

RASSEGNA STAMPA

Quarto trimestre 2021

Ottobre > Dicembre

Con una uscita di gennaio 2022



18 gennaio 2022

GRUPPO FINI SPA

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

Amministrazione: Via Albareto, 211 | 41122 Modena

30/09/2021
Pag. 88 N.15 - 1 ottobre 2021

GDO WEEK

diffusione:20000

RETAIL & INDUSTRIA

Grocery vegetale con l'emergenza arrivano nuovi spazi, da difendere

1,75 € prezzo medio	17,3% pressione promo	425 mln € vendite a valore	36 numero medio referenze
28,8% incidenza del segmento fagioli	122mln€ vendite del segmento fagioli	53 mln € vendite del segmento piselli	315 mln € vendite in lattina

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

84 | 1 ottobre 2021



La categoria ha necessità di esprimersi a scaffale per dare visibilità e impulso alle vendite tramite le innovazioni di prodotto. Ma i produttori non trovano molti riscontri

Claudio Troiani

Un andamento altalenante negli ultimi due anni, dettato dalle contingenze. Secondo l'analisi di Nielsen (**fonte NielsenIQ Market*Track, dati aggiornati al 4 Luglio 2021**) il mercato delle conserve vegetali ha chiuso l'ultimo anno con una flessione del 5,2% a valore e del 6,4% a volume. La minore flessione in valore è determinata da un leggero aumento di prezzo medio (+1,3%), con pressione promozionale sostanzialmente flat (+0,2 pts int.idx.). Da evidenziare comunque che il mercato si confronta con un 2020 eccezionale, in cui la categoria ha avuto un trend particolarmente positivo **(+7,8 % valore e +5,5% a volume AT Lug 2020 vs 2019)**. I livelli del 2021 sono comunque più alti rispetto a 2 anni fa. La contrazione del mercato è guidata soprattutto da un calo della categoria dei fagioli (28,8% del mercato), che negli ultimi mesi è scesa del 10,0% a valore e del 10,2% a volume. Seguo-

no i piselli (-5,9% a valore e -5,5% a volume), ed il totale mais insieme ai mix di mais (-3,2% a valore e -3,3% a volume), che sviluppano rispettivamente il 12,5% ed il 18,2% del fatturato totale. In flessione anche tutti gli altri segmenti della categoria, ad eccezione della categoria altri legumi in controtendenza con il resto del mercato (+5,4% a valore e +3,2% a volume).

La flessione del mercato è trasversale a tutti gli store format e lungo tutta la penisola. Da notare la decrescita del canale Super (-4,7 a valore e -4,1% a volume), il canale più importante per il mercato in oggetto, che nell'anno precedente era stato "avvantaggiato" dal momento storico e dalla vicinanza insieme ai Liberi Servizi e ai Discount. Nonostante nel 2021 siano cambiate le dinamiche, i Supermercati acquisiscono +0,5 P.ti per quanto riguarda le sales locations, e continuano ad allargare lo scaffale

RETAIL & INDUSTRIA



LORENZA BARETTI
 RESP. MKTG PRODOTTO
 COMPARTO CONSERVATI
 DI GRUPPO FINI



ILARIA SCAPIN
 MKTG MANAGER
 DI NOVA

RETAIL & INDUSTRIA



- ★ La Doria è presente sul mercato anche con i brand Vivi G e La Romanella, quest'ultimo destinato al canale discount
- ★ È l'innovazione che può contrastare la percezione di una categoria in fase di commodizzazione per il consumatore

GLI ASSORTIMENTI

Matteo Di Gregorio, buyer Gruppo Gabrielli, spiega che "Gli assortimenti vengono costruiti sulla base della tipologia di vegetale. Nei superstore ci sono 130 item, 95 nei supermercati e 75 nelle superette. I due trend emergenti (in mdd e Idm) sono **regionalità e orientamento alla fascia premium**. Negli ultimi anni in qualche modo ha riguardato anche le specialità territoriali".

giunti' e con un'ampia gamma di legumi in conserva cotti a vapore. Nel biologico, le conserve vegetali hanno seguito esattamente lo stesso andamento di altre categorie: dopo un iniziale andamento positivo a doppia cifra durato fino a circa due anni fa, dovuto al fatto che il biologico aveva rappresentato fino ad allora poco più che una nicchia, il trend si è appiattito ma risultando sempre positivo. Una categoria, il cui peso nel carrello è cresciuto fino al 3,6% (nel 2014 rappresentava il 2,2%). **"Bonduelle crede nell'importanza del biologico**, tanto da averne fatto uno dei sei pilastri del proprio programma 'Bonduelle s'impegna', verso lo sviluppo sostenibile. Ad oggi è presente nella categoria con mais e piselli; con i quali ricopre un ruolo di primo piano nei relativi segmenti, avendo il 43% di quota a valore sul mais biologico e il 33% sul segmento dei piselli biologici".

"L'inizio del 2021 ha regalato ottimi risultati, che stanno permettendo di mantenere le performance dell'anno precedente -spiega **Lorenza Baretti, responsabile marketing prodotto del comparto conservati del Gruppo Fini-**. Nella dieta degli Italiani i legumi sono sempre più presenti, in sostituzione alla carne, sia per motivazioni di carattere salustico che etico. Si nota come una parte del pubblico ab-

bia modificato il paniere dei consumi, trasformando l'acquisto da commodity a scelta mirata e consapevole. Si tratta di prodotti basicamente versatili, che offrono proteine a basso costo e quindi sempre più presenti nel menù settimanale degli italiani. Proprio per seguire questa maggior richiesta di legumi e per essere differenzianti a scaffale, oltre a scegliere i legumi di migliore qualità a livello mondiale, abbiamo deciso di diversificare l'offerta proponendo legumi fonte di iodio, grazie alla **presenza di un pizzico di sale iodato protetto Presal**: una fonte di iodio garantita e resistente alle cotture, assimilabile quindi dal nostro organismo. Un plus che ci porta distintività a scaffale in esclusiva merceologica, ma che è anche un progetto di responsabilità sociale, in quanto con questa scelta abbiamo sposato **le linee guida del Ministero della Salute che consiglia di usare poco sale purché sia iodato**, per prevenire le malattie da carenza iodica".

Altra tendenza in questo mercato è la maggior presenza e richiesta di prodotto biologico. "Proprio per questo abbiamo ampliato l'offerta affiancando alle nostre referenze convenzionali 3 referenze di legumi da agricoltura biologica e filiera italiana, certificata e garantita. **Le Conserve della Nonna** da sempre è sinonimo di qualità e le insegne sanno di poter conta-

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

RETAIL & INDUSTRIA

re su un referente affidabile, costante e con una lunga tradizione a garanzia di una sicurezza sia nella gestione dei rapporti che nel valore percepito dal pubblico. Per quanto riguarda i nostri legumi ci concentriamo nel comunicarne, anche in etichetta, le caratteristiche peculiari. Per farlo usiamo prevalentemente i nostri canali social, dove proponiamo ricette gustose e particolari per un consumo innovativo dei legumi, sempre in vasetto di vetro, per far immediatamente recepire al consumatore l'alta qualità proposta".

Maria D'Amico, marketing manager D'Amico, sottolinea che "Tutte le referenze hanno ottenuto buone performance. I nostri prodotti pongono al centro la qualità, la varietà e il recupero di ricette culinarie italiane e continuiamo a proporre ricette inedite e originali per rendere speciale ogni piatto in tutte le stagioni dell'anno. Sono molto apprezzati legumi e ortaggi in acqua, prodotti già pronti, che ognuno può personalizzare a proprio gusto. Infatti, rispondiamo alle necessità di chi ha poco tempo a disposizione per realizzare piatti lunghi e complessi ma che non vuole rinunciare alla qualità delle materie prime. Il trend del biologico è molto attuale e le nostre linee comprendono anche prodotti bio perfetti per la creazione di primi piatti o farciture. Infine, i consumer ricercano

Packaging utilizzati

Segmenti	% valore
Lattine	74,2
Vetro	18,4
Brick	5,1
Pouch	1,2
Altro	1,1

Fonte: NielsenIQ Market*Track- AT 4 Luglio 2021 – Iper+Super+Ls+HD

Canali presidiati

Canali	% valore
Ipermercati	23,3
Supermercati	41,0
Liberi servizi	12,4
Discount	23,3

Fonte: elaborazione su dati NielsenIQ Market*Track- AT 4 Luglio 2021

sempre più elementi quali la particolarità e la tipicità e i nostri prodotti rispondono a queste richieste in quanto sono caratterizzati da ricette e lavorazioni tipiche delle tradizioni regionali del nostro Paese".

La Linea Biologica D'Amico, certificata attraverso il 'Certificato Biologico' di ICEA, è proposta nel packaging caratterizzato dal 'Verde D'Amico' simbolo di attendibilità e sicurezza. Lo scorso anno abbiamo lanciato due novità assolute per questa linea: i Fagioli Neri e i Fagioli Rossi 'Red Kidney', proposti nella versione lessata. Oltre ad essere fonte di fibre e proteine vegetali, sono facilmente digeribili e costituiscono una valida alternativa al consu-

mo di carne. Sono particolarmente versatili, perfetti per arricchire tante ricette: classiche zuppe e primi, per impreziosire i piatti etnici ma anche ideali per insalate fredde, polpette vegetali e contorni.

Tornando ad analizzare le tendenze del mercato **Daniele Malin, responsabile del coordinamento attività per la qualità di Conserve Italia,** osserva che "In uno scenario di consumi oscillanti, influenzati nell'ultimo anno in modo positivo dalla pandemia, pur senza grandi incrementi, sono aumentati in particolare quelli di legumi ricchi di proteine. Si può evidenziare un certo interesse anche per i prodotti un po' più riciccati, come i mix di verdure, o con ingre-

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



RETAIL & INDUSTRIA

LA QUALITÀ DI LA TORRENTE

Focalizzata sulle conserve rosse, tutte autoprodotte nel casertano, in provincia di Benevento e in Puglia, mentre funghi e legumi vengono solo commercializzati. La Torrente opera attualmente con 4 marchi: La Torrente, Belpomo, Nanù, Don Peppe. Si tratta di marchi sia commerciali sia gourmet, tutti, comunque, con standard qualitativi elevati. Commercialmente si suddividono tra: Linea Rossa, Linea Legumi, Catering, PomoBio, Gli Speciali e i Sughì Pronti. Nel mercato delle conserve vegetali, spiega il Responsabile Marketing Giuseppe Torrente “abbiamo in particolare il friariello, prodotto tipicamente campano per il quale è stato studiato e realizzato un sistema per ridurre al minimo la presenza di acido citrico intervenendo sul trattamento termico”.

- ★ I risultati più brillanti hanno riguardato soprattutto il mercato dei legumi in conserva (lenticchie, ceci, fagioli)
- ★ Incremento degli item ‘senza zuccheri aggiunti’ e dei legumi in conserva cotti a vapore



funghi attraverso l'innovazione è stata lanciata una nuova linea di funghi. Il processo produttivo con cui sono realizzati recupera gli antichi valori tradizionali. I funghi trifolati cotti al vapore, disponibili in lattina, ripropongono in pratica la qualità originale di 40 anni fa. “Si tratta di un prodotto completamente innovativo presentato in confezione cluster x2 pezzi da 110 g con un prezzo di vendita consigliato a scaffale di 1.99 euro. In programma vi è anche il lancio di una linea di funghi di V gamma con l'obiettivo di entrare nel mercato del fungo fresco in vaschetta. Per quanto riguarda le strategie più generali, l'intenzione è quella di continuare a investire nella gdo, senza dimenticare la mdd, il cui ruolo rimane comunque strategico, e di espandere la presenza del marchio dal Triveneto ad altre aree della Penisola”. Ragionando sull'evoluzione degli assortimenti è interessante l'analisi di Serena Gardella. “La nostra categoria viene percepita per molti aspetti come statica, emergenziale, poco attrattiva e a basso traffico. Una commodity per la maggior parte della sua offerta. Come conseguenza, la leva promozionale è sicuramente una delle più rilevanti e si attesta mediamente sopra il 20% con alcune differenze importanti in segmenti come i legumi e il mais. Non è possibile prescindere

dall'utilizzo di questa leva che impieghiamo in modo differente secondo la diversa stagionalità dell'offerta, dei canali e della tipologia dei prodotti coinvolti per cercare di sviluppare traffico, ma comunque cercando di valorizzare la categoria. Il prezzo non è tutto: la visibilità a scaffale o fuori e su tutti i diversi canali, fisici o online, è per noi fondamentale”. Nell'ultimo anno lo spazio che il trade ha riservato alla categoria ha visto un temporaneo allargamento in corrispondenza dell'esplosione dell'emergenza sanitaria. In generale lo spazio dedicato alla categoria è in contrazione da qualche anno. Per questo motivo l'inserimento on top di nuove referenze non è facilmente gestibile con il trade e un approccio di più ampio respiro di category management per sviluppare al meglio le potenzialità della categoria è sicuramente apprezzato e accolto meglio. È proprio il ruolo di un'azienda leader come la nostra mostrare altri modi di vedere e sviluppare la categoria. Per questo abbiamo lavorato molto nello sviluppo concreto di una visione di lungo periodo: dall'analisi dello shopper e dei suoi bisogni, alla definizione dei driver principali e delle piattaforme di crescita, per guidare uno sviluppo sostenibile in un'ottica profittevole per tutti gli attori coinvolti”.



Derivati del pomodoro: l'origine della materia prima fa la differenza

di Claudia Scorza



SCHEDE PRODOTTI



CONSERVE ITALIA - CIRIO

Nome prodotto: Fior di Filetti di Puglia

Caratteristiche: i Fior di Filetti sono la parte più nobile dei pomodori lunghi e tagliati a spicchi, privati della buccia e immersi nel loro succo. 100% pomodoro pugliese.

COPPOLA ENTERPRICE/ VALGRÌ

Nome prodotto: Pomodorino del Piennolo del Vesuvio Dop in conserva

Caratteristiche: i Pomodorini del Piennolo del Vesuvio Dop sono coltivati nel parco nazionale del Vesuvio e vengono conservati in vaso e latta per un'autentica esperienza di gusto campano.



GRUPPO FINI - LE CONSERVE DELLA NONNA

Nome prodotto: Lampomodoro

Caratteristiche: passata prodotta con solo pomodoro dolce dell'Emilia-Romagna, proveniente da coltivazioni a basso impatto ambientale e lavorato entro le 24 ore dalla raccolta, senza conservanti né aromi. Solo due ingredienti: pomodoro 99% e sale. Disponibile in bottiglia di vetro da 500 g o 700 g.



I pomodorini sostengono il comparto

La flessione più consistente è stata registrata dai pelati con -6,9% a valore e -11,6% a volume. Seguono polpe (-4,3% val. e -7,5% vol.), concentrati (-1,5% val. e -3% vol.) e passate (+2,1% val; -1,1% vol). Bene i pomodorini, che mettono a segno una crescita del +4,6% sia a valore che a volume. Le vendite nella grande distribuzione restano in mano a tre grandi player - Mutti, Conserve Italia e Petti - che coprono a valore il 51,2% del mercato, mentre la private label si attesta a quota 19,1%.

La valorizzazione delle eccellenze territoriali italiane al centro

Attenzione per la provenienza della materia prima, ridotto impatto ambientale e sociale, sicurezza alimentare e territorialità sono le tendenze che ispirano le novità delle aziende

COMUNICARE PER ACCRESCERE LA BRAND AWARENESS

La strategia di comunicazione di **Conserve Italia** ha l'obiettivo di aumentare la familiarità e la notorietà dei brand attraverso il racconto della superiorità di sapore dei propri prodotti. «Cirio – racconta Chiara Spagna – è il pomodoro ufficiale di MasterChef Italia dal 2019 e lo sarà anche nella prossima edizione. Questa partnership di grande valore viene comunicata non solo sulla grafica di polpe, passate e pelati, ma anche attraverso un'importante campagna di comunicazione video sul web e sui social. Il brand, infatti, da diversi anni è molto attivo nella comunicazione digital, con un piano editoriale declinato su Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest e YouTube, creando così una forte community con la quale interagisce quotidianamente. A questo si aggiunge un'intensa collaborazione con oltre un centinaio di foodblogger e diversi portali di cucina».



LA NOSTRA PASSATA È UN PIACERE PER I SENSI, COMPRESO QUELLO DEGLI AFFARI.



Si sa, gli italiani di passate di pomodoro se ne intendono. È per questo che del nostro "Lampomodoro" apprezzano la genuinità, la straordinaria corposità e la naturale dolcezza. Lo sappiamo perché grazie al loro giudizio abbiamo vinto il "Quality Award", un importante riconoscimento che ci gratifica e onora. Perché per noi il gradimento degli italiani è molto importante. E per voi?



