare la giornata con la giusta carica di energia.

PIAZZALE AZZOLINO | 5 STELLE: APPENA RIAPERTO, SI RICHIEDE UNA PARTE E IN PIENA ESTATE, COME SI FA?

«Gru, scelta dannosa e che lascia sbigottiti»

AREA VASTA 4

Cup e cassa: modifica degli orari

L'AREA Vasta si informa che gli speciali Cuponer del presidio consiliare di Fermo, dal 6 al 17 agosto, osserveranno il seguente orario di apertura: cassa dalle ore 7,45 alle 13; prenotazioni dalle 7,45 alle 12,45. Per le prenotazioni rivolgetevi al fuori di tutti orari, eventuali pagamenti possono essere effettuati in anticipo durante il periodo di apertura cassa o con bollettino postale (fondare, in portineria) avendo cura di restituire la ricevuta all'ambulatorio.

CHIEDONO chiarimenti sulla prossima installazione di una gru a piazzale Azzolino, Marco Biondo e Mirko Temperini, consiglieri del Movimento 5 stelle, che rivolgono l'appello di due commercianti del piazzale, da noi riportati, preoccupate dalla situazione che si va creando. «C'è una mossa "geniale" dopo la chiusura di più di mezzo anno, ad appena un mese dalla riapertura del Piazzale, richiederne una parte per un altro mezzo anno, o più - dicono i due portastellari». Una dimostrazione di accanimento coordinato dagli uffici comunali, da lasciare sbigottiti anche i negozianti. Per posizionare la gru è necessaria una piazzola di cemento armato, ci chiedono senza opportuno fare una colata di cemento



in un piazzale appena ristrutturato, una restituzione. Ci chiedono, inoltre, se la pavimentazione e anche la struttura sotterranea reggerà il peso della piazzola e della gru. Infine, se è una mossa sensata dare l'autorizzazione all'installazione in un'area così centrale in agosto dal momento che una volta messa in posizione la gru, con in alta probabilità l'inter-

presa andrà in ferie fino ad ottobre. Il ferma ad inutilizzare per buona parte del mese turistico per eccellenza. Secondo i 5 Stelle si tratta di una scelta che di certo penalizzerà non poco i commercianti. «Sembra quasi ci si impegni per far chiudere le attività di piazzale Azzolino, dopo un vero e proprio affidamento. Non è bastata la dimostrazione permanente al sindaco con la conseguente perdita di parcheggio e flusso auto non solo per tutte le attività del piazzale, ma anche del corso, tra l'altro con un aumento delle tariffe per la sosta a Piazzale Carducci. Non è bastato l'aver bloccato in Consiglio l'unica proposta, da noi presentata, a tutela dei commercianti e dei clienti, per avere la prima ora gratuita per chi acquista nelle attività del centro storico».

SCADENZE

Agenzia delle entrate Sportello riscossione aperto anche lunedì

L'Ufficio Sportello Agenzia delle entrate/riscossione di Fermo, normalmente aperto due giorni alla settimana (martedì e giovedì), sarà operativo anche lunedì prossimo nel consueto orario delle 9 alle 13. Le aperture straordinarie sono state decise da Agenzia delle entrate in vista della scadenza del 31 luglio fissata dalla legge. È possibile pagare anche nella propria banca, agli sportelli bancari (ATM) abilitati ai servizi di pagamento Unibo, con il proprio indirizzo bancario agli uffici postali, nei tabaccai aderenti a Banca SpA e tramite i circuiti 50al e Lotomax.

MINORI... per modo di dire

di ADOLFO LEONE

NON è marabogano. È un lombardo milanese che lo scotto le Alpi. Per vivere e starne. Uno è riuscito a Smerillo, il Festival La Fede della montagna. C'era il suo libro da presentare: *Andare per case*. Mi intrigava, quel titolo. Di più, il suo contenuto. L'ho fatto. Lui è Franco Micheli, 56 anni, giornalista, scrittore, geografo, amministratore. Ma su tutto parlo sempre, diretta, essenziale. Ci hanno portati in un prato, fuori dall'area, a due passi dalle Finse, la fontana della montagna. Un pubbetto, tre sedie, un topposero. Troppo. Volevamo scendere tra il pubblico. Abbiamo iniziato a parlare. Incredibile Franco è arrivato a Smerillo con il suo zaino rosso, scendendolo da Monte Amodeo. Lo stesso anno che lo ha accompagnato da un campo all'altro della Norvegia, dell'Islanda, della Groenlandia... Mi ha raccontato che quello zaino arriva a pesare anche 32 chili, quando lui ne possiede un 60. Sulla copertina del libro c'è la sua foto e solo, sfornata in un deserto, sembra primo mattino, gli hanno compagne le montagne. Campagna una scritta: *La montagna è un'isola di un continente sulle loro ampie confini*. Certo il silenzio, Franco Micheli. Certo un contatto diretto, unico, vero con la natura e gli animali. Un ritorno a ciò che vale nel serio, senza sovrastrutture. Racconta di un attraversamento a piedi di un tratto disabitato: un passo lo segue dall'alto, appena e sempre tra le rocce, per un lungo tratto, Franco continua la sua strada, senza gesti improvvisi. Il punto in cui nessuna intenzione bellissima da quel piccolo uomo in bianco. Nessuna intenzione bellissima da quel comunque per così dire animale. Magnifico, occhi azzurri, barba, capelli neri, Franco ha scelto un

STILI DI VITA FRANCO MICHELI

Correre nella natura liberi come gli animali



I MIEI QUATTRO APPOGGI

Sono il silenzio, la bellezza la fatica fisica e imparare a perdere lo scopo della nostra esistenza: denaro, consenso, fama e successo

tipo di vita diverso. È nato a Milano il 1 marzo 1962. Ha frequentato la montagna fin da piccolo, complice la famiglia che si recava sulle Dolomiti nel gruppo del Civetta (BL) grazie a una nonna di Agordo, e in Valle d'Aosta, sotto il Cervino, perché ci stavano in villeggiatura i nonni materni. Da ragazzo si è appassionato all'indotto leggero: il mezzofondo, arretrato due volte quanto ai campioni italiani generali, ma dai 18 anni in su non ha più fatto agonismo. Un'altra la scelta: sciare nella natura come vi corrono gli animali (o i cacciatori arcaici) è stata una passione che ho sempre mantenuto accanto a quella per l'alpinismo, l'explorazione e la lingua tramata a piedi o seni glaciati. Ma il suo DNA era segnato. Suo nonno paterno, veneziano, era storico, geografo e scriveva le biografie dei grandi esploratori, come Amadeo, Stanley, Livingstone e il Duca degli Abruzzi. Franco si è formato all'avventura leggendo tutti i libri del viaggio straordinario di Jules Verne. Dopo il liceo scientifico frequentato a Milano, si è laureato in Geografia e Turismo con una tesi sulle prospettive e i profumi del Parco nazionale del Gran Paradiso. Un rapporto particolare lo ha stretto con padre Luigi e volontari dell'Operaione Mare Rosso per la tutela in Port e Boltra in favore delle popolazioni indiane. Per ventenni Micheli non ricorre a strumenti tecnologici. Guida, osserva, comprende e s'immerge nella natura... è la soluzione arriva, perché siamo un tutt'uno, con una disegno di Hegelardi di Brignoli in nome abbracciano dall'incanto e dalle sue linee, aria, acqua, fuoco e vento, e lo continuo su quattro appoggi - scrive nel suo libro - sono un animale a quattro zampe. La prima è il silenzio, la seconda ampie e la bellezza, la terza è la lingua italiana, infine la quarta non è un parere in perdono. Perché ciò che crediamo sia lo scopo della nostra esistenza: denaro, consenso, fama, successo. Ma una massima medievale recita: *homo non homo; fama fama; finis finis; siam terra, humani; Franco ce lo ricorda.*

L'Angolo DEL consumatore



Che tristezza la lunga lista delle imprese vendute agli stranieri

È TRISTE, oserei dire sconcertante, sapere che le più grandi imprese del settore dell'industria, della moda e degli alimentari, un tempo vanto ed orgoglio del nostro Paese, vengono vendute ad un ritmo impressionante agli stranieri. Vendere è, forse, di vitale necessità per gli imprenditori a causa dei costi di produzione sempre crescenti e i ricavi in forte calo. Molti economisti ritengono che, a differenza di quanto avviene in Francia, dove la presenza dello stato è massiccia, in Italia è praticamente assente, anzi lo stato tormenta sempre più le aziende, sia con una pressione fiscale tra le più alte in Europa sia con una burocrazia assfissante. Praticamente, non esiste settore merceologico che non sia stato toccato dalle mani dei grandi gruppi industriali. In tal modo la crescita per il comparto delle esportazioni italiane viene ridotta al lumicino. Ma quello che preoccupa di più è l'acquisizione di negozi, supermercati, fabbriche, ristoranti da parte dei cinesi. Purtroppo, il Made in Italy è sempre meno italiano, specie nel settore agroalimentare sono moltissime le aziende italiane passate nelle mani degli stranieri. Secondo stime attendibili, sarebbero oltre 400, alcune note a livello mondiale. Diamo qualche esempio dei nostri "gioielli di famiglia" venduti all'estero: Telecom prima venduta agli spagnoli, poi passata sotto il controllo di Vivendi; Pirelli paracinese: Chem China è il nuovo socio di maggioranza del gruppo; nell'ottobre 2014 la famiglia Merloni cede la sua azienda di elettrodomestici "Indesit" all'americana Whirlpool; l'industria ferroviaria nazionale è oggi completamente

in mano straniera: la Fiat Ferroviaria è controllata da Alstom, mentre la Tibb (Tecnomaso-Brown Boveri) è passata sotto la canadese Bombardier. Italcementi venduta ai tedeschi di Heidelberg-Cement. La Saiflo (fabbrica di occhiali) è di ventata di proprietà del gruppo olandese Hal Holding. La Poltrona Frau rilevata da Harworth americana. Nel campo dell'abbigliamento sono passate in mano straniera Krizia (Cina), Valentino (Qatar), Gianfranco Ferré (Dubai) solo per citarne alcune. Ma è nel campo agroalimentare che abbiamo avuto il maggior numero di aziende comprate dagli stranieri. Solo alcuni esempi: Unilever, multinazionale anglo-olandese acquisisce la Algida, Riso Flora, Bertolli, Confetteria San ta Rosa; Kraft Foods: Fattorie Osella, Negroni, Simmental, Gruppo Fini, Splendid, Saiwa; Nestlé, colosso svizzero, acquista Perugia, Vismara, Berni, Buitoni, Gelati Mosta, Valle degli Orti, Antica gelateria del Corso, la multinazionale possiede anche l'acqua minerale San Pellegrino, insieme ai suoi marchi Levissima, Panna, Recoaro, Pejo, San Bernardo; Lactalis, il re del camembert, è proprietaria della Galbani, Locatelli, Invernizzi, Cademartori, Parmalat; la spagnola Deoleo, già titolare di Garopelli, Sasso, Friol, nel 2008 acquista dalla Unilever i marchi Cirio, Bertolli, De Rica; Sperliari insieme a Sella, Diatorelle, Diator sono controllate dall'olandese Leaf International BV. L'elenco potrebbe continuare a lungo, ma ci fermiamo qui.

* Presidente provinciale dell'Associazione italiana consumatori

CONSERVE VEGETALI

Conserve Italia punta sul benessere

Nel mercato delle conserve vegetali, i legumi sono certamente tra i prodotti che godono di riscontri migliori in termini di vendite. Se poi sono biologici e si inseriscono a pieno titolo nel segmento benessere sono ancora più apprezzati.

Un trend colto da Conselve Italia che ha indirizzato l'innovazione proprio in questa direzione, con la nuova gamma di legumi in vasetti da 340g e 400g, una proposta completa e versatile. "Con piccoli. Fagioli rossi. Piselli Senza Sale" disponibile nelle referenze Ceci piccoli, Fagioli rossi, Piselli.

Marketing Manager Food Retail di Conselve Italia - abbiamo scelto di togliere del tutto il sale dai prodotti e di consegnarli ai consumatori al naturale, lasciandoli liberi di scegliere se aggiungere altri ingredienti o meno".

La scelta di riportare l'attenzione dei consumatori sui legumi a riprova dell'importanza di una dieta sana ed equilibrata, continua anche con il lancio della linea Legumi e Cereali, che "Unisce in un unico prodotto, gustoso e comodo da consumare, i due cardini principali dell'alimentazione mediterranea - prosegue Stefania Costa - Tre mix gustosi che soddisfano il bisogno di nutrirti bene senza perdere troppo tempo in cucina.

