



**CIBUS**  
MAGAZINE

**GIORNO**  
**3/4**

**9-10 MAGGIO**

**CACIOCAVALLO**

**ECCELLENZA CASEARIA**

**STAGIONATO  
IN GROTTI NATURALI**

**TRADIZIONE  
PUGLIESE**

**LATTE DELLE  
MURGE**

**TRADIZIONE  
PUGLIESE**

**ECCELLENZA  
CASEARIA**

**CACIOCAVALLO**

**MANUFATTAMENTE**



**UN SAPORE CHE TI PUGLIA**  
Vieni a trovarci: Pad. 02 - Stand A016



Qualità garantita  
dalla Regione Puglia

[prodottideliziosa.it](http://prodottideliziosa.it)

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20121, Melegnano (MI) - Tel. +39 0362 600463/4 - Fax. +39 0362 600616 - e-mail: info@tespi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008 - Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 comma 1 - L.O. MI - Stampa: Ingraph - Seregno (MI) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi



**DELIZIOSA NASCE NELLE MURGE**  
**DA UN'IDEA DI**  
**GIOVANNI D'AMBRUOSO**  
**QUI SELEZIONIAMO IL LATTE**  
**E CREIAMO LE NOSTRE ECCELLENZE.**  
 OPERIAMO CON ALLEVATORI CHE RISPETTANO ANIMALI E TERRITORIO  
 PROMUOVIAMO NEL MONDO LE TRADIZIONI E LE BONTÀ DELLA PUGLIA  
 UTILIZZIAMO LE PIÙ MODERNE TECNOLOGIE  
 MA LAVORIAMO ANCORA MANUALMENTE LE NOSTRE BONTÀ  
 TRAMANDANDO GESTI E SAPERI DI UN TEMPO  
 CI IMPEGNIAMO A SALVAGUARDARE L'AMBIENTE  
 DA ANNI VINCIAMO CON LE NOSTRE BONTÀ  
 I PREMI PIÙ PRESTIGIOSI DEL MONDO  
 LE NOSTRE SPECIALITÀ STAGIONATE  
 RIPOSANO IN GROTTI NATURALI DEDICATE  
**BURRATE, NODINI, CACIOCAVALLI**  
**E TUTTE LE NOSTRE BONTÀ HANNO**  
**UN SAPORE CHE TI PUGLIA.**

**Deliziosa**  
 UN SAPORE CHE TI PUGLIA



**Tutto l'agroalimentare italiano a portata di click**  
 Settori, aziende, prodotti, contatti.  
 Un database per buyer e operatori dell'industria alimentare in formato digitale.

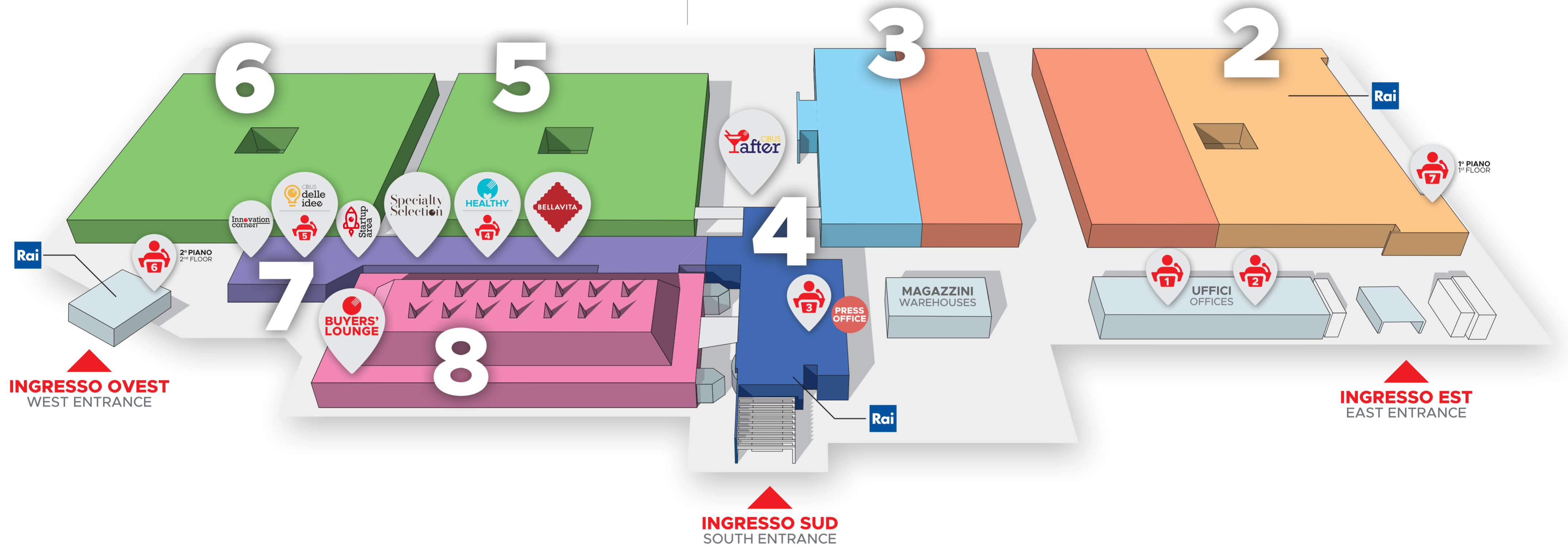
**Cosa aspetti? abbonati al servizio su foodsearch.it**

EDIZIONI TURBO TESI  
 Corso della Resistenza, 23 | 20821 Meda (MB) | Tel. 0362/600463-4-5 | E-mail: info@tespi.net | www.alimentando.info





# PLANIMETRIA GENERALE GENERAL PLAN



<b>PADIGLIONE HALL 2</b> <b>FORMAGGI E LATTICINI</b> DAIRY	<b>PADIGLIONE HALL 2 - 3</b> <b>CARNE E SALUMI</b> COLD MEAT	<b>PADIGLIONE HALL 5 - 6</b> <b>LCC, DOLCIARIO E PRODOTTI DA FORNO</b> GROCERY, BAKERY AND CONFECTIONERY	<b>SALE CONFERENCE CONFERENCE ROOMS</b>	<b>SALA PLENARIA</b> PLENARY ROOM	<b>ARENA HEALTHY</b> HEALTHY ARENA
<b>PADIGLIONE HALL 3</b> <b>SURGELATI, DELI E FRESCO</b> CHILLED, DELI AND FROZEN	<b>PADIGLIONE HALL 4</b> <b>BEVANDE</b> BEVERAGE	<b>PADIGLIONE HALL 7</b> <b>AREE SPECIALI</b> SPECIAL AREAS		<b>SALA BARILLA</b> BARILLA ROOM	<b>ARENA INNOVATION</b> INNOVATION ARENA
		<b>PADIGLIONE HALL 8</b> <b>LOCALE, REGIONALE E INTERNAZIONALE</b> LOCAL, REGIONAL AND INTERNATIONAL	<b>SALA WORKSHOP</b> WORKSHOP ROOM	<b>SPAZIO OVEST</b> "WEST" SPACE	<b>SPAZIO DUE</b> "TWO" SPACE



## ELENCO ESPOSITORI

aggiornato al 30/04/2024

1882 SRL	07-08 - H 024	ANICAV	05 - C 064	BALVITEN GLUTEN FREE SP. Z.O. SP.K.	06 - C 062	CHIROTTO EDITORI SRL	04 - D 001	COPPOLA INDUSTRIA ALIM.	07-08 - F 006   07-08 - F 018	ELLESSE SRL	05 - N 064	FRANTOIO RANCHINO	05 - M 058
30E S.R.L. SOCIETA' A RISP. LIMIT.	07-08 - F 031	ANIELLO LONGOBARDI SRL	05 - C 064	BARBARELLA SRL	07-08 - A 024	CIA - AGRICOLTORI ITALIANI	07-08 - C 006	CORRETO SUITE S.R.L. A SOCIO UNICO	07-08 - C 035	EMBUITOS MORENO SAZ S.L.	07-08 - I 006	FRANTOIO RINALDUCCI SAS	05 - E 038
36 SNC DI PAOLO GRANELLI & CO.	07-08 - F 060	ANTHIAN J&N FOODS CO.,LTD	07-08 - I 035	BARBERO DAVIDE SRL	06 - G 052	CIA AGRICOLTORI ITALIANI PAVIA	07-08 - H 006	COSTE PARMA ALIMENTARE SRL	AE 020	EMBUITOS Y JAMONES ESPANIA E HIJOS	02 - I 067	FRANTOIO SANMINIATESE DI ANNESSI PAOLO & C. S.A.S.	07-08 - I 018
A RICCHIOLA SRL	06 - K 046	ANTHAR&S SPA	07-08 - F 026	BARILLA G. E. R. F.LLI SPA	06 - E 016	CIADIE DI MONTECATTINI DI BARGILLI E C. S.R.L.	06 - I 046	COSTA D'ORO SPA	05 - D 027	EMILIANA CONSERVE S.P.A.	05 - E 016	FRANTOIO SCALINO SRL	07-08 - A 006
A. DARBO AG	06 - K 028	ANTICA ACEZIA DODI SRL	07-08 - C 018	CANTARELLI SRL	07-08 - F 010	CANTARELLI DI BUFALA	07-08 - E 014	COSTADORO SPA	05 - G 069	EMILIA CONSERVE S.P.A.	05 - E 069	FRANTOIO VENTURINO BARTOLOMEO SRL	05 - E 051
A. GANDOLA & C. SPA	06 - H 033	ANTICA CORTE PALLANCIANA DI TERRE VERDI SRL	02 - N 056	CANTARELLI S.R.L.	07-08 - E 024	CANTARELLI S.R.L.	07-08 - E 024	EMILIA DESSERT S.P.A.	06 - K 057	ENERVIT SPA	07-08 - E 104	FRAELLI CONTORNO SRL INDUSTRIA CONSERVE ALIMENTARI	05 - M 063
A. LOACKER SPA	06 - I 022	ANTICA GASTRONOMIA SRL	02 - L 044	BAULI SPA	06 - F 004	CANTARELLI S.R.L.	07-08 - C 116a	ENERVIT SPA	07-08 - E 104	ENERVIT SPA	07-08 - E 104	FRAELLI CORRA' SRL	03 - A 051
A.D. SRL	07-08 - F 024	ANTICA MACELLERIA FALORNI SRL	03 - A 063	BECHER S.P.A.	05 - F 004	CAFFÈ 'MARTELLA	07-08 - D 006	ENODELTA DI ANTONIO CAPUTO	07-08 - F 006   07-08 - F 018	ENODELTA DI ANTONIO CAPUTO	07-08 - F 018	FRAELLI ACCUNZI	07-08 - F 006   07-08 - F 018
A.O.C. SOCIETA' COOP. AGRICOLA	07-08 - C 006	ANTICA MASSERIA CAROLI - SALUMI MARTINA FRANCA	07-08 - C 024	BEHER	02 - N 026	CAFFÈ 'TRINCA SRL	06 - C 003	ENSEMBLE FOODS	07-08 - H 035	ENSEMBLE FOODS	07-08 - H 035	FRAELLI LUNARDI SRL	06 - D 062
A.R. TARTUFI SPA	05 - N 008	ANTICA SICILIA SRL	06 - B 064	BELLAVITA EXPO LTD	02 - L 074	CAFFÈ TRUFFLE SRL	07-08 - F 006   07-08 - F 018	ERIKA EIS SRL	03 - H 062	ERLEBISSENNEREI ZILLTERRA GMBH	02 - B 068	FRAELLI POLLI SPA	05 - I 046
AB MAURI ITALY SPA	06 - C 052	ANTICA TORRONERIA PIEMONTESE	06 - J 046	BENEFIT	02 - N 079	CALABRA ITTICA	07-08 - H 020	ERMES FUNGHI SRL	07-08 - I 018	ERMES FUNGHI SRL	07-08 - I 024	FREDDI & DEL GRECO SRL	07-08 - I 018
ACCADÉMIA GROUP SRL	06 - E 046	ANTICHI COLLI SRL	05 - E 057	BEYER	05 - B 064	CALABRIA PASTA	07-08 - E 014	ERNO MONTANARO SPA	06 - G 070	CRA FORMAGGI ITALIA DI CLAUDIO BUCCELLI	07-08 - C 119	FREDDI	07-08 - D 112
ACCADÉMIA OLEARIA SRL	03 - A 074	ANTICI SAPORI DELL'ETNA SRL A SOCIO UNICO	06 - I 014	BIGNARDI	02 - N 026	CALABRIAN PASTA	05 - L 062	ERINZIO	06 - G 070	CREMA LOMBARDI SRL	03 - H 014	FREE / G-FREE ALIMENTARE SRL	07-08 - I 112
ACCUDIURE SRL	07-08 - C 131	ANTICO CASALE DEI CONTI	03 - F 060	BIOGRUPPO	02 - N 026	CALCIATA SALVATORE SRL	05 - L 001	ERINZIO 3 SALUMIFICIO CIOCIARO S.R.L.	07-08 - D 006	CREMILIMBO	07-08 - D 063	FREZZATO C	02 - J 073
ACEITUNAS SAMMER OLIVES	07-08 - I 018	ANTICO FORNO ILLIANO SRL	07-08 - E 016	BIOLOGIC	03 - D 008	CALCIATA SALVATORE SRL	07-08 - E 010	FERRARIS	07-08 - C 014	CRIALIBRON SRL	06 - B 063	FREZZATO DI PIGNIN SRL	07-08 - E 056
ACEITUNAS TORREMAR	05 - M 069	ANTICO PASTIFICIO TELADI SRL	02 - L 074	BIOORTO	05 - G 052	CALCIATA SALVATORE SRL	07-08 - E 010	FERRARIS ITALIA SRL	07-08 - C 104	CRISTINO SRL	07-08 - E 028	FRONAGERIE MAUVAL D'ALFAYES	07-08 - C 006
ACEITALA BORGO CASTELLO SRL	05 - M 007	ANTICO PASTIFICIO UMBRO SRL	05 - L 058	BIOPIEX	02 - C 080	CALCIATA SALVATORE SRL	07-08 - E 010	ESMACH ALI GROUP SRL	07-08 - A 024	CRN SPA	03 - C 038	FRONAGERIE HAUPT - JURAFLOS	02 - A 043
ACEITALA CASTELLI	05 - G 070	ANTONIO CAPUTO SRL	06 - C 020	BIOPTER	02 - C 080	CALIGI SRL	05 - B 052	ESPORA GOURMET S.L.	07-08 - J 018	CROVINO SPA	07-08 - D 063	FRUITS SERVICE DI MARULLO MARIO	07-08 - B 024
ACEITALA CASTELLUCCI	05 - G 070	ANTONIO CAUDULO	07-08 - A 018	BIRAGNI	02 - K 048	CAMARDO SPA	07-08 - C 099	ETIC.A SRL	07-08 - G 002	CUOVIUD SAS	06 - F 063	FRUITS SERVICE, S.A.	07-08 - I 018
ACEITALA CAZZOLA E FIORINI 1919	05 - L 058	ANTONIO MATTEO	03 - E 002	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMERBERT DI BUFALA	02 - C 003	ETNA DOLCE SRL	06 - L 018	COVAN - COOP. OLIVICOLTORI ANDRIESI SOC. AGRICOLA	07-08 - C 126b	FUMAGALLI INDUSTRIA ALIMENTARI SPA	03 - A 032
ACEITALA GIUSEPPE CREMONINI	05 - G 022	ANTONIO MAMMI	05 - M 020	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMERA DI COMMERCIO DI PAVIA - PAVIASVILUPPO AZIENDA SPECIALE	02 - C 003	EUGENIO BREZZI TARTUFI & C. SNC DI BREZZI VALDIMIRO	05 - B 064	CISALPINO SPA	02 - F 044	FUNGO & TARTUFO DI FERRARI MARIO & C SNC	05 - F 040
ACEITALA IANUSSI SRL	05 - E 046	ANTONIO MAMMI	05 - M 020	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMERA DI COMMERCIO DI PAVIA - PAVIASVILUPPO AZIENDA SPECIALE	02 - C 003	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CISITA PARMA SCARL	07-08 - D 132	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITALA I SOLAI	05 - L 016	ANTROPPOS SAS DI VERZELLONI MATTIA- CASA VECCHIO MULINO	06 - D 002	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMERA DI COMMERCIO DI PAVIA - PAVIASVILUPPO AZIENDA SPECIALE	02 - C 003	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITRES SPA	05 - B 028	FURLAN GOURMET	07-08 - J 024
ACEITALA LEONARDI SRL	05 - G 016	APERITIVOS DE ANAVIEJA S.A.	07-08 - J 018	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMERA DI COMMERCIO DI P.A.A. DI SALERNO	05 - H 066	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURLAN GOURMET	07-08 - J 024
ACEITALA MALPIGHI SRL	05 - N 020	APICOLTURA BREGAZZO SRL	06 - H 039	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA CHIETI	05 - L 001	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITALA MANICARDI SRL	05 - B 069	APICOLTURA CASEINIERE S.R.L.	07-08 - B 039	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO AGRICOLTURA CHIETI	05 - L 001	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITALA MARCHI SRL	05 - N 050	APICOLTURA COLLE FELSERA DI PACE CECILIA	07-08 - E 016	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMERA DI COMMERCIO TOSCANA NORD OVEST	07-08 - F 018	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITALA TERRA DEL TUONO S.A.R.L.	05 - G 003	APONUNSCO SOC. COOP. AGRICOLA	07-08 - C 006	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO BADAJOZ	02 - G 079	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITIFICI ITALIANI MODENA	05 - C 046	APPO SOCIETA' COOP. AGRICOLA	07-08 - C 006	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO	06 - G 025	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITIFICIO ANDREA MILANO SRL	05 - I 039	ARAPUNA SRL	06 - H 058	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITIFICIO ARTEGNO SRL	06 - K 058	ARABICAFFE' SRL	02 - E 072	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITIFICIO CARLOTTA EMILIO SPA	05 - B 004	ARAGOSTA SRL	06 - K 046	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITIFICIO MARCELLO DE NIGRIS SRL	05 - C 046	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - C 010	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITIFICIO MENGAGLIOLI	05 - D 034	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACEITIO BALSAMICO DEL DUCA DI ADRIANO GROSOLI SRL	05 - E 003	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACETOMODENA	07-08 - C 128b	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ACHILLEA SRL SOCIETA' BENEFIT	06 - K 022	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AQUA MINERALE SAN BENEDETTO SPA	04 - C 044	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AQUAGNANA TARTUFI SRL	05 - L 052	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AQUAROMA SRL	04 - D 040	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AQUAVITE SPA	06 - K 046	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ADI DISTRIBUZIONE SRL	06 - G 066	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ADRIANO SRL	05 - C 062	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
ADR SPA LA SASSELESE	07-08 - C 018	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AG MEDIA MARKETING DI DANIELE MARINO	07-08 - C 131	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGIRE SOC. CONS. A R.L.	07-08 - E 018	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGNONI SRL	06 - G 041	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGOSTINI ALFREDO SNC	05 - B 008	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGR PERLE DELLA TUSCIA	07-08 - D 006	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRA' CONTADO DEGLI ACQUAVIVA SRL	05 - L 042	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRARIA RIVA DEL GARDA	05 - A 052	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRARIAMARK AUSTRIA MARKETING GESMBH	05 - B 068	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRIALBA S.R.L.	03 - C 068	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRICOLA FILIPPONE	07-08 - A 006	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRICOLA LONIGIANA A SOCIO UNICO	06 - J 046	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRICOLA PIANO SRL	07-08 - C 120a	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRICONSERVE REGA SOC. COOP. AGR.	05 - C 070	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRICONSERVE SRL	03 - F 056	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRIDE' SRL	05 - I 027	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-08 - G 008	CITREDA SPA	05 - B 028	FURNO BISCOTTI DI GIOVANNI OLIVA	06 - H 061
AGRIOLI SPA	05 - N 052	ARANCINE SICILIANE SRL	03 - H 024	BIRIGNI PRIMO SRL	03 - B 026	CAMPO D'ORO SRL	05 - E 015	EUREKA SRL	07-				