La qualità premia.

Il "Quality Award" è il risultato di una valutazione espressa direttamente dai consumatori chiamati a giudicare nel corso di rigorosi blind test le caratteristiche del prodotto nel suo complesso: aspetto, profumo, sapore, consistenza, ecc.



Buoni si nasce.

Per la nostra passata usiamo solo pomodori cresciuti in Emilia Romagna, una terra generosa e particolarmente fertile che grazie alle ottime caratteristiche pedoclimatiche conferisce al pomodoro il tipico sapore dolce e la particolare compattezza della polpa.

Piace anche all'ambiente.

L'utilizzo di coltivazioni a basso impatto ambientale ha permesso ai nostri pomodori di essere certificati dal marchio "Qualità Controllata". Una garanzia in più per l'ambiente e per la salute.



Ecco come crescono i nostri pomodori.

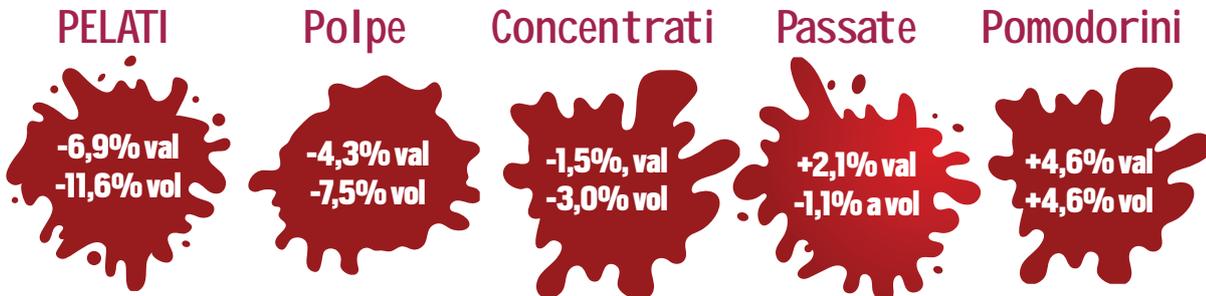
Crescita in rotazioni +5.4%
(vs mkt - 3.2%)

Crescita vendite a volume +10%
(vs mkt - 1.1%)

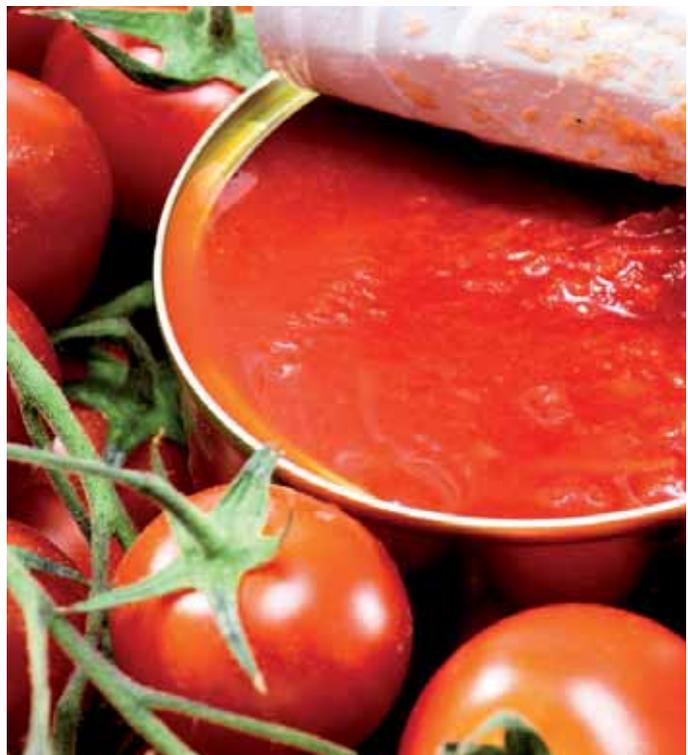
Dati IRI I+S+LSP AT giugno 2021

"Le Conserve della Nonna". La bontà che riconosci.

Fonte: Elaborazioni DM su dati Iri, a.t. agosto 2021, Totale Italia, Iper+Super+Lsp



del comparto, in linea con le nuove richieste degli shopper. «Il consumatore – dichiara **Chiara Spagna, marketing manager food di Conserve Italia** – chiede sempre più prodotti con elevate caratteristiche qualitative e provenienti da un'agricoltura sostenibile, a filiera controllata e certificata, che esprimano salubrità e sicurezza alimentare, che dichiarino la provenienza, l'autenticità della materia prima e la sostenibilità ambientale e sociale. Da segnalare anche lo sviluppo di nicchie regionali, o di prodotti a base di varietà di pomodoro speciali e tipiche, che esaltano le eccellenze territoriali italiane». L'attenzione per la provenienza della materia prima sta diventando sempre più preponderante, come conferma **Lorenza Baretto, responsabile marketing prodotto del comparto conservati del Gruppo Fini**: «La



UNA STRATEGIA COMUNICATIVA DIFFERENZIANTE E MIRATA

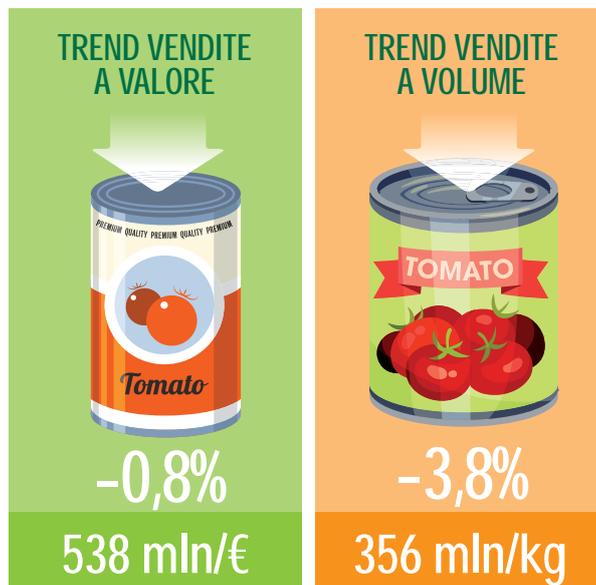
Tutte le azioni di comunicazione e marketing intraprese da Le **Conserve della Nonna** sono finalizzate all'essere maggiormente riconoscibili a scaffale, comunicare il posizionamento premium e consolidare la brand awareness del marchio. Nello specifico, per le passate, i progetti principali si focalizzano su una comunicazione differenziante in etichetta, puntando sui plus distintivi del prodotto, e su un'attività mirata sia al trade che al consumatore. «Tutti i progetti – specifica Lorenza Baretto – sono concentrati a rafforzare la percezione qualitativa differenziante del marchio in base ai valori distintivi che il consumatore ci riconosce: territorialità, filiera corta, basso impatto ambientale, oltre che elevata qualità del prodotto, come testimoniato dall'assegnazione, per il terzo anno consecutivo, del Quality Award per le nostre passate di pomodoro».

L'IMPORTANZA DI VALORIZZARE LA FILIERA DEL POMODORO

Anicav, l'Associazione Nazionale Industriali Conserve Alimentari Vegetali, sta lavorando da tempo per un miglioramento reputazionale del settore poiché ritiene di fondamentale importanza riuscire a comunicare al consumatore gli "aspetti positivi" della filiera: tracciabilità, eticità, sostenibilità ambientale, qualità e salubrità. «L'obiettivo – dichiara **Giovanni De Angelis, direttore di Anicav** – dovrà essere quello di allontanare il pomodoro dal concetto di commodity a basso costo, puntando sull'informazione e sulla formazione di un consumatore consapevole che sia disposto a pagare un premium price, nel quale sia compreso il benessere sociale proprio e delle generazioni che verranno, e che riconosca gli sforzi fatti dalla filiera in tema di sostenibilità etica e ambientale. La nostra sfida per i prossimi mesi sarà proprio quella di consolidare l'appeal ritrovato dal consumatore per le conserve di pomodoro nel periodo pandemico per riuscire a migliorare la nostra marginalità e poterla redistribuire lungo tutta la filiera».



leva prezzo è sicuramente un fattore rilevante per il consumatore, trattandosi di commodities, ma uno dei principali driver di acquisto è anche la provenienza della materia prima. In questo comparto l'italianità è assodata, ma per distinguersi sempre più player stanno proponendo varietà specifiche di pomodoro con provenienza regionale certificata. Con Le Conserve della Nonna offriamo un prodotto che risponde a questo standard, lavorando da sempre pomodoro dell'Emilia-Romagna a filiera corta, raccolto a pochi km dallo stabilimento, utilizzando metodi di coltivazione a basso impatto ambientale e certificato "Qualità Controllata" dalla Regione, che garantisce una produzione integrata».



Fonte: Elaborazioni DMM su dati Iri, a. t. agosto 2021, Totale Italia, Iper-Super+LSP



CONDIMENTI > PESTO

FORMEC BIFFI

Nuova ricetta, pack più sostenibile

Biffi nell'ultimo anno ha confermato il suo trend di crescita a doppia cifra, ormai costante da circa 10 anni. "Sicuramente – fa notare **Alessandro Bozzini, Responsabile Marketing e Comunicazione Formec Biffi** – uno degli elementi che ha contribuito all'affermazione del nostro brand è il successo che stiamo riscontrando nel mercato dei sughi freschi, che ha portato valore trasversalmente a tutti gli altri segmenti in cui siamo presenti. In particolare, in un mercato tendenzialmente statico, come quello del pesto Uht e fresco, i nostri prodotti continuano a crescere ed è sul fresco che facciamo registrare gli incrementi migliori, con un trend di quasi il 6% (fonte: NielsenIQ, a.t. 4.07.21, dm)". Tra i valori importanti per Formec Biffi c'è l'italianità; per questo in tutti i prodotti una buona componente delle materie prime utilizzate è tricolore. Per il pesto, ad esempio, viene utilizzata solo basilico italiano o Basilico Genovese Dop.

Inoltre di recente l'azienda ha migliorato ancora la ricetta: "Da indagini e blind test effettuati negli ultimi due anni – racconta Bozzini –, abbiamo riscontrato che i nostri consumatori prediligevano una consistenza leggermente più cremosa. Per questo abbiamo deciso di modificare la ricetta, o meglio la lavorazione del nostro pesto, in modo tale da ottenere un risultato più cremoso, non perdendo la consistenza che ci contraddistingue, e soprattutto mantenendo il nostro verde brillante, derivato dal metodo di lavorazione a freddo". La ricetta non è stata l'unica novità: tutte le referenze (anche i sughi ambientati in vasetto di vetro), non presentano più foverpack di cartoncino, "che ci permetteva – fa notare Bozzini – di essere più visibili a scaffale, ma che andava contro le politiche di sostenibilità aziendale". Inoltre, per le referenze fresche (sia pesti sia sughi) l'azienda sta riducendo il quantitativo di plastica per pack: le coppette sono state



Alessandro Bozzini, Responsabile Marketing e Comunicazione Formec Biffi

abbassate di circa 1 cm, per un risparmio di plastica del 10%, ovvero 8 t all'anno". E per il futuro? "Per quanto riguarda i freschi puntiamo alla vetta – dichiara Bozzini –. Per il pesto Uht, vogliamo consolidare nella mente del consumatore la distintività del nostro prodotto, che non è pastorizzato, ma lavorato a freddo, quindi è una scelta differente, dal percepito superiore".

TOP PLAYERS	Formec Biffi	Giovanni Rana	Gruppo Fini	Gustibus Alimentari
Fatturato azienda (€)	100 mln (2020)	900 mln (2020)	100 mln (2020)	29 mln (2020, fonte: www.reportaziende.it)
Marchi	Biffi, Gaia	Giovanni Rana	Fini pasta fresca, Le Conserve della Nonna, Paf	Gustibus, private label
Canali	Gdo 70%, Horeca 30%	Gdo	Gdo 65%, Normal trade 20%, Export 15%	Gdo
Top SKU	 Pesto fresco senz'aglio 140 g con Basilico Genovese Dop	 Pesto fresco alla genovese	 Broccoli e cime di rapa	 Pesto di basilico



CONDIMENTI > PESTO

GUSTIBUS ALIMENTARI

In cantiere c'è una nuova linea di pesti Mdd

La novità di Gustibus è una nuova linea di "battuti italiani" da 190 g per la pi, che comprende tra gli altri: pesto basilico e zuccarie, pesto alle verdure, pesto ai pomodori secchi. L'azienda, come ha spiegato Francesco Pecarino, Presidente Gustibus Alimentari, "continua a puntare sul pesto di pistacchio, perché risponde molto bene sul mercato; presenta una forte riconoscibilità al territorio di produzione, la Sicilia, ma ha anche un'enorme versatilità di utilizzo". Fanno parte dell'offerta Gustibus anche i pesti alla trapanese e alcune ricette di nicchia regionali, come il pesto alla calabrese, mentre per i nuovi mercati emergenti (Francia e Cina) l'azienda ha di recente lanciato una linea di pesti che puntano sull'aromatizzazione: Peperoni e noci, Carciofi e noci, Broccoli e lattuga, Olive e mandorle. "Il nostro punto di forza" – sottolinea Pecarino – "è stato la scelta della materia prima, fresca e siciliana. Abbiamo stretto convenzioni di approvvigionamento con produttori locali, per garantire una filiera corta, controllata e certificata. Siamo predisponendo con un ente certificatore un protocollo di certificazione, affinché già a partire dal prossimo anno i produttori che vorranno lavorare con noi dovranno rispondere a precise regole attestati".

GRUPPO FINI

L'offerta si allarga tra tradizione e innovazione

L'ultimo anno è stato particolarmente positivo per il Gruppo Fini. "Abbiamo registrato un ottimo andamento – afferma **Lorenza Baretti, Responsabile Marketing Prodotto del comparto conservati Gruppo Fini** –, segnando un +18,6% sia valore sia a volume (fonte: Iri, a.t. 06.2021), grazie al lancio di nuove referenze distintive e versatili, che ci hanno consentito di ampliare la nostra distribuzione con ottime rotazioni. Sono proposte che hanno come comune denominatore la distintività, la versatilità e l'italianità; in un'ottica di riscoperta, mescolano ingredienti del passato e della tradizione, con ricette uniche, distintive, dal variegato utilizzo in cucina e al consumo. Tra le novità più originali ci sono: il pesto Cavolo Riccio e Mandorle, dal sapore deciso e definito, con cavolo riccio italiano; il Pesto Broccoli e Cime di Rapa con verdure 100% italiane e un pizzico di peperoncino; il Pesto di rucola italiana e Grana Padano Dop, dal sapore tradizionale, antico e intenso. I nostri pesti sono ideali per condire ed esaltare ogni tipo di pasta, ma anche per accompagnare secondi di carne e di pesce, arricchire frittate e tartine. Sono dedicati a chi cerca prodotti gustosi ma fatti con cura, capaci di rievocare i profumi, i sapori e le abitudini della cucina delle nonne, senza glutine né conservanti".

NOVITÀ DI PRODOTTO



Fini Pesti
Pesto alla genovese con olive foggiasche



Gruppo Fini
Pesto al cavolo riccio e mandorle



Il Pesto di Pro'
Pesto genovese



Magrini Le Delizie
Pesto fresco alla genovese

Selling proposition	Basilico fresco 100% italiano da filiera controllata, lavorato a freddo entro 24 ore dalla raccolta; con olive foggiasche, olio evo e formaggi Dop	Cavolo riccio italiano; altamente versatile; ricetta innovativa	Vaso vetro, laminatura per famiglie e ricetti (trapezoidale)	Consumo, veloce da preparare (da versare direttamente sulla pasta senza scolare), cremoso. Pack in hot con tappo salva freschezza e blister
Posizionamento	Medio	Medio-alto	Medio	Premium
In commercio da	Maggio 2021	Aprile 2021	Gennaio 2021	Settembre 2021
Formato	190 g	190 g	350 g	130 g e 180 g

11/10/2021
Pag. 6

PUBBLI NOW
COM

CONCORSI

Le Conserve della Nonna lancia il web contest "Sfida la nonna"

Chi riuscirà a fare ricette buone come quelle della nonna? I vincitori del social contest "Sfida La Nonna" lanciato da Le Conserve della Nonna, brand del Gruppo Fini, realizzato con la collaborazione dell'agenzia Btrees che firma anche la campagna che coinvolge da questo mese social e sito del brand, anche con attività di influencer marketing. I temi scelti per le ricette seguono le 4 portate principali di un pasto: l'antipasto (ottobre e novembre), il primo piatto (dicembre e gennaio), il secondo piatto (febbraio e marzo), il dessert (aprile e maggio). Ogni mese, un influencer lancerà la sfida realizzando un piatto e invitando gli utenti a partecipare al gioco facendo lo stesso e caricando la ricetta sul sito dedicato. I vincitori saranno selezionati mensilmente da una giuria e potranno aggiu-



dicarsi: una box di prodotti, la pubblicazione della ricetta in un ricettario firmato dall'ex direttore progetti specia-

li del Cucchiaino D'Argento, Stefano Caffarri e una giornata tra campi e stabilimento per assistere alla raccolta

e lavorazione delle amarene, un modo unico per immergersi nel mondo autentico de Le Conserve della Nonna.