La gamma Legumi e Cereali comprende tre referenze: Farro, Orzo, Borlotti e Lentichiale; Cereali farro, avena, riso rosso, grano duro e orzo per dioli; Cereali orzo, avena, grano duro e orzo per dioli. Confezioni: senza glutine con avena deconcentrata, ceci piccoli, fagioli, lenticchie e piselli.

Agria amplia la gamma

Il 2017 è stato l'anno dei legumi e Agria ne ha approfittato per ampliare la gamma. Abbiamo completato la gamma dei legumi essiccati Select in vaso vetro con un prodotto particolare quale i Fagioli Primissimi e questo in un formato di 425g, un formato che si inserisce nella nostra posizione in Area di Mercato che rappresenta la nostra area di maggior diffusione - spiega Luigi Alberti, Direttore Commerciale e Marketing di Agria -.

Nel corso del 2018 stiamo raccogliendo i frutti del lavoro fatto e al maggio abbiamo registrato una crescita del 20% a volume e a valore. A settembre, inoltre, abbiamo previsto un nuovo ampliamento di gamma. Anche la nuova selezione di prodotti sarà allineata a una scelta in fatto di packaging che Agria ha ormai preso da tempo. Da sempre abbiamo puntato principalmente sul vaso in vetro, un formato che valorizza le materie prime di alta qualità e consente di apprezzarle anche visivamente - aggiunge Alberti.

PLAYERS

AGRIA	BONDUELLE ITALIA	CONSERVE ITALIA	D'AMICO	GRUPPO FINI
Marchi	Select, Bio Select	Cirio, Valfrutta, Yoga, Dierly Blue	D'Amico, Loggia, Montello	Le Conserve della Nonna
Fatturato 2017 (€)	15 mln (totale azienda)	187.978 mln	42 mln	95 mln (tot. gruppo)
Volumi (t)	7.000 di prodotto secco	83.217	nd	nd
Canali di vendita	Gdo Italia 100%	nd	Retail e Foodservice	Gdo 80%, Altro 20%
Top SKU	Fagioli Cannellini vaso vetro 340 g	Bonduelle Mais confezione 300 g	Champignon al Naturale	Ceci giganti 340 g

CONSERVE



Zuccato, limited edition per i 150 anni

Dal suo battesimo nel 1868, Zuccato si è sempre distinta per una qualità superiore. Per i 150 anni che ha celebrato nel 2018, Zuccato ha voluto celebrare gli aspetti salustici dei prodotti e focalizzarsi sull'anticipare e soddisfare le necessità e aspettative dei propri clienti: una linea di business che si adatta dunque perfettamente agli attuali gusti dei consumatori, sempre più convinti che uno stile di vita sano passi principalmente per un'alimentazione bilanciata e corretta.

Nel 2016 l'azienda ha firmato un accordo con Agrícola, che le ha permesso di allargare i propri canali di distribuzione per raggiungere anche i mercati esteri come avviene.

PLAYERS

MARCHI	HONEY GROUP	LA DORIA	ZUCCATO
Marchi	Miele, Villa Franci, I Fruttati	La Doria, La Romanella	Zuccato
Fatturato 2017 (€)	10,150 mln (tot. azienda toro)	669,1 mln	19.724 mln (tot. azienda 2016)
Volumi (t)	20 mln di pezzi	320.000	nd
Canali di vendita	Gdo 60%, Export 22%, Pt 10%, Nt e Horeca 8%	nd	nd
Top SKU	Fagioli cannellini classici	Fagioli Borlotti La Doria 400 g	Ciavoli di naturale latta 425 ml

CONSERVE VEGETALI

COMUNICAZIONE

WEB E INFLUENCER, LE NUOVE FRONTIERE

Il mondo del food & beverage non può più prescindere dal web. Lo sa bene il Gruppo Fini, che ha deciso di comunicare la sua campagna di rebranding della gamma Le Conserve della Norma attraverso i social network di Mark Zuckerberg. «Una valida sfida di marketing del 2018», spiega Valentina Lanza, Responsabile Marketing e Comunicazione Gruppo Fini: «è quella di creare una campagna di branded content per la piattaforma Facebook del titolo "505 Norma".



I social network sono un importante strumento di generazione di awareness perché possono contare su una reach molto ampia e gli algoritmi di Facebook, Instagram e LinkedIn sono in grado di raggiungere le aziende e quindi con molta più possibilità di intercettare la loro attenzione se i brand riescono a produrre contenuti ingaggianti, interessanti e di qualità». "505 Norma" è dunque una mini web-serie che ha per protagonisti Nonna Adele e il nipote Andrea: i loro scambi in cucina rappresentano in modo genuino e reale il confronto generazionale, sfruttando i linguaggi dei social network. «Questi formati raccontano in modo nuovo le qualità già ben riconosciute del marchio. Le Conserve della Norma sono un'alternativa all'advertising classico per conquistare la mente e il cuore dei consumatori», continua Valentina Lanza. «E il mezzo che utilizza i propri spot pubblicitari è un nome importante dell'azienda: il sito di impulso» prosegue D'Amico.

CONSERVE VEGETALI

INNOVAZIONE

CONSERVE SEMPRE PIÙ SMART

In un mondo sempre più smart, pratici e innovativo, anche il settore delle conserve vegetali. Per questo aumentando le aziende che si rifanno alla filosofia del "promote da mangiare". I nostri prodotti spaziano il concetto del ready to eat con gusto e benessere - spiega Maria D'Amico, Marketing Manager dell'omonima azienda - per incontrare le esigenze di tutti coloro che vogliono seguire sempre più un'alimentazione ricca di proteine vegetali. Per il 2018 il nostro obiettivo è proprio quello di continuare a puntare sui prodotti già pronti da comunicare che richiedono una preparazione veloce e allo stesso tempo naturale e al passo con

Dalla stessa azienda, è Valentina Lanza, Responsabile Marketing e Comunicazione Gruppo Fini: «Noi siamo che all'interno della ricca gamma di prodotti Le Conserve della Norma quelli che registrano migliori performance sono sempre meno legati alla ricetta e alla preparazione di piatti complessi. Vincendo le soluzioni versatili e pronte all'uso e Le Conserve della Norma riescono a essere una valida alternativa a tutto ciò che una volta si preparava in casa, con lo stesso gusto e la stessa qualità». «Vedici da consumare e in linea con i nuovi standard di sostenibilità alimentare, le conserve vegetali permettono di essere sempre più attenti ai consumatori giovani e poco esperti alla cucina».

E questo il target a cui mira. Le Conserve Italia con il brand Valtrorsa attraverso il

linea dei Cotti a Vapore, che quest'anno

amplierà la gamma con Quinoa Bianca

e Rosso e Fagioli Rossi per intercettare

nuovi consumatori, più giovani e attenti

ai nuovi trend alimentari.

Honey Group, tutto il buono della frutta sottovetro

Già un anno la Gruppo Miele aveva deciso di uscire dai classici schermi delle conserve vegetali. Lanciando sul canale della Gdo una linea di frutta sottovetro. Oggi (azienda campana) può certamente affermare che la scelta abbia portato ottimi risultati. Abbiamo lanciato Pesca Life alla fine luglio 2017 e per il momento i risultati sono stati positivi. Il nuovo prodotto è Mirra, Direttore Vendite di Honey Group. Abbiamo voluto puntare su un prodotto che fosse quanto più naturale possibile, usando solo gli estratti di frutta e senza zuccheri aggiunti. La confezione da 500 g crediamo sia il formato più versatile alle diverse occasioni di consumo. Anche la filosofia di marketing collegata al prodotto sembra poi il trend salustioso. Sono il 2018 i partner di Honey Group che si vedono coinvolti negli acquisti della linea. Sciroppi zero, L'acqua, Pesche Life, Sciroppi zero zuccheri con stevia, in cui metteremo in palio crochere e weekend benessere.

PAROLA DI BUYER

CONAD, IL FUTURO È GREEN

Tendenza positiva e settore in crescita, questa la situazione del mercato delle conserve vegetali. Con alcuni distinguo però, non tutti i prodotti crescono allo stesso modo. «L'attenzione è più forte alla riduzione dello spreco che vuole evitare le confezioni aperte in frigorifero». La tendenza al biologico e l'attenzione per il rispetto dell'ambiente possono dettare una linea strategica vincente per il settore delle conserve. «Rappresentano un'opportunità che è in crescita e il trade devono saper cogliere, interpretare e proporre al consumatore il più velocemente possibile e nelle giuste entità in termini di proposta e spazi dedicati», precisa il buyer. «Per questo già nel 2018, il mercato delle conserve vegetali ci offre una gamma di prodotti di espansione (sottovetro proprio) alle nuove tendenze salutistiche. Per crescere - conclude Marco Mescolini - bisognerà continuare a lavorare sulla filiera e sulle informazioni in etichetta, individuare e valorizzare prodotti tipici, esplorare il mondo free from, per esempio il senza sale».

LE CONSERVE VEGETALI CRESCONO A VALORE DEL

+1,4%

142 FOOD Luglio - Agosto 2018

NOVITÀ DI PRODOTTO	DESCRIZIONE	IN COMMERCIO DA	FORMATI	PREZZO CONSIGLIATO	TARGET
<p>CONSERVE ITALIA-</p> <p>Cirio Ceci Piccoli Senza Sale</p>	<p>Con la gamma "Senza Sale" Conserve Italia ha deciso di togliere del tutto il sale dai prodotti e di consegnarli ai consumatori al naturale, lasciandoli liberi di scegliere se aggiungere altri ingredienti o meno.</p>	Luglio 2018	Latina 400 g	1,15 €	Per tutti coloro che sono attenti alla salute senza rinunciare al gusto
<p>D'AMICO</p> <p>Lenticchie di Altamura</p>	<p>Coltivata nella Puglia, tra la Puglia e la Basilicata, la lenticchia di Altamura è un prodotto nazionale ed emblema. La qualità è garantita dal marchio D'Amico. La lenticchia di Altamura è un prodotto sano, nutriente e digeribile. È adatta per chi è vegetariano o vegano. È adatta per chi è attento alla salute e al gusto. È adatta per chi è attento al prezzo.</p>	Marzo 2018	Latina 400 g	1,59 €	Vegetariani e vegani, attenti alla salute e al gusto
<p>GRUPPO FINI-</p> <p>Velutata zucca, carota e zenzero</p>	<p>Zucca e Velutata in vaso di vetro Le Conserve della Norma cinque ricette (Zucca e Carota, Zucca e Carota e Zenzero, Zucca e Carota e Zenzero, Zucca e Carota e Zenzero, Zucca e Carota e Zenzero) con conservanti, coloranti, olio di palma e altri grassi vegetali idrogenati e senza glutine</p>	Febbraio 2018	Vaso di vetro 352 ml (2 porzioni)	2,96 €	Chi cerca un piatto pronto, veloce da scaldare anche direttamente nel vasetto e con un gusto deciso e a base di biopanna
<p>LA DORIA</p> <p>Fagioli cannellini Bio La Doria 400 g</p>	<p>Fagioli Cannellini Biologici La Doria 400 g</p>	Gennaio 2018	Latina 400 g	nd	Trasversale

140 FOOD Luglio - Agosto 2018



Mercato & Gdo

44,3%
l'incidenza a valore della secca di semola sulle vendite totali in Gdo nel 2017

23,6%
il peso a valore della fresca ripiena sul sell out in Gdo

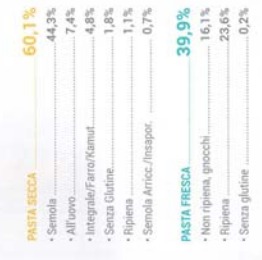
pasta secca negli iper, super e piccoli negozi si libero servizio bianco, toccato lo scorso anno a 1702,968.448 kg - ossia il -0,1% rispetto al 2016 - e 1.077.036.032 euro, con una flessione del -1,2 per cento.

*Nella complessiva stabilita a volume della macrocategoria della pasta secca nel 2017 - spiega **Alessia Fraulino** - permangono il fenomeno di recessione, lento e continuo, della **semola tradizionale**, che resta comunque la pancia del mercato con 137,8% a volume e il 73,7% a valore. A risentire maggiormente di questa emorragia del sell out della semola sono quelle grandi aziende di marca il cui business si fonda per lo più sui formati classici e basici, mentre i premium brand riescono tuttora a svincolarsi dall'appiattimento dell'offerta e dalla riduzione del valore e dei margini.

