



RASSEGNA STAMPA

Luglio – Settembre 2022

INDICE

FINI MODENA

31/08/2022 For Men Magazine 4
FRESCA È SUPER!
Fini

29/07/2022 Food 6
Il pomodoro dell'Emilia-Romagna alla base dell'offerta
Fini, Le Conserve della Nonna

29/07/2022 Food 7
Total restyling per la gamma della ripiena
Fini

FINI MODENA WEB

29/08/2022 lastampa.it 9
Fazio, ad di Fini : "Espansione in Europa e prodotti solo italiani, così rilanciamo la pasta"
Fini

31/07/2022 distribuzionemoderna.info 12
Gruppo Fini ringiovanisce a 110 anni
Fini

26/07/2022 Largo Consumo.info 15
Japal .it acquisisce 3 nuovi brand
Le Conserve della Nonna, Fini

13/07/2022 italiafruit.net 16
«Puntiamo sulla frutta Igp per valorizzare l'Emilia-Romagna»
Fini

FINI MODENA

3 articoli

CORPO & MENTE MAGRO E FELICE

DI ELISABETTA SAMPIETRO E MATTEO CANÈ

Con la consulenza della dott.ssa



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

FRESCA È SUPER!

Semplice o ripiena, la pasta fresca, non è solo gustosa ma anche molto nutriente! Un ottimo piatto unico a cui, però, devi stare attento: alcune preparazioni hanno davvero troppe calorie...



Orecchiette di semola SUMA

• 500 g • 1,62 euro
Il giudizio: la concentrazione di proteine, minerali e vitamine dà al prodotto una valenza nutrizionale che, abbinata alla concentrazione di carboidrati complessi, definiscono la farina di semola particolarmente adatta per una corretta ed equilibrata alimentazione.



CALORIE 293
per 100 g

Ravioli di borragine IL VIAGGIATORE GOLOSO

• 250 g • 3 euro
Il giudizio: un buon piatto unico visto il contenuto di carboidrati complessi della farina, i carboidrati semplici della borragine ligure e le proteine della ricotta vaccina e delle uova (da galline allevate a terra), anche se da consumare con moderazione.



CALORIE 286
per 100 g

Trofiette GIOVANNI RANA

• 500 g • 1,68 euro
Il giudizio: ricetta tradizionale ligure con farina di grano tenero (ricco di vitamina PP e magnesio), le patate le rendono particolarmente morbide. Senza conservanti. Peccato che la sfoglia sia prodotta in Francia. Attenzione ai condimenti che potrebbero far schizzare le calorie alle stelle.



CALORIE 298
per 100 g

Tortellini al prosciutto crudo FINI

• 250 g • 2,57 euro
Il giudizio: riproduce una ricetta Emiliana fedelmente. La combinazione farina e semola unisce le proprietà nutrizionali dei due lavorati, senza conservanti. Da consumare in brodo per moderare le calorie, con una porzione di proteine e l'aggiunta di fibre vegetali.



CALORIE 274
per 100 g

Gnocchi di patate RUMMO

• 500 g • 1,49 euro
Il giudizio: contenuto calorico moderato e zero grassi. Non adatti a chi segue un regime chetogenico per l'elevato contenuto di carboidrati. Per renderli un alimento il più equilibrato possibile nella dieta dovrebbero essere preparati con condimenti molto semplici e non troppo elaborati.



CALORIE 159
per 100 g

Girasoli ai legumi SCOIATTOLO

• 250 g • 3,04 euro
Il giudizio: provenienza da agricoltura biologica della maggior parte degli ingredienti. Il ripieno unisce le proprietà di ceci, lenticchie e patate. La pasta è un mix di semola di grano duro e farina di grano saraceno. Ottimo piatto unico con proteine vegetali.



CALORIE 227
per 100 g

Ravioli integrali con ricotta e spinaci bio ROSSI

• 250 g • 3,32 euro
Il giudizio: provenienza da agricoltura biologica della maggior parte degli ingredienti. Ottimo l'uso della farina integrale che possiede un minor indice glicemico ed è anche ricca di fibre. Piatto unico, con una discreta quantità di proteine.



CALORIE 250
per 100 g

Ravioli con funghi e formaggio di montagna BUITONI

• 230 g • 2,79 euro
Il giudizio: il ripieno è un mix di ricotta e diverse tipologie di funghi contenenti fosforo, potassio, selenio, magnesio, triptofano, vitamine del gruppo B e antiossidanti. Ottimo piatto unico senza conservanti, poche calorie ma molto sale.



