

NOI di CRAI

CAMPIONI DI STILE E SOSTENIBILITÀ

#CRAI per l'Ambiente



Andrea Rastucci
CAMPIONE DEL MONDO
* DI PASTICCERIA 2021 A LIONE



LA NUOVA COLLEZIONE **MADE IN ITALY**
PRODOTTA CON **ALLUMINIO RICICLATO**

NOVITÀ

Galbusera

Belle Buone

Il Cracker che non c'era



AVENA & MIX DI SEMI

Con Semi di Girasole, Chia e Zucca.

INTEGRALI E CROCCANTI

- IN PRATICHE MONOPORZIONI -



5 CEREALI

Con Segale, Avena, Farro, Quinoa, Grano Saraceno.

INTEGRALI, CROCCANTI, FONTE DI PROTEINE

- IN PRATICHE MONOPORZIONI -



Da sgranocchiare quando vuoi!





Mario La Viola

Direttore Marketing, Format, Rete e Sviluppo

Il tema della sostenibilità - mai così attuale come in questo periodo - fa parte delle linee guida strategiche prioritarie che il nostro Gruppo persegue nei vari progetti. E' ormai da diversi anni, infatti, che le short collection di CRAI sono sviluppate sotto il concetto di #Crai per l'Ambiente e anche l'ultima short, partita a novembre, prosegue il filone dell'ecosostenibilità con una bellissima collezione di teglie realizzate con alluminio riciclato.

Il Gruppo sta inoltre concretizzando un grande progetto di riforestazione, piantando oltre 6.000 alberi in 16 aree d'Italia. Siamo poi tornati in Tv sulle reti Rai e, con oltre 2.100 passaggi, anche sulle emittenti regionali, con una campagna che esalta la convenienza di fare la spesa da noi, lanciando il claim 'Con CRAI sei in buone mani'.

Lo scorso ottobre, la nostra linea premium Piaceri Italiani è stata protagonista al Sial, importante fiera dell'agroalimentare a Parigi, con uno stand che ha permesso a queste referenze di presentarsi al mercato internazionale in tutta la loro bontà e con un'identità sempre più proiettata a diventare un vero e proprio brand.

Infine, ma non per importanza, la formazione. Uno dei cavalli di battaglia del nostro Gruppo, sempre attivo e ricco di progetti nuovi. Tra questi, appunto, il corso Leadership al femminile, diventato ormai uno dei più ambiti e seguiti dalle nostre colleghe. Anche il prossimo anno riserva grandi sorprese e nuovi corsi, all'insegna della formazione e della voglia continua di migliorarsi.

Le attività come sempre non mancano e nel 2023 ci aspettano tante novità.

Buone feste a tutte e tutti!

FOOD

DRUG





Sommario

L'insegna



6-12

Campioni di stile e sostenibilità per CRAI e i suoi clienti

La centrale



'Con CRAI sei in buone mani'

14-16



La centrale



18-22

CRAI: un polmone sempre più verde

La centrale



CRAI Italy Food Awards, Oscar dei produttori agroalimentari italiani

24



La centrale



26-32

Scuole e comunità al centro

La centrale



Paris, mon amour

34



La centrale



36-38

Leadership al femminile è 'Human First'

Coordinamento interno CRAI

Mario La Viola, Rita Buttironi, Valeria Benevelli

Hanno collaborato a questo numero

Elisa Faccini, Paola Fuochi, Barbara Furlan, Elisabetta Gasdia, Juan Pablo Mochetti, Patrizia Moscato, Diego Negri, Chiara Pellegrino, Pietro Poltronieri, Monica Purificato, Giulia Rapeti, Lorenzo Trovato.

n. 5 - 2022

Nettare o non nettare? Questo è il problema...