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





/lifestyle/

BENESSERE & FITNESS MODA & ACCESSORI VIAGGI & TEMPO LIBERO MANGIARE & BERE

Passata di pomodoro: quali sono i marchi che utilizzano solo prodotto italiano

Luna Luciano 31 Ottobre 2021 - 08:48

L'Italia è uno dei grandi produttori di pomodoro, eppure non tutti i marchi utilizzano il prodotto italiano. Ecco quali marche di passate acquistare per supportare il Made in Italy.



È inutile dirlo. In cucina l'eccellenza è tutta italiana, con prodotti di primissima qualità richiesti in tutto il mondo. È per questo motivo che l'Italia detiene il primato mondiale per l'**export alimentare**. Da sempre il **Made in Italy** è sinonimo di alta qualità, specialmente quando si parla di arte culinaria, e tra i piatti tipici più amati in tutto il mondo non possono di certo mancare l'irresistibile piatto di spaghetti al pomodoro e la pizza margherita. Entrambi hanno come ingrediente fondamentale il **pomodoro**, di cui il nostro Paese è uno dei grandi produttori.

Grazie alla biodiversità in Italia esistono diverse tipologie di pomodoro e alcune di queste sono utilizzate per fare le ottime passate con cui condire i nostri piatti. Eppure, a differenza di quanto ci si potrebbe aspettare, non tutti i marchi italiani decidono di sostenere la produzione locale, preferendo al pomodoro italiano, altri più economici ma di bassa qualità. Se si desidera quindi sostenere il **Made in Italy** è necessario conoscere le marche di **passate di pomodoro al 100% italiane**.

Passate di pomodoro: come sostenere il Made in Italy

Che sia per cucinare un piatto di pasta, una lasagna bolognese o gli gnocchi al sugo, la passata di pomodoro è fondamentale. Se si desidera acquistare solo **salsa di pomodoro 100% italiana**, evitando quei marchi, anche italiani, che utilizzano pomodori provenienti da altri paesi, è necessario porre la massima attenzione. Per sostenere il **Made in Italy** si possono adottare due strategie:

- **leggere con molta attenzione le etichette**, andando a ricercare la provenienza delle materie prime, gli stabilimenti dove viene prodotta e imbottigliata la salsa;
- **acquistare prodotti a Km0**, sostenendo quelle realtà che hanno dato vita a filiere corte, di cui è facile scoprirne la provenienza e le modalità di realizzazione.

Nonostante queste accortezze le etichette potrebbero riportare di fatto il falso, trovandosi irrimediabilmente davanti a una frode. A fronte di questa situazione il cittadino comune non può fare molto, è infatti compito dello Stato intervenire e tutelare i consumatori.

Pomodoro Made in Italy: leggere bene l'etichetta

Per sostenere il **Made in Italy**, come precedentemente anticipato, è necessario **leggere bene l'etichetta**. Il cliente intento ad acquistare un prodotto di origine italiana dovrebbe ricercare in etichetta la dicitura:

- **100% pomodoro italiano**;
- **origine del pomodoro: Italia**.

Nel caso in cui sulla confezione sia riportato l'indirizzo di un **produttore che si trova in Italia**, il consumatore non deve cadere nell'errore di ritenere il prodotto automaticamente al 100% italiano, infatti questo dato non dice assolutamente nulla sull'origine del pomodoro, ma solo sul **luogo di imbottigliamento**. Ecco quindi che andando ad acquistare una salsa di pomodoro ci si potrebbe trovare davanti a tre situazioni diverse.

- Sull'etichetta è presente il **logo biologico dell'UE** che afferma si tratti di "agricoltura italiana". In questo caso siamo di fronte a un **prodotto 100% italiano**, infatti un organismo di controllo biologico ha verificato queste informazioni come parte delle ispezioni che sono eseguite annualmente.
- Se sull'etichetta troviamo scritto "IT-BIO-007, agricoltura UE". In questo caso ci si trova davanti a **materie prime provenienti dall'Unione Europea**.
- Se l'ingrediente principale è di diversa origine il produttore è obbligato a indicarlo.

È quindi necessario leggere bene l'etichetta e affidarsi alla veridicità di quanto è stato riportato dal marchio, in caso contrario tramite i controlli sarà lo Stato a intervenire.

Le passate di pomodoro al 100% italiane

Dopo aver visto come sostenere il Made in Italy e come non farsi ingannare dalle etichette è il caso di presentare la lista delle **passate di pomodoro al 100% italiane** realizzata da GreenMe per aiutare i consumatori a orientarsi tra i diversi marchi. Ecco quindi che il consumatore può fidarsi di marchi come:

- Passata Alce Nero Bio
- Passata Ca' dell'Orto - In's
- Passata di pomodoro bio In's
- Passata Conad
- Passata Coop origine
- Passata Viviverde Coop
- Passata Cirio
- Passata Cirio Bio
- Passata Classica De Cecco
- Passata Cuore Mediterraneo - Todis
- Passata Delizie dal Sole - Eurospin
- Passata di pomodoro De Rica
- Passata biologica Del Santo
- Esselunga Bio passata di pomodoro da agricoltura biologica
- Passata di pomodoro Freshona - Lidl
- Freshona Bio Organic - Lidl
- Passata di pomodoro La Selva
- Passata di pomodoro La Fiammante
- Passata di pomodoro Le Conserve della Nonna
- Passata di Pomodoro Siccagno Biologica - Libera Terra
- Passata di pomodoro Mutti
- Passata Di Pomodoro Natura Toscana Probios
- Passata di pomodoro Pomi
- Passata Rapunzel Bio
- Pomodorissimo la passata Santa Rosa
- La mia pummarò Star
- Passata di pomodoro di Puglia - Terre d'Italia Carrefour
- Passata Valfrutta
- Passata Valsana

La selezione presentata da GreenMe ha tenuto conto non solo dell'impiego di **pomodori italiani**, ma anche quello della facile reperibilità sul territorio nazionale di queste marche, si sta parlando delle grandi filiere. Non saranno quindi le uniche marche a produrre salse al 100% italiane, basti pensare a tutti quei prodotti realizzati a Km0 che utilizzano i prodotti locali, una valida alternativa di qualità e soprattutto ecologica.

COMUNICAZIONE ADV MKTG

Le Conserve della Nonna (Gruppo Fini) lancia il web contest “Sfida la nonna”

Publicato 2 ore fa



La campagna firmata da BTREES coinvolge da questo mese social e sito anche con attività di influencer marketing.

Chi riuscirà a fare ricette buone come quelle della nonna? Lo sapremo nei prossimi mesi, quando conosceremo i vincitori del concorso lanciato sui social media di Le Conserve della Nonna.

I temi scelti per le ricette con cui partecipare seguono le 4 portate principali di un pasto: l'antipasto (ottobre e novembre), il primo piatto (dicembre e gennaio), il secondo piatto (febbraio e marzo), il dessert (aprile e maggio). Ogni mese, un influencer lancerà la sfida realizzando un piatto e invitando gli utenti a partecipare al gioco facendo lo stesso e caricando la ricetta sul sito www.sfidalanonna.it. La regola è solo una: interpretare con creatività il tema del mese utilizzando un prodotto Le Conserve della Nonna.

I vincitori saranno selezionati mensilmente da una giuria e potranno aggiudicarsi: una box di prodotti, la pubblicazione della ricetta in un esclusivo **ricettario firmato dall'ex direttore progetti speciali del Cucchiaino D'Argento, Stefano Caffarri** e una giornata tra campi e stabilimento per assistere alla raccolta e lavorazione delle amarene, un modo unico per immergersi nel mondo autentico de Le Conserve della Nonna.

“Con questa attività vogliamo diffondere il più possibile la conoscenza dell'ampia gamma dei prodotti Le Conserve della Nonna e farne apprezzare ai nostri consumatori qualità e versatilità in cucina. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo deciso di investire fortemente sul digitale, prima facendo il restyling del sito internet e poi con questa sfida che vedrà coinvolti 8 influencer e un'importante firma del mondo della Gastronomia come quella di Caffarri. E non vediamo l'ora di far vivere una giornata unica ai vincitori” ha dichiarato Luigi Famulari, Responsabile Marketing di Gruppo Fini.

“È una sfida ambiziosa: da sempre la cucina della nonna è considerata insuperabile, grazie ai sapori e ai profumi che appartengono alla nostra infanzia e, per questo, portatori di un valore affettivo intoccabile. Vogliamo che il concorso sia percepito come un gioco alla portata di tutti gli appassionati, più che come una competizione. In fondo Le Conserve della Nonna sono sinonimo di buona cucina e convivialità” ha spiegato Linda Botti, Content Strategist di BTREES.

News Sfida La Nonna, parte il concorso lanciato sui social da Gruppo Fini

By Instore - Ott. 8, 2021



Chi riuscirà a fare ricette buone come quelle della nonna? Lo sapremo nei prossimi mesi, quando conosceremo i vincitori del concorso lanciato sui social media di Le Conserve della Nonna. I temi scelti per le ricette con cui partecipare seguono le 4 portate principali di un pasto: l'antipasto (ottobre e novembre), il primo piatto (dicembre e gennaio), il secondo piatto (febbraio e marzo), il dessert (aprile e maggio). Ogni mese, un influencer lancerà la sfida realizzando un piatto e invitando gli utenti a partecipare al gioco facendo lo stesso e caricando la ricetta sul sito www.sfidalanonna.it. La regola è solo una: interpretare con creatività il tema del mese utilizzando un prodotto Le Conserve della Nonna.

I vincitori saranno selezionati mensilmente da una giuria e potranno aggiudicarsi: una box di prodotti, la pubblicazione della ricetta in un esclusivo ricettario firmato dall'ex direttore progetti speciali del Cucchiaino D'Argento, Stefano Caffarri una giornata tra campi e stabilimento per assistere alla raccolta e lavorazione delle amarene, un modo unico per immergersi nel mondo autentico de Le Conserve della Nonna.

"Con questa attività vogliamo diffondere il più possibile la conoscenza dell'ampia gamma dei prodotti Le Conserve della Nonna e farne apprezzare ai nostri consumatori qualità e versatilità in cucina. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo deciso di investire fortemente sul digitale, prima facendo il restyling del sito internet e poi con questa sfida che vedrà coinvolti 8 influencer e un'importante firma del mondo della Gastronomia come quella di Caffarri. E non vediamo l'ora di far vivere una giornata unica ai vincitori" ha dichiarato **Luigi Famulari**, Responsabile Marketing di Gruppo Fini.

"È una sfida ambiziosa: da sempre la cucina della nonna è considerata insuperabile, grazie ai sapori e ai profumi che appartengono alla nostra infanzia e, per questo, portatori di un valore affettivo intoccabile. Vogliamo che il concorso sia percepito come un gioco alla portata di tutti gli appassionati, più che come una competizione. In fondo Le Conserve della Nonna sono sinonimo di buona cucina e convivialità" ha spiegato invece **Linda Botti**, Content Strategist di BTREES.

Sfida La Nonna, parte il web contest de Le Conserve Della Nonna

Ott 8, 2021



Chi riuscirà a fare ricette buone come quelle della nonna? Lo sapremo nei prossimi mesi, quando conosceremo i vincitori del **concorso lanciato sui social media** di Le Conserve della Nonna. I temi scelti per le ricette con cui partecipare seguono le 4 portate principali di un pasto: l'antipasto (ottobre e novembre), il primo piatto (dicembre e gennaio), il secondo piatto (febbraio e marzo), il dessert (aprile e maggio). Ogni mese, **un influencer lancerà la sfida** realizzando un piatto e invitando gli utenti a partecipare al gioco facendo lo stesso e caricando la ricetta sul sito www.sfidalanonna.it. La regola è solo una: interpretare con creatività il tema del mese utilizzando un prodotto Le Conserve della Nonna.

I **vincitori** saranno selezionati mensilmente da una giuria e potranno aggiudicarsi: una box di prodotti, la pubblicazione della ricetta in un esclusivo ricettario firmato dall'ex direttore progetti speciali del Cucchiaino D'Argento, Stefano Caffarrie una giornata tra campi e stabilimento per assistere alla raccolta e lavorazione delle amarene, un modo unico per immergersi nel mondo autentico de Le Conserve della Nonna.

"Con questa attività vogliamo diffondere il più possibile la conoscenza dell'ampia gamma dei prodotti Le Conserve della Nonna e farne apprezzare ai nostri consumatori qualità e versatilità in cucina. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo deciso di investire fortemente sul digitale, prima facendo il restyling del sito internet e poi con questa sfida che vedrà coinvolti 8 influencer e un'importante firma del mondo della Gastronomia come quella di Caffarri. E non vediamo l'ora di far vivere una giornata unica ai vincitori" ha dichiarato **Luigi Famulari**, Responsabile Marketing di Gruppo Fini.

"È una sfida ambiziosa: da sempre la cucina della nonna è considerata insuperabile, grazie ai sapori e ai profumi che appartengono alla nostra infanzia e, per questo, portatori di un valore affettivo intoccabile. Vogliamo che il concorso sia percepito come un gioco alla portata di tutti gli appassionati, più che come una competizione. In fondo Le Conserve della Nonna sono sinonimo di buona cucina e convivialità" ha spiegato **Linda Botti**, Content Strategist di BTREES.

ENGAGE

07/10/2021



ADV

WEB MARKETING

08/10/2021

di Roberta Simeoni

LE CONSERVE DELLA NONNA LANCIA IL WEB CONTEST "SFIDA LA NONNA"

La campagna firmata da Btrees coinvolge da questo mese social e sito del brand, anche con attività di influencer marketing



Le Conserve della Nonna, brand del Gruppo Fini, va online con il web contest "Sfida La Nonna" realizzato con la collaborazione dell'agenzia Btrees.

I temi scelti per le ricette con cui partecipare seguono le **4 portate principali di un pasto**: l'antipasto (ottobre e novembre), il primo piatto (dicembre e gennaio), il secondo piatto (febbraio e marzo), il dessert (aprile e maggio).

Ogni mese, un influencer lancerà la sfida realizzando un piatto e invitando gli utenti a partecipare al gioco facendo lo stesso e caricando la ricetta sul sito www.sfidalanonna.it.

La regola è solo una: interpretare con creatività il tema del mese utilizzando un prodotto Le Conserve della Nonna.

"È una sfida ambiziosa: da sempre la cucina della nonna è considerata insuperabile, grazie ai sapori e ai profumi che appartengono alla nostra infanzia e, per questo, portatori di un valore affettivo intoccabile", spiega **Linda Botti**, Content Strategist di Btrees. "Vogliamo che il concorso sia percepito come un gioco alla portata di tutti gli appassionati, più che come una competizione. In fondo Le Conserve della Nonna sono sinonimo di buona cucina e convivialità".

I vincitori saranno selezionati mensilmente da una giuria e potranno aggiudicarsi: una box di prodotti, la pubblicazione della ricetta in un esclusivo **ricettario firmato dall'ex direttore progetti speciali del Cucchiaino D'Argento, Stefano Caffari** e una giornata tra campi e stabilimento per assistere alla raccolta e lavorazione delle amarene, un modo unico per immergersi nel mondo autentico de Le Conserve della Nonna.

"Con questa attività vogliamo diffondere il più possibile la conoscenza dell'ampia gamma dei prodotti Le Conserve della Nonna e farne apprezzare ai nostri consumatori qualità e versatilità in cucina", dichiara **Luigi Famulari**, Responsabile Marketing di Gruppo Fini. "Per raggiungere questo obiettivo abbiamo deciso di investire fortemente sul digitale, prima facendo il restyling del **sito internet** e poi con questa sfida che vedrà coinvolti 8 influencer e un'importante firma del mondo della Gastronomia come quella di Caffari. E non vediamo l'ora di far vivere una giornata unica ai vincitori".