IL MANGIAR SANO SPA SB	06 - F 046	LA REINESE SRL	07-08 - F 006   07-08 - F 018	MASSERIA SARDE SRL	07-08 - B 043	O.P. MAGGIOLINA SOC. AGR. CONSORTILE	03 - D 073	PASTIFICIO DIBENEDETTO SRL	06 - A 039	REGIONE LOMBARDA DIREZIONE GENERALE AGRICOLTURA SOVRANITÀ	06 - F 063	SCA UNOQUOZE	06 - F 063	TORREFAZIONE IONIA SPA	06 - F 052	
IL PASTAIO SPA CON SOCIO UNICO	03 - E 038	LA RUSTICHELLA WORLD WIDE SRL	05 - B 058	MASTER	07-08 - E 018	OP. MERIDIA	07-08 - B 034	PASTIFICIO DUCATO D'AMALFI GRAGNANO	06 - F 042	ALIMENTARE E FORESTE	07-08 - G 024	SCIARA SRL	07-08 - A 024	TRAFI SPA	Area Esterna 35 - AE 077	
IL PESTO DI PIRA DI BRUZZONE E FERRARI SRL	03 - E 031	LA SPINA SANTA	07-08 - H 010	MASTRODONATO SRL	03-08 - I 024	O' SOLE E NAPULE SRL	07-08 - B 052	PASTIFICIO DUTTO SRL	07-08 - B 052	REGIONE SICILIANA - ASSESSORATO REGIONALE DELLE ATTIVITA' PRODUTTIVE	07-08 - G 024	SCIOVAVENTI SOCIETA' AGRICOLA S.R.L.	07-08 - C 075	TOSTINI CAFFE' SRL	06 - A 008	
IL RE DEI RE SRL	07-08 - D 078	LA SPINA SANTA SRL	07-08 - D 024	MATESS FUNGHI SRL	03 - G 073	OBUN SRL	07-08 - I 024	PASTIFICIO F.LLI CELLIINO SPA	05 - D 050	SCUDIA ITALIANA PIZZAIOLI	07-08 - A 006   07-08 - A 018   07-08 - A 024	SCLOTTA SPA	07-08 - H 024	TOTEM FOOD S.R.L.	02 - A 063	
IL ROSARIO SRL	05 - M 049	LA STEZZANTE SRL	07-08 - F 063	MATTIOLI SRL	07-08 - D 063	OLIO VINI - I VINI DEL SANNIO DAL 1910	06 - F 004	PASTIFICIO FABIANELLI S.P.A.	07-08 - D 063	REGIONE SICILIANA ASSESSORATO REGIONALE DELL'AGRICOLTURA	07-08 - A 024	SEGA SPA	07-08 - G 063	TRADE SPA	07-08 - D 064	
IL TAGLIERE SRL	02 - A 077	LA TORNENTE SRL	05 - G 004	MAZZA ALIMENTARI SRL	05 - E 021	OLEARIA CLEMENTE SRL	05 - F 050	PASTIFICIO FELICETTI SPA	06 - E 009	SHLUPPO RURALE E DELLA PESCA	07-08 - B 018	SELETTA SPA	07-08 - J 018	TRADITION ORGANIC AGRICULTURE BV	05 - N 070	
IL TARTUFO DI PAOLO DI MENCHINI GIAMPAOLO	05 - I 069	LA TRACCIATA DALLI CARDULLO SPA	02 - K 043	MAZZONE OLIO EXTRAVERGINE DI CAMPANALE GIUSEPPE	07-08 - I 024	OLEARIA CONGEDI SRL	05 - F 060	PASTIFICIO FIRMANNUM SOC. COOP.	07-08 - G 006	REGISTERAR CORP	07-08 - J 036	SELEKTIA TARTUFI	05 - A 001	TRADIZIONE CAMPANA SRL	02 - G 062	
INAGRI START-UP INNOVATIVA SOCIETA' BENEFIT	07-08 - C 131	LA VALLETTA COLFORITO SOC AGR. SPA	07-08 - H 024	MAZZONI SPA	07-08 - D 125a	OLEARIA CONGEDI SRL	05 - M 041	PASTIFICIO FRATELLI DE LUCA SRL	07-08 - E 008	REINA	02 - J 020	SEMPRE FREDDO SAS DI SAMELA SONIA & C.	07-08 - G 028	TRADIZIONEVOLUZIONE SRL	07-08 - D 076	
INALCA FOOD & BEVERAGE SRL	03 - A 013	LA VECCHIA DISPENSA SRL	05 - E 028	MCLOYDS S.R.O.	07-08 - B 001	OLEARIA DESANTIS SPA	05 - B 063	PASTIFICIO GRAZIANO SRL	06 - E 063	RENO TRAVAGLIA SOCIETA' SEMPLICE AGRICOLA	07-08 - D 110	SEMWERI DREI ZINNEN - SCHAUKASERER G. & LANDW. GES.	02 - L 006	TRADIZIONI ITALIANE	02 - L 006	
INALCA SPA	03 - A 013	LA VIA DEL TE' FIRENZE DAL 1961	05 - M 020	MEATLESS B.V.	02 - N 071	OLEARIA ORTUSO SRL - ALOR SRL	05 - E 049	PASTIFICIO LUCIO GAROFALO SPA	05 - E 052	RENA SRL	03 - E 044	SEMI - OTAZI   02 - H 073   03 - E 061   04 - D 023   06 - I 001	TRADIZIONI SRL	02 - L 006	TRADIZIONI SRL	02 - L 006
INALPI	02 - D 026	LA VINICOLA DEL TITERNO	07-08 - D 051	MEC CARNI SPA	03 - C 018	OLEARIA SAN GIORGIO	05 - A 052	PASTIFICIO MARULO SRL	07-08 - F 018	REPARO SRL	02 - A 025	SENSORMATIC SOLUTIONS (JOHNSON CONTROLS) SPA	07-08 - D 066	TRANE	Area Esterna Est - AE 058	
INADUI CLEMENTE & C. SRL	05 - A 015	LA VIOLETTA SOCIETA' AGRICOLA SRL	07-08 - D 063	MED CIBUS SRL CON SOCIO UNICO	05 - I 046	OLEARIA SAN GIORGIO	07-08 - H 010	PASTIFICIO MINARDO SRLS	07-08 - A 024	REIZIO DI AZ. AGR. RICCARDO BERTAZZOLI	07-08 - D 074	SERFUNGIONI DI CALABRETTA BRUNO	07-08 - D 064	TRINE ITALIA S.R.L.	Area Esterna Est - AE 058	
INDIGNO S.R.L.	07-08 - C 079	LA VITA BIO SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	07-08 - A 006	MEDI MAIS CALABRA	07-08 - D 024	OLEARIA SIBARITIDE SRL	07-08 - E 024	PASTIFICIO MORELLI 1860 SRL	05 - D 040	RESTAURANTS CLUB	07-08 - C 131	SERGIO FALASCHI CARNI E SALUMI SRLS	07-08 - H 016	TRINCA SRL	05 - L 004	
INDUSTRIA ALIMENTARE TANAGRINA SRL	02 - E 068	LA VITA SRL	06 - F 061	MEDIOLAT SRL	07-08 - E 024	OLEIFICIO RANIERI SRL	05 - E 106	PASTIFICIO MUZZO SRL	05 - M 001	RETAIL MODELING SRL	04 - C 006	SERRA INDUSTRIA DOLCIFICARIA SRL	06 - K 033	TRICUM FOOD S.R.L.	03 - A 074	
INDUSTRIA CASARIA DAMONDI S.R.L.	02 - D 055	LA VITACASA SRL	07-08 - E 079	MEDITERRANEA QUALITY FOOD SRL	03 - F 074	PICARDI SRL	07-08 - F 056	PASTIFICIO PEPE	07-08 - F 056	RICHIADELLI MORECA S.A.S. DI RICCIARDELLI CLAUDIO	07-08 - G 063	SERRA SOCIETA' AGRICOLA A.R.L.	07-08 - G 063	TREVIANO S.L.	07-08 - D 110	
INDUSTRIA DOLCIFICARIA CAROLLO SRL	03 - C 002	LABBLU SRL	02 - E 079	MESOLI SRL - OLIO LUGLIO	02 - E 079	OLEIFICIO SITA SRL	07-08 - E 024	PASTIFICIO PIRRO	07-08 - F 024	RICCIOME PIADINA	03 - F 079	SIGAMBARO SPA	07-08 - G 024	TRENTINO PROPERTIES SRL	07-08 - D 110	
INDUSTRIA ITTICA TORRENVOSE SRL	03 - C 008	LABBLU SRL	02 - E 079	MEGAPLAST ITALIA SRL	07-08 - E 052	OLEIFICIO ALTO 1916 SRL	07-08 - E 006	PASTIFICIO PIRRO SRL	06 - A 021	RICCIOME COZZO SRL	03 - G 067	SIGS AGRICOLA SRL	06 - L 046	TRIVISAN SRL	06 - G 016	
INDUSTRIA MALUMI MINIMINI SRL	07-08 - C 024	LABORATORIO ALIMENTARE CECCHIN ANDREA E CARLO SRL	06 - K 058	MEGIC PIZZA SRL	03 - D 002	OLEIFICIO CECCHI SNC	05 - M 058	PASTIFICIO PMC SRL	07-08 - I 024	RIGAMONTI	02 - I 014	SCHEDERA NYVA LLC	07-08 - M 015	TRINCA SRL	07-08 - H 024	
INDUSTRIA SALUMI SIMONINI S.P.A.	02 - J 032	LABORATORIO GRAZIOSI SRL	06 - A 050	MELCHIORRI GIANFRANCO S.N.C.	03 - M 058	OLEIFICIO DELL'ORTO SAS	07-08 - F 018	PASTIFICIO RISCOSSA F.LLI MASTROMAURO SPA	05 - C 005	RINA SERVICES S.P.A.	07-08 - H 024	SHINE	06 - G 035	TRITICUM FOOD S.R.L.	03 - E 068	
INDUSTRIA SALUMI SIMONINI SPA	02 - J 032	LACESA SOC. COOP.	02 - C 062	MELEGATTI 1894 SPA	06 - I 034	OLEIFICIO GABRIELE ALBERTO	07-08 - A 006	PASTIFICIO STRAMPELLI	07-08 - D 006	RINALDINI PASTRY S.P.A.	06 - J 064	SIL.FIOR. SRL	02 - A 019	TRIVELLI TARTUFI SRL	06 - K 046	
INDUSTRIAS CÁRNICAS DIEGO MOLINA	07-08 - J 018	LACTALIS ITALIA EXPORT	02 - C 002	MELITE SRLS	07-08 - D 110	OLEIFICIO MALLIA DI MALLIA GIOVANNI SAS	03 - D 020	PASTIFICIO TEMPORIN SRL	06 - J 064	RINALDINI PASTRY S.P.A.	07-08 - K 029	SICILIANA FISH DI BOCCIELATO NICOLA	07-08 - K 046	TRUFFEAT & CAVIAREAT	07-08 - D 006	
INDUSTRIE MONTALI SRL	05 - H 049	LACTE SRL	07-08 - C 024	MELQUIADES RODRIGUEZ S.A.	07-08 - I 006	OLEIFICIO S.ANNA DI PERAINO SALADINO & C. SNC	07-08 - A 018	PASTIGLIE LEONE SRL	06 - J 057	RISERIA CAMPANINI S.R.L.	06 - A 034	SICILY FOOD BELICE VALLEY SOC.COOP.	07-08 - H 018	TUCANO S.R.L.	07-08 - H 024	
INDUSTRIE ROLLI ALIMENTARI SPA	03 - E 055	LAGO GROUP SPA	06 - K 021	MENCHETTI FOOD	03 - D 002	OLEIFICIO SAN CALOGERO DI SANTANGELO GIUSEPPE&C.S.A.S	07-08 - A 024	PATA SRL	05 - L 007	RISERIA CERIOTTI SRL	06 - E 001	SICURA S.R.L.	02 - G 020	TUMMINELLO SRL	07-08 - A 024	
ING. LUIGI CONTI VECCHI S.P.A.	05 - B 034	LAINA SRL	07-08 - C 127	MENDLSPECK SRL	02 - J 080	OLEIFICIO SOCIETA' COOPERATIVO DI CANINO S.C.A.	07-08 - D 006	PEDON SPA	06 - E 028	RISERIA CREMONESI 1951 SRL	06 - D 069	SIERRA WILD	03 - A 049	UNIONICER	07-08 - H 010	
INGROI SRL - FONTE MOLINELLO	05 - E 091	LAMACUPA	07-08 - C 063	MENU' SRL	03 - D 026	OLEIFICIO SPECIARI SRL	05 - E 051	PELLEGRINO FORMAGGI S.N.C. DI BERZIERI IVO & C.	02 - E 068	RISERIA GIUSEPPE MARTINOTTI SRL	06 - K 046	SIMEC S.P.A.	05 - D 050	UTTOFFOOD 2025	04 - D 044	
INGROI DEVIANTE SPA	05 - D 004	LANTERNA CENTRAL DE SERVICIOS SL	07-08 - D 004	MENUS & CASSER SPA	07-08 - D 004	OLEIFICIO VIGORIO DI VIGORIO	07-08 - D 018	RISERIA VIGORIO GIOVANNI SPA	07-08 - D 018	RISERIA VIGORIO GIOVANNI SPA	06 - K 046	SIMEXPU LALUSARARASI FIJARCILIK TIC. LTD. S.TL.	05 - D 050	UTTOFFOOD 2025	04 - D 044	
INPA S.P.A.	05 - B 064	LATTE MONTAGNA ALTO ADIGE	02 - G 056	MERCATO AGRICOLO ITALIANO SRL	05 - M 058	OLEIFICIO TIMPERIO MICHELE & FIGLI SNC	07-08 - B 010	RISO GALLO SPA	06 - D 033	RISERIA GEMELLI S.R.L.	06 - D 033	TIPO SPINOSA	07-08 - H 018	UTTOFFOOD 2025	04 - D 044	
INTERAMONT B.V.	07-08 - K 036	LATTE TRENTO SCA	02 - A 068	MESSORI CIRCOLATERIA SRL	05 - K 052	OLEIFICIO TOSCANO MORETTINI SRL	05 - N 001	PERILLA ANDREA E FIGLI SRL	07-08 - I 024	RISERIA MARGHERITA SRL	06 - C 035	TIPOTRESS EDITRICE SRL	04 - C 004	UTYSON FOODS	03 - F 026	
INTERVEY	03 - A 068	LATTERBUSCHE SCA	02 - I 055	MEYGAL	02 - G 020	OLEIFICIO ZUCCHI SPA	05 - G 010	PERNIGOTTI S.P.A.	06 - K 012	RISO MERACINQUE	07-08 - D 080	TIPOFFOOD 2025	04 - D 044	UMAMI SRL	07-08 - C 127	
INTERMEDIA FOOD SRL	06 - K 061	LATTERIA DI SOLIGO SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA	02 - C 076	MICHIOLIVE SRL	02 - D 072	OLEUM SICILIA	07-08 - D 051	PERROTTO GIUGLIOLA	07-08 - D 046	RISO SCOTTI SPA	06 - D 046	TIPOTRESS EDITRICE SRL	04 - C 004	UMAMI SRL	07-08 - C 127	
IOBOSCOVIVO	07-08 - B 039	LATTERIA MORO DI MORO SERGIO	02 - A 061	MICHELANGELO	02 - A 030	OLICAV SRL	05 - L 050	PERSEPOLI SRL	07-08 - G 036	RISPOLI SRL	07-08 - F 018	TYSON FOODS	03 - F 026	UMAMI SRL	07-08 - C 127	
IPAFOOD SRL	07-08 - C 106	LATTERIA SOCIALE DI BRANZI CASEARIA SOC. COOP. AGR	02 - C 062	MICHELIS	03 - E 018	OLIO ANFOSSO DI IANFOSSO A. E.A. & C. S.A.S.	05 - A 040	PESCARADOLC SRL	06 - H 046	RISORZI LUSTIGI	03 - D 071	UMAMI SRL	07-08 - C 127	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
IPACART SRL	07-08 - A 029	LATTERIA SOCIALE MANTOVA SOC. AGR. COOP.	02 - D 050	MICHELOTTI & ZEI SRL	06 - K 046	OLIO ARRE E NATURA DI DILIBERTO SALVATORE E.M. & C. S.A.S.	07-08 - A 024	PESCE AZZURRO CEFALU' SRL	03 - C 008	RISTORIS SRL	05 - E 058	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
IPOSEA SRL	05 - M 004	LATTERIA SORESINA S.C.A.	02 - B 026	MID DOLCIARIA S.R.L.	07-08 - A 006	OLIO BOERI	06 - E 046	PETRA MOLINO QUAGLIA	06 - E 046	RIVOLTINI ALIMENTARE DOLCIFICARIA SRL	06 - I 029	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
IPRONA TRENTO SPA	07-08 - D 110	LATTERIA SORRENTINA	02 - A 014	MILANI FOODS	06 - D 088	OLIO DANTE SPA	05 - F 004	PEZZETTA SRL	02 - I 056	RONCANDIN SPA SB	07-08 - E 028	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ISA SRL INDUSTRIA SPECIALITÀ ALIMENTARI	03 - E 044	LATTERIA THE COME - MONDOLATTE SOC. AGR. COOP	02 - G 025	MILANO COLONORO SRL	02 - D 062	OLIO DANTE SPA	05 - F 004	PIRELLA GUSTO	07-08 - C 007	ROBINO INDUSTRIA ALIMENTARE SRL	07-08 - C 007	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALCARTOIFI SRL	03 - F 004	LATTERIE DI FOGGIA	02 - A 015	MOLINI AMBROSIO DOMENICO SRL	07-08 - E 057	OLIO DIANTE SPA	05 - F 004	ROBINO INDUSTRIA ALIMENTARE SRL	07-08 - C 007	ROCCO TOSCANI FORMAGGI SRL	02 - D 061	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALGELATO	03 - E 014	LATTICINI ORCHIDEA	02 - A 080	MOLINI BONGIOVANNI SPA	06 - J 058	OLIO LEVANTE SRL	05 - N 045	ROCCA TOSCANI FORMAGGI SRL	07-08 - J 020	ROCCA TOSCANI FORMAGGI SRL	02 - D 061	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIA ALIMENTARI S.P.A	03 - A 013	LAURETANA SPA	04 - C 038	MOLINI BONGIOVANNI SPA	06 - J 058	OLIO ROI DI BOERI FRANCO	05 - C 009	ROCCA TOSCANI FORMAGGI SRL	02 - D 061	RODOLFI & GONZALEZ PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS S.L.	07-08 - I 006	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIA OLIVICOLA SCARL	07-08 - C 006	LAURIERI	06 - F 001	MOLINI DEL PONTE S.R.L.	07-08 - H 018	OLITA	05 - F 004	RODOLFI MANSUETO SPA	05 - C 004	RODOLFI MANSUETO SPA	05 - C 004	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIAN BAKERY SRLS	07-08 - E 024	LAVORATTI 1938	06 - L 028	MOLINI FAGIOLI S.R.L.	05 - G 064	OLIVATA SRL	05 - G 022	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIAN FOOD & CHEESE SRL	02 - H 056	LCL S.R.L.	06 - J 061	MOLINI FAVIOLI S.R.L.	05 - C 058	OLIVA OLIVA	07-08 - I 018	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIAN GOURMET	04 - D 001	LCL SRL	06 - J 061	MOLINI PIVETTI SPA	05 - K 068	OLIVE PETRUZZELLI SRL	03 - H 068	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIAN NICE SRL	07-08 - D 075	LCL SRL	06 - J 061	MOLINI PIZZUTI	05 - M 069	OLIVES TORREMAR	03 - G 026	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIAN BERTOLO SRL	07-08 - D 075	LE 2 MELE SNC	07-08 - D 075	MOLINO BERTOLO SRL	06 - C 064	OLIVICOLA DI CANINO SOC AGRICOLA COOP A.R.L.	07-08 - C 006	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIANA CAPERS SUD SRL	07-08 - A 024	LE DELIZIE DEL MARE S.R.L.	07-08 - D 018	MOLINO COLOMBO SRL	02 - D 062	OLIVICOLI TARTUFI ITALIANI SRL	07-08 - C 006	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIANA SCA SRL	05 - G 007	LE DELIZIE DI TAVOLA - OPISON SRL	07-08 - F 006   07-08 - F 018	MOLINO COLOMBO SRL	02 - D 062	OLIVICOLI TARTUFI ITALIANI SPA	07-08 - C 006	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALIARTIARTUFI SRL	07-08 - G 006	LE DELIZIE ITALIANE SRL	07-08 - F 006   07-08 - F 018	MOLINO COSMA SRL	06 - L 027	OLIVIO SRL	07-08 - B 018	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALKALI SPA	05 - B 034	LE DELIZIE SRL	07-08 - E 006	MOLINO DALLAGIOVANNA GRV S.R.L.	06 - J 046	OLIVOLIO SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	07-08 - E 024	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALO VEZZOLI	06 - L 022	LE FARINE MAGICHE	07-08 - C 106	MOLINO DE VITA SRL	05 - L 016	OLYMPUS ITALIA S.R.L.	02 - F 074	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALPEPE 2 SRL	05 - C 040	LE FINEZZE	03 - D 068	MOLINO DENTI	06 - A 040	OMNIA GROUP S.R.L.	07-08 - A 006	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALPESTO SRL	07-08 - D 075	LE GEMME DEL VESUVIO - GRANIA SRL	05 - A 070	MOLINO DI BORGO SAN DALMAZZO SRL	05 - E 063	ONE FOOD SRL	03 - G 074	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALPIZZA SPA	03 - A 014	LE MAREVIGLIE SRL	06 - F 058	MOLINO DI FERRO SPA	03 - C 047	OP JUICES SRL	07-08 - A 024	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALY EXPORT - EDITRICE GIDEMME	03 - H 030	LE NOSTRANE SRL	06 - F 058	MOLINO DI FERRO SPA	06 - F 058	OP FRUIT SOC.COOP.AGR	07-08 - H 010	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITALY SMART FOOD S.R.L.	06 - K 046	LE OLIVE DA TAVOLA DI SICILIA SOC. COOP. AGRICOLA	07-08 - C 006	MOLINO F.LLI CHIAVAZZA SPA	06 - C 001	OP LA DELIZIOSA SOC COOP AGR	07-08 - H 018	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	ROMA FINE FOODS SRL	05 - B 057	SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	05 - C 034	UMBERIA EAT SRL	07-08 - C 131	
ITINERI SRL	07-08 - D 119a	LE RARITA' CILENTANE	07-08 - F 006   07-08 - F 018	MOLINO FERRARI PARIDE SRL												