CALORIE 238
per 100 g

Gioiaverde Zucca GIOVANNI RANA

• 250 g • 3,75 euro
Il giudizio: equilibrato piatto unico autunnale senza conservanti. Il ripieno composto dalla purea di zucca, ricotta, mostarda e amaretti rispetta la ricetta tradizionale. Per la pasta sfoglia utilizzano uova fresche. Consiglio condimenti semplici con funghi o burro e salvia per gustare meglio il ripieno.



CALORIE 247
per 100 g

Tortellini di carne ECOR

• 250 g • 4,35 euro
Il giudizio: ingredienti da agricoltura biologica. La sfoglia è quasi interamente di semola di grano duro ricca di ottimi antiossidanti. Il ripieno è un mix di carne bovina, parmigiano e formaggio che non rispetta la ricetta tradizionale. Molte le spezie aggiunte e il sale.



CALORIE 292
per 100 g

VALENTINA MAGNANI, biologa nutrizionista (valentinamagnani.it)

A cena in 5 minuti!



+



+



Proprietà e benefici della pasta fresca

La pasta fresca viene prodotta impastando farina di grano tenero o semola di grano duro e acqua. L'impasto ottenuto viene poi lavorato in forme diverse (tagliatelle, sfoglie, maltagliati, ecc). Utilizzando farine o semole integrali si può realizzare pasta fresca integrale. Poiché questa pasta non viene fatta essiccare contiene una percentuale di acqua molto alta e per questo viene chiamata "fresca". Questo tipo di pasta comprende anche la pasta



all'uovo (realizzata impastando uova con farina di grano tenero, semola di grano duro o con una miscela di entrambe).

Benefici e controindicazioni

La pasta fresca fornisce un lento rilascio di glucosio nel sangue, assicurando all'organismo energia a lungo termine. L'assenza di colesterolo fa sì che possa essere consumata anche da soggetti con problemi cardiovascolari. E quella realizzata con farine o semole integrali, maggiormente ricche di fibre, può favorire la regolarizzazione dell'attività intestinale. Non è invece indicata per chi è intollerante al glutine

Proprietà nutrizionali

Cento grammi di pasta fresca (cotta) apportano circa 124 calorie e contengono: 69 g di acqua, 4 g di proteine, 1 g di lipidi, 25 g di carboidrati, 74 mg di sodio, 19 mg di potassio, 1 mg di ferro, 6 mg di calcio, 40 mg di fosforo, 14 mg di magnesio, 0,3 mg di zinco, 0,18 mg di vitamina B1, 0,14 mg di vitamina B2, 1,3 mg di vitamina B3, 0,02 mg di vitamina B6, 61 microg di vitamina B9 (acido folico).

Minestra di pomodori secchi e basilico
ZERBINATI
• 620 g • 2,88 euro circa

Burger di merluzzo con prezzemolo e limone
FINDUS
• 170 g • 4,39 euro

Yogurt agrumi
STERZING-VIPITENO
• 500 g • 1,59 euro

.1.

Versa la minestra (due porzioni) in pentola e cuoci a fuoco lento per 4 minuti. Appena inizia a bollire è pronta da servire. Versa in un piatto fondo e condiscila con un filo di olio extravergine d'oliva.

.2.

Togli i burger dal sacchetto di plastica e disponili in una padella riscaldata con 1 cucchiaino di olio. Cuoci a fuoco medio/basso per 10 minuti avendo cura di girare i Burger di tanto in tanto. Servili su un piatto grande con una manciata di insalatina verde a lato.

.3.

Per concludere in modo salutare la tua cena, goditi uno yogurt agli agrumi (arancia, limone, pompelmo e lime) prodotto con latte fresco di alta montagna e fermenti lattici vivi, senza glutine né ogm. Versane metà del contenuto in una coppa di vetro e gustane il fresco sapore.

CALORIE
PER PERSONA
380

IL PIATTO CHE TI TIENE IN FORMA

Busiate siciliane con salsa di pomodori ciliegino

Un piatto siciliano nella formula My cooking box che, in un'unica soluzione, oltre alle busiate di Tumminia bio, offre condimenti di alta qualità e nelle giuste dosi, e la ricetta dello chef Fabio Potenzano da seguire. Tutto l'occorrente è in un box di carta ecologica (18 euro per due persone, mycookingbox.it, online e in negozio).

Ingredienti: 330 g salsa di pomodoro ciliegino, 200 g busiate Tumminia, 20 g di sale marino, 20 ml condimento di olio extravergine di oliva e aglio, 20 ml di olio Evo, 10 g di olive nere, 4 g di capperi, pepe nero e sale fino.

