BEVERAGE & CONSUMI

ANNO 9 - NUMERO 4 - APRILE 2022
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

GUIDA BUYER

SPECIALE APERITIVI

LE ULTIME NOVITÀ DALLE AZIENDE

a pagina IV

ZOOM a pagina VI

Quanto è circolare il Pet?

Lo stato dell'arte del polietilene tereftalato. Un'analisi del mercato, della raccolta e del tasso di riciclo. Un report condotto da Eunomia per Zero Waste Europe illustra i punti chiave e le sfide future.

ATTUALITÀ a pagina III

Russia, in fuga l'industria del beverage

In seguito all'invasione dell'Ucraina, sono numerose le aziende che hanno scelto di bloccare le attività nel Paese. Fermando produzione, vendite e investimenti. Una panoramica sulle decisioni dei grandi player del settore.

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - 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 Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 Comma 1 - LO/MI - Stampa: Ingraph - Seregno (MB) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

turbo by tespi mediagroup

Svezia, +14% per le bibite senza zucchero nel 2021

Cresce il mercato svedese delle bibite senza zucchero. Nel solo 2021 le vendite sono aumentate del 14%, mentre negli ultimi 10 anni, la crescita ha sfiorato il +200 %. Lo dimostrano i dati preliminari dell'associazione di categoria Sveriges Bryggerier, resi noti dall'ufficio Ice di Stoccolma. La Sveriges Bryggerier collabora con i produttori svedesi di bevande analcoliche per monitorare il contenuto dei prodotti, in particolare gli zuccheri. Da diversi anni i produttori investono nello sviluppo del prodotto, in confezioni e lattine di formato minore ma anche fornendo chiare informazioni che possano aiutare i consumatori a compiere scelte informate. Contestualmente all'aumento delle vendite di bibite senza zucchero in Svezia, il consumo di bibite zuccherate è diminuito del 26%, ovvero 16 litri pro capite in meno negli ultimi 10 anni. Ora quasi la metà di tutte le bibite vendute in Svezia, il 48%, è senza zucchero.

Calzolari (Granarolo): "Stop alle promozioni per far fronte ai rincari"

Uno stop alle offerte promozionali nei supermercati per sei mesi. E' questa la proposta avanzata da Gianpiero Calzolari, presidente di Granarolo, per aiutare le imprese ad affrontare questo periodo complesso, tra aumento dei costi delle materie prime e dell'energia. "Questa inflazione non è solo figlia della guerra. C'era già prima. Alla fine dell'anno scorso, come gruppo, registravamo aumenti del 10-12%. Oggi, per alcune aree, gli aumenti superano anche il 15%", spiega Calzolari in un articolo apparso sul Sole 24 Ore. Il presidente di Granarolo si sofferma soprattutto sulla situazione nel comparto lattiero caseario: "Oggi i miei soci mi dicono che per sopravvivere ci vogliono almeno 0,50 euro al litro. Bisogna ristabilire la priorità del cibo, senza drammatizzare ma dobbiamo farlo. E per questo la grande distribuzione deve rivedere i listini". Calzolari propone "una moratoria su tutte le promozioni: 3×2, sottocosto e prezzi speciali. Un po' come è successo durante il primo lockdown, quando il problema era riuscire a rifornire gli scaffali dei supermercati e nessuno, giustamente, faceva politiche promozionali".

Grappa Nardini è medaglia d'oro all'International Wine & Spirit Competition

Distilleria Nardini, storica azienda veneta di Bassano del Grappa, si aggiudica un importante riconoscimento all'International Wine & Spirit Competition, concorso annuale dedicato dal 1969 alle eccellenze da tutto il mondo. La Grappa di casa Nardini ha infatti ricevuto la medaglia d'oro nell'edizione 2022. "Non è il primo anno che partecipiamo a questa competizione ottenendo riconoscimenti importanti, ma quest'anno è speciale", commenta Michele Viscidi, Ad di Distilleria Nardini. "La nostra è l'unica grappa bianca ad aggiudicarsi la medaglia d'oro e questo ci riempie il cuore d'orgoglio perché l'abbiamo vinta con il nostro prodotto iconico, per il quale siamo conosciuti da oltre 240 anni in tutto il mondo. Ogni giorno cerchiamo di far arrivare ai nostri consumatori non solo l'eccellenza e la qualità dei nostri prodotti, ma anche la passione con cui li produciamo seguendo minuziosamente ogni aspetto del processo, dalla scelta della materia prima alla distillazione, fino al prodotto finito".

Genagricola entra nel mercato della birra con quattro referenze

Genagricola, azienda che riunisce 25 realtà agricole italiane ed estere per oltre 15mila ettari di terreno coltivato, fa il suo ingresso nel mercato della birra per festeggiare i 170 anni di storia, compiuti nel 2021. L'azienda ha deciso di dare vita a una gamma di birre 'superpremium' che al momento vanta quattro etichette, una Blonde Ale, una Ipa, una Rossa e una Blanche, prodotte con i cereali forniti direttamente dalle 22 aziende agricole italiane affiliate a essa. La distribuzione delle nuove produzioni sarà, in un primo momento, destinata al solo canale Horeca, per poi raggiungere anche la Grande distribuzione. "La nostra ambizione è quella di conferire una connotazione e un percepito valoriale unici alle nostre birre", spiega Igor Boccardo, amministratore delegato di Genagricola. "Proprio per questo stiamo lavorando da tempo con i nostri agronomi sperimentando, insieme al consorzio del Luppolo made in Italy, tre tipologie di luppolo coltivate all'interno delle nostre aziende agricole in Veneto, Lazio ed Emilia-Romagna, per avere un ingrediente 100% italiano e con note esclusive che ci permetta di rendere la filiera di produzione sempre più corta e di avere una birra autenticamente locale e unica".