### Superfoods: a growing trend?

The latest edition of GS1 Italy's Immagino Observatory explores consumer habits related to beneficial ingredients in Italy. From June 2022 to June 2023, products with supposed beneficial ingredients accounted for 16.2% of references in supermarkets, contributing to 12.8% of the total sector turnover. Among the analyzed clusters, the traditional basket stands out with a turnover of 2.8 billion euros, led by ingredients like caramel, pistachio, and hazelnut.

Superfruits such as avocado and coconut water show strong growth, in contrast to super grains like kamut and wheat germ, which record declines. Sweeteners and seeds also display mixed trends, with some growing and others decreasing. Despite a general price increase, the market for beneficial ingredients maintains a robust value of 4.3 billion euros, demonstrating persistent interest despite economic challenges.

## Superfood: un trend in crescita?

Le abitudini dei consumatori e l'andamento dei cluster di ingredienti

benefici secondo l'Osservatorio Immagino di GS1 Italy.

Le tendenze emergenti.

CLAUDIA MORAZZI

**I** superfood sono alimenti con presunte capacità benefiche per la salute, riconducibili a una parte delle caratteristiche nutrizionali o alla concentrazione chimica complessiva. L'Osservatorio Immagino, lo studio semestrale di GS1 Italy dedicato ai consumi degli italiani, in cui vengono raccontati i trend emergenti del mercato, traccia, tra le altre cose, l'andamento degli ingredienti benefici presenti negli alimenti venduti in supermercati e ipermercati. Lo studio si basa sul monitoraggio dei fenomeni di consumo, mettendo in rapporto le informazioni delle etichette dei prodotti digitalizzati dal servizio Immagino e i dati di Nielsen Iq sul venduto e sul consumo.

Secondo i risultati della quattordicesima edizione dell'Osservatorio Immagino, il paniere degli ingredienti benefici dell'anno preso in esame, che va da giugno 2022 a giugno 2023, incide complessivamente - se si considerano tutti i sette cluster rilevati dall'Osservatorio - per il 16,2% sul numero di referenze, contribuendo per il 12,8% al loro giro di affari.

### Traditional

Il paniere traditional include ingredienti come cacao, nocciola, limone, vaniglia, pistacchio, noci e caramello. Si tratta dell'ultimo paniere entrato nelle rilevazioni dell'Osservatorio Immagino, ma risulta primo per numero di prodotti e per giro di affari, con 7.481 referenze e oltre 2,8 miliardi di fatturato totale. Si è registrato un buon risultato a valore (+12,1%), ma l'andamento a volume è stato negativo (-2,9%), con una crescita della domanda (+9,3%) e conseguentemente dell'offerta (+2,8%), che è aumentata soprattutto per caramello, pistacchio e nocciola.

Tutti gli ingredienti di questo paniere hanno registrato crescita a valore e perdite nei volumi, ad eccezione del caramello - l'unico che ha mantenuto anche i volumi in positivo (+10%).

### Superfruit

Le referenze che contengono uno dei superfruit rilevati dall'Osservatorio Immagino (mandorla, mirtillo, cocco, anacardi, mango, avocado) sono più di 3mila. Nell'anno di riferimento, i consumatori hanno speso quasi 861 milioni di euro (+10,7%) per l'acquisto di prodotti contenenti superfruit, ma è stato registrato un calo dei volumi pari al 2,4%, a fronte di un'offerta pressoché stabile (+0,6%). Il trend a valore è comune a tutti i superfruit, mentre a volume sono in controtendenza ana-

cardi (+7%), mango (+3,6%), avocado (+22,2%) e acqua di cocco (+4,3%).