TEAM

- Filippo Bondi, Project Manager
- Linda Botti, Content Strategist
- Sara Zavattaro, Social Media Strategist JR
- Andrea Caviglia, Art Director



MARK UP

MARKETING
& CONSUMI

PROTAGONISTI

QUADERNI

REAL ESTATE
& FRANCHISING

NEWS I PIÙ VISTI LE OPINIONI EVENTI MAPPA DELLA DISTRIBUZIONE VIDEO PODCAST

f FACEBOOK in LINKEDIN RSS TWITTER

Home > Dalle aziende > Una passata di pomodoro buona come quella fatta in casa

contenuto sponsorizzato

Una passata di pomodoro buona come quella fatta in casa

7 Ottobre 2021



La genuinità, la straordinaria corposità e la naturale dolcezza sono le caratteristiche che fanno del **Lampomodoro** - la passata di pomodoro dolce dell'Emilia Romagna de **Le Conserve della Nonna** - un prodotto di qualità superiore.

Realizzata con varietà selezionate di pomodoro, coltivate esclusivamente in Emilia-Romagna con metodologie di agricoltura sostenibile a basso impatto ambientale, la passata **Le Conserve della Nonna** rappresenta il perfetto connubio tra modernità e tradizione. Da oltre quarant'anni il brand si distingue per l'utilizzo di materie prime del territorio, da filiera corta e controllata, colte nel momento migliore della maturazione e lavorate da fresco, entro pochissime dalla raccolta. Questo permette di preservare tutte le caratteristiche organolettiche: il risultato è una passata dolce e corposa, a basso indice bostwich, quindi con un'altissima resa in cucina, e con un ridotto contenuto di sale, per una passata buona come quella fatta in casa.

Tutte caratteristiche che le hanno permesso di vincere per 3 anni consecutivi il **Quality Award**, l'unico premio in Italia che coinvolge i consumatori attraverso un'esperienza diretta di degustazione e valutazione dei prodotti alimentari.

www.leconserveellanonna.it



Login

Home Testate ▾ News ▾ Awards ▾ Video ▾ Operatori ▾ Shop Il Gruppo Contatti ▾ Area Utenti ▾

Job opportunities

Leggi news

mediakey.tv » News » Leggi news

- ▶ Newsletter
- ▶ Archivio News

Le Conserve della Nonna lancia il web contest “Sfida la nonna”



Chi riuscirà a fare ricette buone come quelle della nonna? Lo sapremo nei prossimi mesi, quando conosceremo i vincitori del concorso lanciato sui social media di Le Conserve della Nonna. I temi scelti per le ricette con cui partecipare seguono le 4 portate principali di un pasto: l'antipasto (ottobre e novembre), il primo piatto (dicembre e gennaio), il secondo piatto (febbraio e marzo), il dessert (aprile e maggio). Ogni mese, un influencer lancerà la sfida realizzando un piatto e invitando gli utenti a partecipare al gioco facendo lo stesso e caricando la ricetta sul sito www.sfidalanonna.it. La regola è solo una: interpretare con creatività il tema del mese utilizzando un prodotto Le Conserve della Nonna.

“È una sfida ambiziosa: da sempre la cucina della nonna è considerata insuperabile, grazie ai sapori e ai profumi che appartengono alla nostra infanzia e, per questo, portatori di un valore affettivo intoccabile. Vogliamo che il concorso sia percepito come un gioco alla portata di tutti gli appassionati, più che come una competizione. In fondo Le Conserve della Nonna sono sinonimo di buona cucina e convivialità” ha spiegato Linda Botti, Content Strategist di BTREES.

I vincitori saranno selezionati mensilmente da una giuria e potranno aggiudicarsi: una box di prodotti, la pubblicazione della ricetta in un esclusivo ricettario firmato dall'ex direttore progetti speciali del Cucchiario D'Argento, Stefano Caffarri e una giornata tra campi e stabilimento per assistere alla raccolta e lavorazione delle amarene, un modo unico per immergersi nel mondo autentico de Le Conserve della Nonna.

“Con questa attività vogliamo diffondere il più possibile la conoscenza dell'ampia gamma dei prodotti Le Conserve della Nonna e farne apprezzare ai nostri consumatori qualità e versatilità in cucina. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo deciso di investire fortemente sul digitale, prima facendo il restyling del sito internet e poi con questa sfida che vedrà coinvolti 8 influencer e un'importante firma del mondo della Gastronomia come quella di Caffarri. E non vediamo l'ora di far vivere una giornata unica ai vincitori” ha dichiarato Luigi Famulari, Responsabile Marketing di Gruppo Fini.



Le Conserve della Nonna punta sulla pera dell'Emilia Romagna igp



Le Conserve della Nonna, storico brand modenese del Gruppo Fini, ha ampliato la gamma delle proprie confetture lanciando per il circuito gdo e Normal trade una nuova referenza: la confettura con pera dell'Emilia Romagna igp. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le confetture dell'Emilia Romagna (prugna, amarene brusche di modena igp, ciliegia, amarena, cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come arancia, albicocca, pesca, fragola e fichi. Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (Mo) infatti le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.



ALIMENTANDO

IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE

DIRETTO DA ANGELO FRIGERIO

CARNI DOLCI&SALATI FIERE FORMAGGI GROCERY LUXURY
O RETAIL SALUMI TECNOLOGIE VINI

Precedente Prossimo



Il Gruppo Fini lancia la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna Igp

27 Ottobre 2021 - 14:41 | Categorie: Dolci&Salati | Tag: confettura, Gruppo Fini, le conserve della nonna, Pera dell'Emilia Romagna Igp

Modena – Le Conserve della Nonna, storico brand del Gruppo Fini, rinnova la propria presenza sul mercato lanciando la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna Igp. Con un sapore e una consistenza che ricorda le confetture fatte in casa, la nuova referenza arricchisce ulteriormente la gamma di prodotti firmati Le Conserve della Nonna, più volte premiati con il riconoscimento Quality Award. La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna Igp è realizzata con la varietà Williams, presente in una concentrazione fino al 70%, e zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. La nuova referenza andrà ad affiancare gli altri prodotti della linea: tra questi, le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena Igp, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi.

Prodotti Food News

Arriva la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP de Le Conserve della Nonna

By instore - Ott 26, 2021



Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. Le Conserve della Nonna, storico brand modenese del Gruppo Fini, amplia la gamma delle proprie Confetture lanciando per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.



Negli ultimi tre anni la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.



Antiche ricette dall'Italia e dal Mondo

Primi Secondi Contorni Speciali Pane & Pizza Trufflebar

Home > Speciali > Le Conserve della Nonna punta sulla pera dell'Emilia-Romagna IGP

ON 20 NOVEMBER 2021 — SPECIALI

Le Conserve della Nonna punta sulla pera dell'Emilia-Romagna IGP



Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione, la **Confettura con Pera dell'Emilia-Romagna IGP** vede infatti l'utilizzo della sola **varietà Williams**, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una **concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70%** e l'impiego di **zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile**. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un **gusto autentico**, che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le **Confetture dell'Emilia-Romagna** (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e **quelle da frutta 100% italiana** come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi.

Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO), infatti, **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica:** una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta e una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Per maggiori informazioni:

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



HO RE CA
IL PORTALE DEL "FOODIE" NEWS.IT

HOME NOTIZIE PRODOTTI BUSINESS HO.RE.CA. NEWSLETTER MULTIMEDIA AGENDA PARTNERS CONTATTACI

Home > Alimenti & Ingredienti > Conserve, Salse e Inzupperici > Le Conserve della Nonna: la Pera dell'Emilia Romagna IGP protagonista della nuova...

ALIMENTI & INGREDIENTI CONSERVE, SALSE E INZUPPERICI

Le Conserve della Nonna: la Pera dell'Emilia Romagna IGP protagonista della nuova confettura

Le Conserve della Nonna, storico brand del Gruppo Fini, rinnova la propria presenza sul mercato lanciando la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP.

By Redazione 2 - 3 Novembre 2021



Le Conserve della Nonna, storico brand modenese del Gruppo Fini, ha ampliato la gamma delle proprie **Confetture lanciando** per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: **la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP**. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.



Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. **Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità.** Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica:** una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

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

11/11/2021 00:14
to Web

foodaffairs.it

LINK: <https://www.foodaffairs.it/2021/11/14/le-conserve-della-nonna-punta-sulla-pera-dellemilia-romagna-igp/>



HOME COMUNICAZIONE FOOD FOOD E MEDIA FOOD INFLUENCER FOOD TREND FOOD E SOSTENIBILITÀ



FOOD E SOLIDARIETÀ NOVITÀ FOOD & BEVERAGE FOOD BUSINESS FOOD DELIVERY

NOVITÀ FOOD & BEVERAGE

Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

Lo storico brand modenese del Gruppo Fini ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP.

Pubblicato 2 ore fa



Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione, la **Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP** vede infatti l'utilizzo della sola **varietà Williams**, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una **concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70%** e l'impiego di **zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile**. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un **gusto autentico**, che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le **Confetture dell'Emilia Romagna** (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e **quelle da frutta 100% italiana** come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi.

Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica**: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta e una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.



AREA-PRESS.EU

COMUNICATI STAMPA & PRESS RELEASE

[HOME](#) [CHI SIAMO](#) [COMUNICATI](#) [COME PUBBLICARE?](#) [CONTATTACI](#) [LOGOUT](#)

Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

Posted on 2 Novembre 2021 by Borderline Agency

Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi

Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. **Le Conserve della Nonna**, storico brand modenese del Gruppo Fini, **ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando** per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: **la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP**. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. **Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità**. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica**: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta fresca 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 passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



ARTICLE-MARKETING.EU

article marketing & press release

• HOME • BLOG COMUNICATI ▾ • CHI SIAMO ▾

Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

by Borderline Agency | 2 Novembre 2021 | in Comunicati stampa, Cucina, Prodotti | 0

Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi

Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. **Le Conserve della Nonna**, storico brand modenese del Gruppo Fini, **ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando** per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: **la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP**. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. **Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità**. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica**: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta fresca 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 passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

2 Novembre 2021 di BorderlineAgency

Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi

Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. **Le Conserve della Nonna**, storico brand modenese del Gruppo Fini, **ha ampliato la gamma delle proprie Confetture**

lanciando per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: **la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP**. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. **Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità.** Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica:** una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta fresca 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 passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

02/nov/2021 15:05:33 [Borderline Agency](#) [Contatta l'autore](#)

Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi

Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. **Le Conserve della Nonna**, storico brand modenese del Gruppo Fini, **ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando** per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: **la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP**. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. **Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità**. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica**: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

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



Comunicati stampa

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



Ti trovi su: [Home](#) » [Weblog](#) » [Aziende, Gastronomia](#) » [Blog article: Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP](#) | [Comunicati stampa](#)

Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

📅 2 Novembre 2021 da 🇮🇹 Borderline Agency

Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi

Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. **Le Conserve della Nonna**, storico brand modenese del Gruppo Fini, **ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando** per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: **la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP**. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. **Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità**. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica**: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta fresca 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 passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



COMUNICATI-STAMPA.NET

L'informazione dalla fonte ufficiale

PRODOTTI

Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

November

3
2021



Matteo Barbani
Borderline srl

Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi



Quando eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. Le Conserve della Nonna, storico brand modenese del Gruppo Fini, ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta fresca 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 passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

<https://gruppofini.it/>

L'ARTICOLO È DISTRIBUITO IN TUTTI I PUNTI DI VENDITA



Matteo Barbani
communication manager e jr - Borderline srl



Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi

Bologna, 02/11/2021 (informazione.it - comunicati stampa - industria)

Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. Le Conserve della Nonna, storico brand modenese del Gruppo Fini, ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.



Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta fresca 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 passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.

Per maggiori informazioni

Sito Web

<https://gruppofini.it/>

Ufficio Stampa

Matteo Barboni

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

via Parisio 16

40137 bologna

borderline@borderlineagency.com



Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

Pubblicata da: [Borderline](#)



Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi

Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. **Le Conserve della Nonna**, storico brand modenese del Gruppo Fini, **ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP**. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. **Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità**. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica**: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Il **Gruppo Fini SpA**, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta fresca 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 passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



JOY Free Press

Diamo voce ai tuoi pensieri con comunicati di pubblica utilità

» Cultura » Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

Le Conserve della Nonna punta sulla Pera dell'Emilia Romagna IGP

2 Nov 2021 | Cultura

Il brand modenese lancia sul mercato la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. La nuova referenza arricchisce ulteriormente la linea di confetture che ha saputo conquistare i consumatori di tutta Italia aggiudicandosi anche il prestigioso Quality Award per ben tre anni consecutivi



Quando l'eccellenza incontra l'eccellenza il risultato non può che essere straordinario. **Le Conserve della Nonna**, storico brand modenese del Gruppo Fini, ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP. Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione attraverso la sapienza e l'esperienza di un'azienda leader di mercato, ambasciatrice del made in Italy sulle tavole di tutto il mondo.

La Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP è pronta a rivoluzionare la colazione e la merenda di tutti i consumatori grazie a una proposta dal contenuto genuino e dall'alto valore aggiunto. La referenza vede l'utilizzo della sola varietà Williams, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70% e l'impiego di zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un gusto autentico che ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade, preparate con amore e perizia dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de **Le Conserve della Nonna** ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le Confetture dell'Emilia Romagna (Prugna, Amarena Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e quelle da frutta 100% italiana come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi. **Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità.** Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta ed una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.

Il Gruppo Fini SpA, società 100% italiana di proprietà di Holding Carisma, è una storica realtà produttiva dell'alimentare nel nostro Paese. La società è titolare dei marchi Fini, nato nel 1912 ad opera di Telesforo Fini nel cuore dell'Emilia, e Le Conserve della Nonna, tradizionale realtà di Ravarino (MO). FINI è un marchio di pasta fresca 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 passate, sughi, condimenti e confetture preparate secondo metodi tradizionali, con la sicurezza di un grande gruppo industriale.



Pasta fresca e surgelata

gli italiani si coccolano con referenze gourmet

Il segmento della pasta fresca continua a conquistare gli italiani, grazie a prodotti di elevata qualità che esprimono tutta la conoscenza della nostra tradizione gastronomica, anche se non mancano proposte molto innovative, soprattutto nelle referenze surgelate sempre più apprezzate dai consumatori.



PASTA FRESCA E SURGELATA

SEMPRE PIÙ AMATI I PRODOTTI TIPICI REGIONALI

Il consumatore continua a cercare con sempre maggior interesse il prodotto italiano, autenticamente tradizionale e genuino. «La versatilità e la praticità di utilizzo sono tra i fattori chiave del successo di questa categoria – afferma **Roberta Morini, brand manager freschi del Gruppo Fini** – che continua a conquistare nuovi consumatori. Negli ultimi anni si stanno consolidando anche chiari fenomeni di “premiu-mizzazione” degli acquisti che spingono la distribuzione e la rotazione di prodotti con formati e ripieni di elevata qualità, con ricette in grado di valorizzare ingredienti della cultura gastronomica tipica italiana e regionale. Il mercato della pasta fresca ripiena si sta quindi sempre più polarizzando sulle due fasce di prezzo: premium e low, trend comune anche ad altre categorie del food italiano. Per il brand Fini, dopo tre anni di crescita di quote di mercato, anche il 2020 ha registrato tassi di incremento dei sell-out molto positivi, riconfermati anche in questi primi 10 mesi dell’anno».



Ravioli ripieni in versione inedita

Lo scorso giugno l’azienda ha lanciato i Ravioli Ricotta Erbette, attraverso la collaborazione con il Gruppo Granarolo. «Si tratta di una versione inedita – spiega **Roberta Morini** – sicuramente ricca e gustosa, del piatto tipico della tradizione emiliana, in cui si esalta e valorizza ancora di più il connubio di sapore tra l’avvolgente ricotta fresca di qualità del brand Granarolo, accompagnata da erbette saltate in padella, e il raviolo a doppia sfoglia dalla superficie ruvida e porosa, ottenuta con farine 100% italiane e uova da galline allevate a terra».