Regno Unito, proposto un aumento del 35% dei dazi sulla vodka russa

In risposta all'invasione dell'Ucraina, il Regno Unito ha annunciato di essere al lavoro su una serie di nuove sanzioni ai prodotti importati dalla Russia. Tra queste, il governo sarebbe al lavoro su un aumento dei dazi sulla vodka pari al 35%. Secondo il sito Gov.uk le sanzioni causeranno grossi danni all'economia russa, mentre avranno un impatto minimo sulle imprese britanniche. Nel Paese, la vodka russa è già stata bersaglio di boicottaggi da parte di importanti rivenditori, tra cui Tesco, che ha smesso di renderla disponibile nei propri punti vendita. Al momento non si parla di imporre divieti di importazione o vendita del prodotto, tuttavia ci si aspetta che le sanzioni possano influire sulla presenza della vodka russa sugli scaffali dei supermercati.

Messico, in ripresa l'industria della birra: +13,5% nel 2021

Nel 2021 l'industria della birra messicana ha prodotto 134,7 milioni di ettolitri, il 13,5% in più rispetto al 2020, riuscendo a superare i livelli pre-pandemia dell'8,1%. Sono i dati diffusi dall'Ufficio Ice di Città del Messico, che evidenziano per lo scorso anno esportazioni pari a 42 milioni di ettolitri, con un incremento dell'11,5% sul 2020. La birra rappresenta il 23% del totale delle esportazioni agroindustriali del Paese. "Possiamo dire che l'industria della birra è sulla via della ripresa", afferma Karla Siqueiros, direttore generale di Cerveceros de México, l'ente che rappresenta gli operatori del settore brassicolo e del malto e agisce come organo di consultazione, dialogo e collaborazione con le autorità governative nella progettazione ed esecuzione delle politiche pubbliche, della legislazione e dei regolamenti.

Soft drink, Pierini (Assobibe): "Necessario un intervento del Governo che traghetti i consumi"

"Il 2022, che avrebbe dovuto segnare la ripresa per tutta la filiera del consumo fuori casa, si prospetta ancora pieno di incertezze alla luce della difficile congiuntura attuale, cui si sommano i rincari delle materie prime e dell'energia". Con queste parole Giangiacomo Pierini, presidente di Assobibe, è intervenuto durante l'11esima edizione dell'International Horeca Meeting, organizzato da Italgrob al Rimini Expo Centre lo scorso 27 marzo. A margine dell'evento, analizzando i dati contenuti nel Rapporto Censis sulla distribuzione Horeca in epoca post Covid, il presidente dell'Associazione ha dichiarato: "Scontiamo ancora l'annus horribilis dei lockdown e delle restrizioni più severe, che si era chiuso con un -40% rispetto al 2019. Secondo le nostre rilevazioni, nel canale Horeca il comparto ha recuperato solo una parte rispetto al periodo pre-pandemico: per alcuni prodotti il 2021 ha segnato ancora un -24% rispetto al 2019". In particolare, cole ed energy drink hanno registrato performance negative nell'Horeca (tra -23% e -25%), penalizzati da minori occasioni di pasti fuori casa e dal persistere delle chiusure del canale notturno. Meno drammatici, ma pur sempre negativi, i dati nel canale moderno, dove le bevande gassate hanno messo a segno una performance piatta rispetto al 2019 e un -1% sul 2020, con aranciate e gazzose che registrano da -5% a -11%. Fiduciosi in una ripresa nel 2022, continua Pierini, il comparto è stato invece colpito dal caro bollette e dall'impennata del costo delle materie prime. "In questo contesto, rilanciare i consumi fuori casa è vitale per i nostri settori, anche attraverso la riduzione del cuneo fiscale e la cancellazione delle nuove tasse previste tra pochi mesi. […] Confidiamo in un intervento deciso da parte del Governo, anche attraverso una riduzione temporanea dell'Iva sugli alimenti, che traghetti i consumi in questa fase fortemente inflattiva, sostenga la crescita economica e supporti le aziende al fine di poter superare al meglio le incertezze che stanno caratterizzando questo periodo".

Caro energia, l'allarme di Confindustria Nord: "Rischio paralisi"

I presidenti Francesco Buzzella (Confindustria Lombardia), Enrico Carraro (Confindustria Veneto) Pietro Ferrari (Confindustria Emilia Romagna), Marco Gay (Confindustria Piemonte) esprimono profonda "insoddisfazione e preoccupazione" per le misure approvate in tema dal governo in tema di energia. L'intero sistema industriale italiano, notano, è a "rischio paralisi tra aumenti delle materie prime, difficoltà di approvvigionamento delle forniture e costo dell'energia". Una situazione critica, nonostante la crescita importante del 2021. Secondo le quattro organizzazioni, l'Italia "sta pagando il prezzo più alto d'Europa". Sotto accusa anche il sistema fiscale che grava sui prodotti energetici: "Non è possibile che le imposte raddoppino il costo del carburante e siano la sommatoria di accise accumulate nei decenni senza più alcun riferimento alla situazione attuale". Segue poi la richiesta di un piano nazionale che preveda un mix di forniture e fonti.