Meno carboidrati nella dieta degli italiani

Quando avviene per la pasta, del resto, si riflette per esempio anche nei consumi di pane: la giornata alimentare degli italiani dà sempre meno spazio ai prodotti a base di frumento. Lo conferma anche il Rapporto Coop 2017: il loro peso, infatti, nei menu delle famiglie ha perso oltre quattro punti

Pasta secca e fresca: incidenza % a valore per tipologie



Mercato & Gdo

Il puzzle della secca

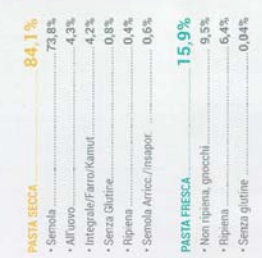
Sui lineari di pasta, produttori e retailer aumentano le referenze per catturare l'attenzione degli shopper e movimentare il sell out. Più stai co. I mix della fresca, che però marcia sempre in positivo

Andrea Poni
Meno spaghetti e maccheroni, più ravoli e torrellini freschi. Di anno in anno, in tutte Italia il messaggio degli shopper nei punti vendita della Gdo trova costanti riscontro nei dati di vendita. Il sell out di pasta secca è sottoposto da anni - come ben noto - a un ridimensionamento progressivo che ha diverse cause, in parte connesse fra loro. La riduzione del numero medio di componenti dei nuclei familiari, l'invecchiamento progressivo della popolazione, il perdurante basso potere d'acquisto di molti consumatori, l'aumento dei casi di celiachia e d'intolleranza al glutine, la diminuzione delle porzioni medie per piatto, fino ai corsi e ricorsi delle diete low-carb.

*Più in generale, stiamo cambiando i modelli e l'acquisto e di consumo in poi in tutti i mercati alimentari - rimarca **Alessia Fraulino, Senior Account Manager di In** - E questo incide ineliminabilmente anche su una categoria-pilastro del modello alimentare italiano come quella della pasta, che va ricercando un nuovo assetto e nuovi equilibri. La quota di stomaco destinata alla pasta, tra secca e fresca, resta comunque sostanzialmente invariata: in compenso, si assiste a una serie di spostamenti progressivi dei volumi consumati all'interno dei principali segmenti, e soprattutto di quelli emergenti.

Il mercato della pasta - tra secca e fresca - è pur sempre imponente: supera le 836mila tonnellate e sfiora gli 1,8 miliardi di euro di fatturato nella distribuzione moderna (pari al 75% circa del totale Italia, secondo i dati IRI 2017), a cui vanno aggiunte le vendite nel dettaglio tradizionale, che pesa oltre il 10% del sell out complessivo, e nel discount (4%).

Pasta secca e fresca: incidenza % a volume per tipologie





Mercato & Gdo

... e alle arricchite. Nel 2017 la vitalità di questi segmenti è risultata in buona sintonia con l'andamento generale della semola e della pasta all'uovo in termini di volumi, ma non a volume".

I formati di pasta secca attualmente in commercio in tutta Italia superano la soglia delle 300 unità.

In espansione è anche l'incidenza delle referenze biologiche, che tocca trasversalmente tutte le principali categorie - dalla semola all'uovo e all'integrale - per un giro d'affari complessivo intorno ai 63 milioni di euro.

Peraltro, quella delle paste better for you di ultima generazione - con un trend di crescita che arriva al +36% nel caso delle insaporite-aricchite - si conferma una categoria più dinamica e vitale nelle regioni del Nord, dove gli shopper con maggior disponibilità di spesa trovano un'offerta più ampia e variegata negli iper e nei super.

Al Sud è soprattutto nel dettaglio indipendenti tradizionali e nei negozi specializzati che si può trovare più facilmente un assortimento di formati speciali e di tipologie alternative alla pasta di semola di base.

L'impatto delle referenze più classiche di semola trova riscontro anche nell'andamento del canale discount.

Un fenomeno particolarmente accentuato, in maniera quasi eclatante, negli iper, dove il numero medio di referenze a scaffale nella categoria della pasta secca - comprese le paste integrali, gluten free e, in generale, better for you - è cresciuto di 80 item negli ultimi due anni, contro una media di +20 referenze nella distribuzione moderna totale Italia. Sotto media, invece, risulta l'estensione numerica del reparto nei super con +18 referenze legate molto probabilmente alla minore disponibilità di spazio e ai risvolti della gestione logistica.

PASTA SECCA E FRESCA, LE DIMENSIONI E I TENDI DEL MERCATO

Categorie	Volume	Var.% su 2015	Valore	Var.% su 2015
Pasta Secca	702.968.448	-0,1	1.077.036.032	-1,2
Pasta di Semola	616.976.576	-0,8	794.124.096	-2,6
Pasta all'Uovo	35.908.508	-3,3	133.034.704	-3,2
Pasta Integrale/farro/kamut	35.295.704	+14,0	84.875.608	+9,3
Pasta Senza Glutine	6.465.548	1,6	32.463.470	+4,2
Pasta Ripiena/Gnocchi	3.164.511	-2,2	20.247.358	-2,6
Pasta Semola insaporiti/arricchiti	5.157.574	+36,0	12.290.829	+53,6
Pasta Fresca	133.234.768	+4,7	716.690.240	+2,7
Pasta Fresca Non Ripiena	79.940.120	+5,8	289.491.328	+3,7
Pasta Fresca Ripiena	52.922.656	+3,0	423.900.864	+2,0
Pasta Fresca Senza Glutine	371.990	+5,4	3.298.070	+14,3
Totale Pasta Secca+Fresca	836.203.216	+0,7	1.793.726.272	+0,3

Fonte: Italia per super/hg (da 100 a 399 mq) - 1 kg pr in peso - 1. dicembre 2017 - Area 10

Per la semola le promozioni sfiorano il 30%

Per mantenere i volumi nella semola tradizionale, anche nel 2017 è aumentato il ricorso a promozioni e tagli prezzo.

Secondo i dati Iri, infatti, da un'incidenza del 47,5% delle vendite di pasta secca nel 2016 si è arrivati alla soglia del 50% dello scorso anno - soprattutto per le tipologie di base - andando a comprimere ancor più pesantemente la redditività della categoria.

Soprattutto nelle regioni del Sud, l'incremento della pressione promozionale spinge molti retailer a sfidare la presenza dei formati convenienti da 1 kg sui lineari.

A cominciare dalla Sicilia - seconda regione dopo la Lombardia per vendite a volume di pasta in distribuzione moderna - dove il formato da 1 kg vanta una lunga tradizione.

E se nelle aree del Centro-Nord d'avanzare sono le referenze delle nicchie del benessere, come le biologiche, le gluten free, le arricchite, nel Mezzogiorno restano bene i formati speciali premium di pasta trafilata in bronzo dalle forme tradizionali e poco usate, come i conchiglioni, le cattede,

Il numero di referenze di pasta secca inserite in assortimento negli iper negli ultimi due anni

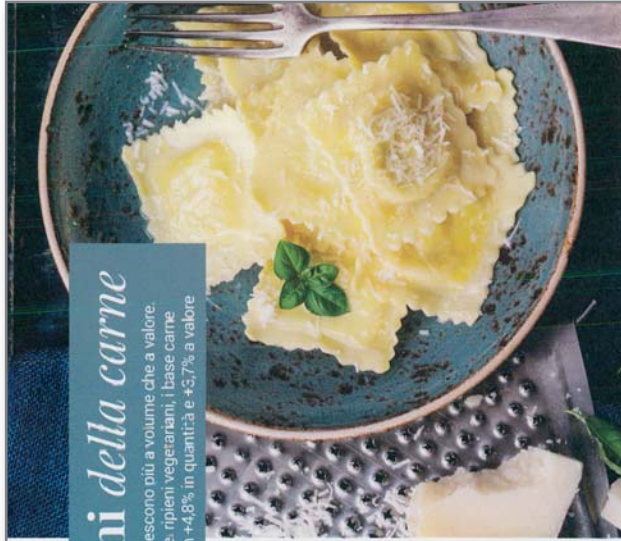


Fonte: Italia per super/hg (da 100 a 399 mq) - 1. dicembre 2017 - Area 10

I PREZZI MEDI PER TIPOLOGIA

TIPOLOGIA	PREZZO MEDIO
Semola	1,28
PASTA SECCA	1,53
PASTA SECCA E FRESCA	2,14
Semola arricchita, insapor.	2,38
Integrale, farro, kamut	2,40
Fresca non ripiena, gnocchi	3,62
All'uovo	3,70
Secca senza glutine	5,02
PASTA FRESCA	5,37
Secca ripiena	6,39
Fresca senza glutine	8,00
Fresca ripiena	8,86

Fonte: Italia per super/hg (da 100 a 399 mq) - 1. dicembre 2017 - Area 10



Pasta Fresca Ripiena

Le tentazioni della carne

Nel 2017 le vendite totali in Gdo crescono più a volume che a valore. Quasi a controbilanciare il trend dei ripieni vegetariani, i base carne si confermano in buona salute con +4,8% in quantità e +3,7% a valore

IL PUNTO
Precedono con regolarità le vendite di pasta fresca ripiena. Anche nel 2017 il sell out complessivo nella distribuzione moderna è cresciuto del 3% a volume e del 2% a valore, secondo i dati in relativi occorrenzi premiano così un'offerta variegata di stuzziconi-pasto veloci da preparare, con una notevole inventiva di proposte e di combinazioni e in generale, più che soddisfacenti sul piano igienico e nutrizionale.

Tra i segmenti, si conferma il buon andamento della pasta ripiena a base carne, con +4,8% a volume e +3,7% a valore - in controtendenza con i trend del vegetarianismo e del vegan - che performano decisamente meglio dei ricotta e spinaci, pressoché stabili con -0,7% in quantità e +0,1% a valore.

In parziale ripresa appaiono i tortellini e ravioli ripieni di prosciutto crudo, che dopo un 2016 in flessione hanno chiuso il 2017 con +0,6% a volume ma con -1,1% a valore.

Emergere calano ancora i prodotti base forma 'glo' (del -9,6% a valore) e pesce (-2% a volume, ma 0,6% a valore), si confermano in ascesa tutte le proposte alternative (per lo più con ripieni vegetariani, comunque), che lo scorso anno hanno guadagnato un +7,6% in quantità e un +5,5% a valore.

L'assetto dell'offerta è piuttosto vivace e con una particolare vocazione ai nuovi lanci a cominciare dallo stesso leader Rama, sempre pronto a dar ulteriori impulsi al mercato e ad alimentare. E se i primi tre player del mercato arrivano a sviluppare il 48,7% delle vendite complessive a valore, non va comunque sottovalutato la progressiva ascesa delle private label che attualmente detengono il 17,8%, grazie al dinamismo delle maggiori insegne della Gdo.

DASHBOARD

- ✓ **IL SELL OUT TOTALE CRESCE PIÙ A VOLUME CHE A VALORE** **+3,0%**
- ✓ **ANCORA IN ESPANSIONE I BASE CARNE A VOLUME** **+4,8%**
- ✓ **IN FASE DI STACCA I RIPIENI DI PROSCIUTTO CRUDO A VALORE** **-1,1%**

▲ UP

- si conferma vivace l'INNOVAZIONE nella scelta degli INGREDIENTI e dei FORMATI
- la SPINTA DELLE MCD a-zelleri SOLO NELLE MAGGIORI CATENE
- si rafforza l'EXPORT anche tra le AZIENDE MEDIO-PICCOLE

▼ DOWN

- ancora in FLESSIONE i segmenti BASE FORMAGGIO
- il sell out nelle REGIONI DEL SUD conferma uno SCARSO DINAMISMO
- sempre elevata la PRESSIONE PROMOZIONALE

Pasta fresca regione che va...
Il forte localismo che caratterizza sia gli assortimenti che il sell out di pasta secca contraddistingue in maniera ancora più marcata ed evidente la categoria della pasta fresca, e soprattutto la ripiena. In ogni regione - al di là dei pochi brand distribuiti capillarmente in tutta Italia, in primis Rama, Buttoni e Fini - l'offerta nello scaffale frigo è caratterizzata costantemente da una forte variabilità delle tipologie proposte e da un'importante presenza dei player locali. Eppure, nonostante una presenza piuttosto capillare dei negozi specializzati e dei laboratori artigianali (in particolare nell'Italia settentrionale), il sell out di ravioli, tortellini, gnocchi, tagliatelle e lasagne nella distribuzione moderna - costantemente trainato dal leader Rama - riesce comunque a registrare performance di crescita di tutto rispetto, con +3% a volume e +2% a valore per la ripiena e, rispettivamente, con +5,8% e +3,7% per quella liscia.

