Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600463/4/5/9 Fax. +39.0362.600616 - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 18 del 12 gennaio 2011
Poste Italiane S.P.A. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - 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.

DS
DOLCISALATI & CONSUMI
ANNO 12 - NUMERO 7/8 - LUGLIO/AGOSTO 2023
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

VANINI
NEL CUORE DEL CACAO

SINCE 1946
ICAM
CHOCOLATE BY NATURE
VANINI è un marchio registrato da ICAM S.p.A.
www.vaniniciocolato.com

VANINI
NEL CUORE DEL CACAO

CIOCCOLATO MONORIGINE
UGANDA

6 tavolette di cioccolato biologico realizzate con un incredibile cacao monorigine Uganda, dove ICAM ha fondato una società a supporto del processo di coltivazione e raccolta del cacao. Queste tavolette nascono con un incarto composto per l'80% da materie prime rinnovabili, che è compostabile secondo le regole dello smaltimento industriale.

Authentic Bagua Cocoa

Nei lontani territori del Perù amazzonico nasce un eccezionale cacao, unico e incontaminato, perfetto per elaborare ricette dalle ineguagliabili note aromatiche e per abbinamenti ricercati. Vanini lo ha scelto per la linea monorigine Bagua, composta di 12 tavolette con alti solidi del cacao e intriganti inclusioni.

SINCE 1946
ICAM
CHOCOLATE BY NATURE

VANINI è un marchio registrato da ICAM S.p.A.
www.vaninicioccolato.com

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Verro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600463/4 - Fax: +39 0362 600616 - e-mail: info@tesi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 208 del 28 marzo 2006
Poste Italiane SpA - Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 Comma 1 - LOMI - Stampa: Ingraph - Seregno (MB) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Rosero per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

A
ALIMENTANDO.INFO
IL PERIODICO
DEL SETTORE ALIMENTARE

MIF MARKET INDEX FOOD
DATI RELATIVI ALL'INTERO COMPARTO FOOD CONFEZIONATO
MAGGIO 2023 VS MAGGIO 2022
Circana. IN COLLABORAZIONE CON TESI

TREND VENDITE A VALORE	TREND VENDITE A VOLUME (A PREZZI COSTANTI)	PRESSIONE PROMOZIONALE	TREND VENDITE IN VALORE MARCA COMMERCIALE
+10,89%	-1,62%	24,44%	+17,30%

A
ALIMENTANDO.INFO
IL PERIODICO
DEL SETTORE ALIMENTARE

DS DOLCISALATI & CONSUMI
ANNO 12 - NUMERO 7/8 - LUGLIO/AGOSTO 2023
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

GUIDA BUYER

da pagina 14 a pagina 17

SPECIALE FARINE E CEREALI

Secondo Italmopa gli sfarinati prodotti nel 2022, in termini di volumi, sono arrivati a 8,1 milioni di tonnellate (+4,1% rispetto al 2021), mentre il volume complessivo dei prodotti dell'industria molitoria ha superato 11,5 milioni di tonnellate. In questo speciale tutte le proposte delle aziende per il settore.

INSIGHT

alle pagine 10 e 11

Apicoltura Piana fra tradizione e innovazione

L'azienda opera sul territorio italiano da 120 anni. Proponendo miele, pappa reale e polline. Tra le sue ultime novità la linea Squeeze e l'implementazione di Melixa System. Che consente di monitorare l'apiario da remoto.

L'INTERVISTA

a pagina 21

Aldi: "Risultati ben oltre le aspettative"

Il consuntivo dei primi cinque anni della catena in Italia. I piani di sviluppo. La strategia e l'offerta commerciale. Il punto sul delivery. La parola al country manager Michael Gscheidlinger.

FOCUS ON

a pagina 13

Frigerio vs Santambrogio

Una simpatica tenzone fra il nostro editore e l'amministratore delegato di VéGé. A tema i listini e le marginalità. Con qualche deriva calcistica rossonerazzurra. Fosse sempre così il dialogo tra le parti…

REPORTAGE

Fancy Food: una fiera di consolidamento

La manifestazione, in scena a New York dal 25 al 27 giugno, si conferma un appuntamento strategico per gli operatori del food&beverage. Con l'Italia sempre in prima linea. Il nostro pagellone dell'evento. Le aziende presenti.

alle pagine 18 e 19

ZOOM

Mondelēz International: "Fare snack nel modo giusto"

L'azienda è specializzata nella produzione di spuntini. E vanta un ricco portafoglio di marchi globali, regionali e locali. Tra i suoi obiettivi, soddisfare diverse esigenze di consumo. Oltre a crescere in modo sostenibile.

a pagina 20

ATTUALITÀ

a pagina 12

Tu chiamale, se vuoi, evasioni…

I giudici di Milano hanno sequestrato 48 milioni a Esselunga. Il gruppo è accusato di aver 'barato' sul versamento dell'Iva con alcune disinvolte manovre nell'assunzione del personale tramite società cooperative. La difesa: "Abbiamo operato sempre nel rispetto della legalità".

Il direttore • Angelo Frigerio • angelo.frigerio@tespi.net

Gli amici tieniteli stretti, ma i nemici anche più stretti

Carlo Nordio, il nostro ministro della Giustizia, non ama le parafrasi. Sin dall'inizio del suo mandato ha espresso con chiarezza le sue opinioni in merito a corruzione, normative farraginose, processi interminabili e altro ancora. Ecco qualche esempio: "Il sistema della corruzione si annida nella incertezza della normativa, delle competenze e nella complessità delle procedure". E ancora: "Per i reati più gravi come la corruzione, vige il principio citato più di duemila anni fa da Tacito: più la Repubblica è corrotta, più sforna leggi". Avere più norme: "Rende complicate le procedure e aumenta le porte alle quali il cittadino deve bussare per ottenere il provvedimento". Così in questo modo aumentano anche le possibilità di: "Arrivare a una serratura che non si apre e arriva qualcuno che dice: la devi ungere".

Era ora che qualcuno dicesse le cose come stanno. Da tempo lo scrivo.

Alcuni anni fa ho raccontato del 'responsabile nuove aperture' di una nota catena lombarda. Era legato a filo doppio con la 'ndrangheta ma i carabinieri lo intercettavano. L'azienda stava cercando nuove location per espandersi. Per questo occorreva trovare il posto giusto al momento giusto. Ecco allora palesarsi un gruppo di sostegno calabrese in grado di offrire l'area giusta al giusto prezzo. Per quanto riguardava comune e permessi vari, bastava oliare (ungere) le ruote in maniera opportuna. Naturalmente l'intermediario, ovvero il 'responsabile nuove aperture', avrebbe avuto il suo tornaconto. "Che ne dici di un bel Rolex, amico mio?", suggeriva l'ndranghetista al telefono.

Così funziona in Italia. Allargando il cerchio arriviamo anche ai buyer. C'è un libro che tutti devono leggere e che stiamo editando. S'intitola *'Una vita da buyer'* ed è scritto da Luca Spagna, compratore internazionale, con una lunga esperienza, in Italia e all'estero.

Nel capitolo 3 si parla di corruzione: "Il buyer spesso gestisce importanti somme di denaro, può avere in mano il destino di tanti piccoli produttori o influire significativamente sui risultati anche di multinazionali. Non di rado è impreparato e troppo giovane, e non sto parlando solo di età anagrafica. Ovviamente i fornitori lo sanno e ci stanno molto attenti mettendo in atto tutto ciò che è in loro potere per poter limitare al minimo eventuali danni che il demone potrebbe creare loro. Fin dal primo minuto in ruolo, se non addirittura prima, un compratore della Gd è sotto un'invisibile quanto solenne lente di ingrandimento. Viene studiato in ogni sua mossa o decisione: chi è, cosa ha fatto prima, situazione familiare, patrimoniale, amici, hobby, interessi, debolezze… insomma, più di come ti studia una banca quando deve accendere un mutuo. Il mondo del commercio è veramente piccolo, tutti conoscono o almeno hanno sentito parlare di quasi tutti. Il lavoro dell'account è anche avere informazioni sul mercato e i concorrenti ma, soprattutto, sui compratori. Don Michael Corleone, nel celeberrimo film *Il Padrino,* riferendosi agli insegnamenti del padre, afferma: "Gli amici tieniteli stretti, ma i nemici anche più stretti"; ebbene, per non sbagliare, il buyer va tenuto sempre al guinzaglio… soprattutto se ci si accorge che si può corrompere. Da quel momento la sua reputazione e professionalità sono inesorabilmente compromesse. Nella sua anamnesi compare la parola corruttibile".

Ecco dunque trasferito nel mondo della distribuzione il teorema Nordio. Anche in questo caso l'incertezza delle competenze e la complessità delle procedure generano mostri. Che spesso fanno comodo. Sia alle aziende sia, paradossalmente, alla stessa distribuzione. Non è vero? Allora perché buyer pizzicati con le mani nella marmellata, e quindi giustamente licenziati, ricompaiono improvvisamente sul mercato?

DS DOLCISALATI & CONSUMI

Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo S.r.l by Tespi Mediagroup
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. 18 del 12 gennaio 2011.
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005.
Poste Italiane SpA
Spedizione Abbonamento Postale
D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004
Art. I Comma I - LO/MI
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Periodico mensile
Anno 12 - numero 7/8
luglio/agosto 2023
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Prezzo di una copia 2,00 euro - arretrati 9,00 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 60,00 euro via ordinaria.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.
Responsabile dati: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione ha verificato il copyright delle immagini pubblicate. Nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze. L'editore si riserva di respingere e non pubblicare comunicazioni non conformi alla linea editoriale della società.

Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Grocery & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, Beverage & Consumi, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.luxuryfb.com,www.technospia.it, www.beauty2business.com, www.tgtuttogiocattoli.it

Questo numero è stato chiuso in redazione il 5 luglio 2023

Cos'è "Il Pagellone"? Un piccolo scorcio satirico nel paludato universo che gira intorno al food. Politici, presidenti di associazioni, volti noti al pubblico televisivo e non, rappresentanti dell'industria: chi più ne ha, più ne metta. Un angolo per sorridere e prendere in giro amabilmente: registi, attori e comparse di questo meraviglioso palcoscenico. Laddove l'alimentare, in un modo o nell'altro, fa sempre bella mostra di sè.

IL PAGELLONE

CAMERIERE MILANESE

Era solo uno scherzo, quello dell'influencer the_pastaqueen, la quale, mentre consumava un piatto di pasta in un ristorante milanese, ha pensato bene di ordinare un cappuccino. Il cameriere reagisce stupito: "Con la pasta?", chiede, spalancando gli occhi. L'influencer insiste per avere la sua bevanda, al che l'uomo non può che arrendersi: il cliente ha sempre ragione. Ma quando finalmente il cappuccino viene servito, il piatto di pasta è già stato finito: "Siamo lenti", si giustifica il cameriere. "Abbiamo tirato il più possibile per non farvi mangiare la pasta con il cappuccino".

VOTO: 7

IL MACELLAIO SESSISTA

È stato accusato di sessismo un macellaio di Chiuduno, paesino di 6mila abitanti in provincia di Bergamo. Il motivo? Aver affisso dei poster pubblicitari in cui vengono paragonate le donne a pezzi di carne. I manifesti sarebbero stati pubblicati in occasione della notte bianca del paese e i titolari dell'attività avrebbero assicurato che sono stati esposti solo in quell'occasione, anche se i commenti su Facebook affermano di averli visti anche altre volte. Sono due i poster 'incriminati': il primo, in cui due labbra femminili dipinte di rosso vengono accostate a della carne in cottura sulla griglia, recita: 'Gli irresistibili richiami della carne'. Il secondo, invece, paragona alcuni tagli di carne al 'Meat Dress', l'abito che Lady Gaga aveva indossato agli Mtv Video Music Awards del 2010, ai tempi già condannato dalle organizzazioni animaliste. "Così o così?", domanda il cartellone. "Importante che sia carne naturale a km zero". La notizia è stata subito ripresa dai social, dove non sono mancati i commenti di vegetariani e vegani e, ovviamente, anche i contro commenti di chi vegetariani e vegani proprio non li può vedere. Insomma, il solito circo. Dove ormai vige la regola: nel bene o nel male, l'importante è che se ne parli…

VOTO: SV

DONALD TRUMP

"Cibo gratis per tutti, offro io!". Queste le parole pronunciate da Donald Trump dopo essersi dichiarato 'non colpevole' di fronte ai 37 capi d'accusa che gli sono stati contestati dalla Corte federale di Miami (tra cui detenzione illegale di informazioni, ostruzione della giustizia e false dichiarazioni). Entrato in un ristorante cubano, il tycoon ha invitato la folta schiera di sostenitori che aveva al seguito a servirsi al bancone. Tutto a sue spese. Peccato che, neanche dieci minuti dopo, sia uscito dal locale senza saldare il conto e lasciando tutti – letteralmente – con l'amaro in bocca. Donald, ma quando imparerai?