«Vi racconto Giorgio Fini , un big che anticipò i tempi

«Oltre ad Enzo Ferrari e Luciano Pavarotti il terzo grande modenese è **Giorgio Fini**, un imprenditore davvero in anticipo sui tempi per quanto riguarda l'industrializzazione delle eccellenze gastronomiche e la promozione del territorio. A differenza dei primi due, però, di lui si conoscono pochi particolari dell'epopea partita in piazza San Francesco con suo padre Telesforo». Il giornalista e filmmaker Marco Amendola, professionista modenese, per tre anni ha lavorato al film-documentario '**Giorgio Fini**, le buone cose di Modena' e ora lo presenta in città: appuntamento domenica 21 novembre alle 18.30 al Real **Fini** Baia del Re in strada Vignolese nei pressi di Modena Sud (ingresso gratuito, occorre prenotare al numero 059.4792111, obbligatorio il greenpass). Amendola perché un film su **Fini**? «L'idea nasce proprio perché ho sempre pensato che **Fini**, scomparso a settant'anni nel 1995, fosse molto meno noto di Ferrari e Big Luciano sui quali ci sono libri e film in grande quantità. Giorgio, figlio di Telesforo del quale c'è ancora l'insegna sullo storico negozio di corso Canalchiario purtroppo chiuso da anni, ha dato invece un contributo fondamentale allo sviluppo economico di Modena. Ha avuto un ruolo importantissimo dai tempi del boom economico nel secondo dopoguerra». Che figura emerge? «Giorgio porta avanti l'attività di Telesforo ed è geniale nell'anticipare i tempi. Oggi, infatti, tutti parlano di enogastronomia, dei prodotti tipici, ma lui se ne occupò decenni fa: industrializzò i **tortellini**, all'epoca conosciuti solo a Modena e città vicine e portò l'aceto balsamico in mezzo mondo. Scommette sui prodotti tipici emiliani e ci vede molto lungo». Umanamente com'era l'imprenditore? «Nel film intervisto circa 25 tra ex collaboratori e dipendenti, tra cui Cesira Bertelli, Livio Casolari, Sergio Cuoghi, Gianni Fiorini, Linda Limoni, Claudio Migliorini, Michele Fasano e tutti ne parlano come di un amico e non di un vecchio padrone del vapore. Chi l'ha conosciuto parla di forte empatia con tutti e lui ha molto aiutato la sua città, pensiamo ad esempio alla tanta beneficenza, alla sponsorizzazione del volley femminile, al Circolo della Biella per quanto riguarda i motori. Poi, certo, c'era il suo notissimo ristorante **Fini** sul retro della bottega Telesforo, il primo in città a ottenere una stella Michelin». Come ha realizzato il suo film? «L'ho completamente autoprodotta e l'ho realizzato in tre anni, finendo prima del lockdown dell'anno scorso. Oltre alle interviste che le dicevo ho girato immagini presso l'albergo abbandonato sull'Autosole nell'ex **autogrill Fini**, allo stabilimento principale di Albareto, all'ex negozio in centro e nell'ex Real **Fini** di via Emilia Est. Presso la Fmav, che ringrazio, ho poi trovato molte immagini storiche mai viste prima. Con me hanno collaborato Francesca Cappi e Enrico Gennari». Nel film di Marco Amendola si vede come questa avventura tutta gialloblù parta nel 1912, dalla storica salumeria in centro grazie appunto al capostipite **Telesforo Fini** poi sviluppata da Giorgio nel celebre ristorante sul retro nel quale spesso pranzavano anche Ferrari e Pavarotti oltre a celebrità come Ingrid Bergman, la regina Soraya, il re del Belgio Leopoldo, Sophia Loren, Roberto Rossellini. L'azienda **Fini** ben presto si espande in mezzo mondo e passa di proprietà a una multinazionale sul finire degli anni ottanta. Stefano Luppi



IN FAMIGLIA PAGINE UTILI!

NATALE SCELTE SOLIDALI Il panettone in edicola ha un sapore più buono

IL DOLCE TRADIZIONALE DELLE FESTE DI FONDAZIONE UMBERTO VERONESI SI PRENOTA ENTRO IL 15 NOVEMBRE NEI PUNTI VENDITA SERVITI DA M-DIS

L'edicola fa il Natale più buono. Accanto a riviste, giornali e figurine, fino al 15 novembre si potranno prenotare anche i panettoni della Fondazione Umberto Veronesi e dare un contributo alla ricerca per trovare nuove cure e terapie per bambini e adolescenti malati di tumore. È il nuovo passo della rivoluzione dei punti vendita dei giornali portata avanti dal 2014 da M-Dis, il primo distributore editoriale italiano, guidato da Andrea Liso e controllato al 100% da Rcs Mediagroup (editore anche di Oggi), che consegna circa 3.400 testate per 1 miliardo di copie l'anno in oltre 25.500 edicole e 1.500 tra supermercati, aeroporti e stazioni. Il dolce tradizionale delle feste natalizie in versione solidale, del peso di 1 chilo e prodotto a lievitazione naturale da Balocco, sarà racchiuso in una speciale scatola in acciaio eco-sostenibile, realizzata con Ricrea (Consorzio nazionale riciclo e recupero imballaggi in acciaio) e sarà disponibile nei 15 mila punti vendita iscritti a PrimaEdicola.it. Il Natale 2021 in edicola non si ferma però qui. Offre anzi una possibilità nuova e comoda anche per lo shopping dei regali da mettere sotto l'albero, tra giocattoli, bambole, prodotti per smartphone e cuffie wireless (vedi box). Senza dimenticare il servizio di pick up point, cioè il ritiro dei pacchi per i clienti di Ibs.it, Libraccio, Nespresso, ho.mobile (Vodafone), Tigotà, Panini o i vincitori delle promozioni della Ferrero, che ha ora raggiunto oltre 5 mila edicole. Mentre su 1.800 è attivo il servizio di Amazon Hub Counter che, dopo i 110 mila pacchi del secondo semestre 2019, lo scorso anno ha superato gli 870 mila pacchi e per il 2021 prevede di tagliare quota 1,4 milioni di consegne.

Nei chioschi trovi doni e altre delizie Oltre 1.500 edicole offrono più di 500 prodotti attraverso PrimaEdicola.it. Ideali come regali di Natale sono i giochi Mattel, Hasbro e Tamiya e i prodotti per smartphone e cuffie wireless Cellularline. Ma anche le pile Varta, gli articoli di cartoleria Pigna, Pelikan, Stabilo, 3M e TriCoastal, gli orologi Lowell e gli occhiali di design Moscacieca. Tra gli articoli food si trovano biscotti Matilde Vicenzi, biscotti Divella, caramelle e dolci Sperlari, capsule di Caffè Ottolina e Lavazza, prodotti bio Fiorentini, pastiglie Leone, snack Nestlé e Babasucco, caramelle Candyness, **sughi** e marmellate Conserve della Nonna. (Gruppo **Fini**). **REGALI TECNOLOGICI** Cuffie e cassa emozionale di Cellularline.

Foto: DONAZIONI SOTTO L'ALBERO L'edicola di piazza Castello a Torino e, sotto, il panettone di Fondazione Umberto Veronesi: si prenota con una donazione da 20 euro.

Pasta fresca, business a quota 892 milioni: vincono i marchi locali

Consumi. Vendite in crescita del 5%: dietro grandi nomi come Rana e Fini, nelle singole regioni si confermano leader realtà legate alla tradizione

Manuela Soressi

Soverini a Bologna, Canuti in Romagna, Piccinini in Emilia, Voltan in Friuli e Veneto, Novella in Liguria, D'Andrea in alcune province marchigiane: non c'è probabilmente mercato, quale quello della pasta fresca, con così tanti leader locali a spartirsi un primo piatto che, tra grande distribuzione e discount, sfiora gli 892 milioni di euro.

Se a dominare a livello nazionale è la triade private label, Rana e Fini, a livello locale i consumatori continuano a preferire le marche del territorio o quelle con una radicata presenza storica. Soprattutto quando si tratta di pasta fresca ripiena. «Mentre la pasta secca ha consumi piuttosto trasversali e omogenei a livello nazionale, in quella fresca il localismo resta ancora importante e ogni zona conserva le sue preferenze, soprattutto in fatto di ripieni - spiega Marcello Pennazzi, amministratore delegato del pastificio Luciana Mosconi, azienda in crescita (+32% annuo in Gdo, 34 milioni di euro di ricavi 2020) che punta su materie prime italiane e tradizione

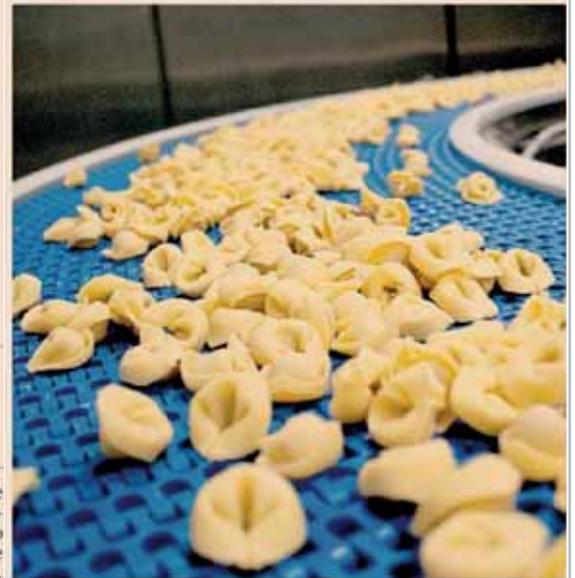
marchigiana -. Ad esempio, i nostri cappelletti ai formaggi continuano a crescere in modo interessante in Romagna mentre sopra Forlì non si vendono». Ed è solo un esempio di come le tradizioni locali resistano, e spesso si consolidano, nelle varie parti d'Italia, dove l'unità nazionale in fatto di tortellini e tortelloni sembra davvero ancora lontana.

Quel che accomuna tutto il paese è invece la passione per questi primi piatti, confermata dall'andamento delle vendite durante la pandemia. L'effetto lockdown ha premiato la Gdo, dove il sell-out ha sfiorato il 5% di aumento dando nuovo slancio al

mercato. Trend confermato anche dai dati Nielsen aggiornati a settembre 2021, che mostrano come siano proseguite la ripresa dei consumi e la ricerca di prodotti più gourmet. Infatti a crescere sono stati soprattutto "tortellini & affini", che generano il 60% delle vendite e che negli ultimi 12 mesi hanno registrato un +6% a valore. Ma ci sono tipologie di prodotti che sono volate oltre il +20%, come quelli con ripieni ai formaggi, di vitello o a base di pesce.

Su questi ultimi ha puntato il Raviolificio Scolattolo, oggi leader nelle private label (80% dei 40 milioni di euro di fatturato), per perseguire l'obiettivo di imporre il proprio brand aziendale. Per sostenere lo sviluppo anche all'estero (65% delle vendite) l'azienda delle famiglie Di Caro-Guerra ha investito 2 milioni di euro nello stabilimento di Lonate Ceppino e ora ne destina altri 10 alla costruzione di un secondo polo produttivo i cui lavori sono al via.

Espansione della produzione anche per il Pastaio di Brescia, che, a gennaio inaugurerà la nuova linea di produzione, costata 3 milioni di euro, e gli impianti di cogenerazione per l'uso di fonti rinnovabili. «Un



Raviolificio Scolattolo. I formati ripieni sono quelli più legati alle produzioni locali

potenziamento a supporto dei nostri obiettivi di crescita nella Gdo sia in Italia che all'estero, dove realizziamo metà dei nostri 38 milioni di euro di fatturato» afferma Roberto Zampedri, della direzione commerciale dell'azienda. Se le private label valgono il 70% dei ricavi, il restante 30% si deve al brand Patarò, oggetto di un recente restyling e di un arricchimento dell'offerta con gnocchi gourmet e con patate lombarde, che giocano in un segmento interessante (oltre 148 milioni di euro di vendite), e con nuove segmentazioni, dai prodotti ripieni a quelli per bambini.

«È proprio il dinamismo delle aziende a trainare l'espansione del mercato della pasta fresca, in tutti i segmenti» sottolinea Perazzi. L'innovazione di prodotto, l'aumento dell'assortimento a scaffale, l'apertura di nuovi mercati all'estero e l'acquisizione di nuovi clienti della Gdo sta trainando le vendite di molti

competitor, con aziende che segnano aumenti a due cifre, come Bocon, Maffei, Luciana Mosconi, il Pastaio di Brescia e Master.

Anche la riapertura di bar e ristoranti crea nuovi spazi di crescita. «Con l'estate il mercato del fuoricassa è ripartito alla grande confermando come la pasta, compresa quella fresca, sia strategica per l'offerta dei locali - spiega Massimiliano Bacchini, direttore commerciale di Surgital, market leader da oltre 60 milioni di euro con il 70% del business realizzato nell'horeca -. A questo segmento sono dedicati i nuovi 4 mila mq dello stabilimento di Lavezzola con nuove linee produttive, all'avanguardia. Un investimento oneroso, proseguito nonostante la crisi dettata dalla pandemia, e che ci permetterà di rispondere a una domanda che ci aspettiamo continuerà a crescere in tutto il mondo».

© FOTOCOOPERATIVA INTERNAZIONALE

Gli italiani cercano i prodotti gourmet: gli acquisti di alcuni tipi di tortellini sono aumentati del 20%



Storia di Fini, ambasciatore delle buone cose di Modena

Oggi alla Baia del Re viene presentato il documentario di Marco Amendola che racconta con aneddoti e inediti la storia del ristoratore-imprenditore

Alle origini del mito: "Giorgio Fini, le buone cose di Modena". È il titolo del documentario biografico che viene presentato oggi alle 18.30 presso il Real Fini Baia del Re Hotel Ristorante in via Vignolese a Modena. Il documentario racconta la storia umana e professionale di Giorgio Fini nato nel 1925 a Modena, l'imprenditore che ha fatto conoscere sul mercatonazionale e all'estero numerosi prodotti tipici emiliani fra cui tortellini, zamponi e aceto balsamico. Sullo sfondo emerge il ritratto di una città operosa che si proietta a livello internazionale con i tre personaggi alfieri della mode-

nesità come Enzo Ferrari, Luciano Pavarotti e Giorgio Fini. Tutto ha inizio nel 1912, dalla storica salumeria in corso Canalchiaro in centro a Modena fondata da Telesforo Fini, capostipite della famiglia. Poi arriva il rinomato ristorante Fini fregiato con 1 stella Michelin, punto di riferimento internazionale per celebrità come Ingrid Bergman, la regina Soraya, il re del Belgio Leopoldo, Sophia Loren, Roberto Rossellini. «È la storia di Giorgio Fini, ma soprattutto è la storia di un modenese che ha fatto tantissimo per il proprio territorio facendo lavorare centinaia di persone.», spiega l'autore

Marco Amendola - Se in Italia e altrove oggi conoscono prodotti come i tortellini o l'aceto balsamico, questo lo si deve in particolare alla sua attività nella seconda metà del Novecento, legando il nome di Modena alla buona cucina. E' anche la storia di una città e dei suoi luoghi in cui avveniva la vita economica e culturale, come il ristorante Fini San Francesco, con 1 stella Michelin, o l'Hotel Real Fini punto di riferimento delle celebrità internazionali. Emerge anche la figura di un uomo impegnato nella beneficenza, molto attivo nello sport come la sponsorizzazione nel volley femminile»

Con la motorizzazione di massa negli anni 50, Giorgio Fini apre un grill nel tratto modenese dell'autostrada del Sole. Dopo Mario Pavesi è il secondo industriale italiano a capire le potenzialità offerte dalla rete autostradale, e realizza un punto vendita con ristorante per offrire ai viaggiatori le specialità modenesi. «C'erano prodotti alimentari di prima qualità, ma venivano venduti anche dei prodotti in ceramica, e per Natale si facevano anche delle ceste natalizie che non faceva nessuno in autostrada. Si lavorava molto e c'era da lavorare molto», racconta Linda Limoni, ex direttrice

del Fini Grill sull'A1 a Modena. Livio Casolari, ex dipendente dell'Hotel Real Fini, racconta la città quando era fulcro dell'automobilismo sportivo con la presenza costante di Enzo Ferrari, del pilota Alejandro De Tomaso e della star hollywoodiana Paul Newman. E riguardo l'aceto, nel documentario è molto preziosa la testimonianza di Claudio Migliorini, ex direttore dello stabilimento Fini in via Albareto che ricostruisce come andò: «Nel 1970 pochi in Italia, o quasi nessuno, conoscevano l'aceto balsamico una tradizione tramandata fra pochissime famiglie emiliane. Ed anche a Modena erano in pochi a farlo. Ma è Giorgio Fini, anche qui, a puntare su questo prodotto e a farlo conoscere negli Stati Uniti». Alla fine degli anni 70, Fini intravede la tendenza dei programmi di cucina in televisione e collabora con Wilma De Angelis, poi arriva sulle tv nazionali con una serie di pubblicità. Ma questa è solo una delle curiosità presenti nel documentario scritto e prodotto dal giornalista Marco Amendola, che oltre a restituire un ritratto di Giorgio Fini, si avvale delle interviste ai suoi ex di-

pendenti e ai suoi più stretti collaboratori, con il supporto di immagini inedite. L'azienda nata sotto la Ghirlandina si espande in Italia, con punti vendita nei principali aeroporti, nei grandi magazzini, sulle autostrade con i Fini Grill, nell'hotellerie di lusso con l'Hotel Real Fini, per arrivare negli Stati Uniti e di conseguenza all'export in tutto il mondo. Il marchio, con la guida di Giorgio Fini, immette sul mercato nazionale prodotti tipici locali come tortellini, zamponi, cotechini e l'aceto balsamico, primo industriale a credere nelle potenzialità di questo condimento emiliano. Entrò nell'olimpo dell'industria alimentare italiana, con un'azienda modello, capace di attrarre l'attenzione di grandi multinazionali, che sul finire degli anni '80 ne rilevano la proprietà. Giorgio Fini muore il 18 dicembre del 1995 ma ancora oggi è ricordato come fautore e mito della gastronomia emiliana. Come assistere. Per assistere alla proiezione delle 18.30 l'ingresso è gratuito fino a esaurimento posti presso il Real Fini Baia del Re in strada Vignolese 1684, tel.059 4792111.