Anonymous attacca Nestlé: pubblicati mail, password e dati di 50mila clienti business

In risposta alla guerra contro l'Ucraina, sono molte le aziende del settore alimentare che hanno deciso di fermare le vendite o la produzione in Russia. Tra queste non figurava Nestlé, che aveva difeso la sua decisione di rimanere attiva nel Paese. Scelta che non è passata inosservata agli hacker di Anonymous, che hanno deciso di prendere provvedimenti contro l'azienda. Il collettivo ha dapprima imposto alla multinazionale svizzera un ultimatum di 48 ore per lasciare la Russia. Nestlé, dal canto suo, non ha fornito risposte. Allo scadere del tempo, lanciando l'hashtag #BoycottNestle, Anonymous ha quindi deciso di pubblicare online il database della società, con 10 gigabyte tra mail e password aziendali, e dati relativi a oltre 50mila clienti business. A poco sono valse, quindi, le spiegazioni fornite da Nestlé nei giorni scorsi. La multinazionale aveva infatti spiegato di aver già "ridimensionato significativamente" le sue attività, fermando gli investimenti pubblicitari, così come importazioni ed esportazioni tranne che per "prodotti essenziali. […] Non traiamo profitto dalle nostre attività rimanenti. Il fatto che noi, come altre aziende alimentari, forniamo alla popolazione alimenti importanti non significa che stiamo andando avanti come prima". A seguito dell'attacco hacker, Nestlé ha annunciato la decisione di sospendere la vendita di alcuni prodotti sul territorio russo. Tra questi, numerose linee alimentari e di cibo per animali che, afferma un portavoce, costituiscono la "stragrande maggioranza del volume e delle vendite" in Russia, e nel 2021 hanno totalizzato 1,7 miliardi di franchi svizzeri (circa 1,66 miliardi di euro). La multinazionale ha fatto sapere che continuerà a pagare i suoi circa 7mila dipendenti presenti nel Paese, dove possiede sei stabilimenti.

Ninety One si oppone all'acquisizione di Distell da parte di Heineken

Ninety One, società di gestione patrimoniale anglo-sudafricana, voterà per opporsi all'acquisizione da parte di Heineken di Distell, importante produttore di alcolici del Sudafrica. Lo scorso novembre, il produttore di birra olandese Heineken aveva fatto un'offerta per acquisire Distell (leggi qui), di cui Ninety One possiede una percentuale di circa il 5%. Secondo quanto riportato dall'ufficio Ice di Johannesburg, l'azienda di gestione patrimoniale riterrebbe l'offerta troppo bassa e ingiusta per i titolari di fondi pensione, che, spiega, sarebbero costretti a vendere piuttosto che rimanere in una società non quotata. Nonostante l'obiezione di Ninety One, è previsto che l'accordo vada a buon fine. Necessita infatti di una maggioranza di poco più del 75% per essere approvato e sia Remgro, azionista di maggioranza con il 56% di share, sia la Public Investment Corporation, che ne possiede il 20,4%, sarebbero favorevoli. Lo specialista degli investimenti in Ninety One, Rob Forsyth, ha pubblicamente espresso sdegno per l'accordo, affermando che non riflette il valore del produttore sudafricano. "Distell è attualmente in una buona posizione per trarre vantaggio da una confluenza di tendenze globali", invece, commenta Forsyth, Heineken "afferrerà senza tante cerimonie questa risorsa".

di Eleonora Cazzaniga

Russia, in fuga l'industria del beverage

In seguito all'invasione dell'Ucraina, sono numerose le aziende che hanno scelto di bloccare le attività nel Paese. Fermando produzione, vendite e investimenti. Una panoramica sulle decisioni dei grandi player del settore.

Con l'acuirsi del conflitto fra Russia e Ucraina, sono divenute sempre più numerose le aziende del settore beverage, e non solo, che hanno deciso di abbandonare il Paese, fermando produzione e vendita delle proprie referenze, oppure di limitare le attività commerciali con esso. Inoltre, diverse società hanno bloccato da subito gli stabilimenti in Ucraina, con l'intento di salvaguardare i propri dipendenti, permettendogli di ripararsi in un luogo sicuro per fuggire dalla guerra. A rivelarlo sono state le stesse aziende, tramite portavoce o i canali web e social.

Il mondo degli alcolici

Tra le prime a prendere questo tipo di decisione figura Carlsberg. La multinazionale danese della birra, secondo produttore nel mercato ucraino con una quota del 31%, ha infatti scelto fin da subito di bloccare le attività in Ucraina nei poli di Kiev e Zaporizhzhya. "La priorità rimangono i nostri 1.300 dipendenti in Ucraina e abbiamo intrapreso diverse azioni per garantire la loro sicurezza", si legge in un comunicato ufficiale datato 4 marzo. Inoltre, Carlsberg Group, la Carlsberg Foundation e la Tuborg Foundation hanno scelto di donare 75 milioni di corone danesi (10 milioni di euro) ai soccorsi in Ucraina. Riguardo al proprio business in Russia, l'azienda ha deciso di fermare i nuovi investimenti nel Paese. "Facciamo queste scelte, consapevoli dell'impatto sui nostri dipendenti", recita una nota ufficiale. "Sentiamo un obbligo morale nei confronti dei colleghi russi che sono parte integrante di Carlsberg, e che non sono responsabili delle azioni del governo. I nostri 8.400 dipendenti in Baltika (di cui Carlsberg è proprietaria di maggioranza dal 2008, ndr) rappresentano oltre un quinto della nostra forza lavoro globale. [...] Tuttavia, non è possibile fare business come al solito. Abbiamo cessato tutta la pubblicità sia del gruppo Carlsberg che dei birrifici Baltika in Russia, e smetteremo di produrre e vendere il nostro marchio di punta, Carlsberg, nel mercato russo. I birrifici Baltika saranno invece gestiti come un business separato, con lo scopo di sostenere i dipendenti e le loro famiglie".