VOTO: 4

PIERLUIGI PARDO

Si dice che l'appetito vien mangiando e Pierluigi Pardo, telecronista sportivo e volto tv, non fa eccezione. E no, non stiamo parlando della mole del giornalista romano, effettivamente degna di nota, ma piuttosto del suo appetito professionale. Non gli bastavano infatti le collaborazioni con Dazn, Radio 24, Corriere dello Sport, La7 (dove commenta il Palio di Siena), Rai2 e il videogioco di calcio Fifa; ora si è messo pure a commentare le ricette di pasta Garofalo. Sul canale YouTube dell'azienda si possono ammirare i racconti di Pardo che, in postazione da telecronista, narra la gestazione dei ditaloni con cozze e fagioli, della pasta mista patate e provola e altri succulenti piatti. La passione è quella di sempre ma il risultato finale, non ce ne voglia Pardo, è un po' ridicolo: "Arriva una padella. Si parte con una cipolla che viene tagliata, con il sedano che viene tagliato, e poi anche la carota viene tagliata". E ancora: "C'è il sale, il pepe, l'acqua di cottura. Scende in campo la pasta. Bisogna alternare fasi diverse. E' arrivata la provola! E' arrivato il parmigiano!". Nei brevi video (circa un minuto) ci sono altre perle che daranno filo da torcere ai colleghi Sandro Piccinini e Fabio Caressa: "Entra in campo il basilico, forze fresche per il finale!". Purtroppo non mancano strafalcioni, con pomodori datterini confusi con San Marzano, per esempio, come nota un utente in un commento caustico: "Ovviamente questi pomodorini non sono San Marzano. Non ha la più pallida idea di quello che dice". Vette di altissima gastronomia in un altro passaggio, quando Pardo, forse in preda ai morsi della fame, si lascia scappare: "Non ho capito se parmigiano o pecorino, ma comunque è buono…".

VOTO: 5

COLDPLAY

Un palco costruito con materiali green, pannelli fotovoltaici in ogni arena e biciclette nel parterre che, alimentate dai fan, producono elettricità. Quando i Coldplay hanno deciso di tornare a calcare i palchi con il loro Music Of The Spheres World Tour, lo hanno fatto con un chiaro obiettivo in mente: show all'insegna della sostenibilità per ridurre le emissioni del 50% rispetto al tour del 2016-17. In tutto ciò rientra la decisione della band – comunicata sui social – di vietare le bottigliette di plastica, a favore di materiali più 'ecofriendly'. Tutto bene, tutto bello. Peccato che dopo essere stati costretti ad abbandonare montagne di bottigliette – molte delle quali ancora sigillate – ai controlli d'ingresso, al bancone del bar di San Siro riempissero degli scomodissimi bicchieri di carta – senza tappo – proprio con l'acqua delle bottiglie di plastica alla modica cifra di 3 euro. Insomma, coerenza zero.

VOTO: 2

JOHN MOUNTAIN

"Purtroppo tutti i vegani sono ora banditi da Fyre (per ragioni di salute mentale). Vi ringraziamo per la comprensione". È questo il post comparso sulle pagine social del ristorante Fyre di Perth (Australia) dello chef John Mountain. Secondo quanto raccontato ai media nazionali dallo chef stesso, tutto sarebbe nato da una recensione negativa di una cliente. La donna avrebbe contattato Mountain per chiedergli delle opzioni vegane e lo chef le avrebbe detto di poterle servire solo un piatto di gnocchi e uno di verdure. Il giorno della prenotazione, però, lo chef, impegnato altrove, si sarebbe dimenticato di avvertire lo staff della richiesta e alla donna, quindi, sarebbe stato servito solo un piatto di verdure costato 32 dollari. Immediata la recensione negativa della cliente, che lo chef non deve aver preso molto bene a giudicare dalla reazione drastica: niente più vegani nei suoi ristoranti!

VOTO: SV

Le aziende dovranno certificare le proprie performance legate ai temi Esg. La nuova direttiva Ue

Una nuova direttiva Ue sul reporting societario di sostenibilità (Csrd), che sostituirà l'attuale dichiarazione non finanziaria, obbligherà le aziende a certificare le performance ambientali, sociali e di governance (Esg). Come riporta Repubblica, "le informazioni sulla sostenibilità dovranno essere incluse nella relazione sulla gestione e non più in una relazione separata", spiega Josephine Romano, head of corporate compliance e coordinatore Esg Team Deloitte Legal. Con l'obiettivo di favorire l'integrazione e l'accessibilità delle informazioni. In particolare, dal 2024 l'obbligo riguarderà tutte le imprese con più di 500 dipendenti, già soggette alla direttiva sulla dichiarazione non finanziaria. Dal 2025 toccherà alle grandi imprese non ancora soggette. Dal 2026 sarà la volta delle Pmi quotate, che potranno scegliere di non partecipare fino al 2028. Dal 2028 sarà il turno delle imprese extra-Ue con un fatturato consolidato superiore ai 150 milioni di euro che abbiano in Europa almeno una società controllata o una succursale con ricavi superiori ai 40 milioni di euro. Rimangono escluse le microimprese.

GS1 Italy: il nuovo presidente è Alessandro d'Este (Ferrero)

Cambio al vertice per GS1 Italy, l'associazione che riunisce 40mila imprese specializzate nella produzione di beni di consumo. Alessandro d'Este, già amministratore delegato di Ferrero Commerciale Italia, è il nuovo presidente per il triennio 2023-2025, carica precedentemente ricoperta da Francesco Pugliese. Al fianco di Alessandro d'Este lavoreranno tre nuovi vice-presidenti: Francesco Del Porto, president region Italy di Gruppo Barilla in rappresentanza dell'industria, Maura Latini, amministratrice delegata di Coop Italia, e Maniele Tasca, direttore generale di Selex in rappresentanza della distribuzione. "Sono molto lieto di assumere questo ruolo in GS1 Italy. Ringrazio sia la parte industriale che quella distributiva per la fiducia che mi hanno accordato e mi impegno sin da ora a essere il presidente di tutti, con l'obiettivo di portare avanti un programma di lavori il più fattivo possibile", ha commentato d'Este a seguito della nomina. "Ringrazio, inoltre, il past president Francesco Pugliese per l'ottimo lavoro svolto".

La scomparsa di Loredana Ferrarese Muzzi

Il 14 giugno è venuta a mancare la signora Loredana Ferrarese Muzzi; annunciano la sua scomparsa i tre figli Filippo, Pieralfonso ed Andrea. "Noi tutti ricordiamo oltre alle sue doti umane", fa sapere il gruppo, "la dedizione, la capacità imprenditoriale, il desiderio di crescita ed innovazione, caratteristiche che hanno condotto la famiglia Muzzi a creare un gruppo industriale solido e con posizioni leader nel mondo del dolciario". Le esequie si sono tenute il 15 giugno, alle ore 16:30, a Foligno (Pg) presso la chiesa di santa Maria Infraportas, piazza san Domenico. Alla famiglia le condoglianze della redazione di DolciSalati&Consumi.

I trend food&beverage in crescita nel 2022

Carrelli sempre più vuoti e scontrini sempre più alti, gonfiati da inflazione e aumento del costo della vita. Questa l'analisi elaborata dalla 13esima edizione dell'Osservatorio Immagino di GS1 Italy, il report semestrale che analizza l'andamento di quasi 133mila prodotti del largo consumo tra food&beverage, pet care, prodotti per il cura casa e persona. Un mercato che nel 2022 ha generato 43 miliardi di euro di sell-out, pari all'82,1% delle vendite realizzate da super e ipermercati. I fenomeni impattanti dell'ultimo anno hanno aumentato i prezzi portando a una contrazione dei volumi, "anche se in maniera diversa fra fasce di prezzo, con quella più bassa che ha mostrato la maggior sofferenza", spiega Marco Cuppini, research and communication director di GS1 Italy. Emergono tuttavia delle categorie merceologiche che non sembrano conoscere crisi, come dimostrato dalla crescita a volume messa a segno nel 2022. Parliamo ad esempio dei prodotti con pochi zuccheri (paniere di 2.616 referenze), il cui fatturato raggiunge 1,2 miliardi di euro e registra una crescita annua a valore del +17,6% e a volume del +4,1%. Anche le referenze che riportano il claim 'proteico' (2.866 prodotti nel paniere di GS1 Italy) mostrano trend positivi, seppur minimi, con un aumento a volume dello 0,1%, trainate dai dessert freschi monoporzione. Segno positivo anche per i prodotti senza lattosio (paniere di 2.560 prodotti) che superano 1,8 miliardi di sell-out con una crescita a valore del 12,1% e a volume del 2,1%. "Evidentemente le caratteristiche di questi prodotti sono talmente importanti per i consumatori da non modificarne i comportamenti di acquisto", spiega Cuppini.

SOCIAL METER

La classifica dei follower che seguono online le catene retail presenti in Italia.

Facebook

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	11.981.584
2	Lidl	2.499.219
3	Eurospin Italia Spa	1.194.796
4	Conad	1.116.877
5	Esselunga Spa	845.518
6	Rewe - Penny Market	489.642
7	Md	428.614
8	Ecornaturasi - NaturaSi	415.377
9	Despar Italia - Aspiag Service (Nordest)	307.052
10	Gruppo Finiper - Unes	306.749
11	Coop Italia	302.876
12	Végé - Flli Arena	227.047
13	Despar Italia - Maiora	220.292
14	Crai	218.398
15	Gruppo Pam - Pam Panorama	208.640
16	Tuodì	183.622
17	Selex - Megamark - Supermercati Dok	171.787
18	Aldi	163.419
19	Végé - Supermercati Tosano	163.006
20	Végé - Bennet	150.925
21	Alioto - ARD Discount	132.796
22	Gruppo Pam - In's Mercato	132.229
23	Selex - Ali	128.695
24	Famila Sud Italia	124.792
25	Selex - Sun - Ce.Di. Gros - Supermercati Pim	117.170

Instagram

	CATENA	FOLLOWER
1	Lidl	898.000
2	Eurospin Italia Spa	318.000
3	Esselunga Spa	210.000
4	Selex - Sun - Ce.Di. Gros - Supermercati Pim	152.000
5	Md	122.000
6	Ecornaturasi - NaturaSi	119.000
7	Despar Italia - Aspiag Service (Nordest)	85.000
8	Conad	74.300
9	Coop Italia	62.800
10	Carrefour Italia	58.900
11	Rewe - Penny Market	42.500
12	Aldi	37.800
13	Dm Drogerie Markt	34.900
14	Selex - Sun - Ce.Di. Gros - Supermercati Dem	31.400
15	Gruppo Pam - In's Mercato	29.600
16	Gruppo Pam - Pam Panorama	25.000
17	Agorà Network - Tigros	24.000
18	Végé	23.600
19	Gruppo Finiper - Iper La Grande I	21.900
20	Despar Italia - Centrosud	20.000
21	Selex - Ali	19.900
22	Selex - Megamark - Sole 365	17.200
23	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	17.000
24	Végé - Bennet	14.300
25	Crai	13.600

Twitter

	CATENA	FOLLOWER
1	Carrefour Italia	88.826
2	Lidl	31.395
3	Conad	27.554
4	Coop Italia	27.398
5	Végé	23.569
6	Tuodì	13.674
7	Gruppo Finiper - Unes	11.113
8	Coop Italia - Coop Alleanza 3.0	8.384
9	Eurospin Italia Spa	5.513
10	Coop Italia - Unicoop Tirreno	4.370
11	Coop Italia - Nova Coop	3.627
12	Selex	2.717
13	Selex - Ali	2.351
14	Despar Italia - Aspiag Service (Nordest)	2.257
15	Consorzio Coralis	2.201
16	Coop Italia - Coop Lombardia	1.862
17	Végé - Bennet	1.757
18	Coop Italia - Coop Liguria	642
19	Selex - Megamark - Sole 365	517
20	Agorà Network - Sogegross	454
21	Végé - Metro Italia	404
22	Panapesca	403
23	Coop Italia - Coop Reno	389
24	Crai	285
25	Végé - Flli Arena	249

Rilevazione del 19 giugno 2023
Fonte: Tespi Mediagroup

San Carlo: continua lo scontro nella famiglia Vitaloni

Continua e si arricchisce di nuovi capitoli la Dinasty della famiglia Vitaloni, proprietaria di Unichips finanziaria (Uf), la holding che controlla San Carlo Gruppo Alimentare. Un articolo del Corriere della Sera, a firma Andrea Galli, ricostruisce le ultime vicende. Secondo il quotidiano milanese il fratello 61enne Francesco ha denunciato la sorella Susanna per: "Maltrattamenti in famiglia, sequestro di persona, violenza privata e circonvenzione di incapace". Secondo l'accusa, Susanna avrebbe fatto firmare al padre Alberto – colpito in passato da due ictus ischemici che hanno compromesso, sempre secondo il legale di Francesco, le competenze cognitive e psichiche – varie operazioni finanziarie, fra cui intestazione di immobili e cessioni di quote societarie. E questo a tutto vantaggio di Susanna. Si tratta dell'ennesimo capitolo di una faida che si protrae dal 2016. All'epoca, con il progressivo aggravarsi delle condizioni di salute, il presidente Alberto Vitaloni cerca di regolare con i tre figli la successione societaria, donando a Francesco, Susanna e Michele, tre identiche quote del 15% di Uf e richiedendo loro di sottoscrivere un patto che ne impedisce la vendita e impone l'assunzione di decisioni conformi alla maggioranza. Pochi mesi dopo, muore la moglie Laura, evento che sconvolge gli equilibri familiari. A distanza di alcune settimane, Alberto dispone a favore della sola figlia Susanna una donazione di un ulteriore 35,04% di Uf, dandole così il controllo della holding e designandola di fatto come erede del gruppo. Inoltre, chiede al tribunale di Milano di revocare le donazioni appena fatte a Francesco e Michele, sostenendo si fossero macchiati di ingratitudine nei suoi confronti. I figli rispondono presentando a loro volta una denuncia alla Procura di Milano per circonvenzione. Il procedimento viene archiviato, tuttavia, con sentenza del 6 maggio 2021, il Tribunale nega la revoca delle donazioni. La sentenza del Tribunale viene poi confermata proprio il giorno prima dell'ultima assemblea dalla Corte d'appello di Milano, secondo cui Alberto verserebbe in una situazione di compromissione delle proprie facoltà psicofisiche. Si arriva così a dicembre 2022. Si svolge a Milano l'assemblea degli azionisti di Uf chiamata ad approvare il bilancio 2021. Che, spiega Repubblica A&F, si sarebbe chiuso in perdita per 638mila euro, rispetto all'utile di 1,7 milioni del precedente esercizio, anche se anno su anno i ricavi sono saliti da 300 a 461,5 milioni. Alla riunione è assente (per motivi di salute) il presidente Alberto Vitaloni, rappresentato da un delegato e titolare del 16,6% delle azioni. Sono invece presenti i figli Susanna (vicepresidente e Ad, con il 50,04%) e il fratello primogenito Francesco (con il 15%). La discussione fra i soci si fa animata. Francesco contesta i risultati "sconfortanti" e vota contro il bilancio, che però viene approvato con la maggioranza di Alberto e Susanna. E' solo il penultimo capitolo della saga familiare. Si attendono ulteriori sviluppi…