Preparazione: porta a ebollizione 2 litri di acqua mentre scaldi in padella l'olio all'aglio, le olive e i capperi. Rosola per un minuto. Aggiungi la passata di pomodoro, pepe e sale. Cuoci per 2 minuti a fuoco basso. Quando l'acqua bolle, aggiungi il sale grosso e le busiate (13' per una cottura al dente). scola la pasta e mettila in padella con il sugo e un filo d'olio Evo, e servi.



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

CONSERVE > CONSERVE ROSSE

GRUPPO FINI

Il pomodoro dell'Emilia-Romagna alla base dell'offerta

Da sempre Gruppo Fini dà grande importanza alla selezione della materia prima che utilizza per la realizzazione delle sue passate, prodotte esclusivamente con pomodoro dell'Emilia-Romagna coltivato in prossimità dello stabilimento di Ravarino (Mo), in modo che possa essere lavorato entro poche ore dalla raccolta, con la garanzia di una filiera corta e controllata, grazie ad accordi diretti con i coltivatori. "Le nostre passate, inoltre – puntualizza **Lorenza Baretti, Brand manager Le Conserve della Nonna** – sono certificate

'Qualità Controllata' da parte della regione Emilia-Romagna. Il simbolo QC in etichetta, infatti, garantisce che il prodotto è stato ottenuto con tecniche di produzione integrata che riducono al minimo l'uso di sostanze chimiche di sintesi in campo e con processi produttivi a basso impatto ambientale, a tutela della salute e dell'ambiente". Un'altra particolarità delle passate firmate Le Conserve della Nonna è il processo, che consente di ottenere un prodotto particolarmente denso e corposo, con un basso coefficiente Bostwich e un

alto grado brix, altamente performante in cucina. "Il processo attraverso il quale lavoriamo i nostri pomodori – spiega Baretti – consente di estrarre gran parte dell'acqua contenuta nella materia prima, per un prodotto finito particolarmente nobile, un'alta resa in cucina. A riprova di ciò anche nel 2022, come nei due anni precedenti, le nostre passate si sono aggiudicate il premio Quality Award, un riconoscimento assegnato direttamente dai consumatori post assaggio del prodotto".

NOVITÀ DI PRODOTTO



Conserve Italia
Valfrutta Green
Passata Biologica
in bottiglia di vetro riciclato



De Cecco
Polpa fine



L'Ortofrutticola F
Passata di pomodoro ciliegino bio



Mutti
Passata di pomodoro toscano



Probios
Passata di pomodoro nichel free



Steriltom
Polpa da pomodoro lungo La Dolcissima

Selling proposition	Bottiglia realizzata da Verallia in vetro ambrato, per l'86% da vetro riciclato (-22% di emissioni di CO ₂ rispetto al vetro bianco); pomodoro 100% italiano da agricoltura bio certificata della filiera cooperativa di Valfrutta; l'etichetta evidenzia i plus green	Solo pomodori italiani, raccolti al giusto grado di maturazione e tagliati in pezzi finissimi. Rivisitazione del prodotto per renderlo ancora più performante nella cottura a forno elettrico o a legna. Consistenza cremosa e omogenea	100% made in Italy, certificata da agricoltura biologica, clean label, gluten free	Regionalità (pomodori coltivati nella Valle d'Oro della Maremma grossetana), unicità di gusto (sapore ricco di aromi)	Biologica, certificata nichel free, pomodoro da coltivazione non idroponica	Polpa di pomodoro derivante dalla lavorazione del tradizionale pomodoro allungato, solitamente utilizzato per i pomodori pelati. Il classico pelato, già pronto per l'uso
Posizionamento	Medio-alto	Medio-alto	Medio-alto	Premium	Medio-alto	Medio-alto
In commercio da	Maggio 2022	Novembre 2021	Settembre 2022	Estate 2022	Ottobre 2021	Gennaio 2022
Formato	Bottiglia di vetro da 700 g	400 g, 3x400 g, 2,5 kg	330 g, 350 g	400 g	420 g	Bag in box 5 kg e 10 kg

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

PLAYERS

GRUPPO FINI

Total restyling per la gamma della ripiena

Per celebrare degnamente il 110° anniversario del marchio Fini, a partire dallo scorso maggio la gamma di pasta fresca ripiena è al centro di un impegnativo progetto di rinnovamento. Ben 15 nuovi prodotti arriveranno progressivamente a scaffale con ricette, ripieni e una veste grafica totalmente rinnovati: una linea di pasta fresca ripiena più che aggiornata, ma sempre all'insegna di gusto e genuinità.