Anche l'olandese Heineken ha scelto di interrompere la produzione e la vendita della sua birra in Russia, così come i relativi investimenti in attività promozionali. "A seguito della revisione strategica delle nostre operazioni, abbiamo concluso che il business in Russia non è più sostenibile né praticabile nel contesto attuale", si legge in una nota pubblicata sul sito dell'azienda. Che aggiunge: "In ogni caso garantiamo che i salari dei nostri 1.800 dipendenti saranno pagati fino alla fine del 2022 e faremo del nostro meglio per salvaguardare il loro futuro impiego". Il gigante olandese fa inoltre sapere che non accetterà più "alcun beneficio finanziario netto derivante dalle operazioni russe" e starebbe valutando le opzioni per il futuro del business nel Paese, dove opera da due decenni.

Le altre bevande

Dopo le forti pressioni ricevute sui social da parte degli utenti, che premevano affinché la multinazionale lasciasse il Paese, anche Coca Cola ha preso posizione. Il colosso di Atlanta ha dapprima deciso lo stop degli stabilimenti ucraini di Coca Cola Hbc, società partner che si occupa dell'imbottigliamento e la distribuzione della bevanda in diversi Paesi. In seguito, ha scelto di fermare le vendite e i numerosi impianti presenti sul territorio russo. "I nostri cuori sono vicini alle persone che stanno subendo gli effetti inconcepibili di questi tragici eventi", hanno scritto i vertici dell'azienda.

Situazione pressoché analoga per PepsiCo. Anche la multinazionale statunitense di snack e bevande con sede a Purchase, New York, ha ricevuto pressioni sui social affinché bloccasse le operazioni con la Russia, dove è attiva da più di 60 anni. PepsiCo ha quindi annunciato la decisione di sospendere le vendite nel Paese, così come gli investimenti di capitale, le pubblicità e le attività promozionali. L'azienda ha inoltre scelto di fermare le attività in Ucraina per consentire ai dipendenti di mettersi al sicuro. "La situazione sul campo è devastante per i nostri dipendenti ucraini e le loro famiglie. Per prenderci cura di loro, abbiamo chiuso le nostre strutture nel Paese e stiamo fornendo supporto finanziario, fisico ed emotivo", scrive l'azienda in una nota. "Stiamo anche trasformando alcuni dei nostri uffici e magazzini in alloggi temporanei per i rifugiati e stiamo ora determinando come riassegnare le persone nelle loro nuove sedi di accoglienza". Inoltre, scrivono, "la Fondazione PepsiCo ha investito 4 milioni di dollari per gli aiuti umanitari nei Paesi circostanti", sostenendo i rifugiati con alloggi, cibo, acqua e altri articoli essenziali.

Anche Mondelez si è velocemente attivata. Lo scorso 9 marzo, la multinazionale Usa del food&beverage ha pubblicato sul proprio sito una lettera in cui il Ceo Dirk Van de Put esprime solidarietà alla popolazione ucraina: "Continuiamo a dare priorità alla sicurezza della nostra gente e le nostre attività rimangono chiuse in Ucraina". Inoltre, ha confermato l'impegno di Mondelez al fianco delle associazioni umanitarie, come Save The Children e la International Federation of the Red Cross. Van de Put ha poi annunciato le decisioni relative al business in Russia: "Come azienda alimentare, stiamo riducendo tutte le attività non essenziali, mentre manterremo la continuità delle forniture di cibo. Continueremo anche a sostenere i nostri colleghi sul mercato. Concentreremo le nostre operazioni sulle offerte di base, interromperemo i nuovi investimenti di capitale e sospenderemo la spesa per la pubblicità. Riconosciamo che si tratta di una situazione altamente dinamica e preoccupante che provvederemo a rivalutare in funzione degli sviluppi".

Non ultima, anche Danone ha preso posizione in merito al conflitto. L'azienda francese ha infatti deciso di chiudere uno dei due impianti di produzione in Ucraina, dove realizza latticini e prodotti su base vegetale. Esprimendo la vicinanza ai rifugiati, Danone ha spiegato di essere impegnata anche in aiuti umanitari alla Croce Rossa, con una donazione di 500mila euro per fornire acqua, cibo e medicine. Relativamente al business in Russia, in una nota ufficiale sul sito dell'azienda, Laurent Sacchi, general secretary di Danone, ha annunciato: "Abbiamo deciso di sospendere tutti i progetti di investimento in Russia, ma manterremo la nostra produzione e distribuzione di prodotti lattiero-caseari freschi e alimentazione infantile, per soddisfare ancora i bisogni alimentari essenziali della popolazione locale. Continuiamo a monitorare la situazione e, naturalmente, applicheremo le decisioni delle autorità francesi, con le quali restiamo strettamente coordinati".

Il caso Nestlé

Un caso particolare è quello di Nestlé. La multinazionale svizzera del food&beverage aveva inizialmente annunciato di voler sospendere l'attività nelle proprie fabbriche, nei magazzini e nella catena di approvvigionamento in Ucraina, per permettere ai dipendenti di tutelare se stessi e le proprie famiglie. "Continueremo a servire la popolazione locale e abbiamo piani di emergenza per garantire il riavvio della fornitura dei nostri prodotti non appena le condizioni di sicurezza lo permetteranno", aveva dichiarato l'azienda. Nei giorni successivi, tuttavia, Nestlé aveva fatto sapere che avrebbe temporaneamente riaperto gli stabilimenti per rifornire gli scaffali vuoti dei negozi e aiutare la popolazione. "Una parte della nostra catena di approvvigionamento è attualmente attiva in luoghi dove è sicuro operare", ha spiegato un portavoce di Nestlé, che aveva aggiunto: "Continueremo a impegnarci per rifornire la popolazione locale con alimenti e bevande essenziali".