Sigep: la 45esima edizione della kermesse si terrà a Rimini dal 20 al 24 gennaio 2024

Si terrà dal 20 al 24 gennaio 2024, sempre presso il quartiere fieristico di Rimini, la prossima edizione del Sigep. Il Salone Internazionale della gelateria, pasticceria, panificazione artigianale e caffè organizzato da Italian Exhibition Group e che proprio l'anno prossimo arriverà alla 45esima edizione. La fiera è considerata, dagli operatori del settore, un punto di incontro per discutere delle innovazioni del settore in termini di materie prime, attrezzature, packaging e servizi. Ma anche occasione per confrontarsi sulla situazione del mercato di riferimento. Nel corso dell'edizione del 2023, tenutasi dal 21 al 25 gennaio a Rimini, sono state registrate 178.527 presenze totali provenienti da 155 paesi. Ma non solo. A essere coinvolti nella kermesse anche mille espositori e 450 buyer. Oltre 1.160, poi, gli eventi organizzati durante la kermesse.

Emissioni: le pizzerie con forni a legna nel mirino della legge a New York (Usa)

A New York, una proposta di legge del Dipartimento per la protezione ambientale della Grande Mela prende di mira i forni a legna. Le nuove regole costringerebbero i locali che ne fanno uso, come le pizzerie, a ridurre le emissioni fino al 75%, imponendo a loro spese una costosa istallazione di dispositivi di controllo. "Tutti i newyorkesi meritano di respirare un'aria sana e le stufe a legna e a carbone sono tra le maggiori responsabili di inquinanti nocivi nei quartieri con una scarsa qualità dell'aria", spiega il portavoce del Dipartimento Ted Timbers. "Questa norma di buon senso, sviluppata in collaborazione con i ristoranti e i gruppi che si occupano di giustizia ambientale, richiede un esame professionale per verificare se l'installazione di controlli sulle emissioni sia fattibile". Le pizzerie con forni a legna e a carbone installati prima del maggio 2016 dovrebbero acquistare dispositivi di controllo delle emissioni, per purificare l'aria e diminuire le emissioni, che sono però costosi e richiedono un'importante manutenzione. I ristoranti potranno richiedere una variante o una deroga, ma bisognerà dimostrare l'esistenza di un disagio. Davanti alla proposta, c'è stata un'ondata di indignazione, che traspare su diverse testate americane. Un ristoratore ha dichiarato al New York Post che la misura "rovinerà il gusto della pizza, distruggendo completamente il prodotto perché, se si modifica la temperatura del forno, si cambia il sapore". Anche Elon Musk, proprietario della società di automobili elettriche Tesla, ha detto la sua in un tweet: "Questa è proprio una stronzata (Sic). Questa cosa non farà alcuna differenza per il cambiamento climatico".

Pernigotti e Walcor: vinta la causa per l'imitazione dei pack delle barre di cioccolato Pepitas

Pernigotti e Walcor hanno vinto il contenzioso legale avviato per un'imitazione delle confezioni delle barre di cioccolato Pepitas. Le due società, acquisite da JP Morgan, hanno accusato un operatore italiano del settore dolciario di aver prodotto e commercializzato delle barre di cioccolato con pack simili a quelli dei prodotti a marchio Pepitas Pernigotti. Il Tribunale di Roma ha accolto le domande d'urgenza mosse dalle due società. E il giudice Laura Centofanti ha ritenuto che il packaging concorrente di Pernigotti presentasse dei caratteri evidentemente simili alle confezioni delle Pepitas e che questo avrebbe potuto indurre in confusione i consumatori. La decisione del giudice è stata quella di inibire, con provvedimento in via cautelare, l'utilizzo delle confezioni oggetto della contestazione e delle confezioni similari. Ma non solo. Il Tribunale, infatti, ha anche ordinato di ritirare dal commercio i prodotti già usciti con tale packaging e il relativo materiale promozionale, stabilendo per ogni violazione del provvedimento una penale. Al momento, come riporta il comunicato dell'ufficio stampa Pernigotti-Walcor, "il provvedimento non è stato oggetto di reclamo nei termini di legge da parte dell'operatore coinvolto". "Siamo naturalmente molto soddisfatti dall'esito di questo procedimento, che ha posto un freno alla condotta anticoncorrenziale perpetrata ai danni di Walcor e Pernigotti", commenta Luigi Leonetti, direttore commerciale di Pernigotti e Walcor. "Anche per il futuro, la nostra strategia sarà di tutelare e difendere in ogni sede, sempre e ovunque, i nostri brand e asset commerciali, con tolleranza zero rispetto ad ogni tentativo di emulazione o plagio in Italia e all'estero".

Polo del Gusto: Macchione lascia, Riccardo Illy amministratore delegato ad interim

Andrea Macchione non ricopre più la carica di amministratore delegato del Polo del Gusto, la sub-holding della famiglia Illy che racchiude tutte le attività food&beverage del gruppo fatta eccezione per il caffè. Lo annuncia lui stesso sul proprio profilo Linkedin. "Dopo più di cinque anni, il mio percorso professionale all'interno della famiglia Polo del Gusto volge al termine. Sono stati anni intensi, pieni di sacrifici ma allo stesso tempo anche di soddisfazioni", scrive Macchione. "Auguro alle aziende del Polo del Gusto di continuare la tumultuosa crescita iniziata con me, facendo conoscere sempre più in tutto il mondo la qualità 'dirompente' dei suoi prodotti". L'incarico di amministratore delegato passa ora a Riccardo Illy, già presidente del Polo del Gusto. Ma come spiega il portale Nordesteconomia, si tratta di una carica ad interim. "Siamo impegnati a cercare un amministratore delegato o un direttore generale. Contiamo di chiudere il cerchio entro settembre", spiega Illy alla testata.

Coop Italia: Maura Latini presidente e Domenico Brisigotti direttore generale

Nuove nomine e nuovi assetti di governance per le due principali strutture nazionali del sistema Coop. Sono alcune delle novità dell'assemblea di Coop Italia che si è svolta il 21 giugno a Bologna e della successiva assemblea di Ancc-Coop (l'Associazione nazionale delle cooperative di consumatori) in programma a Roma i prossimi 13 e 14 luglio. Alla base delle decisioni prese e degli orientamenti per il prossimo futuro, spiega una nota, c'è la volontà di distinguere le funzioni del Consorzio nazionale (Coop Italia) e dell'Associazione nazionale (Ancc-Coop); Coop Italia rafforza i suoi compiti di struttura manageriale al servizio delle Cooperative sulle attività di negoziazione, sullo sviluppo del prodotto Coop e sul piano di comunicazione; Ancc-Coop, oltre alle classiche funzioni di rappresentanza e di gestione dei contratti di lavoro, sarà luogo del confronto strategico per progetti comuni delle Cooperative e di stimolo e indirizzo ai diversi consorzi nazionali di Coop. Questa scelta comporta anche una distinzione tra il ruolo che i rappresentanti della proprietà svolgeranno in Ancc-Coop e quella che i dirigenti apicali svolgeranno in Coop Italia. Maura Latini, già amministratrice delegata, assume il ruolo di presidente, affiancata da Maurizio Prandi, direttore generale di Coop Reno in qualità di vicepresidente, mentre Domenico Brisigotti è nominato direttore generale. L'Assemblea di Coop Italia ha voluto ringraziare Marco Pedroni, Presidente Ancc-Coop, per l'importante lavoro svolto in Coop Italia negli ultimi 10 anni. L'assemblea ha confermato la strategia per i prossimi anni che vede la centralità del prodotto a marchio, lanciata nel 2022. Nei primi cinque mesi del 2023, la quota di questi prodotti ha raggiunto il 31,4% a valore (+4,6) e 36,1% a volume (+4,0), generando così il contenimento del costo del carrello della spesa. Le vendite Gdo di Coop nel 2022 sono state di oltre 14 miliardi di euro (+6,4% sull'anno precedente), i volumi totali (incluse le altre attività) raggiungono i 16,1 miliardi di euro (+12,4%). Nei primi mesi del 2023 le vendite Gdo Coop crescono del +12,8%.

Inaugurato a Milano il primo store 'Terre d'Italia'

E' stato inaugurato il 15 giugno il primo pdv a marchio Terre d'Italia, la Mdd d'alta gamma di Carrefour. Si tratta di uno store ibrido negozio/bar in Piazza De Angeli (zona non centrale, ma ricca di uffici e densamente popolata), che punta ad attirare clienti negli orari del pranzo e dell'aperitivo, e a proporre anche l'acquisto dei prodotti assaggiati. "L'obiettivo è promuovere un nuovo format, un luogo dove degustare le eccellenze 'Terre d'Italia' e i vini a prezzi accessibili", spiega Christophe Rabatel, Ceo di Carrefour Italia. Proprio la categoria wine&spirits, infatti, costituisce il 60% dell'assortimento, e questo fa capire bene l'approccio dell'insegna e la clientela che intende raggiungere. Naturalmente il management – presente anche il merchandise director Bruno Moro – ha più volte ricordato che il format è un test, quindi è prematuro parlare di nuove aperture. "Vogliamo rendere questo negozio una case history di successo, così da replicare il format in altre città turistiche, sia in Italia che all'estero, e magari anche negli aeroporti", sottolinea Rabatel. Moro ha poi notato che "sono disponibili 30 posti all'esterno, dove poter degustare prodotti Mdd tra cui un tagliere di salumi con Prosciutto di Parma stagionato 24 mesi, Bresaola della Valtellina Igp e vari Salami Dop/Igp a prezzi contenuti (8 euro). L'idea è nata proprio perchè non esisteva un posto simile in Italia e certamente ci sono clienti interessati a prodotti di alta qualità. Se funzionerà in questa zona, siamo certi andrà bene anche altrove. Speriamo diventi un punto di riferimento per i milanesi". Lorenzo Cafissi, responsabile beverage alcolico Italia di Carrefour, aggiunge che l'intenzione è quella di "attirare diverse categorie di consumatori offrendo un'esperienza, nell'ottica di bere meno ma meglio. Per questo stiamo organizzando un programma di eventi in varie forme, dai concerti agli eventi teatrali".

Istruttoria Agcm su Balocco per presunta pratica commerciale scorretta

L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha avviato un'istruttoria nei confronti della Balocco. Il procedimento è stato istituito per una presunta pratica commerciale scorretta relativa al progetto "Chiara Ferragni e Balocco insieme per l'ospedale Regina Margherita di Torino" del novembre-dicembre 2022. Durante i due mesi in questione, infatti, Balocco ha venduto dei pandori in edizione limitata in collaborazione con la Ferragni per sostenere la ricerca sull'osteosarcoma e sul sarcoma di Ewing dell'ospedale torinese. Ma secondo l'Autorità, nei comunicati stampa e sulle confezioni dei prodotti, erano riportati messaggi che potevano indurre in errore i consumatori. Che potevano credere di contribuire alla donazione verso l'ospedale acquistando il pandoro quando la Balocco, in realtà, aveva già disposto una donazione in cifra fissa, e quindi indipendente dalle vendite, mesi prima del lancio del progetto.

Francesco Pugliese non è più in Conad

Con una nota stampa di poche righe, il Cda di Conad ha comunicato che Francesco Pugliese ha cessato il suo rapporto lavorativo con Conad. Eccolo di seguito: "Il Consiglio d'Amministrazione del Consorzio Nazionale Dettaglianti (Conad) comunica che il rapporto professionale con il Cavaliere del Lavoro dott. Francesco Pugliese, è giunto al termine. Francesco Pugliese è stato tra gli artefici, nel corso del suo lungo incarico, di un percorso di crescita e sviluppo dell'insegna. La sua passione, la sua lungimiranza e la sua competenza hanno contribuito a portare Conad ai vertici della grande distribuzione in Italia. Il Consiglio di Amministrazione e tutte le persone di Conad ringraziano Francesco Pugliese per gli anni di proficua collaborazione e gli augurano altrettanti successi per il proseguimento della sua carriera"

di Alice Nicoli

Apicoltura Piana fra tradizione e innovazione

L'azienda opera sul territorio italiano da 120 anni. Proponendo miele, pappa reale e polline. Tra le sue ultime novità la linea Squeeze e l'implementazione di Melixa System. Che consente di monitorare l'apiario da remoto.