Più marginale il ruolo dei discount sul sell out totale a volume, e del dettaglio tradizionale non specializzato.

Anche nella fresca, comunque, l'indice promozionale nella Gdo si mantiene su livelli piuttosto elevati, toccando il 45% delle vendite a volume nel 2016, in lieve risalita rispetto al 44,2% 2015, ma comunque neppure troppo distante dal 50% della pasta secca.

Al di là della maggiore vicinanza col sell out, la pasta fresca si contraddistingue dalla secca anche per un presidio più autorevole delle private label, che raggiungono il 17,8% di quota nella ripiena e il 27,3% in quella non ripiena.

*Alla dinamicità della domanda - nota Alessia Fradino - corrisponde una sostanziale stabilità in termini numerici dell'assortimento, dove a cambiare sembra è la composizione del mix, suddiviso tra brand nazionali, che sono i maggiori attori di innovazione, le aziende locali e le private label. La capacità innovativa dei leader è fuori discussione, ma il grosso delle vendite rimane comunque appannaggio delle tipologie più tradizionali.

Le private label arretrano
Nel 2017 arretrano anche le private label: soprattutto nella pasta secca di semola dove scendono al 12%, a fronte del 24,4% nella pasta all'uovo, del 17,8% nella pasta fresca ripiena e del 27,3% in quella fresca non ripiena.

Le marche del distributore, del resto, non hanno mai raggiunto performance particolarmente soddisfacenti nei lineari, a parte alcune parentesi congiunturali, come nel 2007-2008, quando i lineari del grano duro portarono le aziende di marca ad alzare bruscamente i prezzi.

Nel caso dei formati di semola più mainstream, le opportunità di convenienza delle marche private vengono fortemente ridimensionate dall'accesa promozionalità dei maggiori brand industriali, che hanno dalla loro un'avvicinarsi e un equity ben più consolidati e rassicuranti.

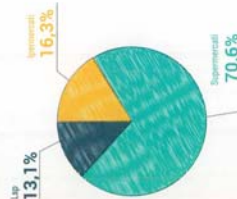
La private label ottiene risultati più convincenti in termini di sell out e di fidelizzazione solo nei segmenti premium: qui, infatti, i retailer hanno maggiori possibilità di evidenziare la tracciabilità dei granuli, gli aspetti innovativi o le caratteristiche di lavorazione e della filiera.

PASTA SECCA E FRESCA I PREZZI MEDI PER AREA

AREA	PREZZO MEDIO
ITALIA	2,14
Nord-Ovest	2,59
Nord-Est	2,61
Centro-Sardegna	2,16
Sud	1,53

In euro al kg. *Fonte: Italia per regione (da 100 a 300 mg) 8.1 dicembre 2017 - Roma, It

Pasta ripiena
incidenza % a volume per canale



Totale Italia per supermkt (da 100 a 299 mtq) - 11 dicembre 2017 - fonte: Ni

+7,6%

il trend delle vendite a volume degli 'altri' tipi di fresca ripiena

Pasta ripiena
incidenza % a valore per canale



Totale Italia per supermkt (da 100 a 299 mtq) - 11 dicembre 2017 - fonte: Ni

Pasta Fresca Ripiena

Rana, una gamma tutta bio per veri gourmand

Quasi 60 anni e non sentiti. Anzi, fare leva su una lunga esperienza per affrontare i cambiamenti, questa sembra essere la formula del successo di Pastificio Rana. **La pasta ripiena è da sempre il core business dell'azienda veronese, che anche nel 2017 si conferma leader con una quota del 36,3% a valore.** Una posizione che si consolida anno dopo anno solo investendo in innovazione, per cogliere e interpretare i segnali del mercato e trasformarli in prodotti di successo. La tendenza alla 'customizzazione' dell'offerta per incontrare i diversi bisogni di consumatori, sempre più attenti ed esigenti, si è manifestata in tutti i settori. L'esempio di Rana dimostra che, in particolare nella pasta fresca, questa sfida si vince con elevata qualità, varietà e contenuto di servizio.



Così il **Ceo Gian Luca Rana** racconta la nuovissima gamma Bio integrale: "Per soddisfare chi ama mangiare con gusto ma vuole anche sentirsi in armonia con l'ambiente, a maggio 2018 abbiamo lanciato questa nuova gamma, che completa la nostra offerta di pasta". Sono nate così le tre originali ricette pensate per soddisfare i consumatori che sono alla ricerca di prodotti biologici di qualità, valorizzando ingredienti semplici con accostamenti inediti e privilegiando verdure e legumi: **Pagelli, fransutti, Crema di ceci e broccoli**, e la tradizionale Ricotta e spinaci impreziosita dalla cremosità della Burrata. Grazie a un innovativo processo produttivo, il ripieno è cremoso ma contiene allo stesso tempo materie prime in pezzetti. Una soluzione che permette di assemblare tutti gli ingredienti, che per loro natura hanno consistenze diverse, pur nell'armonia dell'insieme.

PASTA FRESCA RIPIENA, LE DIMENSIONI E I TREND DEL MERCATO

Vendite a volume	Var. %	Vendite a valore	Var. %
52.922.656	+3,0	423.900.864	+2,0

Totale Italia per supermkt (da 100 a 299 mtq) - 11 dicembre 2017 - fonte: Ni

PASTA FRESCA RIPIENA, LE DIMENSIONI E I TREND PER SEGMENTI

Categorie	Volume	Var. % su 2016	Valore	Var. % su 2016
Pasta fresca ripiena	52.922.656	+3,0	423.900.864	+2,0
Base Carne	16.433.221	+4,8	135.689.264	+3,7
Prosciutto crudo	13.638.220	+0,6	97.589.360	-1,1
Ricotta e spinaci	11.044.814	+0,7	82.476.352	+0,1
Base Formaggio	872.417	-9,5	8.477.997	-6,3
Base Pesce	346.562	+0,6	3.109.270	-2,0
Altri	10.587.424	+7,6	96.656.632	+5,5

Totale Italia per supermkt (da 100 a 299 mtq) - 11 dicembre 2017 - fonte: Ni

Pasta Fresca Ripiena

Fini, i Granripieni crescono a doppia cifra

Per Fini, il 2017 è stato un anno molto positivo, grazie al lavoro di restyling dello storico marchio e all'individuazione di un nuovo brand positioning distintivo. Sul fronte dei prodotti, infatti, tutto questo ha portato alla rivisitazione della gamma premium e alla **nascita de i Granripieni, linea di pasta fresca che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi.** "Con una grande soddisfazione, tutti gli indicatori di performance hanno segnato una crescita importante per i Granripieni" - racconta **Valentina Lanza, Responsabile Marketing e Comunicazione Gruppo Fini** - **+25% di distribuzione numerica e +18% di ponderata a dicembre 2017, aumenta il riferimento medio della categoria a scaffale e cresce la**



Fini ha chiuso il 2017 in crescita con un fatturato di 95 milioni di euro

rotazione di base dei prodotti (+13%), in particolare, la referenza più classica, i Tortellini Antica Ricetta 1912, è quella che ha avuto la migliore performance distributiva, a testimonianza del corretto posizionamento di Fini come marchio della tradizione della pasta fresca emiliana per eccellenza".

Fini ha chiuso un anno in espansione con un fatturato di 95 milioni di euro e un incremento della quota di mercato di 0,3 punti, che la attesta stabilmente al secondo posto. Obiettivo del 2018 è crescere ancora nella distribuzione di Granripieni, privilegiando il canale dei super, dove si registra il miglior andamento. "Le ricerche che abbiamo condotto in collaborazione con Istitutio Posso - nota Valentina Lanza - ci hanno

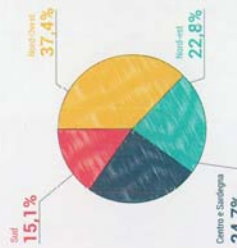
confermato che gli italiani consumano questi alimenti principalmente per occasioni speciali, scegliendo prodotti più classici come i tortellini al prosciutto crudo o i ravioli di carne o di maiale, in alcune aree del Nord, un uso quotidiano di pasta fresca ripiena, considerata quasi un piatto pronto data la velocità di preparazione e condimento. La salubrità di questa categoria non è messa in discussione dai consumatori, ma c'è comunque un desiderio di trovare sul pack garanzie in merito agli ingredienti, principalmente le uova e le farine. Per questo a Cibus abbiamo presentato nella linea i Granripieni una nuova referenza di pasta fresca integrale, la cui sfoglia è fatta solo con acqua e con farina biologica Senatore Cappelli. Un prodotto dal sapore ricco, intenso e rustico, all'ineguagliabile sapore "quadrilatero".

Nel corso dell'anno sono completati il restyling del packaging delle linee di pasta fresca ripiena, con l'utilizzo del nuovo marchio e dei nuovi codici grafici anche sulla linea Gli Autentici, a scaffale a partire da settembre. Il 2018, infine, si è aperto con il lancio del concorso "Con noi a Modena", che ha messo in palio

Obiettivo 2018 è aumentare soprattutto nel canale super

l'estrazione settimanale di un weekend per due persone in città. "Ancora una volta - conclude Valentina Lanza - abbiamo reso la città di Modena protagonista delle nostre iniziative per valorizzare le eccellenze e presidiare il posizionamento differenziale di Fini come l'originale pasta fresca di Modena fin dal 1912".

Pasta ripiena
incidenza % a volume per area

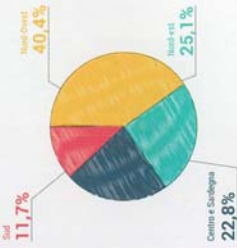


Totale Italia per supermkt (da 100 a 299 mtq) - 11 dicembre 2017 - fonte: Ni

9,71

il prezzo medio in euro al kg della ripiena base formaggio

Pasta ripiena
incidenza % a valore per area



Totale Italia per supermkt (da 100 a 299 mtq) - 11 dicembre 2017 - fonte: Ni

Pasta Fresca Ripiena



FOOD - DOSSIER PASTA. Luglio - Agosto 2018 275

Pastificio Avesani, la tradizione che piace ai millennials

Nuove linee bio e vegetariane e una strada verso l'estremo Oriente: queste le direttrici principali di crescita per **Avesani, che ha chiuso il 2017 con un fatturato di 16,8 milioni di euro (+4%) e un volume produttivo di circa 20 tonnellate al giorno.**



La nuova linea Avesani Bioveg, che si aggiunge ai nostri marchi Avesani e La Pasta di Aves, è la principale novità in termini di produzione - spiega **Alessandro Chiarini, Direttore Commerciale di Pastificio Avesani**.

«A settembre 2018 lanceremo un'altra linea vegetariana che intende abbinare sempre di più il concetto di buono e sano. Una linea che è stata pensata appositamente per i vegetariani cultori del mangiar bene e del buon gusto».

Avesani punta anche a espandere la quota export, che attualmente copre circa il 10% del fatturato ed è in costante crescita. L'azienda, che nel 2017 ha sviluppato e consolidato la sua presenza a Hong Kong, nel 2018 parteciperà alle principali fiere del settore a livello internazionale per conquistare nuovi mercati, in particolare quelli extra Ue.

«L'obiettivo per il 2018 è arricchire di ulteriori referenze la linea di prodotti Albert ispirati alla cucina regionale - dice **Pierluca Mezzetti, Amministratore Delegato di Albert** - Al livello strategico continueremo con l'intenso programma di degustazioni già avviato sia all'interno delle catene premium sia in quelle discount. Abbiamo lanciato il nuovo sito web, che è fruibile sia dai consumatori sia dalle aziende, in ottica B2C e B2B. I prodotti sono adesso in primo piano e sono messe in evidenza le ricette proposte dallo chef Alessandro Cirriello, descritte in maniera più specifica per permettere ai consumatori di riprodurre a casa propria. Ben presto potranno anche pagine social per un contatto ancora più diretto con i

RANKING DEI PRODUTTORI A VALORE

	TIPOLOGIA	PREZZO MEDIO
1.	Pastificio Rana	7,15
2.	Gruppo Fini	7,46
3.	Buitoni	8,00
I primi tre produttori coprono a valore il 48,7% del mercato.		
La private label ha una quota pari al 17,8%.		