I risultati migliori in questo paniere sono stati registrati dall'avocado, che ancora una volta si conferma uno dei prodotti e degli ingredienti più richiesti dagli italiani. Il giro d'affari per i prodotti che contengono avocado è infatti aumentato del 37,1% (oltre 34 milioni di euro). Un trend che segue quello altrettanto positivo di domanda (+18,7%) e offerta (+18,4%).

### Supercereali/farine

Il cluster dei supercereali, che comprende anche le farine, è composto da oltre 2mila referenze, che nell'anno di riferimento hanno generato un giro d'affari per 584 milioni di euro (+9,3%), nonostante la riduzione dei volumi di vendita di poco inferiore al 3%. Gli otto supercereali monitorati dall'Osservatorio Immagino hanno visto crescere la

domanda, ma hanno registrato risultati molto diversi tra loro. In particolare, kamut e germe di grano hanno subito un forte calo nel giro d'affari; avena, farina di riso e olio di riso sono cresciuti sia a valore che a volume, sostenuti dall'offerta in espansione; mentre farro e quinoa sono accomunati da valori di vendita in aumento e volumi in calo.

### Dolcificanti

Il trend generale del cluster dei dolcificanti non risulta particolarmente positivo: la crescita del fatturato è infatti modesta (+5,2%), mentre sono in calo i volumi di vendita (-5,1%) e l'offerta (-5,7%). Questo risultato è fortemente influenzato dall'andamento dello zucchero di canna: nonostante risulti il più importante in termini di numero di prodotti e di giro d'affari (oltre 102 milioni di euro), la crescita a valore è stata contenuta (+3,7%) e i volumi sono cala-

ti (-8,7%), anche a causa della riduzione del 7,4% dell'offerta. Al contrario, la stevia ha registrato risultati positivi sia a valore (+8,5%), sia a volume (+3,7%), grazie a bevande base thè, infusi e prodotti per alimentazione sportiva.

### Semi

Il cluster dei semi ha registrato risultati positivi a valore (+9,9%), ma negativi a volume (-2,6%), con una lieve contrazione dell'offerta (-1%) e una domanda in positivo (+10,9%). La situazione è però molto diversificata tra i cinque semi presi in analisi: semi di zucca e canapa hanno subito cali sia a valore che a volume; semi di sesamo e semi di chia sono invece cresciuti a valore ma calati a volume; mentre a registrare i migliori risultati sono stati i semi di lino, crescendo sia a valore (+20,4%) che a volume (+5,2%), anche grazie all'aumento della componente dell'offerta.

### Spezie

La performance del cluster delle spezie è stata generalmente negativa, con perdite sia a valore (-2,3%) sia a volume (-9,5%) per zenzero, curcuma e cannella, i tre ingredienti presi in analisi - un risultato sicuramente influenzato dal calo nell'offerta.

### Superfood

L'andamento dei superfood non è stato positivo nel periodo analizzato: il cluster ha infatti subito un calo nei volumi (-7,8%), ma anche nel fatturato totale (-1,3%), causato da una diminuzione dell'offerta. Le bacche di goji e l'Açaí, infatti, sono calate notevolmente sia a livello di fatturato, sia in termini di quantità vendute. Alga spirulina e thè matcha, però, sono andati controcorrente, crescendo sia a volume che a valore. Nel corso dell'anno terminante a giugno 2023 sono stati registrati un totale di 13.667 prodotti che riportano sull'etichetta almeno un ingrediente benefico, per un'offerta sostanzialmente stabile (+0,6%).

### Un business da 4,3 miliardi di euro

Il business degli ingredienti benefici genera oggi un valore di oltre 4,3 miliardi di euro, l'11,2% in più rispetto all'anno precedente. La crescita è però da attribuire al generale aumento dei prezzi registrato nello stesso periodo, che ha causato a sua volta un calo dei volumi pari al 2,8% - un trend che accomuna tutti i settori, ma risulta più accentuato nel caso di superfood e spezie. I consumatori italiani non rinunciano quindi ai prodotti che contengono ingredienti benefici, ma sono frenati dal generale aumento dei prezzi.



### I NUMERI DEL MONDO DEGLI INGREDIENTI BENEFICI IN GDO (GIUGNO 2023 VS. GIUGNO 2022)

**Prodotti (n.):** 13.667 (16,2%)  
**Vendite (mln. euro):** 4.320 (12,8%)  
**Trend vendite a valore:** +11,2%  
**Trend vendite a volume:** -2,8%

Fonte: Osservatorio Immagino di GS1 Italy

  
**Mengazzoli**

**naturalezza e benessere, sempre**



ORGANIC APPLE CIDER VINEGAR - UNFILTERED AND RAW

ACETIFICIO MENGAZZOLI SNC

Via della Costituzione, 41/43 - 46010 Levata di Curtatone (Mantova) - Italy / Via Manuzio Aldo il Vecchio, 12 - 41037 Mirandola (Modena) - Italy  
 Phone +39 0376 47444 - commerciale@mengazzoli.it - www.mengazzoli.it





# And the winner is...

Grande successo per i Tespi Awards. Premiate le aziende e le iniziative marketing che si sono distinte nell'anno solare 2023, nei settori dei salumi, dei formaggi, dei dolci & salati, delle carni e del grocery. Da una giuria composta da 101 buyer di Gd e Do, Normal Trade e operatori del settore alimentare.

ANNALISA POZZOLI



## 1. Miglior spot Tv

"Campione a tavola" - Salumificio Flli Beretta

## 2. Miglior spot radio

"MMMortadella Favola, che gioia per il palato!" - Salumificio Mec Palmieri

## 3. Miglior Campagna Stampa Trade

"Parmacotto Revolution" - Parmacotto

## 4. Miglior campagna stampa consumer

"Prosciutto di Parma, Naturale in ogni Fetta" - Consorzio del Prosciutto di Parma

## 5. Miglior campagna new media

"Dolcetto o pancetta?" - Cotto Capitelli

## 6. Miglior campagna di comunicazione per la valorizzazione del prodotto tipico

"Momenti da Favola' a Yoga Radio Bruno Estate" - Salumificio Mec Palmieri

## 7. Miglior campagna di comunicazione per la valorizzazione del prodotto tipico CONSORZI

"I Viaggi nel Gusto" - Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna

## 8. Miglior attività e materiale in-store

"Fiocco di prosciutto con cestino portapani in stoffa Terre Ducali" - Prosciuttificio San Michele

## 9. Miglior iniziativa di co-marketing

"Aperitiamo - Salumi Terre Ducali e Provolone Piccante Auricchio" - Prosciuttificio San Michele

## 10. Miglior packaging pre-affettato

"Linea prodotti affettati bio in vaschetta con vassoio in carta" - Cavalier Umberto Boschi

## 11. Miglior packaging del prodotto a libero servizio

"Panini Microondabili" - Alba Tramezzini

## 12. Miglior innovazione di prodotto AFFETTATI

"Prosciutto crudo stagionato 18 mesi Freschi di Fillera - Fumagalli Industria Alimentare

## 13. Miglior innovazione di prodotto INTERO

"Nuova ricetta: Puro - Prosciutto Cotto Alta Qualità" - Comal

"Guanale King's" - Salumi King's

## 14. Miglior iniziativa di partnership con il normal trade

"Prosciutto di Parma Specialist" - Consorzio del Prosciutto di Parma

## 15. Miglior iniziativa sostenibile in ambito produttivo

"Ampliamento dell'impianto fotovoltaico sui tetti dello stabilimento di Scalenghe" - Raspini

## 16. Iniziativa charity

"Donazione alla Comunità di Sant'Egidio e supporto al Banco Alimentare" - Clai

"Corri, pulisci, respira!" - Raspini

"Sponsorship Insuperabili Onlus" - Veroni



## 1. Miglior campagna stampa consumer

"Qualità 10+ Origine Italiana" - Amadori

## 2. Miglior campagna stampa trade

"Una storia d'amore da condividere ogni giorno" - Consorzio Tutela Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale

## 3. Miglior campagna new media

"Contenuti digitali in collaborazione con Sale&Pepe" - Centro Carni Company

## 4. Miglior packaging del prodotto a libero servizio

"Petto di pollo Ready to Eat" - Fiorani

## 5. Miglior innovazione di prodotto

"Summer On Fire - Chi ci piglia, ci griglia" - Martini Alimentare



## 1. Miglior spot Tv

"Aggiungi gusto a tavola, c'è Ricotta con due C" - Valcolatte

## 2. Miglior spot radio CONSORZI

"Emozione italiana" - Consorzio Tutela Grana Padano

## 3. Miglior spot Tv PROTEINE

"Granarolo Benessere High Protein - Prenderci gusto a star bene" - Granarolo

## 4. Miglior spot radio

"Sa di bianco. Sa di buono" - Sabelli

## 5. Miglior campagna stampa trade

"Capritilla e Kaprone" - Bottalla

## 6. Miglior campagna stampa consumer

"Taleggio D.O.P. Dal forma al gusto" - Consorzio Tutela Taleggio

## 7. Miglior campagna new media

"Campagna di food influencer: Igor Gorgonzola protagonista sui social media con food influencer e chef" - Igor

## 8. Miglior campagna new media CONSORZI

"Nuovo portale Educazione Nutrizionale Grana Padano" - Consorzio Tutela Grana Padano

## 9. Miglior campagna comunicazione per la valorizzazione del prodotto tipico

"La Piadineria, Parmareggio e il Consorzio del Parmigiano Reggiano" - Caseifici Granterre

## 10. Miglior campagna comunicazione per la valorizzazione del prodotto tipico CONSORZI

"Generazione G" - Consorzio Tutela Formaggio Gorgonzola

## 11. Miglior campagna comunicazione per la valorizzazione del prodotto tipico FORMAGGI SEMIDURI

"L'Occhio di Puglia: dalle grotte carsiche pugliesi alla grande distribuzione" - D'Ambruoso Francesco

## 12. Miglior promozione al consumo

"I prodotti Murgella protagonisti di sfide e ricette di Masterchef Italia 12" - Caseificio Palazzo

## 13. Miglior materiale Pop

"Ricettario Lattebusche - In cucina con te" - Lattebusche

## 14. Miglior materiale Pop MOZZARELLA

"La Bufala Campana Dop viaggia anche in metro" - Consorzio Tutela Mozzarella di Bufala Campana

## 15. Miglior iniziativa di co-marketing

"Campagna di ricerca, sviluppo e sostenibilità in collaborazione con Tetra Pak" - Latteria Soligo

## 16. Miglior iniziativa di co-marketing CONSORZI

"Partnership con Jre Italia" - Consorzio Tutela Formaggio Asiago

## 17. Miglior packaging del prodotto a libero servizio

"Packaging dedicato a Pesaro Capitale Italiana della Cultura 2024 e all'arte italiana" - Casula

## 18. Miglior innovazione di prodotto

"BuonaSorte Guffanti con latte di bufala" - Luigi Guffanti

## 19. Miglior innovazione di prodotto PASTE FILATE

"Stracciata alla tartufo" - Caseificio Palazzo

## 20. Miglior innovazione di prodotto FRESCHI

"Morbidezza con pesto" - Caseificio Val D'Aveto

## 21. Miglior iniziativa sostenibile in ambito produttivo

"Gli snack e i petali di Parmigiano Reggiano ricevono il premio Conai per il pack sostenibile" - Caseifici Granterre

## 22. Iniziativa charity

"Progetto Cuore In Forma" - Bottalla

"Confezione Natale Parmigiano Reggiano e ADMO" - Caseifici Granterre

"Progetto Wownature piantumazione 1000 alberi" - Consorzio Tutela Formaggio Asiago

"Piave Dop e il sociale - al fianco di 'Amico per la pelle'" - Consorzio Tutela Formaggio Piave

"Supporto alla mensa sociale 'Immensa' di Sondrio" - Latteria Sociale di Chiuro

"Iniziativa a sostegno degli alluvionati colpiti dall'alluvione del 2023 in Emilia Romagna" - Latteria Soligo

"Müller for People main sponsor di Ride Your Life - Ghana 2023" - Müller

"Action Women & Spinosa: oggetti equosolidali e sostenibili in Wax per fare da ponte tra diverse culture" - Spinosa

## 30. Premio speciale Anniversario

"110 anni" - Valcolatte

## 31. Premio speciale Anniversario

"110 anni" - Arrigoni Battista

## 32. Premio speciale Anniversario

"70 anni" - Lattebusche

Particolarità dei Tespi Awards è la giuria, composta da 101 membri: a votare è stato chi il mercato lo vive e lo costruisce ogni giorno. Buyer di Gd e Do, normal trade e operatori del settore alimentare hanno composto un panel di esperti, che meglio di chiunque altro sono stati in grado di valutare i prodotti e le iniziative che più meritano di essere premiate. Ed è proprio a loro che è stato chiesto di far parte della giuria, facendo leva sulle loro competenze, sulla loro esperienza professionale e sul loro occhio di 'addetti ai lavori'.

In queste pagine, tutti i vincitori dell'edizione 2024 degli Awards.



## And the winner is...

The awards ceremony for the Tespi Awards 2024, the excellence awards assigned by retail and organized by Tespi Mediagroup, was held on 8th May. Divided into different categories - cured meats, cheeses, sweets & savory, meat and grocery - these awards awarded the companies that stood out most in marketing and communication initiatives for the calendar year 2023. Retailers and buyers, normal trade and food operators have taken part in a panel of experts to evaluate the companies that most deserve to be rewarded. In these pages, all the winners of the 2024 edition of the Awards.