40-44



La centrale



46-52

Il diario dei punti vendita: drug e food

La rete



Un lungomare in pieno fermento

54-56



Nel cuore dell'Italia



60-64

Prelibatezze dai mari del Sud America

Lo scaffale



Gli italiani scegliono DOP e IGP

66-70



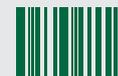
Nel carrello



72-76

Dove si butta? Te lo dice l'etichetta ambientale

Lo scanner



News in breve

78

Alla cassa



CRAI SECOM SPA
Centro Direzionale
Milano 2 - Palazzo Canova
Strada di Olgia Vecchia - 20054 Segrate (MI)
Tel. 02 2101091
www.craiweb.it

Realizzazione editoriale
Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup
Corso della Resistenza, 23 - Meda (MB)
Stampa
Ingraph
Via Bologna, 106 - Seregno (MB)





L'insegna

NOI di CRAI

#CRAI per l'Ambiente



Andrea Restuccia
CAMPIONE DEL MONDO
* DI PASTICCERIA 2021 A LIONE



Campioni di stile e sostenibilità per CRAI e i suoi clienti

Con la nuova short collection, la seconda del 2022, in premio le teglie per la cucina attente all'ambiente. Oltre a una donazione per la Onlus Okapia.

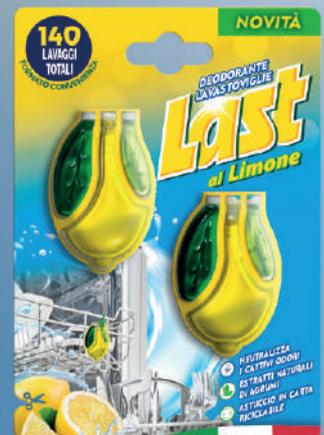
Una nuova short collection, sempre all'insegna della sostenibilità e della solidarietà, trasversale alle aree Loyalty, Comunicazione, CSR. Nell'ambito delle iniziative #CRAI-perl'Ambiente, avviate nel 2020, il Gruppo ha lanciato la raccolta 'Campioni di stile e sostenibilità'. Dal 14 novembre scorso fino al 18

marzo 2023, in esclusiva da CRAI, i clienti possono collezionare la moderna linea di teglie da forno 'Vera' prodotta da Mepra, con rivestimento antiaderente e realizzate in alluminio riciclato da lattine. Una collezione che può contare su un testimonial d'eccezione, come Andrea Restuccia, vincitore del

Campionato del mondo di Pasticceria 2021 a Lione. Lo chef propone le sue personali rivisitazioni di alcune ricette classiche, pubblicate su craiweb.it, come il tiramisù, la crostata, la torta di carote e molte altre ancora, da realizzare rigorosamente con la linea a Marchio Crai 'Cuciniamo!'.

LAST

al Limone



LAST evolve e diventa
una **LINEA COMPLETA**
di prodotti specifici
per i piatti.





L'insegna



NOI di CRAI

LA COLLEZIONE

L'operazione è iniziata il 18 novembre scorso e avrà una durata di 18 settimane. Il termine di proposta al pubblico è fissato al 1° aprile 2023. I premi della collection 'Vera' sono firmati dal marchio di eccellenza Mepra, che da anni investe nella sostenibilità per salvaguardare l'ambiente. Il colore perla del rivestimento interno, unito alla tonalità cioccolato del rivestimento esterno,

esalta l'eleganza del prodotto. La nuova linea di teglie da forno è prodotta in Italia con alluminio riciclato ed è composta da sette articoli che permettono di preparare ricette dolci o salate a piacere. Il rivestimento antiaderente a cinque strati facilita la preparazione della ricetta e la pulizia del prodotto. Dalla teglia per la pizza a quella per il tiramisù, dalle tortiere alla lasagnera fino allo stam-

po per il budino, è ampia la scelta di prodotti, realizzati al 100% in Italia con alluminio riciclato. Una gamma che coniuga le esigenze di praticità in cucina delle famiglie italiane con un design esclusivo e moderno. Il packaging della linea forno è in carta riciclata FSC e anche i materiali di comunicazione a supporto (locandine e leaflets) saranno prodotti con carta FSC.

LA COMUNICAZIONE

Per supportare il lancio dell'operazione è stata realizzata una pianificazione TV su Rai1 con una telepromozione da 60" in corrispondenza del programma La Vita in Diretta. Le otto puntate sono andate in onda dal 14 al 25 novembre scorso. Attraverso questa campagna pubblicitaria, CRAI ha dato visibilità al percorso strategico di fidelizzazione basato sull'ecosostenibilità, in totale sinergia con il suo posizionamento e con l'obiettivo di consolidare una buona brand reputation anche in tema di CSR. È stata pianificata anche una campagna stampa su 'Novella cucina' Inoltre, tutti i media del gruppo hanno in sinergia spinto l'operazione (Radio Crai, Facebook, Instagram, NoidiCrai, Craiweb e Craispesaonline).