Fonte: IqT - Total pasta (per regione) da 100 a 200 mg - 1 dicembre 2017

Pasta Fresca Ripiena

Albert, Chef Gourmet per nuove generazioni

La condotta d'imprenditori che due anni fa ha rilevato Albert ha dato nuovo impulso alla crescita e allo sviluppo dell'azienda veneta, rinnovando il marchio e le linee di confezionamento e rivendendo gli impianti e le ricette.

Il 2017 ha così segnato per Albert un'ottima performance per la pasta fresca: grazie alla linea Chef Gourmet, l'azienda ha incrementato il proprio fatturato del 68% e punta a raggiungere i 12 milioni di euro nel 2018.

In linea con le tendenze, Albert si sta sempre più concentrando sulla nuova generazione di clienti di fascia medio-alta, a cui è dedicata appunto la linea Chef Gourmet, contraddistinta da materie prime 100% italiane, certificate Dop, Igp e Stg e ricette sviluppate con il supporto dello chef Alessandro Cirriello.

«L'obiettivo per il 2018 è arricchire di ulteriori referenze la linea di prodotti Albert ispirati alla cucina regionale - dice **Pierluca Mezzetti, Amministratore Delegato di Albert** - Al livello strategico continueremo con l'intenso programma di degustazioni già avviato sia all'interno delle catene premium sia in quelle discount. Abbiamo lanciato il nuovo sito web, che è fruibile sia dai consumatori sia dalle aziende, in ottica B2C e B2B. I prodotti sono adesso in primo piano e sono messe in evidenza le ricette proposte dallo chef Alessandro Cirriello, descritte in maniera più specifica per permettere ai consumatori di riprodurre a casa propria. Ben presto potranno anche pagine social per un contatto ancora più diretto con i

consumatori».

Nel 2017 la quota di export di Albert è stata del 63%, più della metà dei prodotti esportati sono destinati alle private label, soprattutto in Regno Unito, Francia e Belgio, grazie agli accordi siglati con big player dell'industria come Kraft-Henck e catene come Delhaize e Metro.



«L'azienda sta cercando di incrementare la distribuzione nei mercati esteri anche dei propri prodotti a marchio, come sta già avvenendo in Germania e Austria. Paesi in cui Albert è approdato con un recente accordo con Gruppo Rewe, proprietario di Billa e Penny Market. Grazie a un accordo tra Walmart e Casa Cremonini, marchio per cui produce pasta secca ripiena a marca privata, i prodotti Albert sono ora anche negli Stati Uniti. Prossime mete: Sud America, Spagna e Portogallo, dove già opera come private label».

FOOD - DOSSIER PASTA. Luglio - Agosto 2018 276

Antonio Amato, con la fresca è total brand

Li hanno presentati ai Cibaz e ne vanno orgogliosi. La pasta fresca ripiena e gli gnocchetti freschi sono i nuovi nati in casa Antonio Amato, e le premesse ci sono tutte perché queste linee contribuiscano a confermare e consolidare il Ben noto brand anche in questa categoria: **21 referenze, ricette semplici e legate al territorio, con quel tocco di creatività mediterranea che da sempre contraddistingue Antonio Amato.**

Ingredienti Dop e Igp in una sfoglia preparata con uova fresche 100% italiane da allevatori in terra.

L'obiettivo principale del 2018 - spiega Alessia Passaroli, Brand Manager - è proporre come azienda che può soddisfare una domanda completa di alimenti altamente innovativi e consumer friendly nel mercato della pasta secca, fresca e surgelata».

L'innovazione dei prodotti si ispira alle abitudini dei consumatori e ai cambiamenti in atto nella società.

«Gli ultimi anni - nota Alessia Passaroli - sono all'insegna della sostenibilità, della territorialità, del ritorno alla semplicità, della leggerezza e della riduzione degli sprechi. E c'è una forte propensione anche verso soluzioni di pasto pronte in pochi minuti. Partendo da questi dati, e nella convinzione che la promozione dei prodotti italiani sia anche un segnale di responsabilità e di legame con il territorio, abbiamo scelto di utilizzare soprattutto ingredienti italiani».

«La nostra priorità - conclude Alessia Passaroli - è continuare ad affermare all'estero come azienda di prodotti di altissima qualità che, da anni, si contraddistingue per l'utilizzo delle materie prime migliori. Abbiamo riscoperto un enorme mercato in Oriente e abbiamo rafforzato i nostri contatti con gli Emirati Arabi e Europa, già conquistati con la nostra pasta secca 100% grano italiano».

«che variano dagli gnocchetti ai ravioli, tortellini, tortelloni e cappellotti, a cui si aggiunge una linea leggera, preparata con una percentuale minore di grasso (dal 30% al 65%) rispetto alla media della pasta ripiena più venduta. Anche il packaging è innovativo, con un doypack provvisto di eurofido, per ottimizzare al massimo la visibilità e l'impatto a scaffale del prodotto. Il sistema "apri e chiudi", inoltre, preserva la freschezza della pasta e la conserva nel modo migliore, occupando poco spazio e senza comprometterne la qualità».

Pasta Antonio Amato, insieme agli altri marchi del gruppo - Pastificio C. Di Martino, Pastificio dei Campi, Cook Italian - con una produzione giornaliera di 985 tonnellate, ha fatturato 125 milioni di euro nel 2017. La nostra



FOOD - DOSSIER PASTA. Luglio - Agosto 2018 277

Lo Scoiattolo, più ricette per conquistare i giovani

A un consumatore sempre più attento alla salute, e sempre più curioso nei confronti di nuovi sapori, **Lo Scoiattolo** risponde con proposte gastronomiche bilanciate sotto il profilo nutrizionale e ricette che richiamano sapori esotici. Nei paniere troviamo quindi **una linea 100% pasta di legumi** (ricca di fibre, proteine e senza sale), **Farfalle orientali** (nata dall'anacarda e pollo con salsa teriyaki) e **Noodles, linea Kids Biologica e Linea Bio-Veg** con certificazioni Bio e Vegano, ma con ripieni universali come verdure grigliate, legumi, broccoli e olive. Ne sono un esempio i **Girasoli Bio-Veg** con verdure grigliate, sviluppate con il foodmanager Marco Bianchi, sul mercato da giugno.

I nostri progetti strategici sono in linea con quanto fatto negli anni da Scoiattolo - racconta **Alice Galli, Responsabile Comunicazione e Marketing di Lo Scoiattolo** - Continuo studio e innovazione delle ricette e degli ingredienti scelti, per offrire ai clienti un prodotto che possa apportare fibre e benefici, ma anche far vivere esperienze culinarie nuove.

La creazione della linea Kids, in collaborazione con Disney, si basa su una tematica cara all'azienda: l'educazione al consumo di qualità. Lo scopo è raggiungere i consumatori più giovani offrendo loro piatti gustosi e sani. Il rafforzamento dei rapporti commerciali con insegne della Gdo, con prodotti sia a marchio che pi, è l'ingresso in nuove insegne significative e fortemente in target per il brand Scoiattolo, **hanno permesso all'azienda lombarda di arrivare a una platea di consumatori ancora più ampia e di chiudere il 2017 con un fatturato di 30 milioni di euro**.

“Gli obiettivi del 2018 -” annuncia Alice Galli - sono sicuramente legati alla valorizzazione dei brand e al trasferimento dei valori fondanti di Scoiattolo attraverso linee di prodotto sempre innovative e diversificate, una maggiore capillarità all'interno dei punti vendita delle insegne italiane con strategie mirate sui specifici Paesi. La priorità dei mercati esteri è quella di poter inserire in alcuni Paesi dove non siamo ancora presenti in maniera importante, soprattutto con formule pl. Ci sono inoltre progetti rivolti agli Stati Uniti che necessitano ancora di un paio di anni per essere messi a punto, e che avranno dinamiche e strategie dedicate e speciali, essendo un mercato con richieste differenti rispetto a quello europeo. Sicuramente anche per questa strategia all'estero il focus sarà lo studio di prodotti innovativi”.



Un reparto chiave

La pasta fresca cresce a self service e nel banco assistito. Gli shopper chiedono materie prime sicure, innovazione, specialità locali. Ecco le esperienze di Coop, Crai, Pam, Migross, Aldi, Selex e Gruppo V&Gé

Valentina Gatti

Da specialità fatta in casa per i giorni di festa è diventata una sempre gradata sulle tavole italiane. Lo slancio innovativo delle aziende produttrici è stato ben accolto da molte catene della Gdo, e le più dinamiche hanno con il tempo le loro gamme a marca privata favorendo ulteriormente lo sviluppo della categoria. Lo confermano le esperienze di **Coop Italia, Crai, Pam Panorama, Migross, Aldi, Selex e Gruppo V&Gé**.

“Il fatturato 2017 della pasta fresca nella GDO reale segna un +6,12% sul 2016, e un +3% a volume - spiega **Niccolò Salmaso, Category Manager Freschi e Surgelati di Migross** -”. E la categoria cresce meglio della pasta secca. Anche Crai e Coop registrano un incremento di fatturato ai 100 milioni di euro e cresce, sul 2016, dell'11,6% - conferma **Massimo Bussolari, Responsabile Uova e Gastronomia della Direzione Commerciale Food di Coop Italia** -.

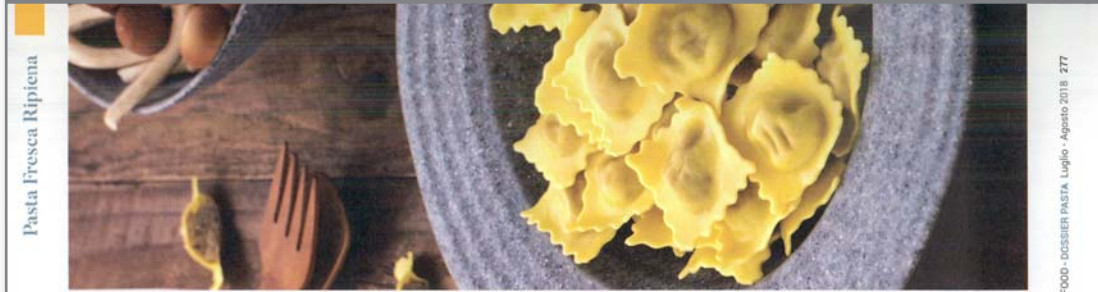
Aumentano soprattutto le vendite a servizio assistito e take away, grazie alla presenza in assortimento delle specialità di fornitori locali.

Solo Pam riporta una lieve flessione. “La perdita di fatturato è dovuta -” precisa **Massimo Ruta, Buyer Reparto Gastronomia di Pam Panorama** - a un calo dei consumi di pasta all'uovo. Resta invariato quello della ripiena - che ha un peso di oltre il 60% sul fatturato totale - e continua ad aumentare quello degli gnocchi”.

Se la ripiena è sempre la protagonista, anche i segmenti biologico, integrale e senza glutine paiono destinati a svilupparsi, e ancor più le specialità tipiche. “Il cliente Crai - spiega **Arnaldo Giavazzi, Buyer Freschi, Surgelati, Bevande e Commercializzato**

– si aspetta di trovare proposte che esprimano la zona di appartenenza, soprattutto nello stuo. Diamo quindi spazio a tanti piccoli fornitori, molti dei quali sono specializzati in produzioni tipiche e operano prevalentemente a livello locale”.

Grande resta l'attenzione nella scelta delle materie prime. Ad esempio, le referenze di pasta fresca **Selex** sono realizzate solo con semola di grano duro italiano, come sottolinea il **Direttore Mida Luca Vaccaro**, mentre quelle proposte da **Aldi** sono preparate con ingredienti freschi e uova da galline allevate a terra.