La linea Squeeze

Arnia Apicoltura Piana con Melixa System

Gaetano Piana e i figli Giulio, Gian Pietro e Clemetina

Invasettatrice Apicoltura Piana

Un'azienda che lavora come le api: con dedizione e senza fare troppo rumore. È così che i rappresentati di Apicoltura Piana, in occasione dell'evento celebrativo per i suoi primi 120 anni di attività, presentano la società nata nel 1903 a Castel San Pietro Terme, in provincia di Bologna. L'azienda ha chiuso il 2022 con un fatturato che supera i 23 milioni di euro e, oltre ad allevare api regine, lavora e confeziona miele proponendo semilavorati e prodotti finiti in diverse tipologie e formati, a marchio proprio e per conto di terzi. Lavorando ogni anno circa 5mila tonnellate di miele.

A guidare l'attività di Apicoltura Piana sono un alto livello di qualità lungo tutta la filiera produttiva, uno stretto rapporto con il territorio di appartenenza e un'innovazione continua. Tra le ultime novità proposte, in particolare, spiccano gli investimenti finalizzati a promuovere sostenibilità, tracciabilità dei prodotti e tutela delle api.

Api regine: il fiore all'occhiello dell'azienda

Apicoltura Piana è attiva da oltre un secolo. L'azienda nasce nel 1903, quando il professore universitario Gian Pietro Piana decide di lasciare Milano, trasferirsi con la famiglia a Castel San Pietro Terme e iniziare a studiare le api insieme al figlio Gaetano. Gli anni passano e nel primo dopoguerra i nipoti del fondatore decidono di riprendere in mano l'attività di famiglia aumentando la portata degli allevamenti di api regine italiane, più docili e produttive rispetto a quelle europee. "L'allevamento di api regine è un aspetto importante nell'opera di Apicoltura Piana", racconta Massimo Mengoli, amministratore delegato dell'azienda. "Ci consente di mantenere il legame con gli apicoltori e di proporre prodotti sempre di qualità lungo tutta la filiera produttiva". "È importante, per chi fa miele, allevare l'ape regina. E questo perché è quella che feconda le uova e le fa nascere. Più la regina è produttiva e più l'alveare è numeroso e produce", aggiunge Massimo Maccarelli, apicoltore presso l'azienda. "Dopo 120 anni di lavoro e di selezione siamo riusciti a ottenere api regine che non solo sono più docili e produttive, ma anche più pulite. In questo modo non usiamo prodotti chimici e abbiamo più possibilità di prevenire infezioni".

L'azienda, quindi, incomincia a essere riconosciuta anche fuori dal territorio nazionale e nel 1954 raggiunge un'importante traguardo: Apicoltura Piana, infatti, con una fornitura di pappa reale e di miele è presente al campo-base costruito durante la conquista della vetta del K2 in Nepal. Altro momento significativo nella storia della società ha luogo nel 1915, quando viene regolarmente iscritta all'albo degli allevatori dell'ape italiana. Atto che conferma la sua importanza nel panorama italiano e internazionale.

Oggi Apicoltura Piana continua a percorrere il cammino di crescita iniziato più di un secolo fa, focalizzandosi su qualità e innovazione. "Abbiamo chiuso il 2022 con un fatturato che si aggira sui 23 milioni di euro e abbiamo aspettative di crescita interessanti per quanto riguarda il futuro", sottolinea Davide Donadi, direttore commerciale dell'azienda. "Questo perché con i nostri prodotti ascoltiamo le attuali richieste del mercato. Il 2023 parla di ambiente, di sostenibilità, di diversità. Il miele e le api sono protagonisti di tutto questo". "Siamo orgogliosi della nostra storia e vogliamo continuare a crescere e investire, sia in nuovi prodotti sia in ricerca e sviluppo", conferma Massimo Mengoli. "Per il futuro abbiamo in serbo tante iniziative che ci permetteranno di rispondere alle esigenze di un consumo sempre più attento e sostenibile. Abbiamo una visione chiara e coerente dell'azienda, anche a supporto di un ecosistema che ha bisogno delle nostre cure e, soprattutto, delle api, sempre più a rischio estinzione".

La linea Squeeze

Come racconta l'Ad dell'azienda, "il tema dell'innovazione è il filo conduttore che ha guidato i primi 120 di Apicoltura Piana e che continuerà a ispirare il suo operato".

Ultime due novità, in particolare, sono la linea Squeeze e l'implementazione della tecnologia Melixa System nelle arnie di proprietà dell'azienda.

La linea di mieli Squeeze, pensata per ridurre gli sprechi e l'impatto ambientale garantendo, allo stesso tempo, le caratteristiche di trasparenza e resistenza, è realizzata in polietilene (Pet) riciclato al 50%. La gamma si compone di mieli di diversi gusti: acacia, millefiori, millefiori di filiera italiana e millefiori con pappa reale. Tutti contenuti in un flacone con tappo dosatore che con una semplice pressione permette di ottenere la quantità di miele desiderata senza dispersione di prodotto grazie alla membrana taglia-goccia. "Sull'onda della sostenibilità abbiamo deciso di usare solo plastica riciclata, dimostrando una grande attenzione verso l'ambiente di cui andiamo fieri", racconta Davide Donadi. "Queste iniziative ci permettono di rispondere alle esigenze di un consumo sempre più attento e sostenibile, coniugando la valorizzazione delle migliori materie prime all'attenzione degli equilibri del nostro pianeta. Un aggiornamento sostenibile che è coerente con la nostra visione aziendale".

La collaborazione con Melixa

Altra novità per Apicoltura Piana è la collaborazione con Melixa, start-up nata da alcuni ricercatori e docenti universitari che ha sviluppato Melixa System: un sistema che permette di monitorare l'apiario da remoto. "Tramite un'applicazione è possibile vedere cosa succede dentro e fuori dall'arnia", spiega Massimo Mengoli. "Una bilancia rileva la produzione di miele e la popolosità delle colonie, mentre la telecamera osserva in tempo reale le api e il loro lavoro. Ma non solo. La tecnologia infatti permette anche di rilevare la temperatura dell'arnia e di controllare la stazione meteo della zona.

Il tutto senza disturbare le api, che hanno bisogno di tranquillità". Melixa System, quindi, è un sistema tecnologico che permette di monitorare continuamente tutte le fasi di lavoro delle api, raccogliere i dati e trasmetterli a un server in modo che possano essere studiati.

Una tecnologia che, oltre a essere dotata di geolocalizzatore e allarme antifurto, è anche alimentata autonomamente tramite pannelli solari e configurabile in base alle diverse esigenze del singolo apicoltore. "Abbiamo investito su questo sistema di monitoraggio sia per migliorare la produzione sia per aumentare la conoscenza sul mondo delle api in un momento storico in cui gli impollinatori sono sottoposti a gravi stress e la loro attività, fondamentale per la vita sul pianeta, è fortemente a rischio", conclude Massimo Mengoli. "È uno strumento che rende trasparente la filiera e che può dimostrare che quanto raccontiamo è realtà".

di Tommaso Farina

Tu chiamale, se vuoi, evasioni...

I giudici di Milano hanno sequestrato 48 milioni a Esselunga. Il gruppo è accusato di aver 'barato' sul versamento dell'Iva con alcune disinvolte manovre nell'assunzione del personale tramite società cooperative. La difesa: "Abbiamo operato sempre nel rispetto della legalità".

Il clima mite dell'estate non ha portato bene a Esselunga. L'azienda di grande distribuzione della famiglia Caprotti ha incocciato in una pesante grana giudiziaria di non facile soluzione. La notizia, lo scorso sabato 22 giugno, è stata un terremoto: la Procura della Repubblica di Milano ha emesso un decreto di sequestro preventivo d'urgenza ai danni della grande Esse dei supermercati italici, per un valore di 47.765.684,45 euro. Quasi 48 milioni, centesimo più centesimo meno. Un provvedimento del genere, eseguito seduta stante dai finanzieri del Comando Provinciale di Milano su disposizione del pubblico ministero Paolo Storari, non viene irrogato senza una grave accusa. Nello specifico, si tratta di addebiti molto pesanti: l'azienda avrebbe sfruttato i lavoratori, onde mettere in atto quella che sembra una gigantesca frode fiscale. Ma vediamo come sono andate le cose.

La natura delle accuse

Stando alle indagini, portate avanti dal Nucleo di Polizia Economico-Finanziaria di Milano con la collaborazione del Settore Contrasto Illeciti dell'Agenzia delle Entrate, sarebbe stata realizzata, citiamo testualmente, "una complessa frode fiscale caratterizzata dall'utilizzo, da parte della beneficiaria finale del meccanismo illecito, di fatture per operazioni giuridicamente inesistenti e dalla stipula di fittizi contratti di appalto per la somministrazione di manodopera, in violazione della normativa di settore, che ha portato all'emissione e al conseguente utilizzo di fatture inesistenti per un ammontare complessivo di oltre 221 milioni di euro, più Iva superiore a 47 milioni di euro". Tradotto? False fatturazioni, un reato che lo Stato difficilmente perdona quando riesce ad appurarlo: l'evasione dell'Iva è qualcosa su cui di questi tempi non si scherza mai.

E come sarebbe avvenuto tutto questo? È la stessa Procura a comunicarlo: ricostruendo la "filiera della manodopera", è stato rilevato che "i rapporti di lavoro con la società committente sono stati in taluni casi 'schermati' da società 'filtro' che a loro volta si sono avvalse di diverse società cooperative (società 'serbatoio'), mentre in altri sono stati intrattenuti direttamente con quest'ultime che hanno sistematicamente omesso il versamento dell'Iva e, nella maggior parte dei casi, degli oneri di natura previdenziale e assistenziale". Quindi, nella catena non proprio virtuosa paventata dai giudici, non si tratta solo di evasione dell'Iva, ma anche di mancato pagamento di contributi e di altre spettanze dei dipendenti. Nel provvedimento di urgenza, il pubblico ministero ha parlato di un "sistema" già emerso in altre indagini da lui istruite, attraverso il quale grandi aziende si garantiscono "tariffe altamente competitive" sul mercato "appaltando manodopera" in modo irregolare per servizi di logistica e "movimentazione merci". Il sequestro già compiuto è stato poi convalidato il 30 giugno dal giudice per le indagini preliminari Domenico Santoro. La Procura, senza mezzi termini, parla di "somministrazione illecita di manodopera", di "sistematico sfruttamento dei lavoratori" e di "ingentissimi danni all'erario". In pratica, andando oltre il linguaggio legale, secondo l'accusa di fatto i lavoratori lavoravano per la grande impresa, ma sulla carta erano dipendenti di cooperative, consorzi e altre società, definite "serbatoi di manodopera", che nascevano e morivano in breve tempo, lasciando debiti. E con gli operai costretti a "migrare" da una società all'altra per mantenere il lavoro.

Esselunga fin da subito si è dichiarata estranea a ogni addebito: una nota dell'azienda ha fatto subito sapere che in quel di Pioltello si attende "con fiducia le verifiche e gli approfondimenti, nella consapevolezza di aver operato sempre nel rispetto della legalità".

L'ultima di una lunga serie

Comunque, se può consolare, Esselunga non sarebbe la sola a mettere in atto questi (per ora presunti) magheggi fiscali. L'inchiesta dei togati di Milano, come ha detto la Procura, è infatti solo l'ultima di un filone che vede l'apertura di almeno altri 15 procedimenti, tutti con le medesime modalità. Procedimenti che coinvolgono, per dire, Dhl Suplly Chain, Gls, Schenker, Uber, Tnt e altre aziende a dir poco importanti. Naturalmente, le effettive responsabilità saranno da stabilirsi nel dibattimento processuale. Su Esselunga, peraltro, pesano anche altre accuse pesanti: ad esempio, quella di caporalato, per cui sono indagati l'ex direttore finanziario Stefano Ciolli e quello attuale, Albino Rocca. In questo caso, i sospetti sono arrivati dalla Servizi Fiduciari Soc. Coop., che fa parte della galassia di Sicuritalia, uno dei maggiori nel campo della vigilanza privata e delle guardie giurate: i giudici l'hanno messa in amministrazione giudiziaria, perché i lavoranti ricevevano compensi ridicoli e subivano anche vessazioni e mobbing. Tra i clienti della società, anche Esselunga.

I sindacati fremono

Alcune sigle sindacali non se la sono fatta ripetere due volte. A Chiari (Brescia), ove Esselunga ha un polo logistico le cui maestranze sono da mesi in agitazione e che Esselunga ha denunciato per 'presidio non autorizzato', l'Unione Sindacale di Base ha pubblicato un velenoso comunicato: "La strategia di Esselunga per far dimenticare di essere sotto inchiesta per i reati di evasione fiscale e contributiva e di caporalato è quella di attaccare brutalmente il diritto di sciopero. […] Così, mentre la Procura di Milano apre un'inchiesta per fare luce sul sistema di appalti che permetterebbe a Esselunga di sfruttare sistematicamente i lavoratori e di evadere milioni di euro in tasse, lorsignori vogliono criminalizzare chi non ha mai smesso di denunciare e lottare contro quello stesso sistema sul quale indaga il pubblico ministero Storari".

Naturalmente, ci aspettiamo che le indagini facciano luce sulla reale natura di quello che è successo. Per ora, un fatto è certissimo: le Fiamme Gialle hanno sequestrato quasi 48 milioni di euro alla grande Esse. Che peraltro, ancora in questi giorni, sta compiendo ingenti campagne di reclutamento per nuovi dipendenti. C'è da augurarsi che questi ultimi saranno assunti senza irregolarità.