"Con la sua offerta di pasta fresca ripiena incentrata su qualità, tradizione e italianità – commenta **Luigi Famulari, Chief marketing officer Gruppo Fini** –, la nostra azienda ha beneficiato dell'andamento positivo del mercato e ha chiuso il 2021 in modo estremamente soddisfacente. Pur con il protrarsi dell'emergenza sanitaria, il 2021 è stato un altro anno positivo per la pasta fresca ripiena, che ha chiuso con una crescita superiore al +4% (fonte: Iri totale Italia iper+super+isp, a.t. dicembre 2021). La ripiena è stata infatti il motore trainante dell'intero settore della pasta

fresca negli ultimi due anni, con +6% già nel 2020. Il primo quadrimestre del 2022, invece, ha risentito delle forti tensioni inflazionistiche, che ne hanno determinato una leggera flessione".

Le difficoltà d'inizio 2022 sono note e comuni a tutti gli operatori del comparto alimentare, con significativi incrementi di costo lungo l'intera filiera – dall'energia ai trasporti passando per materie prime e imballi –, solo in parte innescati dalla guerra in Ucraina, e crescenti difficoltà di

Sono ben 15 le nuove proposte sulla rampa di lancio nel corso del 2022

approvvigionamento legate alla scarsità di alcune materie prime.

"Anche in Gruppo Fini stiamo fronteggiando le stesse problematiche – conferma Famulari –, ma possiamo contare su numerose relazioni commerciali di lungo periodo e diverse filiere dedicate che



Luigi Famulari, Chief marketing officer Gruppo Fini

stanno contribuendo a mitigare le tensioni. La maggior parte delle materie prime da noi utilizzate proviene infatti dalle aree agricole della nostra regione e vicine allo stabilimento produttivo di Ravarino. Questo ci ha permesso di dare continuità alle nostre produzioni e di chiudere il primo quadrimestre di quest'anno con un'ulteriore crescita del +3,6 per cento. In forte ripresa è anche il nostro export che, sebbene rappresenti ancora meno del 10% del fatturato, prevediamo in forte espansione nel corso dei prossimi tre anni".

Stefania Lepera



FINI MODENA WEB

4 articoli

LINK: https://www.lastampa.it/tuttosoldi/2022/08/29/news/fazio_ad_di_fini_espansione_in_europa_e_prodottisolo_italiani_cosi_rilanciamola_pasta-730...

MENU CERCA

IL QUOTIDIANO
LA STAMPA

ABBONATI



tuttosoldi

JobNews La Posta di Maggi

Fazio, ad di Fini: "Espansione in Europa e prodotti solo italiani, così rilanciamo la pasta"

Il manager del gruppo: "Per combattere il caro-energia, usiamo sistemi termici che abbattano del 20% le emissioni di anidride carbonica"

MAURIZIO TROPEANO

29 Agosto 2022 alle 06:00 | 2 minuti di lettura



A mmodernamento degli impianti e dei processi produttivi. Ripensamento delle filiere di approvvigionamento con l'inserimento di soli prodotti 100% italiani e con origine garantita. Scarti ridotti quasi a zero e rigenerati in prodotti di qualità. E la continuazione di una strategia di crescita per acquisizioni che alla fine del 2021 si è concretizzata con l'acquisto della quota di maggioranza del Pastificio Zaffiri di Sora, azienda con una forte leadership territoriale. Fini, il secondo marchio in Italia nella pasta fresca, ha deciso di festeggiare i 110 anni di un'attività avviata da Telesforo Fini e da sua moglie in una tradizionale bottega nel centro di Modena, guardando al futuro. «Vogliamo essere riconosciuti per la qualità dei nostri prodotti ed è per questo che abbiamo deciso di rilanciare il brand Fini, celebrando, in chiave moderna, la sua emilianità», spiega Giovanni Fazio, ad della holding Carisma, di proprietà della famiglia Cagnoli, e amministratore delegato di Greci Industria alimentare e gruppo Fini.

Nel 2021 il fatturato del gruppo Fini ha sfiorato i 52 milioni metà dei quali arrivano dalla divisione Conserve della Nonna che esporta già in oltre 40 paesi, «con presenze importanti in Gran Bretagna, Svizzera, Francia, Germania, Benelux e Paesi scandinavi e con produzioni private label premium per importanti catene europee», spiega Fazio. E aggiunge: «Con il rilancio del brand per la pasta fresca puntiamo da una parte a rafforzare il ruolo di secondo player italiano del settore e, dall'altra, a conquistare spazi sui mercati internazionali a partire dagli Stati più vicini».

Prima la pandemia e adesso la guerra scatenata dall'invasione russa dell'Ucraina. Secondo lei ci sono spazi per crescere sui mercati

©
Ripro
riserv

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

internazionali?