GLI SPONSOR DEL PROGETTO

Per velocizzare la raccolta, i clienti possono acquistare i prodotti sponsor segnalati a scaffale, suddivisi in cinque panieri:

- 1° paniere - dal 14 novembre al 14 dicembre 2022
- 2° paniere - dal 15 dicembre 2022 all'8 gennaio 2023
- 3° paniere - dal 9 gennaio all'8 febbraio 2023
- 4° paniere - dal 9 febbraio al 1° marzo 2023
- 5° paniere - dal 2 marzo al 18 marzo 2023



DAL 1877 TRADIZIONE E PASSIONE

QUELLA DEL PROVOLONE AURICCHIO
È UNA STORIA FATTA DI MAESTRIA,
ESPERIENZA E PASSIONE PER L'ALTA QUALITÀ.
DALLA TRASFORMAZIONE DEL LATTE SELEZIONATO,
DALLA FORMATURA FATTA DA ESPERTI CASARI E
DALL'ESCLUSIVA RICETTA SEGRETA AURICCHIO,
NASCE OGNI GIORNO UN PRODOTTO ANCORA
LAVORATO A MANO.



AURICCHIO

1877

Fatto a mano. Da sempre.



SV&AV.it



RICETTE UNICHE E GUSTOSE

IL PROVOLONE AURICCHIO
È IDEALE PER ARRICCHIRE
OGNI GIORNO RICETTE
FILANTI E GUSTOSISSIME.



NATURALMENTE

**SENZA
LATTOSIO**

L'assenza di lattosio è la conseguenza
"naturale" del tipico processo di fabbricazione.
Contiene galattosio.





I PUNTI DI FORZA

Questo progetto si distingue per importanti punti di forza e distintività:

- forte valenza ambientale grazie al processo di riciclo dell'alluminio;
- qualità premium e produzione made in Italy;
- autorevolezza del testimonial e sinergia di comunicazione per spingere la linea di prodotti a marchio crai 'Cuciniamo!';
- progetto di charity on top per rafforzare il nostro ruolo di CSR.

Non dimentichiamo inoltre che l'obiettivo è sempre quello di agire sul comportamento di spesa, aumentando la frequenza e media scontrino di attuali e potenziali clienti, per supportare e incentivare le vendite della nostra rete.



IL PROGETTO CSR

A ulteriore testimonianza del suo impegno in ambito sociale, CRAI ha deciso di realizzare un grande progetto di CSR. Per ogni premio redento, CRAI devolverà 10 centesimi al progetto 'Giro Giro Congo' dell'associazione Okapia Onlus, per contribuire all'istruzione di centinaia di bambini nel paese africano.

OKAPIA

Prosegue la collaborazione di CRAI con Okapia, associazione che favorisce e promuove iniziative di progresso sostenibile nei Paesi in via di sviluppo africani, quali Rwanda e Congo. Prende infatti il suo nome dall'Okapi, mammifero con striature simili a quelle della zebra, ma imparentato con la giraffa, diffuso nelle foreste pluviali del fiume Congo. Si rivolge in particolare ai giovani, insieme ai quali progetta interventi formativi per favorirne l'autonomia e migliorarne le condizioni di vita.

MEPRA

S.p.A.

IDEE PER LA CASA

Dal 1947 Mepra produce posate e articoli in acciaio per la cucina, usando solamente i migliori materiali e prestando la massima cura alle finiture. Collezioni in cui il gusto per il design e la ricerca della massima qualità si sposano con il sapore della tradizione della tavola italiana. Ogni creazione è infatti animata dal gusto di cucinare e dalla gioia di condividere momenti unici con amici e parenti. Mepra combina la costante ricerca di forme nuove e di tendenza all'imprescindibile funzionalità degli accessori, con un giusto rapporto qualità prezzo, senza trascurare l'innovazione, per proporre nuove soluzioni tecnologiche.