Pasta Fresca Ripiena

PASTA RIPIENA, I PREZZI MEDI PER AREA

AREA	PREZZO MEDIO
Nord-Est	8,82
Nord-Ovest	8,63
ITALIA	8,00
Centro-Sardegna	7,43
Sud	6,17

In euro al kg - Base Italia (prezzo medio da 100 a 200 mg) - 31 dicembre 2017 - fonte: IRI

PASTA RIPIENA, I PREZZI MEDI PER CANALE

CANALE	PREZZO MEDIO
Iper	8,12
Libero servizio piccoli	8,10
ITALIA	8,00
Super	7,96

In euro al kg - Base Italia (prezzo medio da 100 a 200 mg) - 31 dicembre 2017 - fonte: IRI

Retailer

COOP, CRESCONO VENDITA ASSISTITA, TAKE AWAY E PL

"La pasta fresca ha un ruolo di primo piano nella strategia commerciale di Coop, considerati i ricavi che genera", afferma Massimo Bussolari, Responsabile Uova e Gastronomia della Direzione Commerciale Food di Coop Italia. E, difatti, il fatturato 2017 della categoria si aggira intorno ai 100 milioni di euro e cresce, sul 2016, dell'1,6 per cento. "Aumentano soprattutto le vendite a servizio assistito e take away - nota Massimo Bussolari - grazie alla presenza in assortimento delle specialità di fornitori locali". Per il 2018, prevediamo un leggero calo nel libero servizio di marca e, al contempo, un incremento della private label, che raggiunge una quota superiore al 20%.

L'assortimento di pasta fresca è composto da circa 130 referenze negli iper, 100 nel super e 45 nelle superette, a cui si aggiungono i prodotti locali trattati nel banco servizio e nel take away. Ancora complementari, ma in forte crescita, le proposte integrali (4 referenze), biologici (3 item) e senza glutine (6 item). I prodotti più venduti di pasta ripiena sono i tortellini al crudo, quelli alla carne e i tortelloni ricotta e spinaci, mentre di pasta all'uovo, Tagliatelle e Tagliolini. Tra le

specialità, che incidono molto nel mix assortimentale, Tortellini bolognesi e Orecchiette pugliesi hanno buone performance non solo nelle regioni di riferimento.

Le referenze a marca privata sono 18, declinate in due linee, Coop e Fiorifore. "A breve - annuncia Massimo Bussolari - introdurremo dei prodotti nella linea Vivverde, evidenziando, tra l'altro, l'utilizzo di uova di galline allevate a terra, alimentate con mangimi Ogm free e senza antibiotici". Per le promozioni, Coop offre spazio sia ai brand nazionali, Raina e Bultroni in particolare, che ai brand locali, soprattutto nel banco assistito e nel take away. "Per questo tipo di prodotti prediligiamo i tagli prezzo inseriamo degli artwork a volantino in cui evidenziamo tutta la gamma, compresi i condimenti, e - su iniziativa dei fornitori - organizziamo delle degustazioni in store a livello locale". In un punto vendita Coop, in genere, i banchi di pasta fresca, mai meno di due, sono posizionati vicino alla gastronomia, tra sughi e condimenti, e talvolta vicino al reparto formaggi grana. Nel banco assistito, la proposta è articolata soprattutto in take away.



CRAI, IL BANCO SERVIZIO FA LA DIFFERENZA

L'assortimento di pasta fresca in Crai poggia sull'equilibrio tra innovazione e tradizione, che ben si sposano con un fattore chiave della filosofia aziendale: l'amore per il territorio. "Il cliente Crai - spiega Arnaldo Giavazzi, e Commercializzato - si aspetta di trovare nei nostri punti vendita nuove referenze e nuove ricette, ma anche prodotti che siano espressione della zona di appartenenza, soprattutto nel segmento take away".

È la pasta fresca sfusa, posizionata nel banco gastronomia servito, a differenziare l'offerta Crai da quella delle altre insegne. "Diamo spazio a tanti piccoli fornitori - nota Arnaldo Giavazzi -, molti dei quali sono specializzati in produzioni tipiche e operano prevalentemente a livello locale. Oltre all'legame con il luogo in cui è ubicato il negozio, decisi per l'assortimento sono anche la dimensione del punto vendita e lo spazio che gli si può dedicare".

Anche il take away è in crescita. "Offre - sostiene Giavazzi - delle referenze elevate. Inoltre, per quanto ci riguarda, richiede dei costi di gestione inferiori". Bene anche il segmento bio. "Nel 2017 - conclude Arnaldo Giavazzi - l'andamento della categoria pasta fresca, secondo Nielsen, è stato positivo, pari al +3,7%, registra una crescita tanto a valore quanto a volume. La dinamica delle vendite è dettata anche dalla promozionalità, nonché dalle logiche di cross selling con prodotti complementari".

40% ca
il peso della pi nella gamma di pasta fresca in Pam Panoram

Pasta Fresca Ripiena

Fini, i Granripieni crescono a doppia cifra

Per Fini, il 2017 è stato un anno molto positivo, grazie al lavoro di restyling dello storico marchio e d'individuazione di un nuovo brand positioning distintivo. Sul fronte dei prodotti, infatti, tutto questo ha portato alla rivisitazione della gamma premium e alla nascita de i Granripieni, linea di pasta fresca che raccoglie i formati e i ripieni più gustosi. "Con mia grande soddisfazione, tutti gli indicatori di performance hanno segnato una crescita importante per i Granripieni - racconta Valentina Lanza, Responsabile Marketing e Comunicazione di Gruppo Fini - +25% di distribuzione numerica e +18% di ponderata referenzamento medio della categoria a scaffale e cresce la



confermato che gli Italiani consumano questi alimenti principalmente per occasioni speciali, scegliendo prodotti più classici come i tortellini o prosciutto crudo o ravioli di carne o di magro, in alcune aree del Nord, però, si fa sempre più un uso quotidiano di pasta fresca ripiena, considerata quasi un piatto pronto data la velocità di preparazione e condimento. La salubrità di questa categoria non è messa in discussione dai consumatori, ma c'è comunque un desiderio di trovare sul pack

garanzie in merito agli ingredienti, principalmente le uova e le farine. Per questo a Clus abbiamo presentato nella linea i Granripieni una nuova referenza di pasta fresca integrale, la cui sfoglia è fatta solo con acqua e con farina biologica Senatore Cappelli. Un prodotto dal sapore ricco, intenso e rustico, all'insegna del benessere quotidiano.

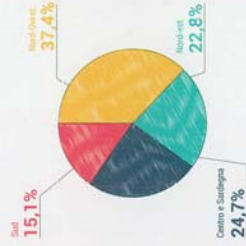
Nel corso dell'anno sarà completato il restyling del packaging delle linee di pasta fresca ripiena, con nuovi codici grafici anche sulla linea Gli Autentici, a scaffale a partire da settembre. Il 2018, infine, s'è aperto con il lancio del concorso "Con no a Modena", che ha messo in palio

Obiettivo 2018 è aumentare la penetrazione de i Granripieni, soprattutto nel canale super

la restrazione settimanale di un weekend per due persone in città. Ancora una volta - conclude Valentina Lanza - abbiamo reso la città di Modena protagonista delle nostre iniziative per valorizzare le eccellenze e presidiare il posizionamento differenziante di Fini come l'originale pasta fresca di Modena fin dal 1912".

Pasta ripiena

incidenza % a volume per area



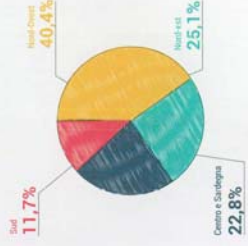
Totale Italia iper+super+ip (da 100 a 200 mg) - s.l. dicembre 2017 - Fonte: IRI

9,71

il prezzo medio in euro al kg della ripiena base formaggio

Pasta ripiena

incidenza % a valore per area



Totale Italia iper+super+ip (da 100 a 200 mg) - s.l. dicembre 2017 - Fonte: IRI

Retailer

MIGROSS, MEGLIO SPINGERE SU SPECIALITÀ E INNOVAZIONE

Il fatturato 2017 della pasta fresca confezionata in Migross supera i 3 milioni di euro e segna un +5,12% sul 2016 e un +3% a volume. Il fatturato 2018 dovrebbe aumentare ancora. "Il caldo dell'ultimo inverno – chiarisce **Nicolò Salmaso, Category Manager Freschi e Surgelati di Migross** – non ha favorito la vendita di certe referenze, soprattutto di pasta ripiena, segmento che traina tutta la categoria. Ma, alla ventiduesima settimana registriamo già un +2 per cento. Inoltre, la pasta fresca cresce meglio della pasta secca, che nel 2017 ha raggiunto un +4,8% a volume".

L'assortimento di pasta fresca è composto da circa 160 referenze, di cui 4 integrali (pasta sfoglia, spaghetti, penne, orecchiette) e 10 biologiche, che rappresentano l'1,87% del fatturato 2017 della categoria. "La quota del bio – prevede Nicolò Salmaso – è destinata a crescere, a volume e a valore, giacché Rana, leader soprattutto in Area 2, ha inserito nuove referenze nel segmento".

I prodotti **senza glutine** hanno bassa incidenza nell'assortimento (0,2%); più elevata invece quella dei **prodotti tipici**. "La nostra rete, di 49 punti vendita, è dislocata su più province: i localismi hanno quindi una certa importanza – spiega Nicolò Salmaso – Ad esempio, sono fondamentali, nel bergamasco, casonsei, scarpinocc e pansoti e, nel vicentino, i bigoli (quelli di Pinton). Poi non possono mancare i passatelli e i capellacci alla

zucca in Emilia Romagna e i tortellini in Veneto". Il **tortellino al crudo** è la referenza più venduta, mentre il brand più presente, più promosso e più venduto, in particolare modo in Veneto, è Rana.

La private label conta 20 referenze su due linee, la mainstream a marchio Migross (con pasta liscia, gnocchi e ripiena) e la top quality, a marchio Re di Saporì (con 4 referenze dalle ricette ricercate, con ingredienti Dop e Igp). "I nostri prodotti a marchio sono realizzati, con semola di grano italiano, da più fornitori – specifica Nicolò Salmaso –: De Angelis, Avesani, Bertagni, Il Pastaio di Brescia e Antichi saporì per una specialità, i tortellini di Valeggio. Per sostenere e sviluppare la nostra private label, abbiamo inserito nel reparto dei cartelli espositivi ad hoc e organizziamo delle degustazioni in store".

Ci sono margini di miglioramento nella gestione della pasta fresca sia da parte dell'Idm che dalla Gdo? "Bisognerebbe scommettere – risponde Nicolò Salmaso – su prodotti premium di fascia alta. I brand importanti dovrebbero puntare su pack comunicativi che esprimano al meglio il concetto di qualità, su materie prime top e salutarì e su prodotti senza conservanti e il più possibile naturali, con ingredienti certificati. Dovrebbero inoltre cercare di creare prodotti anche leggeri, equilibrati, sani, ricchi di antiossidanti e beta-glucani. Noi distributori dovremmo spingere su specialità e innovazioni, ad esempio su pasta con ripieni gourmet e quella ai multicereali".

Nel layout, la pasta fresca classica confezionata – ripiena e liscia – è posizionata nel murale del multiservice, tra sughi, condimenti e grattugiati. Quella confezionata take away e la premium si trovano invece in vasche di fronte la gastronomia servita, con un criterio espositivo che segue segmento e formato.



GRUPPO VÉGÉ, TRE FORNITORI PER LA MDD

L'assortimento di pasta fresca a marchio Végé comprende una decina di referenze, prodotte da tre fornitori diversi: Gruppo Fini per la ripiena (tortellini e tortelli), Il Pastaio per gli gnocchi e Gramm per la liscia all'uovo e quella di semola.

"La semola utilizzata per i nostri prodotti a marchio è macinata in Italia – spiega **Marco Pozzali, Responsabile della Mdd Végé** – ma la provenienza del grano può essere nazionale, Ue e non Ue". Il brand Végé occupa esclusivamente il segmento mainstream. "Non è da escludersi in un prossimo futuro – fa presente Marco Pozzali – un'offerta premium con il nostro brand Tipicamente Italiano".

160 ca
le referenze di pasta fresca nell'assortimento di Migross

10
gli item di fresca bio ripiena e non in Migross

SELEX, PREVALE LA PL PREMIUM SAPER DI SAPORI

La marca privata Selex è presente nell'assortimento pasta fresca con nove referenze in due differenti formati (250 g e 500 g), sia di semola di grano duro che all'uovo. "Per tutte le referenze viene utilizzata esclusivamente semola di grano duro italiano – sottolinea **Luca Vaccaro, Direttore Mdd di Selex** –. La maggior parte dell'assortimento è sotto il marchio Saper di Saporì, che raccoglie prodotti di alta qualità e specialità del territorio. Il nostro fornitore è, da diversi anni, Il Pastaio di Maffei".