Sul territorio russo, tuttavia, Nestlé era rimasta attiva, spiegando di aver già "ridimensionato significativamente" le sue attività, fermando investimenti pubblicitari, importazioni ed esportazioni tranne che per i prodotti essenziali. "Non traiamo profitto dalle nostre attività rimanenti", spiegavano. "Il fatto che noi, come altre aziende alimentari, forniamo alla popolazione alimenti importanti non significa che stiamo andando avanti come prima".

Nonostante le spiegazioni, la decisione non è passata inosservata agli hacker di Anonymous. Per colpire la multinazionale svizzera, il collettivo ha dapprima imposto un ultimatum di 48 ore affinché lasciasse la Russia. Nestlé, dal canto suo, non ha fornito risposte. Allo scadere del tempo, lanciando l'hashtag #BoycottNestle, Anonymous ha quindi deciso di pubblicare online il database della società, con 10 gigabyte tra email e password aziendali, e dati relativi a oltre 50mila clienti business.

Il giorno dopo l'attacco hacker, Nestlé ha annunciato la decisione di sospendere la vendita sul territorio russo di numerose linee alimentari e di cibo per animali che, ha affermato un portavoce, costituiscono la "stragrande maggioranza del volume e delle vendite" in Russia, e nel 2021 hanno totalizzato 1,7 miliardi di franchi svizzeri (circa 1,66 miliardi di euro). La multinazionale ha comunque fatto sapere che continuerà a pagare i suoi circa 7mila dipendenti presenti nel Paese, dove possiede sei stabilimenti.

di Eleonora Cazzaniga

SPECIALE APERITIVI

LE ULTIME NOVITÀ DALLE AZIENDE

CASA VINICOLA CANELLA
www.canellaspa.it

PUCCINI DI CANELLA
Lo spumante brut incontra i Mandarini Tardivi di Ciaculli, presidio slow food palermitano.

INGREDIENTI PRINCIPALI
3 parti di spumante brut, una parte di mandarini tardivi di Ciaculli.
GRADAZIONE ALCOLICA
5% vol.
TERMINE MINIMO DI CONSERVAZIONE
Due anni dalla produzione
FORMATO
75 cl, 20 cl
MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO
Bottiglia di vetro classico, tappo a vite, capsula, doppia etichetta (fronte e retro)
PALLETTIZZAZIONE
76 ct per pallet

FONTE MARGHERITA 1845
www.fontemargherita.com

SPRITZ ZERO
Bevanda analcolica al gusto di Spritz.

INGREDIENTI PRINCIPALI
Zucchero, aromi naturali ed estratti naturali.
TERMINE MINIMO DI CONSERVAZIONE
Non presente
FORMATO
27,5 cl
MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO
Imballo primario: confezioni da 27,5 cl in bottiglia di vetro con tappo Talog
Imballo secondario: Cartone wrap-around contenente 15 bottiglie
PALLETTIZZAZIONE
6 strati con 16 cartoni cadauno
Totale 96 cartoni per pallet e 1.440 bottiglie

LUXARDO
www.luxardo.it

APERITIVO LUXARDO
Aperitivo Luxardo deriva da un'infusione ben bilanciata di erbe, radici e agrumi. Il suo moderato tenore alcolico consente un'ideale combinazione con vari succhi di frutta e vino.

GRADAZIONE ALCOLICA
11% vol.
FORMATO
700 ml, 1 lt
MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO
Bottiglia di vetro
PALLETTIZZAZIONE
22x2 700, 16x3 1.000

NATYS
www.natys.it

HOUSE OF COCKTAIL – COCKTAIL ARTIGIANALI IN BOTTIGLIA
House of Cocktail presenta una linea di cocktail artigianali, preparati con liquori e distillati di un prestigioso liquorificio italiano. L'idea del team dello storico marchio milanese Naty's, attivo nel mondo della miscelazione da quasi 60 anni, nasce per offrire l'esperienza di un bere miscelato come quello dell'aperitivo di qualità in un'elegante bottiglia di vetro.

INGREDIENTI PRINCIPALI
Negroni: gin, bitter, vermouth rosso.
Milano-Torino: bitter, vermouth rosso.
Martini cocktail: gin, vermouth dry.
Manhattan: blended whisky, vermouth rosso, bitter aromatic.
Boulevardier: blended whisky, bitter, vermouth rosso.
Cosmopolitan: vodka, triple sec, succo di lime e cranberry.
GRADAZIONE ALCOLICA
Negroni: 25% vol.
Milano-Torino: 18,5% vol.
Martini cocktail: 35% vol.
Manhattan: 25% vol.
Boulevardier: 25% vol.
Cosmopolitan 23% vol.
FORMATO
100 ml
MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO
Vetro e cartone
PALLETTIZZAZIONE
38 cartoni x strato, altezza massima 10 strati, pallet 80x120

COCA-COLA HBC ITALIA
www.lurisia.it

APERITIVO ANALCOLICO LURISIA
Il nuovo aperitivo analcolico di Lurisia, disponibile in due versioni. Arricchito con Genziana Lutea delle Alpi, con i suoi petali gialli e le sue radici amare e profumate. Oppure aromatizzato con infuso di assenzio maggiore piemontese, pianta dalla caratteristica nota amara e decisa.