Frigerio vs Santambrogio

Una simpatica tenzone fra il nostro editore e l'amministratore delegato di VéGé. A tema i listini e le marginalità. Con qualche deriva calcistica rossonerazzurra. Fosse sempre così il dialogo tra le parti…

Tutto comincia su Linkedin. Giorgio Santambrogio, Ad di VéGé, commenta così, con un post, un suo articolo su Food: "Il nostro settore, del FMGC, è responsabile solo dell'8% del monte aumento mensile che una famiglia ha dovuto sopportare lo scorso anno, ma sembra invece, mediaticamente parlando, che il carrello della spesa sia il male dell'Italia. Beh: una prima possibile soluzione la ipotizzo nell'articolo. Se gli amici dell'industria iniziano ad abbassare i listini, noi si trasferisce integralmente questo saving ai Clienti e una prima spallata alla dinamica inflattiva si può avere. Che ne dite? Troppo innovativa questa soluzione?". Gli risponde Angelo Frigerio, direttore di alimentando: "Carissimo amico rossonero (a proposito, zero tituli quest'anno) cominciamo magari anche a ridurre certe marginalità su determinati prodotti. Ismea racconta che sul prodotto prosciutto cotto alta qualità la Gd ha un margine del 51%. Sui freschi freschissimi è la regola, o quasi. Attendo dunque qualche insegna che cominci. Così si potrà scatenare un effetto domino che, come dici tu, porterà ancora più onore all'intera business community". Una provocazione, a cui Santambrogio controrisponde: "Carissimo Angelo, amico nerazzurro, il gioco del calcio non è come nelle bocce dove vince chi più si avvicina e quindi ogni riferimento ad Istanbul è palese. Per ciò che invece concerne quanto Ismea ha presentato in merito al mercato dei salumi nell'assemblea di Assica, l'osservazione è molto semplice e la sanno tutti, senza bisogno di speculare. Da quello che viene definito 'immenso margine' tutti sappiamo che ci sono, nel banco servito, una serie infinita di costi da considerare. Sfridi di lavorazione che possono arrivare fino al 20%, calo peso naturale dei prodotti, in alcuni casi fino al 10%, costo del lavoro di addetti qualificati. Spesso il banco servito ha un conto economico di reparto negativo. Quindi questi dati di margine al 50% sono una distorsione della realtà, non tengono conto dell'impatto organizzativo del banco servito. In ogni caso, probabilmente non solo per il mio appello, ma per la logica del mercato, qualche primo cambiamento lo stiamo notando. Qualche Industria, forse per calo drammatico di volumi, propone canvass continuativi o simil listini abbassati. Che sia il sassolino che possa diventare positiva frana deflattiva?". Immediata la controreplica di Frigerio: "Carissimo Giorgio, sempre amico rossonero, hai perfettamente ragione: infatti noi bauscia non siamo andati vicino ma abbiamo vinto Coppa Italia e Supercoppa. Non solo, siamo arrivati terzi in Campionato meritandoci un posto in Champions. Voi invece ci siete arrivati vicino e solo la penalizzazione della Juventus (scandalosa) vi ha permesso un posticino sempre nella prossima Champions. Ma torniamo al prosciutto cotto. Vere le osservazioni che fai tu. Un po' meno le percentuali. E' chiaro che si deve lavorare sulla gestione e sull'efficienza. Altrimenti si perde. Insomma, la Gd non deve fare come il Milan. Che compra De Ketelaere a 35 milioni di euro e poi lo fa stare in panchina perché è un pippone. E in tutto il Campionato fa solo un assist… Mi fermo qui. In quanto ci sarebbe da discutere sulle marginalità delle vaschette. Lì non ci sono costi. Quello è il vostro vero Tonali…".

di Alice Nicoli

SPECIALE FARINE E CEREALI

Gli sfarinati prodotti nel 2022, in termini di volumi, sono arrivati a 8,1 milioni di tonnellate (+4,1% rispetto al 2021), mentre il volume complessivo dei prodotti dell'industria molitoria ha superato 11,5 milioni di tonnellate per un fatturato complessivo di 6,1 miliardi di euro (+42,4%). Questi i dati raccolti da Italmopa, l'Associazione industriali mugnai d'Italia. Per quanto riguarda il frumento tenero, in particolare, Italmopa evidenza un incremento del +3,4% nei volumi produttivi di farine. Passate dai 3,9 milioni di tonnellate del 2021 a 4,06 milioni di tonnellate nel 2022. In questo speciale tutte le proposte delle aziende per il settore.

EUROFOOD - NÁTTÚRA

www.nattura.it

Fiocchi di avena integrali Náttúra

I Fiocchi di avena integrali Náttúra, da agricoltura biologica, sono ricchi di fibre, fonte di proteine e hanno solo 1,3 grammi di grassi saturi. Contengono poi betaglucani, che contribuiscono al mantenimento di livelli normali di colesterolo nel sangue. Un prodotto ideale in aggiunta a una bevanda o a uno yogurt vegetale per una prima colazione equilibrata.
Ingredienti principali: Fiocchi di avena integrali Bio. Contiene glutine. Può contenere soia, sesamo e frutta a guscio.
Peso medio/pezzature: 500g.
Formato e confezionamento: Sacchetto plastica.
Shelf life: 150 giorni.

MOLINO DE VITA

www.molinidevita.it

Semola di grano duro biologica da filiera 100% italiana

Il prodotto viene ottenuto attraverso una macinazione 'intera' del grano, a basso tasso di raffinazione e setacciatura e alta valenza tecnologica. Possiede un contenuto in fibra minimo dell'8% e contiene il 95% del germe, un alto tenore in vitamine, sali minerali, composti antiossidanti, proteine ad alto valore biologico, e stabilità. La tracciabilità del prodotto è inoltre garantita dalla certificazione Dnv Italia Iso 22005 che consente la produzione di pasta di qualità ottenuta esclusivamente da semole con grano duro al 100% italiano ad alto contenuto proteico.
Formato e confezionamento: Sfuso, sacchi 25 kg o big bag 800 kg
Shelf life: 6 o 12 mesi

MOLINO SPADONI

www.molinospadoni.it

Farina XLL Extra Lunghe Lievitazioni

La farina di grano tenero tipo "0" XLL Extra Lunghe Lievitazioni di Molino Spadoni è caratterizzata da una 'forza' (W) unica, che la rende particolarmente adatta per la preparazione di pizze con lunghe lievitazioni anche superiori a 72 ore. L'elevato contenuto di proteine di alta qualità tecnologica conferisce a questa farina la possibilità di realizzare impasti ad alta idratazione, ideali per la preparazione di tutti i prodotti lievitati come pane, focacce, panettoni, colombe e brioches. È una farina pensata anche per tutti coloro che vogliono cimentarsi nella preparazione di lunghe lievitazioni ad alta idratazione.
Ingredienti principali: Farina di grano tenero tipo "0".
Peso medio/pezzature: 1 kg.
Formato e confezionamento: Sacchetto carta.
Shelf life: 12 mesi.

MOLINO ROSSETTO

www.molinorossetto.com

Fiocchi d'avena integrali al naturale Bio

I Fiocchi d'avena integrali al naturale Bio sono una novità super food plant-based ricca di proteine (13%). L'avena, infatti, offre la giusta carica e un importante apporto nutrizionale. Sono proposti nell'innovativo Eco Pack in carta Fsc, resistente, riciclabile e richiudibile grazie al pratico tappo in Bio-Based, bio-plastica derivata dalla lavorazione di fonti vegetali. I Fiocchi d'avena integrali al naturale Bio sono ideali per una colazione energetica. Possono essere consumati nel latte o nello yogurt ma anche utilizzati er ricette come il porridge o le barrette alla frutta e cereali.
Ingredienti principali: Fiocchi d'avena integrali biologici.
Peso medio/pezzature: 350g.
Formato e confezionamento: Eco Pack.
Shelf life: 10/12 mesi.

AR.PA LIEVITI

www.arpalieviti.it

Mix senza glutine per dolci e salati

Il Mix Ar.pa è una farina dedicata alla preparazione di panificati dolci e salati gluten free. Ideale, quindi, per le persone che soffrono di celiachia o che vogliono ridurre il contenuto di glutine nella propria alimentazione. Ingrediente versatile per qualsiasi ricetta, il Mix può essere utilizzato nella preparazione di paste brisée, biscotti, pancakes, torte ma anche di pane e focacce. Grazie alla particolare formula risulta quasi impossibile riconoscere la differenza rispetto alle tradizionali farine con glutine. Per questo prodotto Ar.pa Lieviti ha pensato a un nuovo packaging più sostenibile per il pianeta. La nuova confezione, infatti, è riutilizzabile, lavabile e richiudibile grazie alla presenza di un coperchio. Inoltre, essendo più bassa e larga, è ideale da conservare in dispensa.
Ingredienti principali: Amido di frumento deglutinato, amido di mais, destrosio, fibre vegetali (inulina), pasta acida (mais), farina di teff rosso, farina di lenticchie, addensante.
Peso medio/pezzature: 1 kg.
Formato e confezionamento: Barattolo.

DI MARCO CORRADO

www.dimarco.it

Pinsa Romana Expert - Giallo

Prodotto professionale per la realizzazione dell'originale impasto Pinsa. Garantisce un maggiore assorbimento di acqua rispetto alle normali farine. È particolarmente indicata per impasti a lunga lievitazione (24-120 ore) e per una cottura diretta a suolo refrattario. Utilizzo: impastare con acqua, lievito, sale e olio, far lievitare e cuocere.
Ingredienti principali: Farina di frumento tenero tipo "0" ad alto tenore proteico (grani nazionali ed esteri), farina di riso, farina di soia, pasta acida di frumento essiccata (farina di frumento, acqua, lievito), aromi. Tutti gli ingredienti sono 100% di origine vegetale. Non viene impiegato alcun ingrediente di origine animale. Il prodotto contiene i seguenti allergeni: frumento (contiene glutine), soia
Peso medio/pezzature: 25 kg. Prodotto soggetto a calo peso per perdita di umidità.
Formato e confezionamento: Sacchi a valvola da 25 kg ciascuno.
Shelf life: Il lotto di produzione e la dicitura 'Tmc Consumarsi preferibilmente entro:' sono impressi sul lato del sacco. Ciascun sacco indica un 'Termine minimo di conservazione' di minimo 6 mesi dalla data di produzione.

STOPPATO 1887

www.stoppato1887.com

Farina di soia Edamame

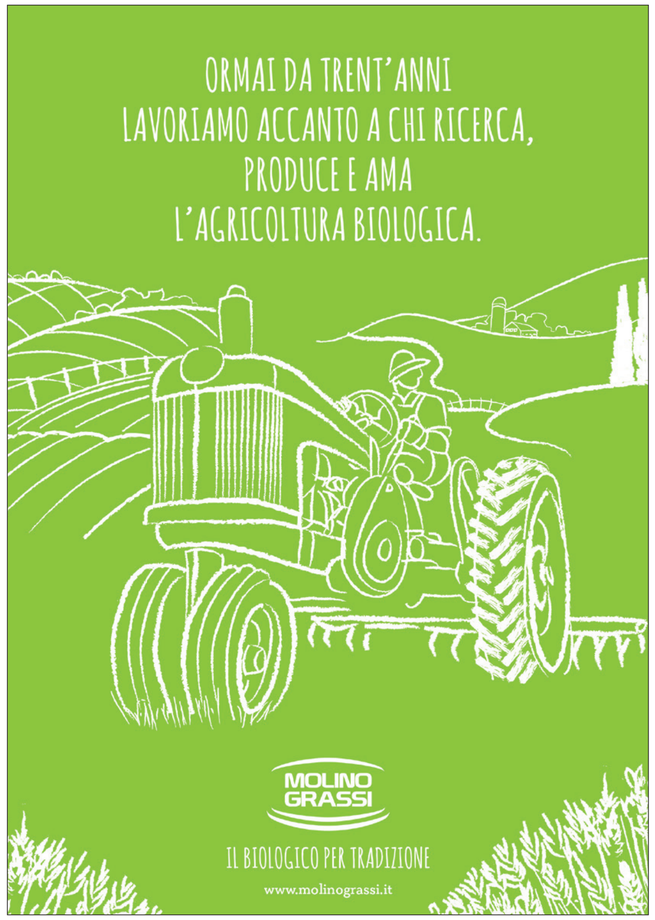
Farina di soia Edamame 100% 'taliana. Senza glutine, con il 41% di proteine e l'8% di grassi. La soia Edamame viene coltivata dall'azienda agricola di Stoppato 1887 e lavorata in Pianura Padana. La farina è ideale per la realizzazione di pasta e pane (da miscelare con altre farine), ed è adeguata anche come addensante e come base per fritture.
Ingredienti principali: 100% farina di soia Edamame.
Peso medio/pezzature: 400g.
Formato e confezionamento: Sacchetto + etichetta.
Shelf-life: 18 mesi.