## 1. Miglior spot tv

"Alimentiamo la vita" - Alce Nero

## 2. Miglior spot radio

"Potremmo ma non serve!" - Sgarbaro

## 3. Miglior campagna stampa trade

"Tasting Rainbow - Non semplici spezie ma emozioni" - Italpepe

## 4. Miglior campagna stampa trade PASTA

"Garofalove - L'amore, quello vero" - Pastificio Lucio Garofalo

## 5. Miglior campagna stampa consumer

"Non importa ciò che fai. Fallo con Passione" - Procaffè

## 6. Miglior campagna new media

"Plasmon Semplicemente Bio" - Heinz Italia

## 7. Miglior campagna new media CONSERVE

"Dal 1906 il segreto è Rizzoli" - Rizzoli Emanuelli

## 8. Miglior campagna new media PASTA

"Campagna lancio Enne" - Pastificio Lucio Garofalo

## 9. Miglior attività e materiale in-store

"Isole tematiche Integratori Botanici" - Bonomelli

## 10. Miglior iniziativa di co-marketing

"Sostieni il futuro degli oceani" - Delicius

## 11. Miglior iniziativa di co-marketing PASTA

"Spaghetto d'autore" - De Cecco

## 12. Miglior packaging

"Nuove bottiglie in r-PET realizzate con il 100% di plastica riciclata Sagra" - Salov

## 13. Miglior packaging PASTA

"Tortiglioni al germe di grano" - Antico Pastificio Morelli 1860

## 14. Miglior packaging LINEA PASTA

"Granoro Dedicato Limited Edition 1 kg" - Pastificio Attilio Mastromauro Granoro

## 15. Miglior packaging CONSERVE

"Tre sughi pronti in formato bottiglia in vetro" - Rosso Gargano

## 16. Miglior packaging PREPARATI E FARINE

"Nuovi pack in metallo con tappo salva aroma e apertura easy peel" - Ar.pa Lieviti

## 17. Miglior packaging CAFFÈ

"Miscela Light: 50% in meno di caffeina e cialda compostabile" - Caffè Borbone

## 18. Miglior packaging PIATTI PRONTI

"Zuppe Gusto Benessere" - Itineri

## 19. Miglior innovazione di prodotto

"Integratori Botanici" - Bonomelli

## 20. Miglior innovazione di prodotto GNOCCHI E RAVIOLI

"Linea Pataorto" - Il Pastaio

## 21. Miglior innovazione di prodotto PASTA

"Pasta Venere" - Riso Scotti

## 22. Miglior innovazione di prodotto PREPARATI E FARINE

"Cous Cous proteico di avena e Cous Cous proteico di legumi" - Molino Filippini

## 23. Miglior innovazione di prodotto PREPARATI E FARINE

"Gamma Mix Senza Glutine Alimentazione Dedicata" - Molino Spadoni

## 24. Miglior innovazione di prodotto PIATTI PRONTI

"Le Zuppe - Minestrone di verdure con fagioli cannellini" - Pedon

## 25. Miglior innovazione di prodotto CONSERVE, SUGHI E PASSATE

"Brodo pronto di verdure baby food" - Alce Nero

## 26. Miglior iniziativa sostenibile in ambito produttivo

"Bilancio di sostenibilità 2023" - De Cecco

## 27. Iniziativa charity

"MartinoRossi for the Planet in collaborazione con Environomica" - MartinoRossi

"Limited Edition 2023: Un Natale condiviso" - Molino Pasini

"Donazioni in pasta" - Pastificio Lucio Garofalo

"In Viaggio con Pedon" - Pedon

## 28. Premio speciale Anniversario

"40 anni" - Pedon



## DOLCI

### 1. Miglior spot Tv

"Fiordifrutta: una storia di passione e scelte etiche" - Rigoni di Asiago

### 2. Miglior campagna affissione

"Caramelle Ricola Echinacea, Miele e Limone sui tram milanesi" - Divita

### 3. Miglior campagna stampa trade

"Riempici di dolcezza" - Pennisi

### 4. Miglior campagna stampa consumer

"Hoplà confezione natalizia" - Trevalli Cooperlat

### 5. Miglior campagna new media

"Voci di gente invisibile - Storie di Apicoltori" - Conapi

### 6. Miglior materiale Pop

"Linea 'Schiaccianoci Party' - Box Espositore Schiaccia Cake" - Il Fornaio del Casale

### 7. Miglior iniziativa di co-marketing

"Incontro perfetto - Bel Paese Galbani e Mielizia" - Conapi

### 8. Miglior iniziativa di co-marketing RICORRENZA

"Giovanni Cova & C. insieme all'Archivio Storico Ricordi celebra i 210 anni dalla nascita del grande compositore italiano: Giuseppe Verdi" - Idb - Industria Dolciaria Borsari

### 9. Miglior Packaging Spalmabili

"Nuova confezione confetture Flli Chiaverini" - Le Bonità

### 10. Miglior Packaging Ricorrenza

"Restyling Bottega Balocco" - Balocco

### 11. Miglior Packaging Cioccolato

"Tavolette di cioccolato Tasting Experience Vanini" - Icam Cioccolato

### 12. Miglior Packaging Caramelle

"Nuove scatolette di Pastiglie Leone" - Pastiglie Leone

### 13. Miglior Packaging Prima Colazione

"Ore Liete Voglia di Extra - Frollini al cacao con crema alla nocciola" - Tedesco

### 14. Miglior Packaging Dessert

"Linea 'Schiaccianoci Party' - Schiaccia Cake" - Il Fornaio del Casale

### 15. Miglior Packaging Snack Dolci

"Nuova identità visiva" - Bonomi

### 16. Miglior innovazione di prodotto SPALMABILI

"Crema spalmabili 100% Fiorentini in formato tascabile e mono-ingrediente" - Fiorentini Alimentari

### 17. Miglior innovazione di prodotto CAMELLE

"Caramelle Echinacea, Miele e Limone Ricola" - Divita

### 18. Miglior innovazione di prodotto CIOCCOLATO

"Linea di Tavolette di cioccolato Tasting Experience Vanini" - Icam Cioccolato

### 19. Miglior innovazione di prodotto RICORRENZA

"Panettone Fragoline, Cioccolato Bianco e Pepe Verde - Muzzi Antica Pasticceria" - Idb - Industria Dolciaria Borsari

### 20. Miglior innovazione di prodotto SNACK DOLCI

"Astuccio di croccantini salati" - Industria Dolciaria Quaranta

### 21. Miglior innovazione di prodotto BASI E PREPARATI

"Minuto: la linea di preparati per dolci pronti in poco tempo" - Newlat Food

### 22. Miglior innovazione di prodotto DESSERT

"Fetta di salame di cioccolato" - Majani

### 23. Iniziativa charity

"Borsari con Fondazione Rava per l'Emergenza Emilia Romagna" - Idb - Industria Dolciaria Borsari

"Panethon 2023: la sfida solidale tra i migliori panettoni del Veneto" - Idea Food&Beverage

### 24. Premio speciale Anniversario

"100 anni" - Dolcital

## SALATI

### 1. Miglior spot Tv

"Spot 26X38" - Itaipizza

### 2. Miglior campagna stampa trade

"Scegli tu la base e scatena la tua fantasia" - Valle Fiorita





### "Sustainability is a strategic factor"

The logistics sector plays an increasingly strategic role within the market, given the incidence on the turnover of companies and the importance of optimizing shipping costs, with important repercussions also on the environment. The president of Number 1 Holding, Renzo Sartori, who is also vice-president of Assologistica, knows it well. The group, present all over Italy, deals with logistics: it is active in all channels, from large-scale distribution, to specialized resale, to the traditional channel, up to Horeca. A chance to get to know this company better will be offered at Cibus, during a conference (10 May) that will focus on sustainability: "The event will be an opportunity to discuss within the most important trade fair for our customers how the major environments, social and governance challenges are increasingly strategic for companies today", Sartori explains.

## "La sostenibilità è un fattore strategico"

Un'efficiente gestione delle merci e degli spazi è fondamentale per ridurre i costi e minimizzare l'impatto sull'ambiente. Ce ne parla Renzo Sartori, presidente di Number1 Holding. Con uno sguardo sul futuro del settore.

TOMMASO TEMPESTI

**I**l settore logistico ricopre sempre più un ruolo strategico all'interno del mercato, data l'incidenza sul fatturato delle imprese e l'importanza di ottimizzare i costi di spedizione, con ricadute importanti anche sull'ambiente. Lo sa bene il presidente di Number 1 Holding, Renzo Sartori, che ricopre anche il ruolo di vicepresidente di Assologistica. Il gruppo, presente in tutta Italia, si occupa, appunto, di logistica: è attivo in tutti i canali, dalla Grande distribuzione, alla rivendita specializzata, al canale tradizionale, fino all'Horeca; si occupa di food con una specializzazione nel grocery, ma anche di beverage, homecare, beauty e salute. Nell'intervista parliamo dell'azienda e delle soluzioni che offre, con uno sguardo anche sui progetti per il futuro.

### Ci racconti di Number1 Holding: come nasce? E a che punto è oggi?

Number 1 nasce come spin-off di Barilla nel gennaio del 1996. Nel 2012 subentra Fisi, che oggi si chiama Number 1 Holding, costituita da tre soci: io, Gianpaolo Calanchi e Davide Villani.

Attualmente contiamo su nove hub, vale a dire magazzini in cui raduniamo le merci di diversi clienti, per una superficie di oltre 700mila metri quadri. Questi sono presenti in tutta Italia (Milano, Parma, Bologna, Verona, Roma, Bari, Caserta, Sicilia e Sardegna). Vi sono poi più di 50 magazzini in tutta la Penisola, tra cui quelli che si occupano di gestire il fine linea delle aziende e quelli riservati ai singoli marchi. Infine, per la gestione dell'ultimo miglio, abbiamo una trentina di transit point (magazzini di 3-5mila metri quadri). Diamo lavoro a quasi 1.200 dipendenti diretti; l'obiettivo è di arrivare a 1.500 nel 2024. Se contiamo anche gli indiretti, tuttavia, arriviamo a 4.500 persone.

### Com'è andato il 2023?

È stato un anno molto importante per noi. Abbiamo totalizzato 396 milioni di euro di fatturato, con un Ebitda nella media di mercato.

### Quali servizi offrite alle aziende?

Offriamo anzitutto una rete capillare e presente in tutta Italia, come prima si accennava. Il nostro sistema ci permette di appoggiarci a numerosi magazzini di diverse dimensioni a seconda delle necessità, così da ottimizzare i costi e le risorse, in modo da essere estremamente efficaci nel portare a termine le consegne che ci vengono affidate. La nostra flotta, che comprende circa 400 trattori e 500 semi-rimorchi, include mezzi adatti a tutte le situazioni, dai tir ai furgoncini. Possiamo occuparci di tutto il pro-



cesso che segue la fine della produzione di un bene, fino alla consegna al retailer. Una volta che un'azienda ha realizzato il prodotto, noi lo preleviamo e lo portiamo nei nostri magazzini. Qui ci occupiamo di gestirlo e prepararlo per gli ordini, a seconda delle richieste che ci vengono fatte, in modo che poi sia pronto per essere spedito. Quindi lo conduciamo a destinazione.

In tutto questo, c'è un enorme valore aggiunto che possiamo garantire: in un'unica spedizione possiamo mettere assieme le referenze di diversi produttori, così da ridurre al minimo le spese e gli sprechi. Per fare questo lavoro sono fondamentali i sistemi informativi, così da ottimizzare gli ordini e la composizione stessa delle merci sui mezzi di trasporto. Difficilmente trasportiamo aria.

### In quali comparti lavorate?

Siamo attivi principalmente sul food, in particolare nel secco (grocery, dolci e salati) e nei prodotti che richiedono una temperatura condizionata. Parlo, per esempio, del cioccolato, che ha bisogno di essere conservato tra i 18 e i 25 gradi. Non teniamo in magazzino prodotti freschi o surgelati, ma possiamo comunque consegnare: con i trasporti siamo disponibili per tutte le categorie di alimenti.

Oltre al food, ci occupiamo anche di tutti quei prodotti che rientrano nell'homecare, nel beauty e salute, nel petfood e nel beverage. In alcuni comparti siamo dei punti di riferimento: ci occupiamo del 95% del mercato

del baby food, per esempio, e siamo leader per la fornitura degli ingredienti alle gelaterie. Facciamo consegne a circa 120mila punti vendita di ogni tipo: dalla Grande distribuzione, ai rivenditori specializzati, al canale tradizionale e all'Horeca. Praticamente il 20% dei prodotti presenti sugli scaffali della Gdo sono stati gestiti e consegnati da noi.

### Coprite anche l'estero?

Non abbiamo contratti attivi fuori dall'Italia, ma abbiamo deciso di offrire ai nostri clienti la possibilità di fare consegne dall'estero. Allo scopo, nel 2021 abbiamo creato Number 1 International, una società che funge da spedizioniere oltreconfine. Noi, infatti, ci possiamo occupare di tutti gli aspetti logistici che interessano al cliente, portando la sua merce all'estero se ne ha la necessità.

### La crisi del Canale di Suez ha impattato in qualche modo sul vostro operato?

Si tratta di una faccenda che non impatta su di noi direttamente, in quanto riguarda soprattutto il commercio delle materie prime, mentre noi ci occupiamo di distribuire il prodotto lavorato. L'impatto si è fatto sentire principalmente sui nostri clienti, cioè sulle aziende.

### A Cibus terrete un convegno dal titolo 'La sostenibilità come fattore strategico'; cosa significa?

L'evento sarà l'occasione per confrontarci, all'interno del più importante salone di riferimento per i nostri clien-

ti - intesi come industria e Gdo - su come oggi, sempre più, le grandi sfide ambientali, sociali e di governance siano strategiche per le imprese.

Noi abbiamo messo il tema della sostenibilità al centro del nostro modello di business già anni fa quando abbiamo scelto di diventare Società Benefit o quando abbiamo dato vita a Next, che oggi è un'associazione che a livello nazionale si occupa di favorire l'inclusione lavorativa di persone vulnerabili. Siamo convinti che la sostenibilità costituisca un motore di crescita in grado di generare valore di lungo periodo per tutta la filiera e per i territori. A Cibus presenteremo le ultime tappe di questo nostro percorso: abbiamo misurato con lo strumento di analisi Si Rating di Arb S.B.P.A. le nostre performance di sostenibilità e l'allineamento delle nostre attività agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Onu e abbiamo redatto il nostro primo bilancio di sostenibilità. Sappiamo però che per rimanere competitivi, in un contesto in cui a volte la valutazione sui servizi che offriamo avviene sulla base di altri Kpi, serve che questo approccio venga anche sostenuto dal punto di vista legislativo ed è necessario soprattutto un cambiamento culturale.

### Quali sono gli elementi da tenere d'occhio per lo sviluppo futuro della logistica?

Il futuro della logistica si gioca a partire da alcuni presupposti. Anzitutto, oggi si tratta di un settore estremamente parcellizzato, con tantissime aziende presenti sul mercato. Inoltre, si tratta di un settore a bassa profittabilità, ma ha bisogno di attirare investimenti. Infine, c'è la necessità di norme chiare che lo regolino.

Secondo il mio punto di vista, il mercato sta subendo cambiamenti significativi. Prevedo una riduzione del numero di imprese, con un aumento delle fusioni e acquisizioni, che daranno origine a aziende più grandi. Queste nuove realtà dovranno essere altamente specializzate per attrarre investimenti e mantenere la loro competitività.

### Quali progetti in cantiere?

La nostra evoluzione prevede un'espansione sul fronte della gestione pura dei magazzini, perché abbiamo tutte le capacità e gli asset necessari per garantire efficienza ed economicità. Intendiamo rafforzare poi la proposta di servizi di logistica a 360 gradi, forti della nostra capillarità, e dell'expertise nel gestire oltre 120mila punti di destino. Parallelamente, lanceremo un progetto di 'groupage', mirato a consentire alle realtà aziendali più piccole di effettuare consegne dirette alla Grande distribuzione, facilitando così l'accesso a questo importante canale di distribuzione.

CASEIFICIO VALCOLATTE  
-1914-  
Ergo Parvigi



CON RICCOTTA IL  
**GUSTO RADDOPPIA**

**TUTTA LA BONTÀ DEI PRODOTTI CASEIFICIO VALCOLATTE E LA GOLOSITÀ DELLA GAMMA RICCOTTA VI ASPETTA A CIBUS.**

VIENI A SCOPRIRLI.  
CI VEDIAMO AL PADIGLIONE 2 STAND H014.



**Corte Parma Alimentare: simple, convenient and good**

The company, based in the province of Parma, selects and processes the best raw materials to make ready-to-eat products to be enjoyed during breaks or conviviality occasions. With the Amoretti brand, it brings tradition and taste inside its ready-to-eat products. The selection and processing of raw materials are in full compliance with the principles of sustainability ESG.

## Corte Parma Alimentare: semplice, comodo e buono

L'azienda seleziona e lavora le migliori materie prime per realizzare prodotti pronti da gustare nei momenti di pausa o di convivialità. Con il brand Amoretti porta tradizione e gusto all'interno dei suoi ready to eat.