«E' indubbio che anche noi subiamo le conseguenze di questa situazione. C'è stato un impatto significativo sulla bolletta energetica per la campagna di raccolta del pomodoro siamo passati da 29 a 180 euro. C'è una grande situazione di incertezza ma per fortuna i contratti di filiera sono uno strumento che ci permette di sostenere meglio questi impatti perché ci salva dalla speculazione e, nello stesso tempo, è lo strumento migliore per rispondere al cambiamento delle richieste dei consumatori».

Ma come vi difendete dal caro-bollette?

«E' diventato operativo un impianto di tri-generazione che consente, oltre alla produzione di energia elettrica con materie fossili a ridotte emissioni (gas) per autoconsumo, il recupero dell'energia termica di scarto e il riutilizzo, oltre che come sistema termico interno anche per la produzione di energia per le celle frigorifere del pastificio e il sistema di raffrescamento degli ambienti. Senza dimenticare che questo ci permette di abbattere del 20% le emissioni di anidride carbonica».

Aumenterete i contratti di filiera?

«La crescente richiesta di materie prime italiane, qualità e certificazione della provenienza, prodotti premium e ricerca di eccellenze regionali hanno spinto a rivedere profondamente il ruolo del marchio Fini e rafforzare gli investimenti verso la qualità. Abbiamo lavorato per ripensare le filiere di approvvigionamento con l'inserimento di soli prodotti 100% italiani e con origine garantita».

Sono in tanti a fare queste scelte. Che cosa vi differenzia?

«L'obiettivo di Holding Carisma è costruire una piattaforma di brand attivi nella grande distribuzione e nel normal trade che rappresentino dei leader qualitativi nelle proprie categorie e con una forte connotazione regionale. Questo, se necessario, anche a discapito dei volumi. Il cruppo sta rafforzando le proprie competenze in ambito gastronomico, agronomico e di costruzione di filiere agroalimentari, anche in partnership con il Gruppo Greci di Parma (controllato da Carisma) leader in Italia e all'estero nei prodotti food service e semilavorati di alta qualità. Vogliamo che i nostri brand siano riconosciuti come il "miglior prodotto" disponibile».

L'acquisizione del Pastificio Zaffiri va in questa direzione?

«La pasta Zaffiri ha una leadership molto forte nel suo territorio di riferimento e ha mantenuto un processo produttivo legato alla tradizione con essiccazione lentissima e bassa temperatura. Con questo investimento

puntiamo non solo al mantenimento della leadership locale ma svilupperemo i brand Antico Pastificio Zaffiri (dedicato al mercato del foodservice) e Mastri Pastai Bettini (brand storico romano, dedicato al retail) che prevedono l'utilizzo di materie prime 100% Lazio e utilizzo di acqua di fonte. E' una formula che sta riscuotendo grande attenzione da parte di diversi partner della Gdo sui mercati internazionali».

Farete nuove acquisizioni?

«In linea con questa filosofia non sono escluse, nel tempo, nuove acquisizioni».

consigli.it *La guida allo shopping del Gruppo*

[Scrivi alla redazione](#)

[Pubblicità](#)

[Dati Societari](#)

[Contatti](#)

[Cookie Policy](#)

[Privacy](#)

[Sede](#)

[Codice Etico](#)

GNN - GEDI gruppo editoriale S.p.A.

Codice Fiscale 06598550587

P.iva 01578251009

LINK: <https://distribuzionemoderna.info/intervista/gruppo-fini-si-rinnova-a-110-anni>

Il primo quotidiano sulla SPD

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



Intervista

31 Luglio 2022

Gruppo Fini ringiovanisce a 110 anni



di Maria Teresa Giannini

È sul mercato dal 1912 e il suo nome ha fatto, e continua a fare, la storia nel mercato della pasta in Italia: Fini compie 110 anni e ci restituisce una sequenza di istantanee che, dalla prima salumeria-pastificio artigianale di corso Canalchiaro, a Modena, ci portano all'impresa con 100 dipendenti che esporta in 30 Paesi del mondo come è oggi.

Fondato a Modena da Telesforo Fini e sua moglie Giuditta Ferrari, il marchio è fra i leader nel settore della pasta fresca, ed è attualmente parte dell'omonimo gruppo che vanta una produzione di 4,3 milioni di chilogrammi annui e un fatturato di circa 100 milioni di euro. Ha 2 stabilimenti produttivi: uno con sede a Ravarino, a pochi chilometri da Modena, dedito alla produzione di pasta fresca ripiena, passate e conserve vegetali; l'altro con sede a Sora, nel frusinate, e focalizzato sulla pasta secca. Ora il marchio si prepara ad un rilancio comunicativo e di prodotto, come ci illustra Luigi Famulari, chief marketing officer del gruppo.