INGREDIENTI PRINCIPALI
Genziana delle Alpi: acqua, zucchero di canna, anidride carbonica, aromi naturali, acidificante acido citrico, estratti di mela, cartamo, limone, carota e ribes nero, infuso di radice di genziana.
Assenzio maggiore piemontese: acqua, zucchero di canna, anidride carbonica, aromi naturali, acidificante acido citrico, estratti di carota e ribes nero, infuso di assenzio maggiore.
TERMINE MINIMO DI CONSERVAZIONE
15 mesi
FORMATO
150 ml x 4
MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO
Bottiglia di vetro, cluster in cartone
PALLETTIZZAZIONE
Casse da 6 cluster 150x4, 16 casse per strato, 4 strati per pallet, 64 casse a pallet

NONINO DISTILLATORI
www.grappanonino.it

L'APERITIVO NONINO BOTANICALDRINK
Bevanda botanica di soli ingredienti naturali, 100% vegetale, ispirata a un'antica ricetta degli archivi storici di famiglia, rivisitata in chiave contemporanea. La leggera filtrazione ne preserva la freschezza agrumata e la moderata dolcezza. Il colore giallo sole è determinato solo dall'infusione di fiori, frutti e radici. Il profumo presenta caratterizzazioni mediterranee, agrumato e fruttato con sentori di mora e frutti di bosco, leggermente amaricante. Fresco e vivace, può essere gustato in purezza con un twist di limone o lime e scorza di limone, oppure con ghiaccio, un twist di limone e un tocco di acqua tonica o bollicine. Ottimo come ingrediente per cocktail o per pasteggiare.

INGREDIENTI PRINCIPALI
Infuso di botaniche, tra cui fiori, radici e frutti, selezionati per origine e caratteristiche organolettiche, essiccati a bassa temperatura per preservare profumi, sapori e colori, arricchito con Ue Acquavite d'Uva Nonino Monovitigno Fragolino Vigna Nonino a Buttrio.
GRADAZIONE ALCOLICA
21% vol.
FORMATO
Bottiglia in vetro trasparente da 700ml

ONESTI GROUP
www.onestigroup.com

MASTER OF MIXES
Master of Mixes offre tutto il necessario per realizzare a casa drink di qualità, proprio come quelli serviti nei migliori bar. Una linea realizzata con le migliori varietà di frutta e miscelata con zucchero di canna e acqua filtrata. Inoltre, l'app gratuita Mixology Pro offre ai clienti migliaia di ricette, video tutorial, informazioni sui prodotti e tanto altro. Master of Mixes è un prodotto non-Gmo, vegano, senza glutine, senza lattosio, con soli aromi naturali, kosher e halal. Master of Mixes è disponibile in sei diverse varietà. Margarita, con succo di lime, olii essenziali di agrumi e puro nettare di agave; Mojito, con olii di menta, zucchero di canna e succo di lime premium; White Peach, con succo di lime e pesche bianche Italiane, per Bellini, Margarita e Daiquiri; Pina Colada, cremosa miscela di noci di cocco con succo d'ananas della Costa Rica; Strawberry, con fragole dalla California e succo di lime, per Margarita e Daiquiri; Passion Fruit, con succo di lime premium e frutto della passione giallo, per Margarita e Daiquiri.

Some see data.
We see potential.
Powerful insights for action and growth in FMCG.

As a forward-thinking FMCG business, you're driven by a constant desire to innovate and anticipate your customers' next move. However spotting the right opportunities can sometimes be challenging.

At IRI, we make the complex simple.

Powered by our integrated and market-leading **technology, analytics, and Liquid Data™** we work with you to deliver insight and consulting solutions that help you stay ahead of the curve and deliver on your customers' changing needs.

We help you see what's possible, so you can pursue your potential.

Find your advantage
iriworldwide.com

IRi
Growth delivered.

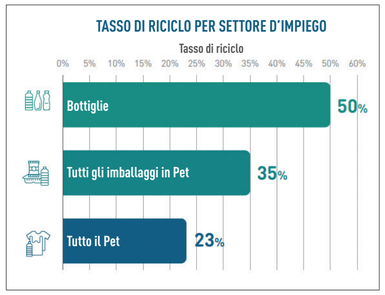
di Lucrezia Villa

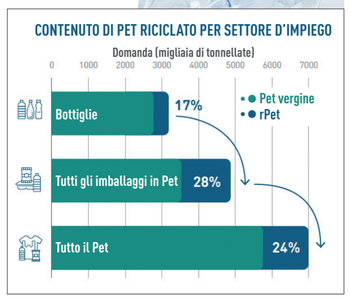
Quanto è circolare il Pet?

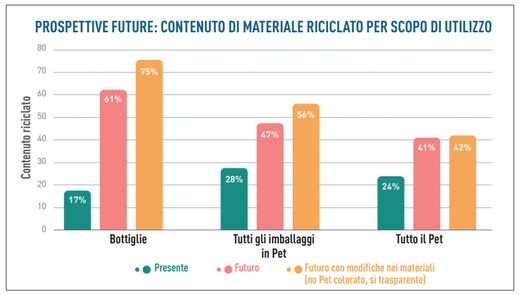
Lo stato dell'arte del polietilene tereftalato. Un'analisi del mercato, della raccolta e del tasso di riciclo. Un report condotto da Eunomia per Zero Waste Europe illustra i punti chiave e le sfide future.

Per definizione, un'economia circolare è quella in cui i prodotti a fine vita sono in grado di fornire materiali per fabbricarne di nuovi, senza comportare una diminuzione significativa nella qualità. Un sistema che si potrebbe definire 'circuito chiuso'. In grado di ridurre il fabbisogno di materie prime vergini e minimizzare gli sprechi.