Farmacie

ASCOLI PICENO: Loffreda, corso Mazzini - tel. 0736 259921.
VALLATA DEL TRONTO: Angelini, via Roma 27 (Appignano del Tronto) - tel. 0736 86173.
Strozzi, viale G. Leopardi 126 (Acquaviva Picena) - tel. 0735 764015.
FOLIGNANO / MALTIGNANO: Comunale. Piane di Morro, viale Venezia 6 (Folignano) - tel. 0736 390088.
SAN BENEDETTO: Olivieri, via Mattei 8 (Porto d'Ascoli) - tel. 0735 751894.
FERMO: Astorri, viale Trento 218 - tel. 0734 225853.
PORTO S. GIORGIO: Spinosi-Boncori, viale dei Pini 69 - tel. 0734 673477.
PORTO S. ELPIDIO: Comunale 2, via Savona 20 - tel. 0734 909242.

Numeri utili

Croce Verde ☎ 0734 255700
Pronto intervento medico e ambulanze ☎ 118
Vigili urbani Ascoli ☎ 0736 244674
Polizia stradale Ascoli ☎ 0736 45904
Questura ☎ 0736 355111
Pronto soccorso Mazzoni ☎ 0736 358383
Alcolisti Anonimi Ascoli ☎ 334 3965161
Associazione per i diritti del malato ☎ 0734 358060
Pronto soccorso San Benedetto ☎ 0735 701313
Cri San Benedetto ☎ 0735 781180
Centro Antiviolenza Donna San Benedetto ☎ 800 02 13 14
Pronto soccorso Fermo ☎ 0734 625111
Pronto soccorso Montegiorgio ☎ 0734 961243
Pronto soccorso Montegranaro ☎ 0734 890646
Croce Rossa Fermo ☎ 0734 228131
Croce Verde Fermo ☎ 0734 229980
Ambulanza Misericordia Montegiorgio ☎ 0734 961931



Largo Valentini, 4

Noi Fermiani
Bisogna cambiare rotta

di ANGELICA MALVATANI

IN questi giorni di caldo feroce mi capita spesso di trascorrere del tempo alla pinetina Salvadori, a Porto San Giorgio, proprio per sfuggire alle alte temperature. Mi spiace constatare sempre abbandoni di cicche di sigaretta, al cune anche accese e speriamo non succeda mai niente di serio. E poi escrementi e sporcizia varia di chi passa di qui con i cani e non si cura di ripulire. È una bruttura vera che non si fa in tempo a sistemare perché ritorna subito più sporca di prima. Io credo che dovremmo tutti darci una regolata e prenderci cura delle nostre cose, specie dei rarissimi spazi verdi che abbiamo ancora a disposizione. Siamo di passaggio su questa terra ma abbiamo la responsabilità di quello che lasciamo ai nostri figli, non si può rovinare tutto come se fosse niente. Basta solo occuparsi delle proprie cose, ciascuno per la propria parte, evitando di imbrattarsi, prendersi cura delle nostre

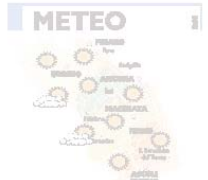
terre, di quello che abbiamo, dei colori e dei profumi che respiriamo.

*** p. r.

SPESSE pensiamo che ci possa pensare qualcun altro, che buttare per terra una cicca di sigaretta sia niente, che il mare possa smaltire la plastica, che l'inquinamento non aumenti la temperatura, che siamo al riparo, nonostante tutto. Non è così e le conseguenze delle nostre azioni sono ormai chiare ed evidenti, sono davanti ai nostri occhi, nel pianeta che stiamo consumando. Cambiare rotta si può e si deve. Subito, educando i nostri figli, da qui in avanti.

Le lettere (max 15 righe) vanno indirizzate a **il Resto del Carlino** Largo Valentini, 4 - 63900 FERMO Tel. 0734 / 632932

E-mail: editorialedimo@ilcarlino.it



Tempo: alla pressione e tanto so-
la anche per la giornata odierna
sulle regioni del medio versante
adiato, con caldo in ulteriore ac-
centuazione. Da segnalare la for-
mazione di nuvolosità cumulifor-
me nelle ore pomeridiane sulla dor-
sale appenninica abruzzese, ma
con basso rischio di fenomeni.
Temperature fino a 33/35°C nelle
pianure interne e sui settori subap-
peninici.
Venti deboli e a regime di brezza.
mare quasi calmo.

TEMPERATURE		
previs. per oggi	Min	Max
FERMO	21	34

SOLE SORGE alle ore 05,54 CULMINA alle ore 13,12 TRAMONTA alle ore 20,30	LUNA SORGE alle ore 23,03 TRAMONTA alle ore 10,11 LUNA CALANTE
---	--

La redazione
i Resto del Carlino
Direttore responsabile: Paolo Giacomini
Condirettore: Beppe Boni
Caporedattore centrale: Marco G. Spinelli
Caposervizi: Stefano Cecchi
In Redazione: Giancarlo Ascoli
Largo Valentini 4 - FERMO
Tel. 0734 632932
E-mail: editorialedimo@ilcarlino.it
E-mail personale: nome.cognome@ilcarlino.it

La fotografia



L'INCONTRO CON I BIMBI SAHARAWI
Sono bambini che vivono in mezzo al nulla del Sahara, d'entro temperatura impossibile da vivere, in una comunità che non ha più patria. Sono i Saharawi, di loro si occupa da anni l'associazione Riede Oro, con Rossana Berini, che li ospita per qualche settimana di respiro ed i cure. I bambini sono passati in Consiglio comunale a Fermo, per ringraziare il Comune del contributo ricevuto, a sostegno delle spese di viaggio dei piccoli.

Cinema di Fermo

FERMO
CINEMA MANZONI
Via G. Cesare 2 - Montegiorgio (FM)
C'EST LA VIE
08:21:29
MULTIPLER SUPER 8
Centro di Campigliano, 0734 638853.
BREAKING IN
20:48 - 22:48
HEREDITARY - LE RADICI DEL MALE
21:38
SKYSCRAPER
21:40 - 23:40
PAPILLON
21:38
LA PRIMA NOTTE DEL GIUDIZIO
21:40 - 23:40
OCEAN'S 8
20:38 - 22:48
DARK HALL 21:48 - 23:48

GRAZIE SINCERO

Bel gesto dell'ottica verso il fotografo
VICINANZA si ricerca, quella espressa da un negozio di ottica di Porto San Giorgio, che ha voluto donare gli occhiali al nostro fotoreporter, Fabrizio Zeppilli, il giorno di dai ci omei mentre stava documentando l'incendio avvenuto il 21 luglio a Porto San Giorgio. Nel vile gesto, gli erano stati spezzati gli occhiali da vista e per i comparati si era recato nel negozio. Il titolare, riconosciuto Zeppilli e ricordatosi dell'episodio, ha voluto donarglieli. Un bel gesto che Fabrizio e il Carlino si sentono in dovere di evidenziare pubblicamente.

GRUPPO FINI

«Siamo italiani al cento per cento»
IN relazione all'articolo dal titolo "Che tristezza la lunga lista delle imprese vendute agli stranieri", inserito nella rubrica L'angolo del consumatore di sabato scorso, il Gruppo Fini precisa di essere completamente italiano. «Oggi il Gruppo Fini SpA è una grande realtà dell'alimentare 100% italiana di proprietà del fondo Paladini Capital Partners, titolare dei marchi Fini pasta fresca e Le Conserve della Nonna. Il Gruppo manifesta la propria vocazione italiana, e soprattutto emiliana, in tutte le attività svolte».

LA VIGNETTA DI PETRAX



Storie di Maremma

Pianigiani, dalle armi alla gastronomia

IERI, 102 anni fa, nasceva a Bati-
gnano un uomo che ha saputo mettersi
in gioco con intraprendenza, nella vita
e nel lavoro: Otello Pianigiani.

Nato da Emma Checcacci e da Rugge-
ro, storico gestore delle Terme di Rosel-
le, in giovane età prende la malaria,
ma guarisce presto, tanto che nel 1936
entra volontario nella Guardia di Fi-

nanza e viene assegnato al confine
nord-est del Paese.

Congedatosi dopo tre anni, allo scop-
pio della seconda guerra mondiale tor-
na a servire la patria arruolandosi nei
Paracadutisti. Forte di un'ottima pre-
parazione atletica, diventa istruttore
di reclute alla scuola militare di Tar-
quinia.

Nel 1944 sposa Fanny Fommei, dalla
cui unione nasceranno Anna Maria,
Claudio e Fabio. Otello si conferma
uomo di grande intuito e volontà an-
che dopo la guerra, quando decide di
calarsi nel settore alimentare, offrendo
a Grosseto novità assolute.

Intraprende infatti negli anni Cin-
quanta l'attività di norcino con un ne-

gozio in via San Martino e poco dopo
apre nel Corso Carducci la prima piz-
zicheria della Maremma, offrendo pre-
libatezze fino ad allora sconosciute, co-
me il prosciutto di Parma, la pasta De
Cecco di Fara San Martino, i tortelli-
ni Fimi e tutta la gastronomia emilia-
na, comprese le forme giganti di parmigiano reggiano esposte in bella vista.

A metà degli anni Sessanta inaugura
all'inizio del Corso la pizzeria/rosticce-
ria "Otello", che oltre alla pizza al ta-
glio o rotonda, fornisce i primi suppli,
ciabatte e donzelle, crocchette di pata-
te, calzoni, oltre al vino, ma per chi la
desidera, anche la birra alla spina,
mai vista prima a Grosseto. La pizze-
ria si trasferirà un decennio dopo nella
vicina via IV Novembre e l'attività
passerà poi di mano.

Otello scompare nel 2011 all'età di 94
anni, dopo una vita piena di energie,
con la soddisfazione di aver portato a
Grosseto idee e sapori nuovi.

Rossano Marzocchi



OGGI ALLE 16

Camminata al parco per allenare la mente

Allena la Mente, iniziativa del Mind Training Institute che organizza la prima "Camminata non competitiva" aperta oggi a tutti i cittadini: il ritrovo è al Parco Enzo Ferrari (Ingresso Nord), alle 16. Costo per i partecipanti € 1,50. Il ricavato (tolte le spese organizzative) sarà devoluto all'Associazione G.P. Vecchi - Familiari dei malati di Alzheimer, che collabora all'iniziativa. Presente alla camminata

anche medici e psicologi tra cui il dott. Simone Pernigo che proporrà agli interessati un esercizio di Ginnastica per la Mente, in linea con i corsi per la mente volti a mantenere allenato il cervello e a prevenire l'insorgenza delle demenze organizzati dal Mind Training Institute. «L'unica cosa possibile per questo tipo di patologie è la prevenzione» ha spiegato il dott. Daniele Bondi, fondatore del Mind

Training Institute - e si fa esercitando molto il cervello, per esempio giocando a carte, con la socialità, avendo una vita varia e piena di interessi che non ricalchi sempre gli stessi schemi. Noi organizziamo corsi a partire da ottobre». I partecipanti riceveranno premi offerti dalle aziende sponsor: Coop, La Bottega dei Golosi, Conserve della Nonna, Lupo Sport, Uisp, Aceto Balsamico del Duca. Il percorso, per i podisti, sarà di due chilometri e mezzo, e si potrà scegliere anche di ripeterlo due o tre volte. La camminata avrà luogo in qualsiasi condizione climatica. —

C.B.

© BY NENI DAL CONDIRITTI RISERVATI



RAVARINO. "LE CONSERVE DELLA NONNA"

Campagna del pomodoro oltre quota 50mila quintali

«Le Conserve della Nonna», azienda nata a Ravarino nel 1973 e ora appartenente al Gruppo Fini, continua ancora oggi a portare avanti l'antica tradizione delle conserve di pomodoro.

«Abbiamo trasformato 47mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico - dice Valentina Lanza, responsabile marketing del Gruppo Fini,

commentando la «Campagna del Pomodoro» - per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti rigorosamente in vaso di vetro, e tutto questo è avvenuto come sempre all'inizio di agosto, quando la materia prima è al meglio delle sue qualità organolettiche».

«La stagione è stata positiva - continua Lanza - grazie a un clima favorevole che ha permesso di ottenere una

qualità di pomodoro buona, le scarse precipitazioni in agosto hanno fatto sì che non si sia quasi mai interrotta la produzione».