TOMMASO TEMPESTI

PAD: 03 - STAND: C014

www.amoretti.eu

**C**orte Parma, azienda del territorio parmense, è nata nel 2001 con un'attività di affettamento artigianale, sviluppando un range di salumi crudi e cotti affettati di alta qualità. Nel 2012 ha deciso di espandere il proprio portfolio, conquistando i mercati europei e focalizzandosi su prodotti a marchio privato e sulla ricerca e sviluppo di nuove referenze. Dal 2017 ha attivato anche due nuovi stabilimenti, uno dedicato all'affettamento e porzionamento di formaggi, snack e prodotti da aperitivo, e il secondo, allergen free, dedicato all'affettamento dei salumi. La mission aziendale, fin dall'inizio, è quella di selezionare le migliori materie prime per poter portare sulle tavole prodotti semplici, comodi e buoni. Con il brand Amo-

retti, in particolare, vuole portare tradizione e gusto all'interno dei suoi ready to eat.

La selezione e la lavorazione delle materie prime avvengono nel completo rispetto dei principi di sostenibilità: cura delle persone, dell'ambiente, e della comunità. Questo è dimostrato con la pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità certificato Deloitte, riferito all'anno 2022, che racconta tutte le attività che l'azienda porta avanti in quest'ottica.

La gamma di prodotti spazia dai Toast alle Piadine e Pinse, arrivando fino alla nuova uscita, la Focaccina. Il brand Amoretti da poco tempo si è allargato per includere anche i Party Aperitivo, vaschette conviviali ad alta grammatura pensate per rallegrare momenti a tavola in compagnia. I gusti, per ciascuna linea, sono di vario tipo, dai più delicati ai più saporiti.

**UNA CRESCITA CONTINUA**

Nel marzo 2024, Corte Parma Alimentare ha aperto il secondo stabilimento, sempre in provincia di Parma, dedicato interamente alla gamma pane: Piadine, Toast, Pinse e Focaccine avranno un loro luogo di nascita, separandosi dalla gamma aperitivi che continua invece a crescere nel primo stabilimento di Botteghino (Pr).

Gli stabilimenti non sono i soli progetti nella panoramica aziendale: la ristrutturazione interna permetterà in un prossimo futuro di arrivare a soddisfare le numerose richieste che si presentano da parte di canali ancora inesplorati da Corte Parma. Le novità sono molte, e i laboratori di ricerca e sviluppo sono in continua evoluzione per riuscire a soddisfare il consumatore con prodotti innovativi che rispettino sempre la tradizione.

**FOCACCINA**

L'ultima nata in azienda è la Focaccina Amoretti, composta da un pane morbido farcito in quattro gusti: prosciutto crudo, prosciutto cotto, Mortadella Bologna Igp e Salame Felino Igp. Il brand Amoretti si definisce attento a ciò che gli ruota attorno: le persone per prime, quelle che realizzano i prodotti e quelle che ogni giorno li scelgono; l'ambiente, che viene rispettato tramite una produzione consapevole e sostenibile; e, infine, il prodotto, accuratamente studiato e scelto, pronto a soddisfare tutti coloro che necessitano di una facilitazione nel consumo, senza rinunciare al gusto e alla genuinità delle materie prime.

**Ingredienti principali**

Focaccina, Prosciutto Crudo, Prosciutto Cotto, Salame Felino Igp, Mortadella Bologna Igp.

**Peso medio/pezzature**

80 g.

**Formato e confezionamento**

Flowpack monoporzione.

**Shelf life**

25 giorni.

**FACTS****Sede**

Parma

**Anno di fondazione**

2001

**Canali di distribuzione**

Gdo

**Quota export**

75%

**Mercati stranieri in cui è presente**

Belgio, Danimarca, Francia, Germania, Libano, Lituania, Olanda, Polonia, Portogallo, Svezia, Svizzera

**Prodotti offerti**

Amoretti: Piadine farcite vari gusti, Pinse farcite vari gusti, Toast Cotto&Edamer, Focaccine farcite vari gusti, Aperitivi misti



# INCONTRI CHE TI STUPIRANNO

PARMA | 7-10 MAGGIO 2024  
PADIGLIONE 03 - STAND A038



WWW.MONTEVECCHIO.IT

PROSCIUTTIFICIO MONTEVECCHIO - Valsamoggia, Bologna (Italy)

I ♥ PROSCIUTTO®



## Salumi Coati: conoscenza del passato e attenzione all'oggi

Per l'azienda di Pescantina (Vr), la capacità di innovare si fonda sull'esperienza maturata in quattro generazioni di attività. Oggi si presenta sul mercato con un focus deciso sulla sostenibilità.

**TOMMASO TEMPESTI**



**S**ono tre i fratelli oggi a conduzione dell'azienda - Beatrice, Giampaolo e Federica Coati - e quattro le generazioni di esperti in salumeria che si tramandano le migliori tradizioni. Sempre attenta a proporre soluzioni e risposte al mercato di domani, Salumi Coati cerca di interpretarne ogni singola tendenza. Per fare un esempio, l'intera linea Lenta - dedicata al 'giusto tempo' - è nata dall'attenta osservazione e dall'ascolto del consumatore; il prosciutto cotto Coati Lenta viene prodotto partendo da una selezione accuratissima delle materie prime, e passa attraverso un processo di cottura sottovuoto e a basse temperature per periodi lunghi che arrivano fino a 25 ore. Anche i salumi della linea Lenta Stagionatura sono prodotti a partire da una rigorosa selezione delle carni, 100% italiane, lasciate stagionare per lunghi periodi di tempo, fino ad ottenere un prodotto d'eccellenza nel rispetto delle ricette della tradizione.

L'azienda è molto versatile e ha una produzione che comprende vari formati, dagli interi alle vaschette, con fette disposte a mano. Cardini fondamentali del suo lavoro sono la conoscenza acquisita dal passato e l'attenzione alle esigenze di oggi, che costituiscono il perno di un'innovazione sempre fatta nel rispetto delle proprie radici e con un crescente focus verso la sostenibilità ambientale. La Rsi è una delle priorità dell'azienda, che punta a utilizzare il 70% di elettricità rinnovabile e a diminuire del 30% le emissioni di CO2 entro il 2030.

**PAD: 02 - STAND: L056**  
www.salumificiocoati.it

**Salumi Coati: Knowledge of the past and attention to today**  
There are three siblings running the company today - Beatrice, Giampaolo and Federica Coati - and four generations of charcuterie experts passing on the best traditions. Always striving to propose solutions and answers to the future market, Salumi Coati tries to interpret every single trend. It also pays great attention to the issue of sustainability, with the continuous search for increasingly recyclable and environmentally friendly packaging.

### FACTS

**Sede**  
Pescantina (Vr)  
**Anno di fondazione**  
Inizi del '900  
**Canali di distribuzione**  
Horeca (20%), export (20%) e Gdo (60%)  
**Quota export**  
20%  
**Mercati stranieri in cui è presente**  
Uk, Germania, Spagna, Francia, Belgio, Olanda, Repubblica Ceca, Canada. Molto importante è il mercato giapponese: Salumi Coati è una delle pochissime aziende italiane ad aver ottenuto l'autorizzazione all'export in Giappone  
**Prodotti offerti**  
Specializzata nella produzione di salumi di alta qualità: prosciutti cotti, salami, pancette, speck e altre referenze di alta gastronomia

### FETTE PRO COATI IN VASCHETTA

Novità assoluta sul mercato, la linea include prosciutto cotto, pollo e tacchino al forno. Ad alto contenuto di proteine nobili, con pochi grassi, le Fette Pro sono proposte in un formato pratico e maneggevole, ideale da portare in palestra o in ufficio. Con questo prodotto, Coati è stata la prima azienda a realizzare salumi high pro: 80 grammi di salume contengono 16 grammi di proteine e un basso apporto di grassi (1,6 grammi), caratteristiche che rendono le Fette Pro ideali per chi è particolarmente attento al proprio benessere.

**Ingredienti principali**  
Carne di suino nazionale, rigorosamente selezionata.

**Peso medio/pezzature**  
80 g.

**Formato e confezionamento**  
Vaschette preformate - fette mosse.

**Shelf life**  
30-60 giorni.



### PUNTARE SULL'AMBIENTE

Salumi Coati si sta indirizzando verso una crescente attenzione alla sostenibilità, che sta diventando un requisito indispensabile per il mercato odierno. Proseguendo la ricerca di soluzioni per rendere i pack riciclabili al 100% - obiettivo da raggiungere entro il 2025 - e con un minimo impatto ambientale. In questo senso, in particolare, procedono i test e lo studio di nuovi pack che consentano una riduzione del 30% del materiale plastico. L'azienda, poi, si è già attivata con un pack 100% alu free, che ha un impatto in plastica ridotto del 56% rispetto ai precedenti pack standard. Da questo importante impegno nasce anche Coati 'Scelta d'amore': una vaschetta composta da un vassoio in carta accompagnato da un QR Code in cui viene spiegato il corretto smaltimento dell'intera confezione.

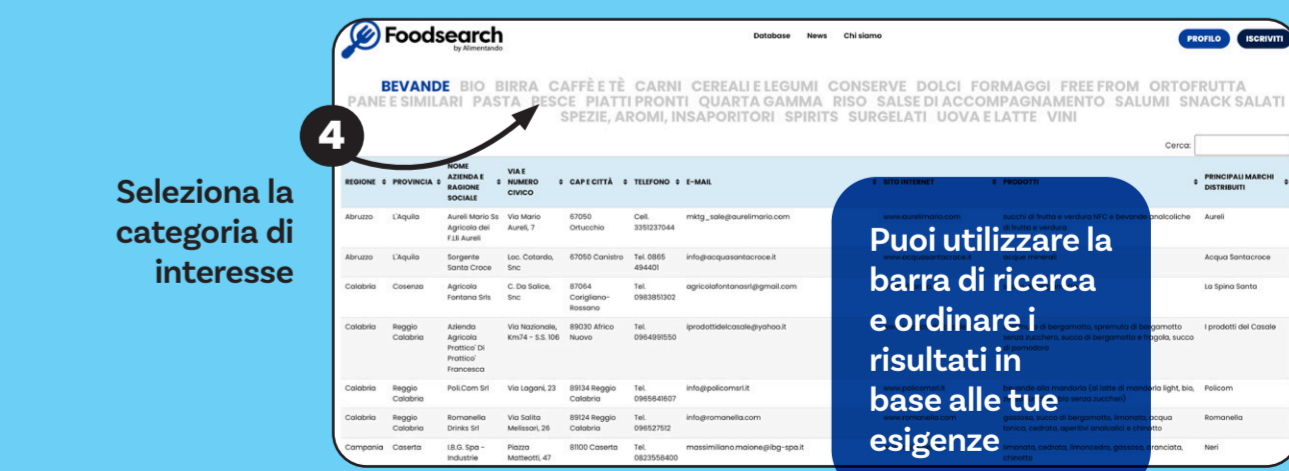
Sono stati fatti alcuni importanti investimenti per l'acquisto di nuove tecnologie per la produzione dei salumi e è stato deliberato un piano di oltre 15 milioni da investire in impianti innovativi ed eco friendly. Salumi Coati intende così rinnovare la parte tecnologica dell'azienda, oltre a implementare soluzioni volte al risparmio energetico e alla riduzione dell'impatto ambientale.

## Foodsearch: il digitale al servizio dell'agroalimentare

Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup presenta un innovativo portale online per il settore food in Italia. Un servizio che si affianca all'edizione cartacea e che promuove l'efficienza e l'innovazione nelle interazioni commerciali.

**ANNALISA POZZOLI**

### COME FUNZIONA FOODSEARCH



**N**ell'era digitale, l'accesso a informazioni accurate e facilmente reperibili è fondamentale in ogni settore, e l'industria agroalimentare non fa eccezione. Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup lancia Foodsearch, uno strumento che segna un passo significativo in questa direzione, offrendo un portale online che promette di rivoluzionare il modo in cui buyer e operatori si avvicinano all'industria alimentare italiana.

Con un totale di 4.454 contatti suddivisi in 25 settori diversi, Foodsearch si presenta come una risorsa preziosa per chi opera in vari ambiti dell'alimentare, dalle bevande ai prodotti biologici, fino ai formaggi e ai vini.

La funzionalità di ricerca personalizzata del sito è uno degli aspetti più innovativi. Questa feature permette agli utenti di filtrare facilmente le informazioni all'interno dell'ampio database, facilitando la ricerca di contatti specifici in base al settore, alla tipologia di prodotto, o ad altri criteri pertinenti.

Ad esempio, un operatore interessato al settore dei formaggi ha al momento ben 780 contatti a sua disposizione, mentre chi si occupa di vini ha accesso a un database di 520 referenze. Anche nicchie più specifiche, come il settore 'Free From' o la 'Quarta gamma', sono adeguatamente rappresentate, riflettendo la diversità e la ricchezza dell'industria alimentare italiana.

La piattaforma non si limita solo al formato digitale. Accanto al sito, Foodsearch offre anche una guida cartacea, permettendo agli utenti di scegliere il formato più adatto alle proprie esigenze. Questi due strumenti dimostrano l'impegno nel fornire un servizio versatile e accessibile a tutti gli operatori del settore.

In conclusione, Foodsearch si posiziona come uno strumento essenziale per chi opera nell'agroalimentare italiano, offrendo un ponte digitale che collega i diversi attori dell'industria in modo efficiente e innovativo. Con la sua vasta gamma di contatti e la possibilità di ricerca personalizzata, il sito vuole affermarsi come una risorsa per il settore, agevolando le interazioni commerciali e promuovendo la connessione tra i vari operatori del mercato.



**Foodsearch: a digital tool at the service of agri-food**  
In the digital age, access to accurate and easily available information is crucial in every sector, and the agri-food industry is no exception. Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup launches Foodsearch, a tool that marks a significant step in this direction, offering an online portal that promises to revolutionize the way buyers and operators in the Italian food industry interact with a database of contacts. Alongside the site, Foodsearch also offers a paper guide, allowing users to choose the format that best suits their needs. These two tools demonstrate the commitment to providing a versatile and accessible service to all operators in the sector.