IL PERSONAGGIO



Nella foto grande: Giorgio Fini nella sala del ristorante baia del re. In alto a sinistra: Livio Casolari, ex dipendente dell'Hotel Real Fini. In alto a destra: Linda Limoni, ex direttrice del Fini Grill. In basso a sinistra: Claudio Migliorini, ex direttore dello stabilimento Fini. In basso a destra: Marco Amendola.





QUOTIDIANO.NET



EXPO METEO GUIDA TV SPECIALI ABBONATI LEGGI IL GIORNALE ACCEDI

il Resto del Carlino MODENA

INCIDENTE A1 TRONISTA MORTO FALSI GREEN PASS EDUSCOPIO 2021 RAGAZZINA IN COMA MARCHE ZONA GIALLA VASCO ROSSI RISTORANTI

CRONACA SPORT COSA FARE POLITICA ECONOMIA CULTURA SPETTACOLI EDIZIONI



Cronaca di Modena Cosa Fare Sport

Home > Modena > Cronaca > "Vi Racconto Giorgio Fini, Un..."

Pubblicato il 11 novembre 2021

"Vi racconto Giorgio Fini, un big che anticipò i tempi"

Nel film di Marco Amendola, che sarà presentato il 21, testimonianze e aneddoti "Capi l'importanza di puntare sui prodotti tipici decenni prima di tanti altri"



"Oltre ad Enzo Ferrari e Luciano Pavarotti il terzo grande modenese è Giorgio Fini, un imprenditore davvero in anticipo sui tempi per quanto riguarda l'industrializzazione delle eccellenze gastronomiche e la promozione del territorio. A differenza dei primi due, però, di lui si conoscono pochi particolari dell'epopea partita in piazza San Francesco con suo padre Telesforo". Il giornalista e filmmaker Marco Amendola, professionista modenese, per tre anni ha lavorato al film-documentario 'Giorgio Fini, le buone cose di Modena' e ora lo presenta in città: appuntamento domenica 21 novembre alle 18.30 al Real Fini Baia del Re in strada Vignolesse nei pressi di Modena Sud...



In partnership con:
Le Conserve della Nonna



LE CONSERVE DELLA NONNA PUNTA SULLA PERA DELL'EMILIA ROMAGNA IGP

Lo storico brand modenese del Gruppo Fini ha ampliato la gamma delle proprie Confetture lanciando per il circuito GDO e Normal Trade una nuova referenza: la Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP.



Un prodotto pensato per esaltare uno dei frutti più rappresentativi della regione, la **Confettura con Pera dell'Emilia Romagna IGP** vede infatti l'utilizzo della sola **varietà Williams**, selezionata e raccolta nel momento migliore della maturazione, con una **concentrazione di frutta elevata che arriva fino al 70%** e l'impiego di **zucchero italiano certificato da agricoltura sostenibile**. L'insieme di tali proprietà e caratteristiche contribuisce a regalare un **gusto autentico**, che **ricorda la fragranza indimenticabile delle confetture homemade**, preparate con amore dentro le calde pareti domestiche.

Negli ultimi 3 anni (2019-2020-2021) la linea di confetture de Le Conserve della Nonna ha vinto il prestigioso Quality Award e conquistato sempre di più la fiducia dei consumatori attraverso referenze che per bontà e cremosità ricordano le confetture fatte in casa. Tra queste ricordiamo le **Confetture dell'Emilia Romagna** (Prugna, Amarene Brusche di Modena IGP, Ciliegia, Amarena, Cotogna) e **quelle da frutta 100% italiana** come Arancia, Albicocca, Pesca, Fragola e Fichi.

Per ogni referenza il segreto consiste in una lavorazione accurata e che punta dritto alla qualità. Nello stabilimento produttivo di Ravarino (MO) infatti **le confetture nascono attraverso il tradizionale procedimento della concentrazione per evaporazione termica**: una lunga cottura del frutto che consente di eliminare l'acqua, ottenendo confetture con altissima percentuale di frutta e una consistenza naturalmente ricca e cremosa, non gelificata.



SCOPRI LE CONSERVE DELLA NONNA

Ricevi questa email perché iscritto al nostro database.
Per aggiornare le tue preferenze, clicca qui
Se non visualizzi correttamente, clicca qui

FOOD

© 2015-2021 FOOD S.r.l. - Tutti i diritti di riproduzione sono riservati



LA PRESSA

Quotidiano di approfondimento politico ed economico



ECONOMIA SOCIETÀ' OLTRE MODENA SOSTIENI LA PRESSA CONTATTI

HOME > ARTICOLI > CHE CULTURA

Il mito di Giorgio Fini rivive in un documentario: proiezione domenica

Data: 16 Novembre 2021 - 12:02 / Categoria: Che Cultura
Autore: Redazione La Pressa

Scritto e prodotto dal giornalista Marco Amendola, 'Giorgio Fini, le buone cose di Modena' ricostruisce la storia del marchio e dell'impero alimentare



Domenica 21 novembre alle 18.30 è in programma la proiezione del documentario biografico 'Giorgio Fini, le buone cose di Modena' presso il Real Fini Baia del Re Hotel Ristorante in strada Vignolese a Modena. Il documentario racconta la storia umana e professionale di Giorgio Fini nato nel 1925 a Modena, l'imprenditore diventato noto in Italia e all'estero per aver fatto conoscere numerosi prodotti tipici emiliani fra cui tortellini, zampone e aceto balsamico.

Scritto e prodotto dal giornalista Marco Amendola, 'Giorgio Fini, le buone cose di Modena' ricostruisce la storia del marchio e dell'impero alimentare, oltre a restituire un ritratto di Giorgio Fini, attraverso le interviste ai suoi ex dipendenti e ai suoi più stretti collaboratori, con il supporto di immagini inedite.

Tutto ha inizio nel 1912, dalla storica salumeria in corso Canalchiaro in centro a Modena fondata da Telesforo Fini, capostipite della famiglia. Poi arriva il rinomato ristorante Fini fregiato con stella Michelin, punto di riferimento internazionale per celebrità come Ingrid Bergman, la regina Soraya, il re del Belgio Leopoldo, Sophia Loren, Roberto Rossellini, che arrivavano a Modena per incontrare Luciano Pavarotti e Enzo Ferrari.

Il marchio, sotto la guida di Giorgio Fini, immette sul mercato nazionale prodotti tipici locali come tortellini, zampone, cotechini e l'aceto balsamico, primo industriale a credere nelle potenzialità di questo condimento emiliano per arrivare nei principali aeroporti, nei grandi magazzini, sulle autostrade con i Fini Grill, nell'hotellerie di lusso e all'export nel mondo.

Per assistere alla proiezione pubblica delle 18.30 l'ingresso è gratuito su prenotazione al tel. 059 4792111 presso il Real Fini Baia del Re Hotel Ristorante in strada Vignolese 1684 a Modena. L'accesso alla sala è consentito secondo le disposizioni di sicurezza Covid. La capienza massima è di 50 persone.

'Giorgio Fini, le buone cose di Modena' è un documentario della durata di 40 minuti, realizzato a partire dal 2017 e concluso a maggio 2020. Scritto e prodotto da Marco Amendola, si avvale di testimonianze e immagini inedite per ricostruire la storia umana e professionale di Giorgio Fini, imprenditore che ha segnato in modo indelebile la crescita economica del territorio modenese. Alle interviste hanno partecipato dipendenti e collaboratori stretti di Giorgio Fini: Cesira Bertelli, Livio Casolari, Sergio Cuoghi, Gianni Fiorini, Linda Limoni, Claudio Migliorini, Michele Fasano. Collaborazione alle immagini di Francesca Cappi e Enrico Gennari.

MODENATODAY

Notizie Cosa fare in città Zone

EVENTI / INCONTRI

"Giorgio Fini, le buone cose di Modena" il documentario



DOVE

[Real Fini Baia del Re Hotel Ristorante](#)

Indirizzo non disponibile

QUANDO

Dal 21/11/2021 al 21/11/2021

18.30



Redazione

16 novembre 2021 15:23

Domenica 21 novembre alle ore 18.30 è in programma la proiezione del documentario biografico "Giorgio Fini, le buone cose di Modena" presso il Real Fini Baia del Re Hotel Ristorante in strada Vignolese a Modena.

Il documentario racconta la storia umana e professionale di Giorgio Fini nato nel 1925 a Modena, l'imprenditore diventato noto in Italia e all'estero per aver fatto conoscere numerosi prodotti tipici emiliani fra cui tortellini, zamponi e aceto balsamico.

Scritto e prodotto dal giornalista Marco Amendola, "Giorgio Fini, le buone cose di Modena" ricostruisce la storia del marchio e dell'impero alimentare, oltre a restituire un ritratto di Giorgio Fini, attraverso le interviste ai suoi ex dipendenti e ai suoi più stretti collaboratori, con il supporto di immagini inedite.

Tutto ha inizio nel 1912, dalla storica salumeria in corso Canalchiario in centro a Modena fondata da Telesforo Fini, capostipite della famiglia. Poi arriva il rinomato ristorante Fini fregiato con stella Michelin, punto di riferimento internazionale per celebrità come Ingrid Bergman, la regina Soraya, il re del Belgio Leopoldo, Sophia Loren, Roberto Rossellini, che arrivavano a Modena per incontrare Luciano Pavarotti e Enzo Ferrari.

Il marchio, sotto la guida di Giorgio Fini, immette sul mercato nazionale prodotti tipici locali come tortellini, zamponi, cotechini e l'aceto balsamico, primo industriale a credere nelle potenzialità di questo condimento emiliano per arrivare nei principali aeroporti, nei grandi magazzini, sulle autostrade con i Fini Grill, nell'hotellerie di lusso e all'export nel mondo.

Per assistere alla proiezione pubblica delle ore 18.30 l'ingresso è gratuito su prenotazione al tel. 059 4792111 presso il Real Fini Baia del Re Hotel Ristorante in strada Vignolese 1684 a Modena. L'accesso alla sala è consentito secondo le disposizioni di sicurezza Covid. La capienza massima è di 50 persone.

Informazioni sul documentario

"Giorgio Fini, le buone cose di Modena" è un documentario della durata di 40 minuti, realizzato a partire dal 2017 e concluso a maggio 2020. Scritto e prodotto da Marco Amendola, si avvale di testimonianze e immagini inedite per ricostruire la storia umana e professionale di Giorgio Fini, imprenditore che ha segnato in modo indelebile la crescita economica del territorio modenese. Alle interviste hanno partecipato dipendenti e collaboratori stretti di Giorgio Fini: Cesira Bertelli, Livio Casolari, Sergio Cuoghi, Gianni Fiorini, Linda Limoni, Claudio Migliorini, Michele Fasano. Collaborazione alle immagini di Francesca Cappi e Enrico Gennari.

Investireggi » News

Migliori passate di pomodoro da acquistare al supermercato secondo Altroconsumo e IIsalvagente

Ecco le migliori passate di pomodoro da acquistare al supermercato secondo Altroconsumo e IIsalvagente per qualità, la presenza di pesticidi e pulizia.

di [Alessandra Di Bartolomeo](#), pubblicato il 07 Novembre 2021 alle ore 15:47



Quali sono le **migliori passate di pomodoro** da acquistare al supermercato? A rispondere a questa domanda ci pensano *Altroconsumo* e *IIsalvagente* che hanno effettuato dei test per riconoscere le migliori. Ricordiamo che la passata di pomodoro è un prodotto utilissimo per tutti in quanto permette di preparare la pasta al sugo in modo molto veloce ed è una valida alternativa al pomodoro fresco che in questo periodo costa di più ed è alle volte è meno buono che in estate.

Quali sono le migliori passate di pomodoro

Per chi non lo sapesse, la passata di pomodoro è una **conserva vegetale**. Significa che è un prodotto confezionato che ha subito un trattamento termico grazie al quale si conserva nel tempo. A chi si chiede come si produce, rispondiamo dalla lavorazione del prodotto fresco, maturo e sano che viene spremuto eliminando l'acqua. Per capire quali pomodori si usano per la passata, basta controllare l'etichetta in quanto comunicarlo è obbligatorio per legge. Sugli scaffali dei supermercati, in ogni caso, c'è l'imbarazzo della scelta ed il prezzo non indica una qualità migliore o peggiore. Sicuramente uno dei fattori per cui si predilige un prodotto invece dell'altro è il gusto.

Altroconsumo ha testato 23 passate di pomodoro valutando la qualità, la presenza di pesticidi, la pulizia e le tossine prodotte da muffe. Inoltre c'è stata anche la prova d'assaggio dei consumatori. Ebbene, al primo posto della classifica con 77 punti (qualità ottima) c'è "**Le conserve della nonna**" seguita dalla passata "**De Rica**" che ottiene 68 punti (qualità buona). Seguono la Pomì passata classica con 66 punti (qualità buona), la Star La Mia Pummarò, la Divella Delizie Campagnole e la Mutti.

Anche *IIsalvagente* ha realizzato una classifica delle migliori mediante test in laboratorio (2020) ed emerge che tra le migliori c'è quella **Alce Nero, la Coop Origine e Cuore Mediterraneo** (marca Todis). Inoltre anche *Okotest*, la rivista tedesca specializzata in test comparativi, ha confrontato 50 marche tra cui molte italiane.

Dall'analisi emerge che ai primi due posti ci sono **Freshona Bio** (Lidl) e la passata **Pomito di Pomì**. Nel test ottengono un buon punteggio anche De Cecco bio, la Mutti, la Star la Mia Pummarò, la Cirio Bio, La Selva e Natura Toscana ed infine LaSelva.

Leggi anche: [Migliori marche concentrate pomodoro nel 2021 secondo Oko-Test](#)
alessandra.dibartolomeo@investireggi.it



19/11/2021 07:56
Sito Web

MODENATODAY

4 - [L'EPOPEA DI GIORGIO FINI IN UN DOCUMENTARIO](#). omenica 21 novembre alle ore 18.30 è in programma la proiezione del documentario biografico "Giorgio Fini, le buone cose di Modena" presso il Real Fini Baia del Re Hotel Ristorante in strada Vignolese a Modena.



17/11/2021 11:23
to Web

GAZZETTA DI MODENA

LINK: <https://gazzettadimodena.gelocal.it/modena/cronaca/2021/11/21/news/il-film-documentario-storia-di-giorgio-fini-ambasciatore>

HOME | CRONACA | SPORT | TEMPO LIBERO | DOSSIER | VIDEO | ANNUNCI | PRIMA

METEO: +13°C AGGIORNATO ALLE 09:44 - 21 NOVEMBRE

GAZZETTA DI MODENA

Modena Carpi Mirandola Sassuolo Maranello Formigine Vignola Pavullo Tutti i comuni

CONTENUTO RISERVATO AGLI ABBONATI

Modena » Cronaca

Il film - documentario: storia di Giorgio Fini, ambasciatore delle buone cose di Modena



Oggi alla Baia del Re viene presentato il documentario di Marco Amendola che racconta con aneddoti e inediti la storia del ristoratore-imprenditore

21 NOVEMBRE 2021

Alle origini del mito: "Giorgio Fini, le buone cose di Modena" È il titolo del documentario biografico che viene presentato oggi alle 18.30 presso il Real Fini Baia del Re Hotel Ristorante in via Vignolese a Modena. Il documentario racconta la storia umana e professionale di Giorgio Fini nato nel 1925 a Modena, l'imprenditore che ha fatto conoscere sul mercato nazionale e all'estero numerosi prodotti tipici emiliani fra cui tortellini, zamponi e aceto balsamico. Sullo sfondo emerge il ritratto di una città operosa che si proietta a livello internazionale con i tre personaggi alfiere della modenestà come Enzo Ferrari, Luciano Pavarotti e Giorgio Fini.