Centodieci anni sono tanti: come intendete festeggiarli?

Per noi i 110 anni di Fini non sono semplicemente un traguardo, sebbene importantissimo, bensì la continuazione di una storia che ci vede da sempre protagonisti nel portare sulle tavole degli italiani l'autentico saper fare emiliano. Per celebrare degnamente questo anniversario la gamma pasta fresca ripiena a marchio Fini è stata oggetto di un grande rinnovamento: a partire da maggio 2022 sono

presenti a scaffale nuovi prodotti con ricette, ripieni e veste grafica totalmente rinnovata. Parliamo di 15 referenze articolate su due linee, **Antica Bottega e Nuove Tradizioni**. La prima comprende undici ricette semplici, di qualità, tipiche della tradizione emiliana e italiana, solo per citare alcuni tortellini emiliani, ravioli al brasato e tortelloni ricotta e spinaci; la seconda linea, d'altro canto, propone abbinamenti più audaci ed è pensata per stimolare la curiosità gastronomica dei consumatori, come i ravioli ai gusti salsiccia e friarielli, gorgonzola e speck, o, ancora, scamorza e radicchio. Le due nuove linee di pasta fresca ripiena, infatti, racchiudono in sé tutti questi anni di storia, il profondo legame con il territorio e un gusto unico per deliziare i palati sempre più esigenti degli italiani. Nei prossimi mesi seguiranno tantissime iniziative di comunicazione, che punteranno a fare conoscere e a provare questa nuova gamma ai consumatori, ma per ora non sveliamo ulteriori dettagli.

La ricorrenza legata al marchio Fini non è l'unica alle porte, visto che l'anno prossimo "Le conserve della nonna" compirà 50 anni: come celebrerete e qual è il bilancio di 50 anni di storia?

Dal 1973, anno della sua fondazione, **Le Conserve della Nonna** è sinonimo di prodotti genuini, come fatti in casa e talmente buoni da fare innamorare il consumatore al primo assaggio. In occasione del cinquantenario, l'obiettivo principale sarà di fare conoscere il nostro brand e i nostri prodotti a una platea sempre più ampia di persone, elevando la nostra marca sempre più a punto di riferimento di livello nazionale e internazionale. Anche in questo caso, come per Fini, per celebrare degnamente questo importante traguardo pianificheremo tantissime iniziative di comunicazione e attivazione territoriale.

Qual è il peso dei 3 marchi all'interno del fatturato del gruppo?

La "torta" è equamente divisa tra i brand Fini e Le Conserve della Nonna. **Mastri Pastai Bettini** invece è entrato di recente nel portafoglio del gruppo.

Dove è diretto l'export del Gruppo Fini e quanto conta il mercato dei Paesi stranieri?

Le vendite all'estero hanno un'incidenza del 10% sul fatturato, ma prevediamo una forte espansione nei prossimi 3 anni: i nostri prodotti si possono trovare in diversi Paesi del Nord Europa, in Canada, Australia e Giappone.

A livello di distribuzione, quali sono gli accordi più robusti e duraturi stretti dal gruppo?

Manteniamo da diversi anni accordi di partnership con le principali insegne della distribuzione italiana ed internazionale, soprattutto con quelle che hanno fatto della qualità un loro asse strategico di crescita.

Moltissimi pastifici puntano a comunicare l'idea del grano duro nazionale, della filiera, del valore del lavoro locale. È quello che pensate di fare con Mastri Pastai Bettini?

Mastri Pastai Bettini è una linea di pasta secca di **Pastificio Zaffiri**: si tratta di un ramo d'azienda che abbiamo acquistato nel 2021 e che puntiamo a sviluppare nei prossimi anni, tanto in Italia quanto all'estero. La pasta Mastri Pastai Bettini è realizzata con il 100% di grano duro del Lazio e pura acqua di sorgente (il pastificio si trova infatti a brevissima distanza dal Parco Nazionale d'Abruzzo) trafilata al bronzo ed essiccata lentamente a bassa temperatura, per ottenere un prodotto di alta qualità.

Vista la carenza di materie prime tanto alimentari quanto di packaging, quali sono le contromisure che sta prendendo Gruppo Fini?