# CONVEGNI ED EVENTI

## GIOVEDÌ 9 MAGGIO

**Cibus Lab Live 2. La pasta di semola tra aumenti delle materie prime e incertezza energetica, ma nuove strade da esplorare**

A cura di GdoNews

**9:30-11:00**

**Arena Innovation - Pad.7**

**Alimentare il futuro. Nuovi scenari per la mediazione merceologica**

A cura di Fimaa Italia - Federazione italiana mediatori agenti d'affari

**10:00-12:30**

**Sala Pietro Barilla - Pad.1**

**Strumenti moderni per una filiera agroalimentare sostenibile**

A cura del Gruppo giovani imprenditori di Federalimentare-Gif e del Gruppo giovani di Confagricoltura-Anga

**10:30-12:30**

**Sala Plenaria - Pad.1**

**Presentazione Loconte**

A cura di Gruppo Loconte

**10:45-11:30**

**Arena Healthy - Pad.7**

**Startup Workshops**

A cura di Le Village by Crédit Agricole

**11:30-12:30**

**Arena Innovation - Pad.7**

**Banco taglio alla riscossa! Strumenti e metodi per trasformare un trend in driver delle vendite**

A cura di Tespi Mediagroup

**11:30-13:00**

**Sala Workshop - Pad.4**

**Dal free from al soft wellness: come le nuove tendenze del food stanno cambiando il volto del fuori casa**

A cura di Morato Group

**12:00-12:45**

**Arena Healthy - Pad.7**

**Presentazione ricerca sostenibilità e innovazione nelle filiere agroalimentari**

A cura di Crédit Agricole, Sda Bocconi School of Management, Federbio, Feelera e Farming

**12:30-13:30**

**Arena Innovation - Pad.7**

**Alimenti funzionali: cosa sono e quali servono per davvero?**

A cura di Endu

**14:00-15:30**

**Arena Healthy - Pad.7**

**Talent4Food 3. La fabbrica digitale e i nuovi prodotti agroalimentari**

A cura di Cisita Parma e Fondazione Its Tech&Food Academy

**14:00-15:00**

**Arena Innovation - Pad.7**

**Salumeria italiana: le sfide per il futuro, tra le incertezze del commercio internazionale e l'aumento dei costi produttivi**

A cura di Assica, media partner Tespi Mediagroup

**14:30-17:00**

**Sala Plenaria - Pad.1**

PER APPROFONDIRE:  
VEDI PAGINE  
18-19

**Cibo: vantaggio competitivo nell'hotellerie e nella ristorazione organizzata**

A cura di Aifbm - Associazione Italiana F&B Manager e Trust you

**15:30-16:40**

**Arena Innovation - Pad.7**

**Etichettatura, pubblicità e sostenibilità: il diritto alimentare al servizio delle imprese**

A cura di Studio Pirola Pennuto Zei & Associati

**16:00-18:00**

**Sala Ovest 3 - Ingresso Ovest - Piano 2**

**Distribuzione negli Usa: tutti i segreti per vendere i vostri prodotti e approdare sugli scaffali della Gdo**

A cura di ExportUsa New York Corp

**16:30-18:00**

**Sala Workshop - Pad.4**

**Aperidea: cerimonia finale e aperitivo di networking by Cibus delle idee**

A cura di Università degli studi di Parma

**17:00-18:00**

**Arena Healthy - Pad.7**

## VENERDÌ 10 MAGGIO

**Creare valore. La sostenibilità come fattore strategico**

A cura di Number1 Logistics Group

**10:00-11:30**

**Sala Pietro Barilla - Pad.1**

PER APPROFONDIRE:  
VEDI PAGINA  
14

**Talent4Food 4. La cultura di genere e l'innovazione tecnologica della filiera agroindustriale**

A cura di Cisita Parma e Fondazione Its Maker Academy

**14:00-15:00**

**Arena Innovation - Pad.7**

**NOSTROMO** INNOVAZIONE PER TUTTI I GUSTI

**SPORTIVI**

**NOSTROMO PRO+**  
Tonno al Naturale  
24g DI PROTEINE  
SOLO 1,2% DI GRASSI

- ✓ SOLO 1,2% DI GRASSI
- ✓ AD ALTO CONTENUTO DI PROTEINE
- ✓ QUALITÀ PINNE GIALLE

**INQUADRA IL QR-CODE  
PER AVERE ULTERIORI DETTAGLI  
SUI CONVEGNI E GLI EVENTI  
IN PROGRAMMA A CIBUS**





## Valcolatte, una storia di famiglia

Il caseificio di Pontenure alla quarta generazione per la produzione di formaggi freschi con ingredienti 100% italiani. La linea RiCotta.

CLAUDIA MORAZZI

PAD: 02 - STAND: H014

www.valcolatte.it



**Valcolatte, a family history**  
The company, which is currently managed by the fourth generation of the Panizzi family, produces fresh cheeses: one of its most popular products is RiCotta, a light but tasty ricotta, from which a whole range of products originated, including snacks and cream cheese.



La storia di Valcolatte inizia nel 1914 con Enzo e Cesira Panizzi a Stagno Lombardo, in provincia di Cremona. La famiglia Panizzi cresce e con essa anche l'azienda: nel corso degli anni lo stabilimento produttivo si sposta in provincia di Piacenza, fino ad arrivare a Valconasso, sede attuale, all'inizio degli anni '70. Valcolatte si evolve negli anni grazie al lavoro di Enzo Panizzi, nipote del primo Enzo e di sua moglie, Liliana Villa, che nel 1988 prendono in mano l'azienda. Oggi la Famiglia Panizzi è arrivata alla sua quarta generazione. L'azienda è in continua crescita grazie all'impegno costante di tutti i membri: la figlia maggiore, Valentina Panizzi, è Direttore Commerciale, mentre la figlia minore, Martina Panizzi, è Direttore Tecnico.

Valcolatte nasce come azienda lattiero casearia per la produzione di formaggi stagionati ma, nel corso degli anni, si passa a produrre formaggi freschi, mozzarella e ricotta, mantenendo immutata la passione, l'arte per le cose ben fatte, la qualità delle materie prime, con solo latte 100% italiano, e il gusto inconfondibile. Grazie a questi ingredienti, nel corso degli anni l'azienda è riuscita ad affermarsi tra i leader nella produzione di formaggi freschi nel canale food service, arrivando a fatturare 268 milioni di euro nel 2023.

Grazie alla voglia di ampliare gli orizzonti e alla visione della famiglia Panizzi, nel 2018 ha inizio la grande sfida della Gdo, che si apre con un restyling grafico del logo aziendale e del packaging, e con il lancio di prodotti innovativi.

### RICCOTTA

RiCotta è una ricotta leggera ma gustosa, con un peso fisso e una scadenza di 30 giorni. È una ricotta ricca di gusto, ma con solo 186 Kcal. Gustosa e delicata, può essere utilizzata in tantissime ricette, dalle più semplici alle più elaborate, oppure può essere consumata al cucchiaino per un pasto veloce e nutriente.

#### Ingredienti principali

Siero di latte, latte, crema di latte, sale.

#### Peso medio/pezzature

250 g.

#### Formato e confezionamento

Vaschetta 250 g.

#### Shelf life

30 giorni.



### FACTS

#### Sede

Pontenure (Pc)

Anno di fondazione  
1914

#### Canali di distribuzione

Food Service, Ho.Re.Ca., Gdo, Industria

#### Quota export

40%

#### Mercati stranieri in cui è presente

Europa Continentale, Middle East, Far East, Canada

#### Prodotti offerti

Mozzarella, Ricotta

### LA GAMMA RICCOTTA

Sull'onda del successo di RiCotta, Valcolatte ha lanciato in seguito RiCotta Spalmabile, RiCotta Gourmet, RiCottine e RiCotta Snack, confermandosi come importante marchio del mercato e specialista nelle ricotte. Nel 2018 l'azienda ha iniziato un percorso di comunicazione e, a febbraio 2020, è approdata sugli schermi Tv di tutto il paese con il primo spot pubblicitario con protagonista RiCotta. Nel 2023 Valcolatte decide di affidarsi al carisma e alla simpatia di Orietta Berti per promuovere la gamma dei suoi prodotti e lancia un nuovo spot Tv che sulle note di "Aggiungi un posto a tavola!" entra in tutte le case degli italiani. Nel corso del 2024 sono previsti lanci di nuovi prodotti che arricchiranno la gamma RiCotta. Inoltre l'azienda è al lavoro per produrre anche una mozzarella ancora più buona. Da sempre attenta alle tematiche ambientali, Valcolatte è in piena operatività per completare la stesura del suo bilancio di sostenibilità, uno strumento fondamentale che guiderà le prossime strategie di sviluppo e accompagnerà l'azienda nelle future decisioni.

## Italia sempre più cashless. Ma il contante resiste

Il rapporto annuale di The European House - Ambrosetti evidenzia una crescita dei pagamenti digitali. Bene anche la formula Buy now pay later. Su un panel di 500 esercenti, però, il 20% considera le banconote il metodo di pagamento più sicuro.

FEDERICO ROBBE

**L'**annuale Rapporto della community cashless society 2024 di The European House - Ambrosetti rivela che l'80% degli intervistati (panel di 500 esercenti) accetta pagamenti digitali, temendo di perdere fino al 26% della clientela senza questa opzione. Con punte di oltre il 60% in settori come alimentari, abbigliamento, bar/tabacchi e hotel/strutture ricettive.

Più della metà degli intervistati ha notato un incremento delle vendite dopo l'adozione del cashless. Tuttavia, solo il 13,7% ha scelto i pagamenti digitali per la maggiore sicurezza percepita, mentre il 20% considera ancora il contante il metodo più sicuro, soprattutto nelle regioni meridionali, evidenziando così una certa resistenza al cambiamento.

Un ostacolo con cui fare i conti è la mancanza di competenze digitali tra gli esercenti: il 60% valuta il proprio livello di analisi e raccolta dei dati dei clienti come basso o molto basso, e quasi la metà non ritiene necessarie competenze digitali avanzate. Il 26%, addirittura, non utilizza affatto internet per la propria attività.

### Contanti, Italia al primo posto in Europa

Del resto, il rapporto di Minsait Payments pone l'Italia al primo posto in Europa per preferenza del contante, con il 37,4% della popolazione che lo sceglie come metodo di pagamento principale. La sicurezza, la facilità d'uso, la gratuità e la velocità sono i fattori chiave nella scelta di un mezzo di pagamento, ma la sicurezza rimane la principale sfida per il settore nei prossimi anni.

La resistenza del contante in Italia non è un fenomeno isolato, ma parte di una più ampia discussione sul futuro dei pagamenti. Il passaggio al digitale è una

tendenza di più ampio respiro, ma la transizione è graduale e - come sempre - incontra diversi ostacoli. La preferenza per il contante può essere attribuita a vari fattori, tra cui la percezione della sicurezza, la resistenza al cambiamento e le abitudini consolidate.

Per il settore dei pagamenti digitali in Italia, dunque, la sfida sarà quella di superare queste barriere, promuovendo l'alfabetizzazione digitale e garantendo la sicurezza dei sistemi di pagamento.

### Cresce il Buy now pay later

Si registra poi l'ampio spazio che metodi di pagamento avanzati come il Buy now pay later (Bnpl) stanno guadagnando. Nel 2023, ben il 40% degli utenti ha effettuato almeno il 10% dei propri acquisti online ratealmente o con pagamenti digitali con soluzioni Bnpl. Ma il fatto ancor più interessante è che senza questa opzione, il 60% degli utenti non avrebbe completato l'acquisto. "L'Italia sta sempre più aderendo

**Italy is increasingly cashless. But cash resists**  
The 2024 Report by The European House - Ambrosetti highlights that 80% of Italian retailers accept digital payments, but only a minority have adopted P2P systems such as Paypal and Satispay. Although 60% of retailers recognize an increase in sales after the adoption of cashless, a preference for cash persists, especially in South Italy, and there is a lack of advanced digital skills among retailers. Italy remains the European country with the greatest preference for cash. The challenge for the future will be to overcome cultural barriers and promote digital culture, while maintaining the security of payment systems.

ai pagamenti digitali, ma rimangono un Paese ancora basato sul contante. La ricerca sui comportamenti degli operatori commerciali rivela un quadro complesso, in cui le dinamiche di sviluppo del cashless si intrecciano con ostacoli culturali e pregiudizi", afferma Lorenzo Tavazzi, senior partner e responsabile area scenari e intelligence di The European House - Ambrosetti.

### Pagamenti cashless e transizione ecologica

I pagamenti digitali, sempre secondo la ricerca, contribuiscono anche alla transizione ecologica: l'Italia si classifica infatti al secondo posto in Europa, dopo la Germania, per le emissioni totali di CO2 generate dai pagamenti in contante, con oltre 160,8 mila tonnellate di CO2, circa 2,7 kg per abitante. Secondo le stime elaborate da The European House - Ambrosetti, il pagamento cashless ha un'impronta carbonica inferiore del 21% rispetto al contante.

Under  
The  
Radar

# Perché non lo fai raccontare da chi lo sa preparare?

Vieni a trovarmi allo stand di  
ensemble™

Ti farò assaggiare un nuovo prodotto 100% vegetale!

Sono **Claudio Di Dio** chef di cucina ortocentrica e fondatore dell'agenzia **UNDER THE RADAR** che sviluppa progetti verticali di comunicazione integrata per aziende e **prodotti plant based!**

www.undertheradar.it





**Filiera Si Project: accurate controls from breeding to packaging**

Terre Filiera Si Project is the result of the collaboration between two major companies in the pork sector: the Alcar Uno group, with 60 years of experience in pork meat processing, and Cavagnini Alberto, a leading pig breeder with a special entrepreneurial vocation. The company specialises in portioning and tray packaging of the main pork cuts. In addition, with the Terre di Filiera line, it offers its prepared, marinated, breaded or pre-cooked meats, ideal for quick cooking by the end consumer.

## Progetto Filiera Si: controlli accurati dall'allevamento alla confezione

Il frutto della collaborazione tra il gruppo Alcar Uno e Cavagnini Alberto. Con la linea Terre di Filiera propone carni di qualità e veloci da cuocere, per andare incontro alle esigenze dei consumatori.

TOMMASO TEMPESTI



PAD: 03 - STAND: B014  
www.terredifiliera.it

Il Progetto Filiera Si nasce dalla collaborazione fra due grandi imprese del settore suinicolo: il gruppo Alcar Uno, con 60 anni di esperienza nella lavorazione carne suina, e Cavagnini Alberto, allevatore di suini con particolare vocazione imprenditoriale. L'azienda è specializzata nella porzionatura e nel confezionamento in vaschetta dei principali tagli di suino. Inoltre, con la linea Terre di Filiera propone le sue carni preparate, marinate, panate o precotte, ideali per una cottura veloce da parte del consumatore finale.

Il gruppo controlla direttamente l'allevamento degli animali, il sezionamento delle carni e il confezionamento dei prodotti. La gestione delle materie prime e delle successive fasi di preparazione sono un punto di forza fondamentale del Progetto Filiera Si, che può così garantire un controllo preciso e capillare su tutta la filiera e, dunque, sulla qualità delle carni. Gli allevamenti sono dislocati prevalentemente nel Centro-Nord Italia, soprattutto nella Pianura Padana. I principali impianti di sezionamento, lavorazione e preparazione delle carni macellate sono quello di Alcar Uno a Castelnuovo Rangone (Mo) e quello di Globalcarni a Spilamberto (Mo). A Castel d'Ario (Mn), infine, otto linee di taglio e confezionamento permettono di affettare le carni, preparare macinati e realizzare arrosticini, spiedini rustici, fettine e straccetti siringati, cotolette panate e crocchette.

### LINEA 'TERRE DI FILIERA'

Linea Skin Pack di preparati a base di carne suina già marinati e pronti per la cottura.

**Ingredienti principali**  
Carne di suino e aromi naturali.  
**Peso medio/pezzature**  
180-250 g.  
**Formato e confezionamento**  
Skin Pack con astucci brandizzati.  
**Shelf life**  
21 giorni.



### FACTS

**Sede**  
Castel d'Ario (Mn)  
**Anno di fondazione**  
2024  
**Canali di distribuzione**  
Gdo e Horeca  
**Prodotti offerti**  
Pronti da cuocere in Skin Pack

### PROGETTO FILIERA UNO

Filiera Uno è il progetto di filiera integrata di Alcar Uno, azienda attiva in Italia nella lavorazione della carne suina e produzione di prosciutto crudo da più di 60 anni. Filiera Uno - Azienda Agricola e Prosciuttificio nasce nel 2013 per creare un sistema produttivo capace di rispondere alla maggior attenzione da parte dei consumatori verso l'origine della materia prima. L'ultima tappa del progetto, Filiera Uno Prosciutti, assicura al cliente la tracciabilità completa di tutta la produzione, dall'allevamento fino al prodotto finito e confezionato. Il Progetto Filiera Uno rappresenta dunque in pieno il significato dello slogan 'from farm to fork', dall'allevamento alla tavola. Infatti, tutte le fasi di produzione vengono seguite direttamente attraverso le varie aziende del gruppo.