PEDON

www.pedon.it

I Pronti Lenticchie e cereali antichi

Le lenticchie si uniscono a un mix di cereali antichi composto da kamut, riso selvaggio e quinoa, per un prodotto già pronto. Ideale come piatto unico, da mangiare freddo o da scaldare al volo, ma anche come base per tante preparazioni. È un mix versatile e naturale, senza conservanti, cotto al vapore e fonte di fibre.
Ingredienti principali: Lenticchie, mix di cereali, olio extravergine d'oliva di origine italiana.
Peso medio/pezzature: 250g.
Formato e confezionamento: Confezione doypack facilmente trasportabile, da conservare a temperatura ambiente e microondabile.
Shelf life: 18 mesi.



segue

MOLINO NALDONI

www.farinaria.it

Farina di farro Biologica

Solo materia prima di origine italiana per il farro Spelta biologico a marchio Farinaria. Tra i cereali antichi, il farro si distingue per il valore organolettico e le qualità nutrizionali ormai riconosciute a livello scientifico: è una preziosa fonte di proteine, ferro, vitamine, sali minerali e selenio. Questa farina da filiera certificata è ricca di fibre e altamente digeribile. Proprio per questo è impiegata nella preparazione dei prodotti da forno, dolci e salati, e anche in pasticceria. Farinaria è la linea di farine macinate nel molino biodedicato di Marzeno di Brisighella (Ra).
Ingredienti principali: Farro Spelta Biologico 100% naturale.
Formato e confezionamento: Il prodotto è confezionato in sacchi carta da 25 kg.
Shelf life: 300 giorni.
Certificazioni: Brcgs Food Safety Global Standard, Certificato del Sistema di Rintracciabilità di Filiera Uni En Iso 22005:2008, Certificato del Sistema di Gestione per la Qualità Uni En Iso 9001:2015, U.S. Fda – Food and Drug Administration, Iscc Plus – International Sustainability & Carbon Certification, Kosher, Halal. Ccpb certificazione alla produzione biologica ed etichettatura dei prodotti del Biologico.

FIORENTINI ALIMENTARI

www.fiorentinialimentari.it

Fiocchi di avena Peanut Butter

I fiocchi di avena Peanut Butter sono ideali sia per la prima colazione sia per la merenda. Il gusto del Peanut Butter 100% arachidi Fiorentini li rende un prodotto ad alto contenuto di fibre e buona fonte di proteine. Sono adatti all'alimentazione di tutta la famiglia, degli sportivi e anche di chi segue un'alimentazione vegana. Prodotto certificato VeganOk.
Ingredienti principali: Fiocchi di avena 71%, crema di arachidi 23% (100% arachidi tostate), olio di girasole, sale marino. Contiene glutine. Può contenere soia, frutta a guscio, senape e latte.
Peso medio/pezzature: 350g.
Formato e confezionamento: Sacchetto.
Shelf life: 12 mesi.

MOLINO GRASSI

www.molinograssi.it

Multicereali

Farina di grano tenero di tipo "1" arricchita con sapori e profumi di segale, orzo, riso e avena. Ideale per pane, pizza e dolci
Ingredienti principali: Farina di tipo "1".
Peso medio/pezzature: 25 kg.
Formato e confezionamento: Sacco.
Shelf life: 8 mesi.

BAULE VOLANTE

www.baulevolante.it

Farina di Amaranto

L'Amaranto è un cereale originario del centro America naturalmente senza glutine e fonte di proteine. Una volta macinato si presenta con una particolare granulosità ed è ideale sia per ricette dolci che salate. Si tratta di una farina alternativa e particolare che, grazie al suo sapore, è adatta anche a impasti speziati, con cioccolato o frutta secca.
Ingredienti principali: Amaranto bio.
Peso medio/pezzature: 375g.
Formato e confezionamento: Sacchetto in plastica riciclabile.

SIMEC (GRUPPO CELLINO)

www.molinosimec.it

Frolla F.lli Cellino

Frolla F.lli Cellino è la farina di grano tenero tipo "00" ideale per la preparazione di frolle dolci e salate, pasta brisè, biscotti e pasticceria da thè.
Ingredienti principali: Farina di grano tenero tipo "00".
Peso medio/pezzature: 1 kg per l'uso domestico– 25 kg per l'uso professionale.
Shelf life: Tmc: 240 giorni. Tma: 230 giorni.

POGGIO DEL FARRO

www.poggiodelfarro.com

Farro integrale Monococco bio

Il farro Monococco, il più antico dei cereali, proviene dalle filiere di Poggio del Farro a coltivazione biologica. È un cereale che contiene un glutine 'fragile' la cui parte proteica è in gran parte distrutta durante il processo di digestione. Pratico e versatile, si può utilizzare come base per insalate calde o fredde e per arricchire le zuppe di legumi e ortaggi. Ma può anche essere preparato come un risotto.
Ingredienti principali: Farro (Triticum Monococcum) integrale biologico.
Peso medio/pezzature: 400g.
Formato e confezionamento: Sacchetto in carta confezionato in atmosfera protettiva.
Shelf life: 12 mesi.

FRATELLI DE CECCO

www.dececco.com

Semola rimacinata di grano duro

La semola rimacinata di grano duro De Cecco è il risultato di un'attenta selezione dei migliori grani duri sapientemente macinati nel molino dell'azienda. La grana è più corposa rispetto alle farine, così da essere particolarmente ideale per pasta e prodotti da forno a lunga lievitazione. Il colore giallo paglierino, invece, ricorda i campi di grano. Permette di sfornare un pane fragrante e profumato e di impastare a mano o con la macchina automatica fettuccine, maccheroni alla chitarra, gnocchi, lasagne per timballo, cannelloni e qualsiasi altro formato con o senza uova.
Ingredienti principali: Semola da grano duro di qualità superiore.
Peso medio/pezzature: 1 kg.
Formato e confezionamento: Confezione in plastica 100% riciclabile con sigillo apri/chiudi salvafreschezza.
Shelf life: 12 mesi.

FARMO

www.farmo.com

Fibrepan Cake

I Fibrepan sono preparati di farine senza glutine. I Fibrepan-Cake, in particolare, è una miscela di farine senza glutine ideale per creare dolci senza glutine. L'elevata lavorabilità, la facilità di utilizzo e la buona resa dell'impasto lo rendono ideale per la preparazione di dolci senza glutine buoni e sfiziosi come quelli tradizionali, come per esempio la soffice torta al limone senza glutine, la torta di mele o i muffin al cioccolato. Ma non solo. Con Fibrepan-Cake, infatti, si possono preparare anche plum cake e preparazioni più complesse come la torta sacher.
Ingredienti principali: Amido di mais, zucchero, sciroppo di glucosio in polvere (mais), latte scremato in polvere.
Peso medio/pezzature: 500g, ma esiste anche la versione da 15 kg.
Formato e confezionamento: Sacchetto in carta.
Shelf life: 18 mesi.

MOLINO RACHELLO

www.molinorachello.it - www.oasirachello.it

Farina di grano duro Senatore Cappelli Bio – Oasi Rachello

Farina Bio della varietà di grano duro Senatore Cappelli coltivato nelle Oasi Rachello: terreni italiani lavorati in modo rispettoso e controllato all'interno di una filiera corta certificata (Iso 22005) dal seme alla farina. Fonte di proteine, si distingue per il suo caratteristico colore giallo-oro e per le note aromatiche di camomilla e cannella che rilascia in cottura. Il suo glutine meno tenace la rende altamente digeribile. Ideale per pane, pizza e focacce o per prodotti tradizionali a base di grano duro. Consigliata anche per pasta fresca o biscotteria.
Ingredienti principali: 100% farina di grano duro Senatore Cappelli.
Pezzature: 500g - 2,5 kg – 25 kg.
Formato e Confezionamento: 500g e 2,5 kg: confezione Pe 100% riciclabile con Map. 25 kg: sacco carta alimentare.
Shelf life: 12 mesi.

PASTIFICIO ATTILIO MASTROMAURO GRANORO

www.granoro.it

Preparato ai Multicereali Granoro

Il preparato per pane ai Multicereali Granoro è una miscela di ingredienti pronta all'uso poiché contiene già il lievito madre naturale. La formulazione del preparato, oltre a completare e arricchire la comune alimentazione, fornisce una notevole quantità e varietà di fibre naturali. Ideale per pane e altri prodotti da forno come grissini, crackers e taralli. Conferisce la consistenza e il sapore tipici di una volta. La presenza di semi interi di girasole e sesamo, uniti con le farine d'avena, d'orzo di frumento maltato e con i fiocchi d'avena, conferisce ai prodotti ottenuti caratteristiche e aromi particolarmente rustici.
Ingredienti principali: Farina di grano tenero tipo "0" (65%), semi vari (15%: semi di girasole, semi di sesamo), farine di cereali (12%: farina d'avena, farina di orzo, farina di frumento maltato), fiocchi di avena (3%), lievito madre di frumento (3%).
Peso medio/pezzature: 1 kg.
Formato e confezionamento: Pack in carta.
Shelf life: 12 mesi dalla data di confezionamento.

COOPERATIVA AGRICOLA GINO GIROLOMONI

www.girolomoni.it

Semolato farina di Khorasan Graziella Ra bio

La linea pura di grano antico Khorasan, conosciuto anche come Turanico, cresceva in passato nel Bacino del Mediterraneo mentre oggi è coltivata intorno al molino dell'azienda, dove viene poi delicatamente macinato. Il recupero di questo seme è frutto di un grande lavoro: da un sacco di 1 kg a fine anni '70 a circa 1.800 quintali nel 2022. Presenta indici di glutine più bassi rispetto ai grani tradizionali e, grazie alla ricetta semintegrale, è fonte di fibre.
Ingredienti principali: Semolato di grano Khorasan (Triticum Turanicum) bio. Può contenere senape.
Peso medio/pezzature: 500g.
Formato e confezionamento: Il packaging è 100% compostabile. Il confezionamento in atmosfera modificata permette di allungare i tempi di conservazione del prodotto.
Shelf life: 18 mesi.

MOLINO FILIPPINI

www.molinofilippini.com

Farina per polenta Taragna istantanea

L'ingrediente tipico della Valtellina, il grano saraceno, miscelato con il mais, caratterizza la polenta Taragna di Molino Filippini. Una polenta dai profumi antichi che si adatta a rivisitazioni contemporanee. Grazie alla precottura del prodotto le caratteristiche della referenza, che si prepara in soli cinque minuti, si conservano perfettamente. È adatta alla dieta di tutti essendo senza glutine e senza lattosio.
Ingredienti principali: Farina di mais precotta 80%, farina di grano saraceno integrale 20%.
Formato e confezionamento: Pacchetti da 500g e da 190g.
Shelf life: 18 mesi.

Easy Porridge con cioccolato, Easy Porridge con vaniglia e Easy Porridge con frutti rossi

I Porridge Molino Filippini sono un'ideale fonte di proteine e di fibre. L'avena, con le sue proprietà benefiche, con l'aggiunta dei diversi aromi rende la formulazione adatta alle persone attente al benessere che non vogliono però rinunciare al gusto.
Ingredienti principali: Porridge cioccolato: fiocchi di avena, amido di tapioca, cioccolato fondente (10%) (zucchero, pasta di cacao, burro di cacao, emulsionante: lecitina di girasole, aroma naturale di vaniglia), eritritolo, aromi naturali. Porridge vaniglia: fiocchi di avena, amido di tapioca, eritritolo, aroma naturale di vaniglia (2%). Porridge frutti rossi: fiocchi di avena, fragole liofilizzate (18,8%), amido di tapioca, mirtilli liofilizzati (2%), eritritolo, aromi naturali.
Formato e confezionamento: Pacchetti monoporzione da 50g.
Shelf life: 18 mesi.

fine

dal nostro inviato a New York, Matteo Napolitano

Fancy Food: una fiera di consolidamento

La manifestazione, in scena a New York dal 25 al 27 giugno, si conferma un appuntamento strategico per gli operatori del food&beverage. Con l'Italia sempre in prima linea. Il nostro pagellone dell'evento.

LO STAND DELL'EMILIA ROMAGNA

voto 8

È stato sicuramente tra gli spazi più vivaci e affollati. Complice anche la presenza per tutti e tre i giorni del presidente della Regione Emilia Romagna, Stefano Bonaccini, e dell'assessore all'Agricoltura, Alessio Mammi. Niente comparsate 'da star' o passerelle con il solo obiettivo di ottenere visibilità, ma piuttosto una presenza operativa e laboriosa. Una buona politica da valorizzare e replicare.

LE AZIENDE ITALIANE

voto 8

Erano oltre 300, ben organizzate e posizionate nella giusta location per intercettare i visitatori. Se anche quest'anno la collettiva dell'Agenzia Ice ha fatto un figurone, il merito va principalmente a Donato Cinelli, Ceo di Universal Marketing. Anche chi ha deciso di partecipare autonomamente nell'ala a Sud è rimasto molto soddisfatto della manifestazione: segnaliamo, tra gli altri, big come Levoni, Parmacotto, Lactalis e Veroni.

LA LOGISTICA

voto 7 in fiera — voto 4 in aeroporto

All'ingresso del Javits Center tutto fila liscio e non si segnalano particolari problemi: le code vengono smaltite rapidamente grazie a un sistema molto veloce ed efficace di stampa dei badge d'ingresso. Vale la pena aggiungere, però, che ci sono stati significativi disagi in aeroporto: all'arrivo, i passeggeri hanno dovuto affrontare una lunga attesa (2-3 ore) per una serie di controlli. Su questo fronte si può migliorare.