Tutto ha inizio nel 1912, dalla storica salumeria in corso Canalchiaro in centro a Modena fondata da Telesforo Fini, capostipite della famiglia. Poi arriva il rinomato ristorante Fini fregiato con 1 stella Michelin, punto di riferimento internazionale per celebrità come Ingrid Bergman, la regina Soraya, il re del Belgio Leopoldo, Sophia Loren, Roberto Rossellini. «E' la storia di Giorgio Fini, ma soprattutto è la storia di un modenese che ha fatto tantissimo per il proprio territorio facendo

lavorare centinaia di persone. - spiega l'autore Marco Amendola - Se in Italia e altrove oggi conoscono prodotti come i tortellini o l'aceto balsamico, questo lo si deve in particolare alla sua attività nella seconda metà del Novecento, legando il nome di Modena alla buona cucina. E' anche la storia di una città e dei suoi luoghi in cui avveniva la vita economica e culturale, come il ristorante Fini San Francesco, con 1 stella Michelin, o l'Hotel Real Fini punto di riferimento delle celebrità internazionali. Emerge anche la figura di un uomo impegnato nella beneficenza, molto attivo nello sport come la sponsorizzazione nel volley femminile»

Con la motorizzazione di massa negli anni 50, Giorgio Fini apre un grill nel tratto modenese dell'autostrada del Sole. Dopo Mario Pavesi è il secondo industriale italiano a capire le potenzialità offerte dalla rete autostradale, e realizza un punto vendita con ristorante per offrire ai viaggiatori le specialità modenesi. «C'erano prodotti alimentari di prima qualità, ma venivano venduti anche dei prodotti in ceramica, e per Natale si facevano anche delle ceste natalizie che non faceva nessuno in autostrada. Si lavorava molto e c'era da lavorare molto», racconta Linda Limoni, ex direttrice del Fini Grill sull'A1 a Modena. Livio Casolari, ex dipendente dell'Hotel Real Fini, racconta la città quando era fulcro dell'automobilismo sportivo con la presenza costante di Enzo Ferrari, del pilota Alejandro De Tomaso e della star hollywoodiana Paul Newman. E riguardo l'aceto, nel documentario è molto preziosa la testimonianza di Claudio Migliorini, ex direttore dello stabilimento Fini in via Albareto che ricostruisce come andò: «Nel 1970 pochi in Italia, o quasi nessuno, conoscevano l'aceto balsamico una tradizione tramandata fra pochissime famiglie emiliane. Ed anche a Modena erano in pochi a farlo. Ma è Giorgio Fini, anche qui, a puntare su questo prodotto e a farlo conoscere negli Stati Uniti». Alla fine degli anni 70, Fini intravede la tendenza dei programmi di cucina in televisione e collabora con Wilma De Angelis, poi arriva sulle tv nazionali con una serie di pubblicità. Ma questa è solo una delle curiosità presenti nel documentario scritto e prodotto dal giornalista Marco Amendola, che oltre a restituire un ritratto di Giorgio Fini, si avvale delle interviste ai suoi ex dipendenti e ai suoi più stretti collaboratori, con il supporto di immagini inedite. L'azienda nata sotto la Ghirlandina si espande in Italia, con punti vendita nei principali aeroporti, nei grandi magazzini, sulle autostrade con i Fini Grill, nell'hotellerie di lusso con l'hotel Real Fini, per arrivare negli Stati Uniti e di conseguenza all'export in tutto il mondo. Il marchio, con la guida di Giorgio Fini, immette sul mercato nazionale prodotti tipici locali come tortellini, zamponi, cotechini e l'aceto balsamico, primo industriale a credere nelle potenzialità di questo condimento emiliano. Entrò nell'olimpo dell'industria alimentare italiana, con un'azienda modello, capace di attrarre l'attenzione di grandi multinazionali, che sul finire degli anni '80 ne rilevano la proprietà. Giorgio Fini muore il 18 dicembre del 1995 i ma ancora oggi è ricordato come fautore e mito della gastronomia emiliana.

Come assistere. Per assistere alla proiezione delle 18.30 l'ingresso è gratuito fino a esaurimento posti presso il Real Fini Baia del Re in strada Vignolese 1684,tel.059 4792111.



ALIMENTANDO

IL PERIODICO DEL SETTORE ALIMENTARE

DIRETTO DA ANGELO FRIGERIO

CARNI DOLCI&SALATI FIERE FORMAGGI GROCERY LUXURY
O RETAIL SALUMI TECNOLOGIE VINI

Precedente Prossimo



Pasta fresca: business da 892 milioni di euro. In testa Rana, Fini e le private label

25 Novembre 2021 - 10:22 | Categorie: Grocery, Pasta e riso | Tag: pasta fresca

Milano – Il business della pasta fresca, tra grande distribuzione e discount, sfiora gli 892 milioni di euro. Come pubblicato da Il Sole 24 ore, l'effetto lockdown ha premiato la Gdo, dove il sell-out ha sfiorato il 5% di aumento dando nuovo slancio al mercato. Un trend confermato anche dai dati Nielsen aggiornati a settembre 2021, che mostrano come sia proseguita sia la ripresa dei consumi che la ricerca di prodotti più gourmet. A livello nazionale dominano le private label, Rana e Fini. A livello locale, invece, i consumatori scelgono le marche del territorio o quelle con una radicata presenza storica. Nel settore della pasta fresca, a crescere è stata soprattutto la categoria 'tortellini & affini', che genera il 60% delle vendite e che negli ultimi 12 mesi ha registrato un +6% a valore.

Notizie dalla città

«La nuova salumeria Telesforo Fini sarà 4.0»

Marco Olivi, 37 anni, al lavoro per riaprire il tempio della gastronomia. «Investo tutto me stesso in questo sogno, vinceremo la sfida»

di Stefano Luppi

«Non sarà una copia dello storico negozio Telesforo Fini, ma sarà una gastronomia 4.0, un luogo di eccellenza per i prodotti modenesi e non solo quelli. La mia famiglia dall'Ottocento è proprietaria del palazzo con la bottega e io ora investo tutto me stesso in questo sogno. Apriremo tra pochi mesi, in primavera e avremo presto anche uno spazio esterno».

Marco Olivi, 37 anni, il proprietario del tempio della gastronomia dal quale è partita tutta l'epopea Fini, sta lavorando intensamente per riaprire il locale di 170 metri quadrati con la storica insegna che tutti possono ancora vedere transitando sotto il portico di Canalchiaro al fianco della chiesa di San Francesco. Quello d'angolo è appunto palazzo Olivi, famiglia che lo affittò ai maghi del tortellino entrati nella storia della gastronomia mondiale: prima Telesforo Fini che aprì qui, nel 1912 la salumeria dopo avervi fatto il garzone e successivamente il figlio Giorgio che costruì un impero del cibo modenese trasformando i pochi tavoli del retrobottega nel primo ristorante due stelle Michelin della città. La famiglia della gastronomia cedette poi questa attività nel 2014 e una manciata di anni dopo il celebre negozio chiuse definitivamente i battenti. Ora si riapre perché

tanti non dimenticano il luogo. In effetti davanti alla vetrina in legno, con la storica insegna che la Soprintendenza tutela come bene «pubblico», molti scattano immagini forse già pregustando la qualità dei manicaretti.

«Non rifarò il negozio di Telesforo Fini - prosegue Marco Olivi - ma certamente mi impegnerò perché qui si possano avere i cibi e le ricette della modenestà che quella famiglia produceva. Sono un romantico, certo, e con questo progetto che vedrà la luce in primavera coronerò il

mio sogno. Io sono nato sopra il negozio e ogni giorno sentivo

gli effluvi della cucina Fini e delle sue eccellenze culinarie. Conoscevo tutti i dipendenti che mi chiamavano sempre all'interno ad assaggiare i diversi prodotti e ricordo benissimo le celebri sculture in margarina e burro che venivano posizionate nella vetrina su Canalchiaro. Poi ho studiato e sono stato il primo alla celebre università di Scienze Gastronomiche di Carlin Petroni a Pollenzo e Bra. Ho fatto successivamente vari lavori, in supermercati e locali e ora mi sento pronto per questa avventura che so non essere per niente semplice. Debbo anche ringraziare la mia famiglia, i miei suoi

ceri soprattutto che mi hanno sostenuto psicologicamente e anche economicamente. Del resto gli Olivi anche oggi sono in ottimi rapporti con gli eredi Fini». Incontrare in cantiere Marco Olivi è un'emozione visto che l'imprenditore mostra tutte le potenzialità del luogo, a partire dal celebre arredo, anch'esso vincolato. I tecnici stanno anche rimodernando la cucina, il luogo dove le razdore preparavano tortellini, rosette, lasagne e tante altre leccornie.

«E' tutto vincolato e riproporrò il celebre bancone - spiega Marco - mentre stiamo ancora lavorando sulla offerta. Certo non potremo non avere i celebri tortellini e le pere allo zabaione, il pasticcio di tortellini e la zuppa inglese, tutto con materie prime dei produttori locali. Ma non ricopieremo, appunto, il passato per cui avremo anche le eccellenze culinarie di altre realtà comprese alcune estere, magari formaggi francesi».

Conclude la panoramica il progettista, Matteo Agnoletto che si occupa del cantiere con la collega Maria Luisa Cappelli: «Il luogo è notissimo ed è un simbolo della gastronomia, per questo stiamo recuperando in accordo con la soprintendenza sia gli interni che l'area esterna. E' collo-

cato in un punto strategico del centro storico, un luogo molto riprodotto dagli artisti ducali, oggi forse meno vissuto di altri».





Enrico Paolo Levi, amministratore delegato e fondatore di Genetica23

i dati genetici, e realizza quella che viene chiamata “matrice di bellezza”, una sorta di impronta digitale unica e personale. Sulla base della matrice vengono sviluppati prodotti cosmetici ricchi degli elementi attivi in grado di fornire alle cellule esattamente quello che serve loro per prevenire e curare l’invecchiamento della pelle.

“Fatta la rivoluzione nel modello di produzione e personalizzazione, va fatta la rivoluzione anche nel modello distributivo e commerciale”, aggiunge Levi. “Nei centri Genetica23 non può esistere il prodotto, perché questo può essere realizzato solo dopo un esame genetico che richiede un paio di settimane. Stiamo aprendo nel cuore di Modena il primo negozio di cosmesi al mondo senza prodotti cosmetici, dove le clienti avranno modo di conoscere e capire il processo tramite il quale potranno ricevere prodotti personalizzati, saranno aiutate a sostenere il test genetico, e dove riceveranno una “fotografia” molto dettagliata dello stato attuale della loro pelle tramite strumenti di diagnosi all’avanguardia. Inoltre, potranno tornare presso i nostri centri e misurare in modo scientifico e strumentale i progressi e i cambiamenti ottenuti.” La linea Genetica23 già dal nome si vuole distinguere per l’assoluta personalizzazione dei suoi prodotti e si posiziona ai vertici della “cosmesi di lusso”, garantendo risultati scientifici e claims più vicini al settore medicale.

È già possibile iniziare il percorso di bellezza con Genetica23 e acquistare online sul sito www.genetica23.com.

36 fare

GRUPPO DEL BARBA OTTIENE IL RATING DI LEGALITÀ

Gruppo Del Barba Consulting, società di consulenza di Carpi, in provincia di Modena, attiva da oltre vent’anni nel settore della finanza agevolata ha ottenuto a ottobre scorso il Rating di Legalità, attestazione rilasciata dall’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), che attesta il rispetto di una serie di requisiti (normativi e volontari) in termini di legalità, trasparenza e responsabilità sociale. Introdotta dal decreto liberalizzazioni del gennaio 2012, oltre a promuovere un comportamento etico in ambito aziendale, la certificazione consente alle imprese di fruire di agevolazioni in materia di finanziamenti pubblici e credito bancario. “Siamo costantemente impegnati a offrire un supporto consulenziale e qualificato a tutte le imprese che, nel pieno rispetto delle normative sulla trasparenza e la legalità, intendono presentare le domande per ottenere il rating”, commenta Marco Barbieri, amministratore unico Gruppo Del Barba. “Aver ottenuto la certificazione ci permette, quindi, di fungere da esempio condividendo e mettendo in pratica questi principi, oltre che offrire l’assistenza per poter ottenere importanti benefici sia in termini economico-finanziari sia in termini di miglioramento del posizionamento competitivo”. Il rating, che indica il livello del rispetto della legalità e della corretta ed etica conduzione del proprio business, può essere richiesto dalle aziende iscritte al registro delle imprese da almeno 2 anni e con un fatturato minimo di due milioni di euro. Ha l’obiettivo di valutare anche la sussistenza di certificazioni in ambito di qualità, di responsabilità sociale, di rispetto ambientale, di sicurezza nonché di modelli organizzativi che mirano ad una corretta gestione del rischio e al contrasto di tentativi di infiltrazione mafiosa e di fenomeni corruttivi. Le imprese in possesso del Rating di Legalità sono, ad oggi, circa novemila in Italia. La durata è di due anni ed è rinnovabile su richiesta. In caso di perdita di uno dei requisiti, AGCM, con proprio provvedimento, disporrà la riduzione del punteggio o, se necessario, la revoca del rating. Nel rapporto con la Pubblica am-



ministrazione, le imprese che partecipano a un bando pubblico per la concessione di finanziamenti oppure l’assegnazione di un appalto, hanno maggiori possibilità di essere finanziati. Rispetto al mondo bancario, le imprese ottengono un accesso al credito facilitato, attraverso migliori condizioni economiche, riduzione dei tempi di concessione del finanziamento e minori costi di istruttoria. Inoltre, nel caso in cui, le banche negassero il credito alle aziende in possesso di rating, sono tenute a comunicare dettagliatamente le ragioni di questo rifiuto alla Banca d’Italia. Alla fine del 2017, grazie all’accordo tra InfoCamere e AGCM, il rating viene evidenziato anche nelle visure camerali, acquisendo una maggiore visibilità e divenendo ancora più efficace come strumento di garanzia in materia di qualità e trasparenza delle informazioni societarie presenti all’interno delle banche dati delle Camere di Commercio. Gruppo Del Barba Consulting opera da oltre vent’anni nel settore della finanza agevolata, aiutando le imprese nel proprio percorso di crescita, tramite l’accesso ad agevolazioni e contributi pubblici. Il team della società modenese cresce rapidamente e conta oggi più di 50 professionisti, distribuiti tra consulenti, progettisti e ruoli di staff.

GRUPPO FINI, UNA LUNGA STORIA TUTTA DA ASSAPORARE

Il Gruppo Fini, storica realtà produttiva dell’alimentare con sede a Modena, si avvicina al suo 110° anniversario guardando al futuro e portando avanti i valori che l’hanno contraddistinto in oltre un secolo di storia. Da Telesforo Fini e le prime produzioni artigianali di pasta fresca sono passati ormai undici decenni, ma valori come tradizione

e territorio sono ancora un punto di riferimento per Gruppo Fini. A confermarlo è Giovanni Fazio, CEO della solida realtà modenese cui appartengono i celebri marchi Fini e Le Conserve della Nonna. Dalla storica sede di Modena allo stabilimento produttivo di Ravarino, alle porte della città emiliana, si guarda all'Italia e a tutto il mondo, dove l'azienda, tra i vari prodotti, porta soprattutto un simbolo della tradizione gastronomica emiliana: i tortellini e la pasta fresca ripiena. Dai sapori classici e tradizionali alle proposte più ricercate, il marchio è diventato negli anni un simbolo del mangiar bene e un ambasciatore della cultura alimentare emiliana. Quest'ultima saldamente al centro dei prodotti Fini e Le Conserve della Nonna non solo per ubicazione, ma anche per vocazione. "La maggior parte delle materie prime utilizzate", spiega Giovanni Fazio, "provengono dalle aree agricole della nostra regione e vicine al nostro stabilimento produttivo di Ravarino. Ci rivolgiamo alle famiglie, andando a soddisfare tutte le esigenze e occasioni di consumo, dallo spuntino al pranzo delle feste, accontentando sia chi apprezza i gusti della tradizione, sia chi è invece alla ricerca di qualcosa di sfizioso e sorprendente, ma sempre con la garanzia della massima qualità e con la certezza di ritrovare i sapori di una volta". La modernità non ha allentato il legame con una tradizione che si ritrova nella sfoglia ruvida e porosa della pasta fresca, nella corposità delle passate di pomodoro emiliano certificato dalla Regione Emilia-Romagna o nelle confetture realizzate con elevatissime percentuali di frutta. "Gusto e genuinità sono le costanti di un percorso secolare fatto da questa azienda che ha saputo restare fedele alla propria mission, quella di offrire ai propri consumatori i grandi piatti e prodotti di un territorio che ha fatto della buona tavola uno dei propri elementi identitari", conclude Fazio.