# NUOVI PIATTI BILANCIATI!



NATURALI E NUTRIENTI

Ogni piatto offre un apporto equilibrato di proteine, carboidrati, lipidi e calorie controllate.



COTTI A BASSA TEMPERATURA

Grazie alla cottura lenta in sottovuoto il gusto e la tenerezza si esaltano naturalmente.

IN 2 MINUTI UN PIATTO COMPLETO

Bastano due minuti al microonde, per apprezzare questi piatti dove e quando vuoi.







"We protect typical Italian products"

In 2023, over 500 thousand tons of designation of origin cheeses were produced, for a market worth around 5 billion euros. They are Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Mozzarella di Bufala Campana and Pecorino Romano, just to name the most consumed. But there are dozens of PDO and PGI productions. They are increasingly appreciated by Italian and foreign consumers for the quality and traceability they guarantee. However, abroad the market for Italian cheeses with a designation of origin is undermined by the numerous imitations, from which it is necessary to protect it with every available means. In this interview Antonio Auricchio, president of Afidop, the Association of Italian PDO and PGI cheeses, suggests a possible solution: "We must create products that are so different and good that they are preferable to imitations, even if far more expensive. Only through quality we can win against the bad imitations of the great Italian cheeses".

## "Tuteliamo i gioielli caseari italiani"

Il mercato dei formaggi Dop e Igp. Il problema dell'Italian sounding. L'innovazione e il futuro dei prodotti a denominazione d'origine. Questo, e molto altro, in un'intervista con il presidente di Afidop, Antonio Auricchio.

ELISA TONUSSI

**N**el 2023 sono state prodotte oltre 500mila tonnellate di formaggi a denominazione di origine. Per un mercato che vale circa 5 miliardi di euro. Sono Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Mozzarella di Bufala Campana, Gorgonzola e Pecorino Romano, tanto per citare i più consumati. Ma di produzioni Dop e Igp ne esistono decine. E sono sempre più apprezzate dai consumatori italiani e stranieri per la qualità e la tracciabilità che garantiscono. Proprio all'estero, però, il mercato dei formaggi italiani a denominazione d'origine è minato dalle numerose imitazioni circolanti, da cui è necessario tutelarli con ogni mezzo disponibile. Di questo, e di molto altro, abbiamo parlato con Antonio Auricchio, presidente di Afidop, l'Associazione dei formaggi italiani Dop e Igp, in un'intervista a tutto campo.

**Partiamo con qualche dato: quanto vale oggi il mercato dei formaggi a denominazione d'origine in Italia?**

Tra Dop e Igp, sono 55 i formaggi a denominazione d'origine in Italia. Ci sono i grandi consorzi, come quelli del Parmigiano Reggiano, del Grana Padano, della Mozzarella di Bufala Campana o del Pecorino Romano. Ma esistono pure realtà molto piccole che producono 'gioielli', come amo chiamarli io, che sono comunque estremamente apprezzati e consumati. Mi riferisco a formaggi come lo Strachitunt, il Formai de Mutt o la Casciotta di Urbino. Si tratta di un mercato da oltre 5 miliardi di euro. E può crescere ancora. Grazie al turismo enogastronomico, in cui credo fortemente. I formaggi si fanno infatti ambasciatori del proprio territorio: il turista che visita la Sila assaggia il Caciocavallo Silano, quello che va in vacanza in Sardegna degusta il Fiore Sardo, e così via.

**Quali sono le caratteristiche dei formaggi a denominazione**

**d'origine più apprezzate dai consumatori?**

Le indicazioni di origine danno al consumatore una certa tranquillità, perché i consorzi offrono garanzia di controllo della filiera. Le Dop, oltretutto, hanno un significato storico importantissimo. E sono essenziali per la salvaguardia del territorio e della sua economia. Un banalissimo esempio? Il paesaggio dell'entroterra sardo, con i nuraghi e i boschi di querce, è plasmato dai pascoli di ovini, che producono latte destinato al Pecorino Romano, la cui filiera ha pure un impatto economico significativo per il territorio. È per questo motivo che mi inaltero quando negli Stati Uniti vedo la Caesar Salad condita con il parmigiano o con il domestico romano (prodotto con latte vaccino!) o la pizza farcita con paste filate indiane! La nostra missione, come Afidop, dunque, è far comprendere, anche all'estero, il valore del prodotto italiano a denominazione di origine.

**State promuovendo delle attività per sostenere e valorizzare i formaggi italiani?**

Al momento stiamo collaborando con il ministero dell'Agricoltura e con l'Ice (l'agenzia per la promozione delle imprese italiane all'estero) e stiamo conducendo degli studi con Fipe (la Federazione italiana dei pubblici esercizi) sull'utilizzo dei formaggi Dop nella ristorazione. I risultati mi hanno mandato su tutte le furie.

**Per quale motivo?**

Su dieci ristoranti, quattro dichiarano di utilizzare formaggi Dop, ma, di questi, uno soltanto impiega realmente formaggi a denominazione d'origine, se un ospite ordina risotto con Taleggio ha il diritto di vedersi servire un risotto mantecato con vero Taleggio, non con un similare! Stiamo quindi cercando di lavorare insieme ai cuochi affinché diventino ambasciatori dei nostri formaggi. Li vogliamo invitare a scegliere le nostre Dop: diamo loro dignità introducendo un carrello dei formaggi con proposte tutte italiane.

**Come combattere il problema**



Antonio Auricchio

**dell'Italian sounding?**

Solo con la qualità. Dobbiamo realizzare prodotti talmente diversi e buoni da essere preferibili, rispetto alle imitazioni, anche se più costosi. Solo attraverso la qualità possiamo vincere contro le 'brutte imitazioni dei grandi formaggi italiani', espressione che preferisco a 'Italian sounding'.

**La tutela dei marchi, però, è necessaria. A che punto siamo?**

Stiamo conducendo con Ice e, soprattutto, con i consorzi di tutela italiana, una campagna per proteggere i marchi italiani in tutto il mondo. È un nostro dovere tutelare il genio italiano, che si esprime anche attraverso i nostri gioielli caseari. Credo fermamente in quanto sto per dirle. Uno dei migliori prodotti italiani nel mondo è la Ferrari, ma quanti possono permettersela? Molti, invece, hanno la possibilità di acquistare un chilo di Provolone o di Parmigiano Reggiano o di Gorgonzola, che, allo stesso modo, sono ambasciatori del made in Italy nel mondo. Temo, però, uno scenario in cui Trump diventi nuovamente presidente degli Stati Uniti e, di conseguenza, introduca ancora i dazi sui prodotti europei. Consideri che il Parmigiano Reggiano esporta Oltreoceano oltre 4 milioni di forme.

**Il Consorzio della Mozzarella di Bufala Campana presenterà un progetto che sfrutta l'Intelligenza artificiale contro le imitazioni. Cosa ne pensa?**

Credo che tutto faccia brodo. Cerchiamo di lavorare insieme, se dovesse funzionare, questo strumento possa essere sfruttato anche dagli altri consorzi.

zi. Qualsiasi mezzo possa servire a tutelare i formaggi italiani è ben accetto. Gli imprenditori stessi, e il loro senso di responsabilità, sono parte in causa. Così come la politica, ovviamente.

**Insomma, l'unione fa la forza...**

Assolutamente sì. E dovrebbe esserlo anche l'Unione... europea! Ma non a tutti i Paesi membri interessa proteggere i grandi formaggi. E, anzi, spingono per l'introduzione del Nutriscore, l'etichetta a semaforo che trovo ridicola. Il semaforo rosso su una confezione, proprio come quello stradale, invita il consumatore a fermarsi, a non comprare quel determinato prodotto. Ma quali informazioni fornisce, in realtà? Il consumatore, che vuole conoscere ciò che mangia, con questo strumento, non viene correttamente informato.

**Qual è il suo punto di vista sul nuovo regolamento Dop/Igp?**

Ha sicuramente diversi aspetti positivi e interessanti. Ad esempio, ha dato ai consorzi maggiore libertà di tutela e controllo. Credo però che siano da migliorare alcuni aspetti legati al tema dell'equa distribuzione tra i produttori e il settore agricolo perché l'intera filiera dovrebbe trarne beneficio. È il caso degli stagionatori di Parmigiano Reggiano, ad esempio: il successo di una forma a lunga stagionatura è merito non solo del produttore, da cui è stata acquistata, ma pure di chi l'ha fatta maturare.

**Come si evolverà il settore lattiero caseario nei prossimi cinque anni?**

Mentre il mercato italiano ed europeo è sostanzialmente fermo, an-

che se ci sono prospettive di crescita nei Paesi dell'est, è nel resto del mondo che gli orizzonti si faranno interessanti. In particolare guardando verso Oriente. La Cina, ad esempio, sta iniziando ad apprezzare i nostri formaggi. L'India, poi, è un importante potenziale bacino di consumatori avendo quasi un miliardo e mezzo di abitanti. Stiamo inoltre intervenendo molto sul mercato giapponese. Occorrerà, però, ragionare sui prezzi: i nostri formaggi non sono competitivi.

**Se il futuro è a Est, come vede la crisi nel Canale di Suez?**

Sono molto preoccupato perché le prime ripercussioni sono già tangibili nei prezzi del siero e delle polveri di siero, che in Europa sono crollati, visto che l'esportazione è impossibile: con il Canale di Suez bloccato, la circumnavigazione dell'Africa o il trasporto per via aerea sono impensabili per i costi esorbitanti.

**Guardando al futuro, sarà necessario innovare le Dop? Come?**

Visto che uno dei mercati più importanti del mondo è, e sarà, l'India dovremo modificare i disciplinari e consentire l'utilizzo del caglio vegetale. Oppure, rivolgendoci ai Paesi di religione musulmana, sarà necessario ricorrere a caglio di vitelli macellato ritualmente. Insomma, in futuro le Dop dovranno essere meno tradizionali e più contemporanee.



**COS'È AFIDOP?**

Afidop è l'Associazione dei formaggi italiani Dop e Igp: raggruppa i consorzi di tutela dei formaggi a denominazione di origine protetta. La maggior parte di questi consorzi è stata costituita in tempi diversi a tutela delle caratteristiche fondamentali di questi prodotti, le cui caratteristiche sono quindi strettamente legate al territorio di origine. I consorzi salvaguardano la tipicità e l'uso della denominazione dei prodotti, promuovono la loro conoscenza, ne tutelano la produzione attraverso la vigilanza e le verifiche della qualità. Afidop rappresenta formaggi da quasi tutte le regioni d'Italia delle più varie tipologie: dai freschi agli stagionati, dai formaggi a pasta cruda a quelli a pasta semicotta o cotta o filata, dai formaggi vaccini a quelli prodotti con latte di pecora, di bufala e di capra. Sono le più grandi produzioni, quelle che superano il milione di quintali, ma anche quelli che non superano le poche centinaia. È un panorama vastissimo, quindi, e largamente rappresentativo, in grado di portare nel mondo un messaggio di qualità che non ha pari.



www.amoretti.eu | @amoretti.eu





Una degustazione allo stand Parmigiano Reggiano



Elena Garnerò di Saclà



Da sinistra: Giovanni Mazza, Mariachiara Mazza e Nicola Barilli di Mazza Alimentari



Lo stand di Zanetti



Il nuovo format retail Parmacotto Selection



Un lettore del Cibus Magazine

# Cartoline dalla fiera



Lo stand di Pantaleo



Fabrizio Nucifora di Pasta Armando



Emilia Lisdero di Raspini



Gianfranco Delfini di Clai



Da sinistra: Domenico Renzullo e Cinzia Bardella di Becher



Linda Di Martino di Corte Parma



Presentazione della razza bovina Blonde d'Aquitaine allo stand Asprocarne Piemonte. Da sinistra: Elisa Bagordo, Simone Mellano, Federica Cavallini (biologa nutrizionista), Franco Martini, Paolo Massobrio ed Elisa Guizzo (esperta filiera carne)



Da sinistra: Ludovico Levoni e Matteo Barbieri di Alcar Uno



Lo stand di Lenti



Lo stand di Soavegel



Il team di Italepe



La cerimonia di premiazione dei Tespi Awards 2024

È TORNATO! **MANDRIOT**®

YOGURT 100% LATTE FIENO STG SPECIALITÀ TRADIZIONALE GARANTITA

CIBUS PARMA 7-10 MAGGIO 2024 STAND A 055 PAD. 2

È tornato Mandriot! Lo yogurt biologico con latte fieno STG disponibile in otto gusti. Solo nella confezione in vetro nel formato da 300 gr. che può essere facilmente riutilizzabile. Un packaging accattivante e piacevole per un brand ricco di storia e di identità.

CASEIFICIO **Fratelli Castellan**

Via Sottotrevio 45 - 31047 Ponte di Plave (TV) - Tel. +39 0422 759672  
fratellicastellan.it - commerciale@fratellicastellan.it





Lo stand di Ruliano



Michele Devodier di Devodier



Antonino Cannavacciuolo  
allo stand di Lollocaffè



Da sinistra: Federico Gris e Martina Durighello di Sgambaro



Gianluca Zanetta di Ermes Fontana



Alessandro Chiarini  
di Pastificio Avesani



Da sinistra: Denis Moro e  
Mihai Mitoiu di Caseificio  
Fratelli Castellani



Il team di Negri



Alessio Tomaselli e Giulia Pastarini  
di Cavalier Umberto Boschi



Il team di Valcolatte



Il team di Negri Salumi



Maurizio Moscatelli di GranTerre



Simona Paolillo di Pastificio Garofalo



Lo stand di Carne Secca Italia



Gianfranco Cavazza di Vicenzi



Visitatori che  
si orientano  
grazie al nostro  
Magazine



Max Mariola allo stand Clai



Giulia Leonardi di Igor



Andrea Mercorio di Berneri



Da sinistra: Ilaria Maculan e Francesca Brazzale di Brazzale



Al centro: Chef Davide Oldani allo stand del  
Grana Padano



Da sinistra: Edoardo Giacioletto e Claudio  
Montanaro di Caseificio Longo



Da sinistra: Paolo e Leonardo Gherardi di Prosciuttificio Montevecchio



Maria Vittoria Finco  
ed Eduardo Huby di Casearia Monti  
Trentini



Stefano Ziliotti di Marenchino



Lo stand di Amaretti Virginia



Lo stand di Amaretti Virginia

**From Farm to Fork**  
Controllo di Filiera, dall'allevamento alla tavola.

**Specialità**  
idee gustose e pronte da cuocere, facili  
...buonissime!

**Esperienza e innovazione**  
per un prodotto porzionato  
e confezionato a regola d'arte.

**Progetto Filiera Si**  
Via dell'Artigianato 6, 46033 Castel d'Ario (MN)  
commerciale@progettofilierasì.it - www.terredifiliera.it

See you at  
**CIBUS**  
PARMA 7/10 MAY 2024  
Hall 03  
Stand B 014





# CREARE VALORE

## La sostenibilità come fattore strategico

Oggi, sempre più, le grandi sfide ambientali, sociali e di governance sono strategiche per le imprese. Il tema della sostenibilità costituisce un motore di crescita e un nuovo potenziale modello di business in grado di generare valore di lungo periodo.

**Ma il contesto economico, sociale e istituzionale è culturalmente pronto al cambiamento?**



10 Maggio 2024  
Ore 10.00



Sala Pietro Barilla  
CIBUS - Fiere di Parma

**DURANTE L'EVENTO  
VERRÀ PRESENTATO IL PRIMO  
BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ  
DI NUMBER 1**



*Vieni a trovarci!*

STAND C35 - PAD.4

Scopri  
l'agenda  
e iscriviti