Questa la premessa fondamentale su cui si basa il report 'How circular is Pet?' (Quanto è circolare il Pet, ndr), condotto dall'istituto di consulenza ambientale Eunomia per Zero Waste Europe, network di 32 Ong da tutta Europa che collaborano per un futuro privo di sprechi. L'analisi fornisce una valutazione dettagliata dell'attuale stato della circolarità del Pet in Europa. Inoltre, esamina le limitazioni e i potenziali scenari futuri in modo da adempiere agli obblighi di legge e alle necessità dell'industria entro il 2030.







La panoramica del mercato

Il polietilene tereftalato (Pet) è un polimero largamente impiegato nel packaging monouso ma anche nella manifattura tessile. Circa 7,7 milioni di tonnellate di prodotti in Pet vengono immessi annualmente nel mercato europeo, per una domanda di Pet vergine (vPet) appena sotto i 5,5 milioni di tonnellate. "In un modello di economia completamente circolare, tutti i prodotti in Pet sarebbero realizzati in Pet riciclato (rPet) e non ci sarebbe bisogno di ricorrere al vPet", si legge nel report. Che si focalizza soprattutto sulle bottiglie in Pet (47% della domanda europea totale di Pet), ma, per fornire una panoramica più completa della situazione, si occupa anche dell'utilizzo di Pet in altre tipologie di packaging monouso, come vaschette, pellicole e fascette (che rappresentano un ulteriore 20% della domanda europea complessiva). Inoltre, lo studio considera l'insieme di tutti i prodotti in Pet, ovvero gli imballaggi uniti a tessuti e fibre in poliestere (il restante 33% del totale Eu).

Le bottiglie in Pet

Attualmente, il riciclo delle bottiglie può fare affidamento sulle tecnologie e infrastrutture più avanzate. In Europa, la media di raccolta delle bottiglie in Pet è stimata attorno al 96% per i Paesi che applicano un sistema di restituzione del deposito, mentre si aggira intorno al 48% per quelli che non lo utilizzano. Ciò comporta un tasso medio di raccolta del 60% per le bottiglie in Pet destinate al beverage o ad altri comparti, mentre una grossa fetta di quelle immesse sul mercato (40%) non vengono riciclate e finiscono in discarica, negli inceneritori o addirittura disperse nell'ambiente. Il report calcola che il tasso di riciclo per le bottiglie – inclusi tappi, coperchi ed etichette (beverage e non-beverage) – ammonta attualmente al 50%. Inoltre, la ricerca spiega che, in media, il 17% delle bottiglie è realizzato in rPet, che rappresenta il 31% del totale di scaglie di Pet derivate ogni anno dal sistema di riciclo (1,8 milioni di tonnellate), con il restante 69% che viene invece destinato ad altri prodotti, quali vaschette, altri imballaggi o fibre.

Packaging e altre applicazioni del Pet

Se le bottiglie rappresentano il prodotto con il maggiore utilizzo di Pet, esistono anche altre applicazioni nel comparto del packaging monouso, quali vaschette (20%), pellicole (7%) e alcune tipologie di fascette (3%). Tuttavia, "la mancanza di una suddivisione e tecnologie di riciclo adeguate, combinate con la varietà nel design di questi prodotti rende difficile riciclarli", spiega il report. Infatti, le quantità raccolte per queste tipologie di packaging sono significativamente più basse rispetto alle bottiglie, attorno al 21%. Il tasso di riciclo globale per gli imballaggi in Pet ammonta al 35%, mentre la percentuale di materiale riciclato contenuto al loro interno si aggira intorno al 28%.

La mancanza di strutture adeguate per il riciclo dei packaging in Pet implica inoltre che la maggior parte dell'rPet derivi dalle bottiglie riciclate. Infatti, secondo la ricerca, il 57% delle bottiglie in rPet viene destinato alla produzione di imballaggi in Pet.

Come menzionato in precedenza, il report analizza l'attuale stato dell'arte del settore. Oltre a bottiglie e packaging, un altro dei maggiori ambiti di utilizzo è quello delle fibre in poliestere. Il 14% del totale di questo mercato è costituito dal poliestere riciclato, e anche in questo caso la maggior parte proviene dalle bottiglie. Si stima un tasso di riciclo di solo il 23% per tutto il Pet immesso sul mercato. E il contenuto riciclato complessivo scende al 24% se si esamina l'uso di rPet in tutti i prodotti in Pet.

Limiti e scenari futuri

Secondo il report, la maggior parte del Pet non è attualmente gestita all'interno di un modello circolare e le perdite sono elevate. Sono infatti la già citata mancanza di impianti di riciclaggio e l'inefficace sistema di raccolta che portano a ulteriori sprechi in tutte le fasi del ciclo di vita del Pet. Il rapporto suggerisce che 5,8 milioni di tonnellate (75% del Pet complessivamente sul mercato) fuoriescono dal sistema. Altre limitazioni all'attuale circolarità sono i contaminanti della raccolta e dello smistamento; il design del prodotto e la qualità del materiale; e, infine, l'economia dell'rPet.

"Gli obiettivi fissati dalla legislazione sono un importante fattore trainante per migliorare i risultati della circolarità del Pet in futuro". Per esempio, la direttiva sulla plastica monouso (Sup) stabilisce un obiettivo di raccolta del 77% per le bottiglie per bevande entro il 2025, e un obiettivo del 90% entro il 2029, oltre a richiedere ai produttori di bottiglie per beverage in Pet di utilizzare il 25% di contenuto riciclato nei proprio prodotti entro il 2025 e il 30% entro il 2030.