38 fare

GRUPPO LUPI OFFRE MY BIM, L'INVESTIMENTO PER IL FUTURO

Fa parte di una grande e ramificata rete di operatori nel campo della sicurezza, della prevenzione e dell'antincendio e riesce, così, a offrire il proprio intervento e supporto sull'intero territorio nazionale. Stiamo parlando di Gruppo Lupi, che nasce in Toscana, precisamente a Pontedera, in provincia di Pisa, nel lontano 1978 e si afferma saldamente nel mondo dell'antincendio, suo core business. Nel 1989 è stato rilevato dalla famiglia Gronchi e ad oggi, con oltre 40 anni di esperienza, è uno dei principali protagonisti nel mondo della sicurezza. Con sedi a Pontedera, Orbetello, in provincia di Grosseto, e Terni, Gruppo Lupi è presente in Emilia-Romagna con una sua società, Due Esse Antincendio, con sede a Bentivoglio, alle porte di Bologna. L'azienda bolognese nasce nel 1999, a seguito della ultraventennale esperienza maturata nello specifico settore. È specializzata nel fornire servizi per la sicurezza nei luoghi di lavoro in materia di antincendio (estintori, porte tagliafuoco e reti idranti), nella commercializzazione e manutenzione dei dispositivi di protezione individuale e nell'organizzazione di corsi di formazione e addestramento antincendio. Il Gruppo Lupi, la cui sede principale è a Pontedera, in provincia di Pisa, ha cinque divisioni (antincendio, manutenzione, impianti, navale e formazione&consulenza) che gli permettono di essere un gruppo industriale composto da un insieme ampio e diversificato di professionalità, capaci di fornire risposte certe e immediate per interventi, consulenze mirate, formazione e supporto per gli argomenti relativi al rispetto delle normative vigenti e l'universo della formazione continua. Al suo interno è

dotato di un'agenzia formativa accreditata dalla Regione Toscana e aderisce al progetto "Controlla Chi Ti Controlla" - Manutenzione Certificata da Ente Terzo promosso da ICIM. "Gruppo Lupi sceglie le migliori soluzioni tecnologiche e all'avanguardia per essere al passo con i tempi e seguire i clienti con strumenti innovativi", spiegano dall'azienda. "Un esempio emblematico è My BIM, che si può definire 'un investimento sul futuro, non solo per l'antincendio'. È una soluzione integrale capace di rendere un progetto interoperabile in qualunque momento, in una frase: tutto, in un unico ambiente virtuale. Il Business Information Modeling, conosciuto comunemente come BIM, costituisce un metodo di progettazione e costruzione all'avanguardia che si serve



di un software per raccogliere, combinare e collegare digitalmente tutti i dati di una costruzione, restituendo una costruzione virtuale dell'edificio sotto forma di modello geometrico tridimensionale. "Si tratta di un 'contenitore di informazioni sull'edificio'", proseguono dall'azienda, "in cui inserire indicazioni, dati specifici, grafici, disegni, attributi tecnici come le schede tecniche. Le informazioni così inserite sono consultabili in ogni momento. Basta archivi cartacei e stampe dei progetti, il tutto diventa digitale". Il punto forte della progettazione in BIM è l'interoperabilità che permette di integrare in un solo modello le informazioni di ogni fase di progettazione: architettonica, strutturale, impiantistica, energetica e gestionale. Le informazioni saranno aggiornate e la condivisione di un unico modello ridurrà la percentuale di errori, del numero di modifiche e dei costi di progettazione, rendendo il tutto più economicamente so-

Email: redazione@24orenews.it

24 ore News.it

HOME ▾ EVENTI ▾ SALUTE & BENESSERE ▾ ITALIA DA GUSTARE ▾ CINEMA TV RADIO ▾ FASHION ▾ D

Home ▾ Special ▾ Premio Quality Award 2022

Eventi

Premio Quality Award 2022

28 Dicembre 2021



La parola ai consumatori italiani. Sul "podio" di Palazzo Barozzi di Via Vivaio i premiati di Quality Award 2022 con una raffinata e scenografica cena di gala allietata da intermessi musicali. Il soprano Raffaella Lee, accompagnata al piano dal maestro Diego Crovetto si è esibita nei due brani "O Holy Night" e "Je veux vivre, la violinista Saule Kilaite, con i brani "Il Gladiatore", "White Christmas", "Libertango" e "Silent Night" e la performance canora di Gianluca Sambataro e Rejoice Gospel Choir con il medley "Carol of the bells". Particolare attenzione all'ambiente con l'originale sfilata di moda realizzata con materiali di recupero e di riciclo della stilista Italia Furlan. Il premio "Quality Award" viene assegnato ai prodotti di largo consumo attraverso test di performance condotti da Marketing Consulting (Consumer Test), società specializzata in consumer analysis, in collaborazione con laboratori indipendenti su tutto il territorio italiano.

È l'unico premio in Italia che coinvolge ampi campioni di consumatori italiani heavy user la tipologia di prodotto in test in un'esperienza di valutazione diretta.

I test di performance sono effettuati con un campione ampio di consumatori, che valutano il prodotto attraverso un blind test, senza che sia mostrata la marca del prodotto. Il consumatore esprime un giudizio di soddisfazione da 0 a 10.

Solo se il prodotto in test soddisferà i consumatori potrà ricevere il premio "Quality Award" valido per un anno. Il logo del premio è apposto sulle confezioni dei prodotti premiati, come garanzia per i futuri consumatori

L'edizione 2022 ha assegnato il premio di qualità numero uno in Italia a oltre 70 prodotti appartenenti a più di 40 aziende.

Questi i premiati:

1. Croccantini per cani e gatti Monge Natural Superpremium
2. Umido monoproteico per cani e gatti Monge
3. Lettieria 100% vegetale al mais per gatti Easy Green Monge
4. Pralina Blue Rose - Vanini
5. Amaro Trentuno - Martino Liquori
6. Patate fresche Crisps4all
7. Spezie Italpepe
8. Macchine per caffè Friog e Didì - Didiesse
9. Contenitori per alimenti Giò Style
10. Aglio e cipolla Pio Del Prete

11. Fior di Latte Sassano
12. Burrata Sassano
13. Ricotta Sassano
14. Parmigiano Reggiano Julienne Ambrosi
15. Mela Val Venosta
16. Sacchetti per la congelazione Frio
17. Rotoli di alluminio, pellicola e carta forno Frio
18. Vaschette in alluminio Frio
19. Terricci Vigorplant
20. Gnocchi e purè di patate Mamma Emma
21. Dolcificanti Eridania Zero
22. Zucchero finissimo Zefiro e zucchero di canna Tropical Eridania
23. Mix di zucchero e fibre per la preparazione di ricette e confetture Eridania
24. Frollini biologici Mielizia
25. Barretta di bresaola BresUP
26. Limoncello Villa Massa
27. Amaretto Villa Massa
28. Camomilla Filtrofiore Bonomelli
29. Caponatina F.Ili Contorno
30. Condimento per pasta con sarde F.Ili Contorno
31. Salse di pomodoro Le Conserve della Nonna
32. Confetture Le Conserve della Nonna
33. Croccantini low grain per cani Vivere
34. Croccantini grain free per cani Primordial
35. Croccantini grain free per gatti Primordial
36. Materasso Emma Original
37. Pasta di mais senza glutine Le Veneziane
38. Biscotti senza glutine I Munaretti Le Veneziane
39. Mini grissini senza glutine Le Veneziane
40. Sughì freschi di pesce Medusa
41. Pomodori pelati e datterini La Rosina
42. Caramelle Herbamelle
43. Preparati per panatura PanPanato - Cuochissimo
44. Caffè Ternano
45. Cioccolatini Ternana Cuore Umbrò
46. Pasta Armando
47. Linea di grano con frutta o legumi Pronti e sani Armando
48. Gelati Cinque Strati Martinucci
49. Accessori cane per il viaggio Trixie
50. Giochi gatto Trixie
51. Giochi e accessori per roditori Trixie
52. Linea di prodotti a base di soia, 100% vegetali Food Evolution
53. Il Gondino di Pangea Food, alternativa 100% vegetale al formaggio
54. Olio extra vergine di oliva e olio di oliva Di Carlo
55. Peperoni secchi e origano Di Carlo Tutto Italiano
56. Pasta fresca Maffei
57. Bastoncini di mare e affettato di mare Coraya
58. Linea di prodotti vegetali Fior di Natura, in esclusiva da Eurospin
59. Snack e biscotti ripieni per cani DoggyeBag



60. Pane morbido PanPiuma
61. Pane morbido per i più piccoli PanPiumino
62. Salviette igienizzanti per cani e gatti Farm Company
63. Pesto Pistacchio Campo d'Oro
64. Succhi di frutta Kore Frutti di Sicilia
65. Pomodorini e zucchine Deliziorti
66. Croccantini monoproteici per cani e gatti Together
67. Arance I Succosi di Gioia
68. Linea olio di semi Friggi Leggero
69. Collari e guinzagli in soia naturale Farm Company
70. Linea corpo e casa Amo Essere Eco, in esclusiva da Eurospin

Raffaella Parisi

il Resto del Carlino

"La nuova salumeria Telesforo Fini sarà 4.0"

STEFANO LUPPI 49 minuti fa



© FOTOFIOCCHI

di Stefano Luppi

"Non sarà una copia dello storico negozio Telesforo Fini, ma sarà una gastronomia 4.0, un luogo di eccellenza per i prodotti modenesi e non solo quelli. La mia famiglia dall'Ottocento è proprietaria del

palazzo con la bottega e io ora investo tutto me stesso in questo sogno. Apriremo tra pochi mesi, in primavera e avremo presto anche uno spazio esterno".

Marco Olivi, 37 anni, il proprietario del tempio della gastronomia dal quale è partita tutta l'epopea Fini, sta lavorando intensamente per riaprire il locale di 170 metri quadrati con la storica insegna che tutti possono ancora vedere transitando sotto il portico di Canalchiaro al fianco della chiesa di San Francesco. Quello d'angolo è appunto palazzo Olivi, famiglia che lo affittò ai maghi del tortellino entrati nella storia della gastronomia mondiale: prima Telesforo Fini che aprì qui, nel 1912 la salumeria dopo avervi fatto il garzone e successivamente il figlio Giorgio che costruì un impero del cibo modenese trasformando i pochi tavoli del retrobottega nel primo ristorante due stelle Michelin della città. La famiglia della gastronomia cedette poi questa attività nel 2014 e una manciata di anni dopo il celebre negozio chiuse definitivamente i battenti. Ora si riapre perché tanti non dimenticano il luogo. In effetti davanti alla vetrina in legno, con la storica insegna che la Soprintendenza tutela come bene "pubblico", molti scattano immagini forse già pregustando la qualità dei manicaretti.

"Non rifarò il negozio di Telesforo Fini - prosegue Marco Olivi - ma certamente mi impegnerò perché qui si possano avere i cibi e le ricette della modenese che quella famiglia produceva. Sono un romantico, certo, e con questo progetto che vedrà la luce in primavera coronerò il mio sogno. Io sono nato sopra il negozio e ogni giorno sentivo gli effluvi della cucina Fini e delle sue eccellenze culinarie. Conoscevo tutti i dipendenti che mi chiamavano sempre all'interno ad assaggiare i diversi prodotti e ricordo benissimo le celebri sculture in margarina e burro che venivano posizionate nella vetrina su Canalchiaro. Poi ho studiato e sono stato il primo alla celebre università di Scienze Gastronomiche di Carlin Petrini a Pollenzo e Bra. Ho fatto successivamente vari lavori, in supermercati e locali e ora mi sento pronto per questa avventura che so non essere per niente semplice. Debbo anche ringraziare la mia famiglia, i miei suoceri soprattutto che mi hanno sostenuto psicologicamente e anche economicamente. Del resto gli Olivi anche oggi sono in ottimi rapporti con gli eredi Fini". Incontrare in cantiere Marco Olivi è un'emozione visto che l'imprenditore mostra tutte le potenzialità del luogo, a partire dal celebre arredo, anch'esso vincolato. I tecnici stanno anche rimodernando la cucina, il luogo dove le razze preparavano tortellini, rosette, lasagne e tante altre leccornie.

"E' tutto vincolato e riproporremo il celebre bancone - spiega Marco - mentre stiamo ancora lavorando sulla offerta. Certo non potremo non avere i celebri tortellini e le pere allo zabaione, il pasticcio di tortellini e la zuppa inglese, tutto con materie prime dei produttori locali. Ma non ricopieremo, appunto, il passato per cui avremo anche le eccellenze culinarie di altre realtà comprese alcune estere, magari formaggi francesi".

Conclude la panoramica il progettista, Matteo Agnoletto che si occupa del cantiere con la collega Maria Luisa Cappelli: "Il luogo è notissimo ed è un simbolo della gastronomia, per questo stiamo recuperando in accordo con la soprintendenza sia gli interni che l'area esterna. E' collocato in un punto strategico del centro storico, un luogo molto riprodotto dagli artisti ducali, oggi forse meno vissuto di altri".



TOP ITALIAN FOOD

CARAVAGLIO

Motta (ME) | via Provinciale, 33 | ☎ +39 3398115953 - 3382076030
✉ caravaglio.it

Capperi al sale CAPPERI SOTTO SALE

CASA BARONE

Massa di Somma (NA) | via A. Gramsci, 109 | ☎ +39 0810606007
✉ www.casabarone.it

Marmellata di arance MARMELLATA DI ARANCE

CASCINA FIUME

Cornagnola (TO) | fraz. Casanova | via Grangia, 4
☎ +39 0119795126 - 3884814980 | ✉ www.cascinafiume.it

Passata di Cuori di bue PASSATA DI POMODORO TERROIR

Pesche sciropate PESCHE SCIROPATE

CAVAZZA

Vignola (MO) | via dell'Agricoltura, 251
☎ +39 059760045 - 059760605 | ✉ www.cavazza1898.com

Mostarda MOSTARDA

CENTONZE

Castelvetrano (TP) | s.s. 115, 103
☎ +39 924904231 - 330664802 | ✉ olioцентanze.com

Nozzolara dei Belice verdi intere in salamoia OLIVE IN SALAMOIA

CENTRALE DELLA FRUTTA

Traversetolo (PR) | s.da pedemontana per Bannone, 128
☎ +39 0521844315 | ✉ www.centraledeffrutta.it

Passata di Riccio di Parma
con basilico fresco PASSATA DI POMODORO TERROIR

MACELLERIA CILLO

Airola (BN) | via Lavatoio, 230 | ☎ +39 0823 1504359
✉ macelleriacillo.it

Ragù della nonna  RAGÙ DI CARNE

CIRIO

San Lazzaro di Savena (BO) | via P. Poggi, 11 | ☎ +39 0516228311
✉ www.cirio.it

Passata di pomodoro classica PASSATA DI POMODORO

LE CONSERVE DELLA NONNA - GRUPPO FINI

Ravarino (MO) | via Confine, 1583 | ☎ +39 059900432
✉ nonsolobuono.it

Giardiniera GIARDINIERA

Passata di pomodoro classica PASSATA DI POMODORO

I CONTADINI

Ugento (LE) | loc. Felline-Torre San Giovanni
s.da prov.le 290, km 1 | ☎ +39 0833555227 - 3289303313
✉ www.icontadini.it

Capperi di Racale al sale marino integrale CAPPERI SOTTO SALE

Giardiniera GIARDINIERA

Lecce OLIVE IN SALAMOIA

Pomodori secchi sott'olio POMODORI SECCHI SOTT'OLIO

Termito di Bitetto OLIVE IN SALAMOIA

MACELLERIA CONTINI

Cremona | via Giuseppe, 37c | ☎ +39 0372432319 - 3923121202
✉ www.macelleriacontini.com

Giardiniera  GIARDINIERA

COOP ITALIA

Casolecchio di Reno (BO) | via del Lavoro, 6 | ☎ +39 051596111
✉ www.e-coop.it

Pelati Biologici Viviverde POMODORI PELATI

Sas Marzano
dell'Agro Sarnese Nocerino Dop Fiorfiore POMODORI PELATI

CORTE SAN RUFFILLO

Davodola (FC) | loc. San Ruffillo | via San Ruffillo 12
☎ +39 0543934674 - 348 9404101 | ✉ cortesanruffillo.it

Composta biologica di fragole COMPOSTA DI FRAGOLE

CUORE MEDITERRANEO - TODIS

Fiano Romano (RM) | via Tiberino km 19,300 | ☎ +39 07654621
✉ www.todis.it

Passata di pomodoro classica PASSATA DI POMODORO