Le difficoltà di inizio 2022 sono note e comuni a tutti gli operatori del comparto alimentare, con significativi incrementi di costo lungo l'intera filiera agro-alimentare (dall'energia ai trasporti passando per materie prime e imballi), solo in parte innescati dalla guerra in Ucraina, e crescenti difficoltà di approvvigionamento legati alla scarsità di alcune materie prime. Anche in Gruppo Fini stiamo fronteggiando le stesse problematiche ma, dal canto nostro, possiamo contare su numerose relazioni commerciali di lungo periodo e diverse filiere dedicate che stanno contribuendo a mitigare le tensioni in essere. La maggior parte delle materie prime da noi utilizzate proviene, infatti, dalle aree agricole della nostra regione e vicine al nostro stabilimento produttivo di Ravarino. Questo ci ha permesso di dare continuità alle nostre produzioni e di chiudere il 1° quadrimestre di quest'anno con una ulteriore crescita del 4 per cento.

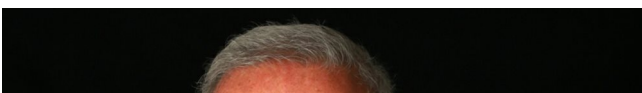


ALTRI ARTICOLI



La Linea Verde: anche l'ortofrutta deve fare storytelling

...e forse arrivare a un reparto dotato di veri sommelier. Ma se questo è il futuro, ci sono molte altre azioni chiave, in pieno svolgimento.



LINK: https://www.largoconsumo.info/-/japal-it-acquisisce-3-nuovi-brand/1.0?redirect=%2Fweb%2Fguest%2Fpercorsi%2F-%2FCategoria%2Falimentare%2F&p_r...

Chi siamo Redazione Pubblicità Abbonati a Largo Consumo Contatti

**Largo
Consumo**



Percorsi di lettura

Largo Consumo

Gli Speciali

I Progetti

Ricerca...



Accedi

26/07/2022

Largo Consumo 6/2022 - Notizia breve - Pubblicato on line - Redazione di Largo Consumo



PERCORSI DI LETTURA
CORRELATI

E-Commerce >

E-COMMERCE

Japal.it acquisisce 3 nuovi brand



Sulla scia degli ottimi numeri del settore e-commerce in Italia, **Japal.it**, prima piattaforma italiana di "ecommerce as a service" (EaaS) fulfillment per le medio-grandi imprese del largo consumo, dà il benvenuto a 3 nuovi importanti brand, quali: **Menz & Gasser**, leader in Italia e in Europa nelle confetture e semilavorati di frutta e verdura, e due marchi

italiani storici appartenenti al gruppo **Fini**, come **Le Conserve della Nonna** e **Mastri Pastai Bettini**. "Siamo felici di confermare la nostra posizione nel mercato, come punto di riferimento per il commercio online dei brand del largo consumo - ha commentato **Paolo Francesco Broglia**, CEO di Japal - Con l'arrivo di questi tre nuovi brand, la famiglia di Japal.it conta adesso più di 40 marchi".

Nell'articolo:

- I brand di Japal.it

Accedi per continuare...

ARGOMENTI

COMMERCIO
ELETTRONICO

Citati in questo articolo: Menz & Gasser, Mastri Pastai Bettini, Broglia Paolo Francesco, Fini, Le Conserve della nonna, japal

LINK: <https://www.italiafruit.net/DettaglioNews/69621/approfondimento/puntiamo-sulla-frutta-igp-per-valorizzare-emilia-romagna>

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 profilanti. Voglio approfondire e acconsento Ho letto



Mercoledì 13 Luglio 2022 | Home | Chi siamo | Pubblicità | Contatti | Multimedia | Cerca nel sito | Segui su: [f](#) [in](#) [You Tube](#)

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER



home / L'Approfondimento / «Puntiamo sulla frutta Igp per valorizzare l'Emilia-Romagna»



Mercoledì 13 Luglio 2022

L'APPROFONDIMENTO

«Puntiamo sulla frutta Igp per valorizzare l'Emilia-Romagna»

Gruppo Fini negli anni ha dato slancio allo storico brand **Le Conserve della Nonna** dedicato alle confetture arricchendo l'offerta con prodotti sempre più territoriali e di qualità. Dopo la confettura a base dell'amarena brusca Igp, è dello scorso autunno l'entrata in scena della confettura con **pera dell'Emilia-Romagna Igp**.

“La nostra gamma di confetture è realizzata con **frutta e zucchero 100% italiani** e in tale ambito abbiamo deciso di dare particolarmente risalto alla frutta della nostra regione – spiega a IFN **Lorenza Baretti, brand manager de Le Conserve della Nonna** - con referenze realizzate con frutta dell'Emilia Romagna raccolta a pochi km dal nostro stabilimento ed ottenute con metodo tradizionale, tra cui anche **Amarena brusca e Pera**, entrambe Igp, selezionate per dare una alternativa differenziante al consumatore, ma anche con la certezza di una **filiera corta, controllata e di una forte selezione della materia prima con certezza di provenienza**. Il marchio Igp attribuisce inoltre un valore aggiunto al prodotto, assicurando certezza di provenienza della materia prima e varietà della frutta utilizzata”.