IL TESTIMONIAL: ANDREA RESTUCCIA



Classe 1993, è appassionato di dolci fin da bambino, quando con mamma Maria Grazia trasformava la cucina di casa in una pasticceria. Calabrese di nascita, cresce a Roma e dai 19 anni gira l'Italia per affinare la sua arte pasticceria, fino a stabilirsi a Fano (Pu). Nel 2016 vince il concorso di pasticceria organizzato da Icam per festeggiare i 70 anni dell'azienda. Nello stesso anno, con il suo dolce 'Perla Nera', diventa Campione di Pasticceria Seniores 2016. Nel 2019 rappresenta l'Italia alla Coupe du Monde. Nel 2020 torna Campione Italiano di Pasticceria Seniores 2020, conquistando anche il Premio speciale della stampa. La definitiva consacrazione avviene nel 2021, quando assieme ai compagni di team si è aggiudicato il gradino più alto del podio alla Coupe du Monde de la Pâtisserie a Lione.

"Scopri su Craiweb.it le ricette che ho pensato per te utilizzando le teglie Mepra"



RICARICHE MIL MIL. UNA BUONA SCORTA DI QUALITÀ ED ECOLOGIA.



La plastica è presente nella nostra vita quotidiana, entra nell'ambiente in vari modi e inquina principalmente le acque e gli oceani. Anche le più piccole particelle di plastica dei prodotti cosmetici e per la cura della persona, contribuiscono all'impatto ambientale. Mil Mil si è quindi posta l'obiettivo di rimuovere dalle sue formulazioni le particelle di plastica più piccole, note anche come microplastiche.



Abbiamo le idee chiare e sappiamo che creare un prodotto di ottima qualità non basta. Serve avere uno sguardo più lungimirante che sappia arrivare al futuro.

Per questo realizziamo le ricariche per moltissime delle nostre linee per ottimizzare i costi al consumatore e ridurre drasticamente il numero e il volume delle confezioni in plastica che produciamo e che dobbiamo smaltire.

Mil Mil: DIAMO UNA MANO AL MONDO DI DOMANI E SOSTENIAMO L'ECOLOGIA!

Il piacere di avere un buon prodotto semplicemente.





L'insegna



TEGLIE MEPRA IN ALLUMINIO RICICLATO PRODOTTE IN ITALIA. TUTTE DA COLLEZIONARE PER CUCINARE LE RICETTE PENSATE DALLO CHEF ANDREA RESTUCCIA

STAMPO BUDINO

Diametro: 18 cm



X 11
LATTINE
RICICLATE

TORTIERA FESTONATA

Diametro: 26 cm



X 15
LATTINE
RICICLATE

TEGLIA TIRAMISÙ

Dimensioni: 25x18 cm



X 15
LATTINE
RICICLATE

TORTIERA ALTA

Diametro: 26 cm



X 18
LATTINE
RICICLATE

TEGLIA PIZZA

Diametro: 32 cm



X 21
LATTINE
RICICLATE

LASAGNERA

Dimensioni: 30x22 cm



X 21
LATTINE
RICICLATE

TORTIERA FESTONATA FONDO AMOVIBILE

Diametro: 30 cm



X 20
LATTINE
RICICLATE



FORMAGGI CHE GUARDANO AL FUTURO

Una filiera controllata e sostenibile, quella della bresciana Ambrosi, per formaggi tradizionali dallo stretto legame con il territorio. Ma non solo.

Realizzare formaggi che rispettino la tradizione e allo stesso tempo puntino lo sguardo verso il futuro. La storia di Ambrosi Spa incomincia nel 1942 quando Ottorino Ambrosi, aviatore 25enne tornato dalla guerra, prende le redini del burrificio acquistatogli dal padre Luigi, a Brescia, con l'idea di diversificare la produzione. Sin da subito riesce a farsi apprezzare nel settore e, con il passare del tempo, espande la produzione aziendale, tenendo sempre come punto cardine l'unione tra qualità, tradizione e passione. Negli anni '60 l'azienda avvia anche la stagionatura e la commercializzazione di Grana Padano e Parmigiano Reggiano.