I DISTRIBUTORI

voto 8

Ci sono colossi come Oak View Group (Ovg), forte della recente acquisizione di Rubharb Hospitality Collection e presente con la sua sezione Hospitality; Spinneys, multinazionale araba di supermercati attiva anche nel Nord Africa e Ace Endico, importatore specializzato nel food italiano fresco. Istituzioni come Atalanta Corp., che al food mediterraneo (e argentino) ha dedicato il marchio De Medici, presente con uno stand gigante e numerosi buyer tra i corridoi. Enormi catene di ristorazione come Major Food Group, con locali a New York, Las Vegas, Miami, Dallas, Boston, Boca Raton, ma anche a Hong Kong, Riyad e Doha. Agenzie di vendita e marketing specializzate nella ristorazione e nel retail come Affinity Group, attiva anche in Canada. Ma anche distributori più piccoli come Valley Pride, specializzata in prodotti agricoli; Whole Foods Usa (una quindicina di punti vendita nell'area metropolitana di New York); o Success Import Usa, un distributore cinese sul territorio americano. Sono solo alcuni degli operatori che abbiamo notato tra i corridoi della manifestazione, che offre quindi spunti di business molto concreti e qualificati.

LA FORMULA

voto 9

Tre giorni secchi a tutto business, senza fronzoli e folle esagerate, e con un orario d'apertura - dalle 10 alle 16 (il terzo giorno alle 15) - che obbliga a non perdere tempo. Il Summer Fancy Food si conferma dunque un appuntamento strategico e la durata della kermesse viene indicata da molte aziende come quella ideale. Si tratta soprattutto di una fiera 'di consolidamento' per chi è già negli States, ma c'è naturalmente anche la possibilità di incontrare potenziali clienti grazie alla folta presenza di distributori qualificati.

FRANCESCO LOLLOBRIGIDA

voto SV

Il ministro delle Politiche agricole e della sovranità alimentare ha partecipato al tradizionale taglio del nastro del padiglione Italia, intervenendo poi anche per presentare la candidatura ufficiale della cucina italiana a patrimonio Unesco. Un plauso dunque all'attivismo di Lollobrigida, anche se forse poteva risparmiarsi qualche esternazione un po' sopra le righe. "Possiamo essere di aiuto agli amici americani insegnando loro a mangiare meglio e dando gli strumenti per capire qual è il valore della qualità", ha dichiarato a New York il ministro. In tutta franchezza, non si capisce quali frutti potrà mai dare un tale atteggiamento di superiorità, se non quello di indisporre gli importatori statunitensi.

BONIFANTI

SILVIA CAVARERO E MARCO CAMIA

IDB BORSARI

CLAUDIO VERRI

PEDON

PAOLO PEDON E CLARA PALAGIANO

PASTIFICIO DI BARI TARALL'ORO

ANTONELLO DI BARI

TERRE DI PUGLIA

DA SINISTRA: LUCIANA DE BELLIS, NICOLA VISAGGIO, MASSIMO SADINO

CALLIPO

GIACOMO CINELLI

RIGONI DI ASIAGO USA

DA SINISTRA: CLAUDIA GIACCAGLIA, JOSHUA JOSLYN, CRISTINA RIGONI

INDUSTRIA DOLCIARIA QUARANTA

LAURA DONGHI

TARTUFLANGHE

BARBARA BOSINI

VALENTINO

DA SINISTRA: CYRUS SETTINERI E GIANCARLO VALENTINO

PESCARADOLC

DA SINISTRA: RODOLFO FALCONE E LORENZO SALVEMINI

F.LLI CELLINO

DA SINISTRA: ALESSIA FOIS, MICHELA E MATTEO CELLINO

MARTINOROSSI

MANUEL SIRGIOVANNI

STRINGHETTO

STEFANO STRINGHETTO E STEFANIA CARNIEL

TEDESCO

MARIA LAURA BEDINI

VICENZI

SIMONA MAROLLA E CHRISTIAN SALDI

DOLCIARIA MONARDO

DA SINISTRA: FRANCESCO MARINO, DOMENICO E ANTONIO MONARDO

MOLINO NICOLI

DINA GLAVCHEVA E CRISTIAN CARAMIA

DOLCIARIA PENNISI

LUCIA RAPISARDA E ORAZIO PENNISI

PANEALBA

NICOLÒ GIRAUDO E TIZIANA MASSARONE

di Alice Nicoli

Mondelēz International: “Fare snack nel modo giusto”

L’azienda è specializzata nella produzione di spuntini. E vanta un ricco portafoglio di marchi globali, regionali e locali. Tra i suoi obiettivi, soddisfare diverse esigenze di consumo. Oltre a crescere in modo sostenibile.

Uno snack giusto per ogni occasione. È questo il motto di Mondelēz International, azienda specializzata nella produzione di spuntini di vario tipo. “La nostra strategia, a livello globale, prevede di aiutare le persone a ‘snackizzare’ nel modo giusto. Il nostro scopo è quello di offrire prodotti che possano rispondere a diverse occasioni di consumo”, sottolinea Silvia Bagliani, amministratore delegato del Gruppo Mondelēz International in Italia. “Proprio per questo il nostro purpose è ‘Snacking made right’”.

A guidare l’azienda, poi, anche un forte desiderio di sostenibilità. “Visto che vogliamo proporre ai consumatori snack nel modo più corretto e responsabile possibile, siamo indissolubilmente legati a un altro elemento chiave”, conferma Bagliani. “Far sì che le nostre azioni quotidiane possano essere guidate da ideali di sostenibilità”.

L’azienda è presente in 150 paesi e fattura circa 31 miliardi di dollari l’anno. Sua caratteristica principale è il portafoglio molto articolato di brand globali, regionali e locali. In Italia la società registra circa 900 milioni di fatturato e conta 900 dipendenti. Nel suo portafoglio spiccano brand come Philadelphia, Sottilette, Oro Saiwa, Milka, Tuc, Oreo, Cipster, Fonzies, Ritz e Mikado.

Silvia Bagliani

LO STABILIMENTO DI CAPRIATA D’ORBA (AL)

Lo stabilimento nasce nel 1985 e si allarga ulteriormente nel 2003. Per Mondelēz produce circa 46mila tonnellate di prodotti, di cui un terzo sono destinati all’export e i restanti due terzi al mercato italiano. Tra i brand lavorati all’interno della struttura spiccano Oro Saiwa e Tuc. Due i filoni produttivi: porzionati e snack. “La struttura nasce come stabilimento di laminati e cioè grandi impasti stesi, assottigliati, stampati, mandati in forno e confezionati”, sottolinea Gabriella Della Porta, direttrice dello stabilimento di Capriata d’Orba. “Seguiamo un percorso di rinnovamento continuo formato da diverse fasi che prevedono il coinvolgimento diretto di tutti gli operai in ogni settore: sicurezza, qualità e sostenibilità in primis”. Recentemente Mondelēz International ha anche ampliato il programma di approvvigionamento di grano italiano per lo stabilimento. Il progetto, iniziato nel 2019 con Oro Saiwa Classico, ora coinvolge anche i nuovi Oro Saiwa Le Frolle, disponibili nei gusti panna e cacao, e il brand Tuc con i prodotti Tuc Cracker e Tuc Sfoglie. Circa 30mila tonnellate di grano italiano vengono infatti utilizzate presso il sito produttivo. Provenienti da oltre 5mila ettari di campi e da più di 300 aziende agricole distribuite su tutta la Penisola.

I programmi a sostegno dell’ambiente

La strategia di Mondelēz International, sviluppata a livello globale, prevede una crescita importante nel comparto degli snack e un’attenzione sempre maggiore verso l’ambiente. “Sostenibilità è un termine complesso e molto ampio. Noi, in particolare, abbiamo deciso di agire in tre aree specifiche: materie prime, packaging e clima”, continua Bagliani. “Entro il 2050 vogliamo azzerare le nostre emissioni, stiamo lavorando per ridurre l’utilizzo di plastica vergine nelle confezioni puntando invece sulla plastica riciclata e abbiamo deciso di investire nello sviluppo di due programmi proprietari, Cocoa Life e Harmony, che ci permetteranno di essere più sostenibili anche per quanto riguarda gli ingredienti. In particolare, cacao e grano”.

Cocoa Life è un programma che supporta a 360° i coltivatori delle piantagioni di cacao e le loro comunità. Nel concreto fornisce loro aiuti per migliorare le pratiche di coltivazione e per aumentare la loro resa. Ma non solo. Il progetto, infatti, prevede anche l’istituzione di iniziative di tipo sociale, volte a sostenere i coltivatori e a renderli autosufficienti tramite, ad esempio, programmi di imprenditorialità o emancipazione femminile. “È un progetto attivo dal 2012 e che già ci ha portato risultati importanti”, racconta l’Ad. “Grazie a questa iniziativa oggi sosteniamo oltre 200mila coltivatori con investimenti di circa 400 milioni. Ma il nostro obiettivo è quello di arrivare a quota 300mila coltivatori entro il 2030 con ulteriori 600milioni di investimento per un totale di 1 miliardo dall’inizio del programma”.

Harmony, invece, è un programma proprietario dedicato al grano e finalizzato alla creazione di una filiera controllata che abbia un impatto limitato sull’ambiente ma che comunque garantisca un’elevata qualità. Il progetto prevede che i coltivatori coinvolti adottino pratiche agricole più sostenibili, che riducano le emissioni di carbonio e che tutelino la biodiversità e le condizioni del suolo e delle acque. Il tutto per garantire una piena tracciabilità del grano lungo la catena produttiva. Nel 2022, grazie ad Harmony, Mondelēz ha raggiunto 57mila ettari di grano coltivati secondo il programma e 397mila tonnellate di grano raccolte. Coinvolgendo circa 1.360 agricoltori partner in sette paesi europei.

Oro Saiwa tra sostenibilità e italianità

Uno dei brand di punta del Gruppo Mondelēz International in Italia è Oro Saiwa, riconosciuto non solo per la bontà dei suoi prodotti ma anche per la loro affidabilità. “Queste nostre caratteristiche ci hanno portato a essere un marchio che vanta il 94% di awareness e che in un anno produce tanti biscotti quanto quasi cinque volte la circonferenza della Terra”, sottolinea Andrea Cicolella, senior brand manager Oro Saiwa. “Due, in particolare, i pilastri della nostra strategia: sostenibilità e italianità. Per noi questi valori sono molto importanti. Innanzitutto perché crediamo sia fondamentale che un’azienda come la nostra si impegni per ridurre la perdita di biodiversità attuale. E poi perché i territori in cui lavoriamo ci hanno sempre dato tanto e quindi vogliamo in qualche modo restituire il favore fornendo sostegno al paese e aiutando gli agricoltori a sviluppare pratiche di agricoltura più sostenibili”.

Quando si parla di sostenibilità, per Oro Saiwa si parla soprattutto di interventi legati agli ingredienti e, in particolar modo, al grano. Il brand si inserisce infatti all’interno del progetto Harmony, che permette a Oro Saiwa di approvvigionarsi di grano prodotto secondo pratiche sostenibili. “I protocolli da rispettare quando si decide di aderire al programma sono molto numerosi ma si possono riassumere in tre filoni principali”, racconta Cicolella “Il primo si riferisce al seme, a come viene tracciato e selezionato. Abbiamo poi tutta la parte che parla di come ridurre l’uso di fertilizzanti e tutelare il consumo di acqua e, infine, gli interventi a sostegno della biodiversità. Come azienda, grazie ad Harmony, coltiviamo quasi 60mila ettari di terreno, raccogliamo 400mila tonnellate di grano e serviamo 43 stabilimenti. Utilizzando 1.800 ettari di terreni liberi, il 3% del totale, per coltivare fiori che possano fungere da casa e da sostentamento per api e altri tipi di insetti”.

di Angelo Frigerio

Aldi: “Risultati ben oltre le aspettative”

Il consuntivo dei primi cinque anni della catena in Italia. I piani di sviluppo. La strategia e l’offerta commerciale. Il punto sul delivery. La parola al country manager Michael Gscheidlinger.

La conferenza stampa che si è tenuta l’8 giugno a Milano, per celebrare i cinque anni dall’ingresso di Aldi in Italia, è l’occasione per intervistare Michael Gscheidlinger, country manager della società. A livello internazionale, Aldi è presente con oltre 6.600 punti vendita in 11 Stati e 4 diversi continenti (Europa, America, Asia, Oceania), contando sul supporto di circa 156mila collaboratori. Negli oltre 150 punti vendita italiani (con superficie media di 1.100 mq per filiale), all’interno dei due poli logistici di Oppeano (Vr) e Landriano (Pv), nonché nella sede centrale di Verona, si avvale di circa 3mila collaboratori (+49% rispetto al 2020 e +23% rispetto al 2021). Quasi il 2% della forza lavoro totale è occupata in Italia. La sua crescita si sta rivelando sana e continua, con un progresso realizzato a tutta velocità assieme ai territori che serve. Ed è proprio con una domanda sul territorio che inizia l’intervista.

In conferenza stampa avete parlato di un piano di sviluppo che tocca sei regioni. Il Centro-Sud non v’interessa?

A oggi i nostri punti cardinali sono l’Emilia Romagna a Sud, in particolare un punto di vendita a Rimini; Brunico a Nord, con uno store a 10 Km dal confine austriaco; a Est abbiamo un negozio a Trieste, mentre il punto più a Ovest è Torino. Al momento vediamo così tanto potenziale nelle sei regioni in cui siamo attualmente presenti che, prima di espanderci ulteriormente, vogliamo prima concentrarci in questi territori.

Nel corso di una nostra recente intervista, Maura Latini, Ad di Coop, ha dichiarato sui discount: “Oggi assistiamo a una deregulation assoluta: qualunque impresa, anche di piccole dimensioni come quelle dei discount, può aprire ovunque. Questo diventa un problema: oggettivamente si inseriscono in realtà esistenti e con pochi prodotti riescono a rispondere a un numero di clienti importante”. Cosa ne pensa?