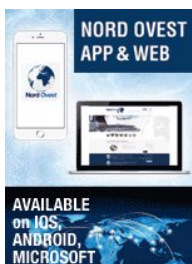


La frutta per le confetture Igp e non solo proviene in primis dall'**Emilia-Romagna per quanto concerne ciliegie, amarene, prugne, pere e cotogne**, a seguire Basilicata per le fragole e Puglia e Campania per albicocche, fichi, arance e pesche.

Lo scorso anno è stata un'annata no per le pere a causa di importanti gelate primaverili e ne ha risentito anche **Le Conserve della Frutta**, limitando la produzione. “Oltre alle pere, l'anno prima un'altra gelata straordinaria ha creato problemi alle ciliegie emiliane. Anche in questi casi però non siamo mai venuti meno alla nostra filosofia produttiva di utilizzare solo materie prime del

- Frutti pesanti e regolari
- Ideale per i cicli estivi
- Colore rosso intenso





territorio raccolte al giusto grado di maturazione. Quando ci troviamo davanti a rese agricole scarse, limitiamo la produzione alla frutta disponibile in quel momento – continua Baretti – cercando di trovare le migliori soluzioni assieme ai coltivatori e ai nostri fornitori coi quali abbiamo un rapporto diretto”.



La parola chiave, per il gruppo Fini, è **non rinunciare alle referenze locali e ai metodi di produzione tradizionale**, senza mai tradire le aspettative dei consumatori.

Dal suo osservatorio, l'azienda modenese rileva un **mercato con andamenti particolarmente altalenanti negli ultimi anni, dovuti alla situazione pandemica** che si sono tradotti in un andamento più negativo nell'ultimo anno. “Prima del Covid il mercato era pressoché stabile, con piccole crescite anno su anno – rivela Baretti -. Nel 2020 si è invece registrata un'importante crescita soprattutto nel periodo del lockdown a favore delle confetture standard, quando tutta la famiglia si è ritrovata a fare colazione in casa ed è aumentato anche il fenomeno del cucinare dolci a casa. **Nel 2021 si è registrato un andamento negativo, che sta continuando** anche nei primi mesi del 2022 anche se in modo più calmierato”.



Il brand però continua a crescere, nonostante gli aumenti dei costi produttivi si riflettano anche sul prezzo finale: “Sia nel 2020 che nel 2021 abbiamo registrato risultati particolarmente positivi, confermati anche per il 2022, guadagnando così punti di quota. Tali riscontri – continua la brand manager - sono riconducibili sia al forte incremento delle rotazioni che alla conquista di nuovi clienti, anche in aree dove prima eravamo presenti solo in modo marginale. Negli ultimi due anni siamo anche stati **premiati col Quality Award**, confermato anche nel 2022. Il prezzo al pubblico è aumentato – conclude - e abbiamo anche un posizionamento più alto della media del mercato, ma chi cerca qualità è disposto a pagare quel “quid” in più per avere la certezza di un prodotto buono come fatto in casa”.

Copyright 2022 IFN Italiafruit News

Lucia Caselli
contributor
lucia@italiafruit.net

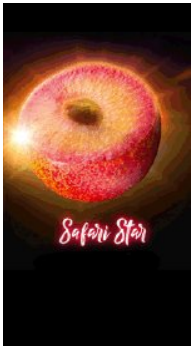
Leggi altri articoli di:
Lucia Caselli

Leggi altri articoli su:
Lorenza Baretti
Le Conserve della Nonna



Altri articoli che potrebbero interessarti:







Eventi

BIOFACH

Norimberga,
26-29 Luglio 2022

FRUIT ATTRACTION

Madrid,
4-6 Ottobre 2022

ASIA FRUIT LOGISTICA

Bangkok,
2-4 Novembre 2022

INTERPOMA

Bolzano
17-19 Novembre 2022

MACFRUT

Rimini,
3-5 Maggio 2023

[leggi tutto](#)



Appuntamenti

**SPECIALE
FRUTTA&VERDURA**

[leggi tutto](#)

[Mercoledì 13 Luglio 2022](#) | [Home](#) | [Chi siamo](#) | [Pubblicità](#) | [Contatti](#) | [Newsletter](#) | [Multimedia](#) | [Cerca nel sito](#)

Powered by



Media Partner



Chiara Daltri - Agroter Sas – redazione@italiafruit.net - P.IVA: 01984900363 - privacy policy - cookie policy