Entro poche ore dalla raccolta, i pomodori vengono lavati e selezionati, per garantire che la produzione avvenga solo con il meglio del prodotto. Il pomodoro è tutto raccolto meccanicamente e selezionato 4 volte sia in campo che all'arrivo in stabi-

limento e in entrambi i casi sempre attraverso i lettori ottici e anche manualmente. I pomodori scelti vengono passati e cotti in grandi contenitori fino a raggiungere la consistenza migliore. Poi il prodotto è conservato in

vasi di vetro. Per la cura con cui seleziona e trasforma il pomodoro, «Le Conserve della Nonna» nel 2014 è sta-

ta la prima azienda industriale a ottenere il riconoscimento «Qualità Controllata» per le passate e i sughi. —



Le Conserve della Nonna: l'interno dello stabilimento a Ravarino

MODENA IN BORSA	
PREZZO UFFICIALE	%VARIAZIONE
FERRARI	
111,90	-0,53%
BPER	
3,96	+3,67%
ENERGICA MOTOR	
4,09	+1,74%
ESAUTOMOTION	
3,29	-1,05%
EXPERT SYSTEM	
1,19	+2,16%
FERVI	
14,60	inv.
MARR	
24,28	+0,33%
PANARIA GROUP	
2,89	+1,41%
PRISMI	
2,51	-3,09%
SITI B&T	
6,30	+1,61%



Le offerte della settimana

Tortellini Fini all'Esselunga e l'uva al Carrefour

■ ■ ■ Ecco alcune delle offerte più significative praticate dalle catene della grande distribuzione.

Esselunga (sconti validi fino al 19 settembre). **Prosciutto cotto alta qualità Parmacotto -40%** (Fidaty Card); euro 3,99 due vaschette anziché euro 6,65. **Tortellini con prosciutto crudo e Parmigiano Reggiano Fini -50%** (Fidaty Card); euro 1,29 la confezione da 250 grammi anziché euro 2,79. **Mozzarella Santa Lucia Galbani -50%** (Fidaty Card); euro 1,69 la confezione da tre mozzarelle (125 grammi ciascuna) anziché euro 3,39. **Salmone scozzese affumicate Sal Seafood -40%** (Fidaty Card); euro 4,19 la confezione da 100 grammi anziché euro 6,99. **Pasta di Gragnano Igp Garofalo -40%** (Fidaty Card); euro 0,75 il pacco da 500 grammi anziché euro 1,25. **Riso Gallo Blond -50%** (Fidaty Card); euro 1,89 il pacco da kg 1 anziché euro 3,79. **Pizza Verace Italpizza -30%** (Fidaty Card); euro 2,62 la confezione da 360 grammi anziché euro 3,75. **Passata di pomodoro Del Monte La Classica -50%** (Fidaty Card); euro 0,62 la bottiglia da 690 grammi anziché euro 1,25. **Olio extravergine 100% italiano -40%** (Fidaty Card); euro

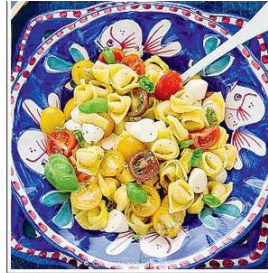
5,99 la bottiglia da 75 cl anziché euro 9,99.

Carrefour Express. Uva senza semi filiera qualità Carrefour -30%, euro 1,38 il cestello da 500 grammi anziché euro 1,98. **Tagliata di pollo al pesto Fileni -30%**; euro 2,79 il vassoio da 200 grammi anziché euro 3,99. **Cotoletta di pollo sottile monoporzione Amadori -50%**; euro 0,99 la cotoletta da 150 grammi anziché euro 1,99. **Mozzarella Vallelata -20%** (Carta Payback); euro 1,05 la confezione da 125 grammi anziché euro 1,32.

Prosciutto cotto alta qualità Carrefour -40% (Carta Payback); euro 1,79 la vaschetta da 150 grammi anziché euro 2,99. **Riso Scotti Oro per insalate -40%** (Carta Payback); euro 2,09 il pacco da kg 1 anziché euro 3,49. **Tonno in olio d'oliva As do Mar -40%** (Carta Payback); euro 2,49 la confezione da tre scatolette (80 grammi cad.) anziché euro 4,15. **Bonarda Colli Piacentini Cantina Vicobarone -30%** (Carta Payback); euro 2,79 la bottiglia da 75 cl anziché euro 3,99.

Olio extravergine d'oliva Dante Uiveto -30% (Carta Payback); euro 3,79 la bottiglia da 75 cl anziché euro 5,42.

A.BAR.



Un piatto di tortellini [web]



RAVARINO PRODOTTI 50MILA QUINTALI

Conserve della nonna, pomodoro da record

—RAVARINO—
RECORD per «Le Conserve della Nonna»: lo scorso agosto 50mila quintali di pomodoro sono stati trasformati in sughi e passate. La storica azienda nata nel '73, di proprietà del Gruppo Fini spa, 100% italiana, offre al mercato la tradizione. Un tempo la conserva si faceva rigorosamente in casa, oggi non più, ma le conserve e i sughi dell'azienda sono come quelli genuini fatti in casa, come l'ampia gamma di prodotti realizzati, oltre un centinaio, con la sicurezza e le garanzie che solo una grande industria alimentare può dare. «Abbiamo trasformato 47 mila quintali di pomodoro fresco convenzionale e 7,5 mila quintali di pomodoro fresco biologico per realizzare passata di pomodoro e alcuni sughi, tutti in vaso di vetro», dichiara Valentina Lanza, responsabile marketing.

L'estate 2018 ha permesso, quindi, di ottenere un prodotto particolarmente dolce e corposo, elementi qualitativi che da sempre distinguono le passate de «Le Conserve della Nonna», riconosciute tra le migliori in commercio in gdo (grande distribuzione organizzata) in Italia. Nel 2014, Le Conserve della Nonna è stata la prima azienda industriale a ottenere il riconoscimento 'Qualità Controllata' per le passate e i sughi, grazie alla scelta di utilizzare solo pomodori di colture dell'Emilia Romagna, coltivati con tecniche di produzione integrate che riducono al minimo l'utilizzo di sostanze chimiche e lavorati con processi produttivi a basso impatto ambientale. Riconoscimento che si esprime nel marchio 'qc' presente nell'etichetta e creato dalla Regione.

v. bru.



21/09/2018
. ag. 7

PUBBLI
NOW

CAMPAGNE

Bitmama con Le Conserve della Nonna presenta "Il Vaso dei Ricordi"

Oggi, per la XXV Giornata Mondiale Alzheimer, Il Vaso dei Ricordi si racconta per la prima volta, dopo la sua nascita, avvenuta quasi un anno fa, quando la digital agency Bitmama ha avviato con il brand Le Conserve della Nonna un percorso di social responsibility. L'idea nasce dal vaso di vetro, che da sempre ha il compito di conservare nel tempo il sapere della tradizione gastronomica italiana. È proprio questa caratteristica a ispirare un nuovo utilizzo del vaso, che oggi ha la responsabilità di conservare anche i ricordi di una persona con demenza. Grazie al lavoro della Federazione Alzheimer Italia, l'idea si è trasformata in un laboratorio e Il Vaso dei Ricordi è divenuto un oggetto che le persone con demenza utilizzano singolarmente e in gruppo, gui-

dati inizialmente dai loro familiari. Si presenta in una scatola con l'immagine della collaborazione tra Le Conserve della Nonna e la Federazione Alzheimer Italia, è accompagnato da una brochure informativa ed è personalizzata da una etichetta pensata per ospitare il nome del proprietario. All'interno i

pazienti ripongono degli oggetti personali, punti di partenza verso la ricerca dei propri ricordi. Al centro della campagna, un video, hero content dell'iniziativa, diffonderà sui social del brand e della federazione l'esperienza con il Vaso dei Ricordi delle persone con demenza. Le Conserve della Nonna racconterà

alla propria community il progetto anche attraverso un video emozionale. Oggi sarà anche il giorno in cui sarà online il sito ilvasodeiricordi.it dove sarà possibile approfondire la fase in cui si trova il progetto, conoscere le storie delle persone che lo stanno utilizzando e visionare la gallery del laboratorio.



C. N. E. , E. DELLA. N. NNA. - . . , assegna. . stampa. 21/09/2018

La propriet. . intellettuale. . . riconducibile alla. fonte. specificata. in. testa. alla. pagina. . . il. ritaglio. stampa. . . da. intendersi.

**SALUTE: IL VASO DEI RICORDI, PROGETTO SPERIMENTALE
FEDERAZIONE ALZHEIMER ITALIA =**

Roma, 21 set. (AdnKronos) - Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le **Conserve** della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti. (segue) (Rre/AdnKronos)

ISSN 2465 - 122
21-SET-18 10:04 .
NNNN



AGENZIE

Settembre 2018

**SALUTE: IL VASO DEI RICORDI, PROGETTO SPERIMENTALE
FEDERAZIONE ALZHEIMER ITALIA (2) =**

*(AdnKronos) - Da oggi è online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de **Le Conserve** della Nonna. Mentre al sito www.ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.*

*"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de **Le Conserve della Nonna** - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".*

*(Rre/AdnKronos)
ISSN 2465 - 122
21-SET-18 10:04 .
NNNN*



adnkronos

Il vaso dei ricordi, progetto per malati di Alzheimer

Sarà presentato alla XXV Giornata Mondiale Alzheimer Roma, 19 set. (askanews) - Il 21 settembre, in occasione della XXV Giornata Mondiale Alzheimer, verrà presentato "Il vaso dei ricordi" un progetto sperimentale per aiutare le persone con demenza a conservare i propri ricordi. Il vaso che solitamente Le Conserve della Nonna usa per conservare le proprie ricette si è trasformato in uno strumento di supporto alle persone con demenza per raccogliere, ritrovare e rivivere i propri ricordi.

Si chiama "Il Vaso dei Ricordi" il progetto sperimentale condotto dalla Federazione Alzheimer Italia - la maggiore organizzazione nazionale non profit dedicata alla promozione della ricerca scientifica sulla malattia di Alzheimer e sulle demenze, e sul supporto dei malati e dei loro familiari - per far sì che le persone con demenza possano mantenere il più a lungo possibile i ricordi importanti della propria vita. Un'idea che nasce dall'agenzia creativa Bitmama e si realizza grazie all'adesione dell'azienda modenese di prodotti alimentari Le Conserve della Nonna.

Queste tre realtà provenienti da mondi diversi si sono alleate con il desiderio di trasformare il vaso in qualcosa di più di un simbolo, ma uno strumento di aiuto concreto per le persone con demenza e uno spunto per sensibilizzare la società e le istituzioni sulla malattia al fine di abbattere il muro di isolamento e solitudine che le circonda.

La Federazione Alzheimer Italia ha realizzato un esperimento con 5 persone che hanno ricevuto negli scorsi mesi un vaso e sono state invitate a riempirlo di oggetti personali ed elementi simbolici connessi a momenti importanti della propria storia personale. Questa pratica, condotta prima individualmente con i familiari e il supporto degli psicologi della Federazione e successivamente condivisa con gli altri membri del gruppo, si è dimostrata utile per queste persone che sono riuscite a far riaffiorare dei ricordi che la malattia pian piano stava loro togliendo. L'obiettivo per il futuro è di poter estendere questa sperimentazione a un maggior numero di persone con demenza per verificare che i benefici ottenuti siano reali e/o concreti.

Il 21 settembre sarà online un video realizzato dall'agenzia creativa Bitmama che racconta il progetto e sensibilizza sulla malattia di Alzheimer, sarà possibile vederlo sulla pagina Facebook della Federazione Alzheimer Italia e su quella de Le Conserve della Nonna. Mentre al sito ilvasodeiricordi.it si trovano tutte le informazioni sulla malattia e si può scegliere di sostenere la causa.

"Da sempre per noi quel vaso rappresenta la cura e la conservazione delle nostre ricette e delle nostre tradizioni gastronomiche - afferma Valentina Lanza, responsabile marketing e comunicazione de Le Conserve della Nonna - siamo felici che oggi possa custodire anche qualcosa di prezioso come i ricordi di una persona e di poter contribuire con questo progetto e la campagna di comunicazione a diffondere informazioni corrette sulla malattia di Alzheimer".

Red
191758 SET 18



BORDERLINE srl
C.F. e P.I.: 03215951207 | REA: B0501070

Via Parisio, 16
40137 Bologna (IT)
T. +39.051.6233715
T. +39.051.4450204
F. +39.051.6237200

borderline@borderlineagency.com
www.borderlineagency.com