Non mi sento di commentare. La nostra strategia consiste nel focalizzarci sui clienti, non sui competitor. Il grande successo messo a segno negli ultimi cinque anni dimostra che siamo sulla strada giusta. I risultati ottenuti vanno ben al di là delle nostre aspettative, riceviamo tanti riscontri positivi dai clienti italiani. Dunque, credo che ci fosse un gap qui in Italia che abbiamo saputo riempire. Proprio per questo non temiamo nessuno: tutti i nostri sforzi sono infatti concentrati nel soddisfare i bisogni e le necessità dei consumatori italiani. Sono loro a guidarci.

Gli ultimi dati Circana mostrano un rallentamento nella crescita dei discount a livello di vendite. È così anche per voi?

Non posso parlare per tutti, ma per quanto riguarda Aldi, i numeri sono in costante crescita. In questo periodo caratterizzato da una pesante inflazione, che si riflette sui consumatori, noi stiamo conquistando un maggior numero di clienti. È un chiaro messaggio: siamo sulla strada giusta. Inoltre, se si guarda alla quota di discount in Italia e la si paragona con quella di altri paesi, soprattutto Germania, è molto bassa. Ciò significa che la crescita di questo canale nei prossimi anni sarà sicuramente significativa.

A oggi come si compone la vostra offerta?

I nostri volantini hanno cadenza settimanale e propongono un’ampia selezione di offerte pensate per soddisfare le esigenze di qualsiasi nucleo familiare. Soprattutto in uno scenario internazionale trasfigurato dalla crescita dell’inflazione, l’assenza degli oneri di marketing che gravano sui prezzi finali dei prodotti dell’industria di marca e la capacità di compattare razionalmente gli assortimenti in ossequio ai principi della semplificazione generale e dell’efficienza dei servizi rappresentano valori aggiunti, evidenti in Aldi, che i consumatori non possono permettersi di trascurare. L’assortimento è composto, per l’80%, da prodotti italiani.

Aldi offrirà mai un servizio di consegna a domicilio?

Ci sono così tanti progetti di delivery… Ma ben pochi hanno successo. Al momento la nostra priorità è offrire la miglior esperienza possibile ai nostri clienti in store. Quindi il nostro focus è solo ed esclusivamente sui punti di vendita fisici.

Michael Gscheidlinger

ESSELUNGA
SAN BENIGNO (GENOVA)

Ha aperto il 24 maggio scorso a Genova San Benigno, in via di Francia, il nuovo punto vendita a insegna Esselunga. Si tratta del secondo negozio in città, dopo quello di via Piave, inaugurato nel 2020, e del quarto in regione, dopo La Spezia e Albenga.

Ubicato lungo la strada sopraelevata dove un tempo c'era il colle di San Benigno, il supermercato si estende su una superficie di vendita di 3.200 mq si sviluppa su due piani. È dotato di 260 posti auto e 34 postazioni per la ricarica di auto elettriche, a cui si aggiunge il parcheggio pubblico pluripiano (realizzato sempre da Esselunga come parte dell'intervento edilizio) e collegato al negozio tramite passerella pedonale con parapetti in cristallo trasparente ad oltre cinque metri di altezza da terra. Provvisto di impianto fotovoltaico per la produzione di energia da fonti rinnovabili, è collegato alla rete cittadina di teleriscaldamento. Il progetto di Esselunga, oltre alla realizzazione di nuove aree verdi pubbliche e private dislocate per oltre 1.000 mq, ha inoltre visto la costruzione di un giardino pensile di altrettanta metratura sul tetto dell'edificio.

Quanto all'assortimento, sono circa 18mila i prodotti disponibili al pubblico, comprese le linee a marchio privato. Oltre al reparto ortofrutta, alla gastronomia, all'hamburgeria e alle proposte della 'Cucina Esselunga' e della pasticceria Elisenda, sono presenti diverse specialità tipiche della regione, come focaccia ligure e farinata. Al banco pescheria è possibile trovare pesce fresco non decongelato dei mercati ittici della Liguria e pesce allevato proveniente dal Golfo del Tigullio. Arricchiscono il negozio l'enoteca, con sommelier a disposizione dei clienti, una parafarmacia, il Bar Atlantic con un dehor esterno, casse veloci dedicate al self-payment e al self check-out, oltre al 'Presto Spesa', a un locker e a un eco-compattatore per la raccolta e il riciclo delle bottiglie in plastica. All'interno del punto vendita, aperto ogni giorno dalle 7.30 alle 21 e la domenica dalle 8 alle 20, lavorano 153 persone, di cui 117 neoassunte.

INSEGNA
Esselunga
INDIRIZZO
Via di Francia, Genova San Benigno
SUPERFICIE
3.200 mq (due piani)
PARCHEGGIO
260 posti auto e 34 postazioni per la ricarica di auto elettriche + parcheggio pubblico pluripiano
ADDETTI
153
ORARIO DI APERTURA
Da lunedì a sabato: 7.30 - 21;
domenica: 8 - 20

MD
VIBO VALENTIA

Giovedì 22 giugno MD ha consolidato la propria rete in Calabria con l'apertura di un nuovo store a Vibo Valentia. Si tratta del primo punto vendita diretto in città e del 40esimo negozio in regione. La struttura commerciale, realizzata ex novo, si trova in via Giovanni Paolo II, angolo via Madre Teresa di Calcutta, e si estende su una superficie di circa 1. 964 mq, di cui 1.000 dedicati all'offerta alimentare. Dispone di sei corsie, cinque casse e di un parcheggio con 125 posti auto. Lo staff è composto da 20 dipendenti tutti neoassunti a livello locale, di età media 33 anni. Quanto all'assortimento, non mancano le linee Mdd dell'insegna: da Lettere dall'Italia, volta a valorizzare le eccellenze Dop, Igp e Docg nazionali, alla linea salutistica Vivo Meglio e alla gamma della linea Bio. Presenti anche numerose specialità locali, come la provola foresta silana, il pecorino crotonese e la Nduja di spilinga gigante. In negozio, dopo il reparto ortofrutticolo, si trovano i banchi serviti di macelleria con laboratorio a vista, il banco gastronomia, la panetteria e la pescheria a libero servizio. Oltre alla Parafarmacia e al click&collect, i clienti possono usufruire del servizio di consegna a domicilio degli elettrodomestici.

INSEGNA
MD
PROPRIETÀ
Esa Food Srl affiliato MD
INDIRIZZO
Via Giovanni Paolo II, angolo Via Madre Teresa di Calcutta, Vibo Valentia (Calabria)
SUPERFICIE
1.964 mq
CORSIE
6
CASSE
5
ADDETTI
20
PARCHEGGIO
125 posti auto
ORARIO DI APERTURA
Da lunedì a domenica
dalle 8.00 alle 21.00

TIGRE
SCANDRIGLIA (RIETI)

È stato inaugurato il 15 giugno, in Via Salaria 63 a Scandriglia, in provincia di Rieti, il nuovo punto vendita del canale franchising Tigre di Magazzini Gabrielli. All'interno della struttura, che occupa complessivamente una superficie di 1.000 metri quadrati, lavorano venti addetti. Il supermercato offre un servizio efficiente, completo e di qualità, e presenta ampi assortimenti: dispone infatti di 9.705 referenze, di cui 1.325 fresche, con particolare attenzione alle produzioni locali. Inoltre, è presente una vasta gamma di prodotti a marchio Consilia, Selezione Qualità e Fatti Buoni.

INSEGNA
Tigre
PROPRIETÀ
Magazzini Gabrielli
INDIRIZZO
Via Salaria 63, Scandriglia (Ri)
SUPERFICIE
1.000 mq
ADDETTI
20
ORARIO DI APERTURA
Da lunedì a sabato: 8:00 - 20:30;
domenica: 9:00 - 20:00

CONAD
PACE DEL MELA (MESSINA)

Conad ha inaugurato a Pace del Mela (Me), in via Nazionale 389, giovedì 8 giugno, un nuovo punto vendita. Lo store, di proprietà di PAC 2000A Conad, la prima cooperativa di Conad per dimensioni e fatturato che opera in Sicilia, Calabria, Campania, Lazio e Umbria, si estende su una superficie di oltre 1.100 mq e propone ai cittadini del comune siciliano un'esperienza di spesa completa e funzionale. La pescheria, la macelleria, il reparto ortofrutta, la panetteria e il banco gastronomia, infatti, offrono ai consumatori prodotti freschi di alta qualità e eccellenze gastronomiche del territorio. Ma non solo: completa l'offerta l'ampia selezione di prodotti senza glutine, vegan, healthy e bio, a testimonianza dell'attenzione di Conad alle diverse esigenze alimentari dei clienti. Il nuovo punto vendita impiega complessivamente 11 addetti e dispone di sei casse. Inoltre, grazie all'installazione e impiego di tecnologie a basso impatto energetico, rispetta le linee guida di sostenibilità in termini di tutela ambientale.

INSEGNA
Conad
PROPRIETÀ
Conad Nord Ovest
INDIRIZZO
via Nazionale 389, Pace del Mela (Me)
SUPERFICIE
1.100 mq
CASSE
6
ADDETTI
11
ORARIO DI APERTURA
Da lunedì a sabato: 8:30 - 20:30;
domenica: 8:30 - 13:00

DOK
TARANTO

Il 1° giugno scorso ha riaperto al pubblico il Dok di Taranto, punto vendita del Gruppo Megamark di Trani, realtà della distribuzione moderna che conta circa 500 punti vendita nel Mezzogiorno. La struttura, ubicata in via Atenisio 8, è stata rinnovata seguendo i dettami della sostenibilità ambientale: il punto vendita è infatti dotato di apparecchiature a risparmio energetico per dimezzare consumi ed emissioni come banchi frigo chiusi e ad alta efficienza energetica, insegne e luci a led. La ristrutturazione rientra nel piano industriale 2022-2024 e prevede otto nuove aperture di superstore, dodici ammodernamenti, una piattaforma logistica e 300 nuove assunzioni. Il supermercato occupa 32 persone, di cui otto nuove assunzioni, è dotato di un ampio parcheggio e offre il servizio di digital infopoint per consultare gli ingredienti dei preparati, verificare i prezzi e prenotare il proprio turno ai banchi assistiti. È prevista, inoltre, la sanificazione quotidiana ad ozono di ogni reparto. A disposizione dei clienti tutte le aree del fresco: ortofrutta, gastronomia, panetteria, macelleria e pescheria. Il reparto ortofrutta propone un vasto assortimento di frutta e verdura, anche biologica, oltre a confezioni pronte da gustare e cucinare. La gastronomia offre prodotti gourmet ed eccellenze nazionali e locali garantite Dop e Igp. La panetteria mette a disposizione pane e focacce assortite; la macelleria un vasto assortimento di carne selezionata e controllata oltre che piatti pronti da cuocere; la pescheria un'ampia selezione di pesce allevato e pescato, crostacei e mitili provenienti da fornitori locali e nazionali oltre che soluzioni pronte da cuocere. Inoltre, sul sito www.prenotaeritira.it è possibile acquistare piccoli elettrodomestici, casalinghi e oggetti per il tempo libero da ritirare e pagare nel punto vendita senza spese di spedizione.

INSEGNA
Dok
PROPRIETÀ
Gruppo Megamark
INDIRIZZO
Via Atenisio 8, Taranto
ADDETTI
32

CARREFOUR
CHIFENTI, BORGO A MOZZANO (LUCCA)

È stato inaugurato nella mattinata di giovedì 15 giugno a Chifenti, frazione di Borgo a Mozzano (Lucca), in via Brennero 15, un nuovo Carrefour Market. Si tratta del sesto negozio in Garfagnana e nella Valle del Serchio gestito dalla famiglia Baiocchi. Una presenza che fa crescere la rete di Etruria Retail, azienda attiva nella grande distribuzione nel Centro Italia. Il nuovo punto vendita si sviluppa su una superficie di vendita di 900 mq, all'interno dei quali è possibile trovare oltre 7mila referenze. Numeri importanti che si accompagnano a una ricerca della qualità e della convenienza. Ad accogliere i clienti ogni giorno, uno staff di 14 persone. Punto forte del negozio è la panetteria, che propone ogni giorno specialità dolci e salate del territorio realizzate anche con farine speciali di grani antichi. Non mancano la macelleria, gestita dalla famiglia Pioli che da anni collabora con la famiglia Baiocchi, i reparti freschi e ortofrutta riforniti ogni giorno con formaggi, frutta e verdura provenienti dalle migliori aziende locali. Molto ricca è anche la proposta di prodotti a marchio Carrefour. Completa l'offerta il pet store. Qui i clienti possono usufruire di tanti servizi, dal ritiro dei buoni pasto alle gift card fino al ritiro dei buoni celiachia. Il nuovo Carrefour Market, inoltre, strizza l'occhio alla sostenibilità: tutti gli impianti, da quelli d'illuminazione a quelli di refrigerazione, sono di ultima generazione e a basso consumo.

INSEGNA
Carrefour
PROPRIETÀ
Etruria Retail
INDIRIZZO
Via Brennero 15, Chifenti - Borgo a Mozzano (Lu)
SUPERFICIE
900 mq
ADDETTI
14
ORARIO DI APERTURA
Da lunedì a sabato: 8.00 - 20.00;
domenica: 9.00 - 13.00

Complexity into clarity

IRI and NPD have come together to form Circana.

Circana transforms complexity into clarity. We're the leading advisor on the complexities of consumer behavior. Our unparalleled technology and complete view of the consumer inspires our clients to take action and unlock business growth.

To learn more:
www.circana.com

Circana.