Secondo il rapporto, altri tre fattori principali necessari per migliorare la situazione delineata sono: dare priorità al riciclo a ciclo chiuso da bottiglia a bottiglia, invece di usare l'rPet ricavato dalle bottiglie in altre applicazioni Pet; aumentare l'uso dei sistemi di restituzione dei depositi, che miglioreranno la quantità e la qualità del materiale raccolto; e infine passare dal Pet colorato e opaco al Pet trasparente. La ricerca calcola che, se questi cambiamenti fossero messi in atto, ci potrebbe essere un aumento della percentuale massima di materiale riciclabile da bottiglia a bottiglia, con un contenuto riutilizzato tra il 61 e il 75%, rispetto all'attuale 17%. Inoltre, il contenuto riciclato di tutti gli imballaggi in Pet passerebbe dal 28% al 47 e 56%. Infine, per tutte le applicazioni in Pet, la cifra passerebbe dal 24% a un limite superiore del 41 - 42% in futuro.

DISTILLERIA F.LLI CAFFO
www.vecchioamarodelcapo.com

Vecchio Amaro del Capo Red Hot Edition
Il peperoncino di Calabria conferisce all'amaro una nota piccante intrigante per il palato. Per raggiungere la sua perfezione necessita di una maturazione che richiede tempo e un lungo lavoro. Il peperoncino utilizzato è solo ed esclusivamente quello tipico calabrese, raccolto quando gli aromi e le sue note piccanti sono al massimo.
Ingredienti principali
Trenta tra spezie, erbe, frutti e piante della Calabria, come mandarino, anice, arance, camomilla, ginepro, liquirizia, menta e peperoncino calabrese, noto anche come 'diavolicchio'.
Gradazione alcolica
35% vol.
Formato
70 cl
Materiali di confezionamento
Vetro

RED BULL
www.redbull.it

Organics by Red Bull
Organics by Red Bull sono bevande biologiche prodotte con ingredienti di origine naturale al 100% e certificazione biologica dell'Unione Europea. Non sono energy drink. Disponibili in otto varianti di gusto: Simply Cola Bio, Tonic Water Bio, Ginger Ale Bio, Bitter Lemon Bio, Viva Mate Bio, Ginger Beer Bio, Purple Berry Bio, Black Orange Bio.
Gradazione alcolica
Bevande analcoliche
Termine minimo di conservazione
12 mesi (temperatura tra 5 e 30°C)
Formato
250 ml
Materiali di confezionamento
Bottigliette di vetro, 100% riciclabili
Pallettizzazione
1.584 bottigliette per pallet (6 strati da 11 cartoni da 24 bottigliette)

LUCANO 1894
www.amarolucano.it

Amaro Lucano Essenza
Amaro Lucano Essenza è il nuovo prodotto che avvicina il mondo degli amari a quello dell'enologia. Un liquore completamente nuovo realizzato con Amaro Anniversario, sapientemente invecchiato per 12 mesi in antiche barrique già utilizzate per maturare una nobile grappa. Presenta aromi speziati di arancio amaro e noce moscata.
Ingredienti principali
Risultato della sapiente miscelazione di più di 30 erbe, lasciate riposare per 12 mesi in botti di rovere che conferiscono aromi caldi e speziati.
Gradazione alcolica
34% vol.
Formato
Bottiglia da 70 cl
Materiali di confezionamento
Scatola contenitore

CEDRAL TASSONI
www.cedraltassoni.it

Tonica Superfine all'aroma naturale di cedro
Tonica Superfine è l'acqua tonica premium firmata Tassoni. La freschezza del cedro armonizza le note amare del legno di quassio con un bouquet speziato e floreale, in grado di accontentare i palati più fini.
Ingredienti principali
Acqua, zucchero, anidride carbonica, aroma naturale di cedro, Acidificante: acido citrico, aroma naturale di quassio con altri aromi naturali.
Termine minimo di conservazione
Circa 18 mesi dalla data di confezionamento (a confezione integra e a temperatura tra i 15 e 20°C)
Formato
Bottiglietta in vetro da 180 ml, cluster da 4 bottigliette
Pallettizzazione
72 cartoni da 24 bottigliette

TOSCHI VIGNOLA
www.toschi.it

Fragolì
Liquore dolce con fragoline di bosco intere. Perfetto da mixare, Fragolì diventa un ottimo aperitivo preparando il Fragolì Spritz, con tre parti di liquore, sei di prosecco e una di soda.
Gradazione alcolica
24% vol.
Formato
500 e 700 ml
Materiali di confezionamento
Bottiglia in vetro, capsula in alluminio e sovracapsula in Pet
Pallettizzazione
500 ml: 25 cartoni per 4 strati, 100 cartoni per pallet
700 ml: 21 cartoni per 4 strati, 84 cartoni per pallet

b.io

bpuntoio

VINO BIOLOGICO/ORGANIC WINE

BIO INSIDE AND OUTSIDE

Siamo bio nel profondo, dentro e fuori, dal vino alla bottiglia serigrafata che sprigiona armonia e invita al riuso creativo. Bellezza che abbraccia la sostenibilità, un altro passo avanti per la nostra GREEN EVOLUTION.

THE NEW PACKAGING · NEW b.io · AUTHENTIC ITALIAN DESIGN

SANGIOVESE · LAMBRUSCO · TREBBIANO · PRIMITIVO · NERO D'AVOLA CABERNET · NERO D'AVOLA · NERO D'AVOLA ROSATO
CATARRATTO CHARDONNAY · PINOT GRIGIO

Terre Cevico Soc. Coop. Agricola - Lugo, Italia - www.bpuntoio.it