Nei primi anni '90 Ambrosi Spa inizia un importante processo di internazionalizzazione che oggi le permette di essere presente con i propri prodotti in oltre 60 paesi nel mondo, coprendo in modo diretto, tramite filiali, tre mercati chiave come Francia, Usa e Inghilterra. La società è tra i leader in Italia, e non solo, nel mercato dei formaggi tradizionali italiani. Questo grazie alla qualità dei prodotti, alla solida rete aziendale e alle certificazioni ottenute.

Ambrosi Spa produce, stagiona, taglia e confeziona Parmigiano Reggiano e Grana Padano, a cui si aggiungono le paste filate, come le scamorze, e i formaggi a pasta molle. Una produzione che da sempre



intende garantire ai consumatori di tutto il mondo prodotti di qualità e formaggi tradizionali italiani con una stagionatura perfetta, in confezioni fresche e facili da usare. Non mancano infatti le innovazioni, come il Parmigiano Reggiano Julienne Ambrosi da 85 grammi, novità nel mercato dei formaggi duri italiani DOP, premiato con il Quality Award 2022, riconoscimento attribuito direttamente dai consumatori italiani. Grande importanza è data anche alla sostenibilità ambientale, tema da sempre centrale nelle politiche aziendali. Ambrosi Spa ha infatti presentato nel 2021 il suo primo Bilancio di Sostenibilità, come risultato di anni d'investimenti e impegno profuso nella costruzione di uno stile aziendale socialmente

responsabile. Quattro i temi principali su cui l'azienda si concentra: riduzione della plastica nei propri pack, benessere animale, utilizzo di fonti di energia rinnovabili e il legame con il territorio.

Partner di CRAI

La gamma di prodotti che Ambrosi fornisce a CRAI prevede sia prodotti a marchio dell'insegna sia a marchio Piaceri Italiani, con varie referenze di Parmigiano Reggiano e Grana Padano, per il banco taglio e libero servizio. Ad esempio, Parmigiano Reggiano grattugiato Crai 100 g; Parmigiano Reggiano stagionato oltre 30 mesi grattugiato Piaceri Italiani 60 g; Grana Padano grattugiato Crai 100g - la Scamorza bianca 300 g, la Scamorza affumicata 300 g e il burro, quest'ultimo nei formati da 125, 250 e 500 g.



AMBROSI



Via Ottorino Ambrosi, 1
Castenedolo (BS)



info.acquisti@ambrosi.it



www.ambrosi.it



Tel. +39 030 2134811



'Con CRAI sei in buone mani'

La nuova campagna TV realizzata per comunicare un messaggio rassicurante in questo contesto storico: l'impegno del Gruppo nel proteggere la spesa, conveniente e di qualità, dei propri clienti.



È stata on air dal 24 novembre fino al 21 dicembre la nuova campagna di comunicazione 'Con CRAI sei in buone mani', che vuole rimarcare la vicinanza dell'insegna ai consumatori e il suo impegno a tutela di una spesa conveniente e di qualità.

Il concept, declinato in sei soggetti realizzati con una grafica 2D, si distingue per la grande chiarezza del messaggio. In una congiuntura economica particolarmente sfavorevole per il potere d'acquisto degli italiani, CRAI vuole rassicurare la propria clientela grazie a un'ampia selezione

di centinaia di prodotti della spesa quotidiana proposti a prezzi convenienti.

Un assortimento di referenze scelte tra le più acquistate: per tutta la durata dell'iniziativa, le famiglie che hanno scelto CRAI hanno risparmiato senza rinunciare a nulla in termini di qualità grazie a prodotti a Marchio del Distributore o Grandi Marche.

CRAI vuole diventare sempre di più un punto di riferimento per gli italiani. In un momento di difficoltà economica come quello che molte

famiglie stanno attraversando, è necessario comunicare un messaggio rassicurante, che non può prescindere da un impegno sempre maggiore per dimostrare ancora una volta la vicinanza alle esigenze concrete dei clienti.

La campagna è stata trasmessa sulle reti Rai durante le fasce orarie di maggiore audience e sulle principali TV locali attive sui territori presidiati dalla rete di vendita CRAI. Lo spot è stato pubblicato anche sul sito Craiweb e spinto dai canali social del Gruppo.



La magia
nelle tue mani

Salatini per l'aperitivo di Natale

Ingredienti

PER L'IMPASTO

150 g farina 00
50 g **Fecola di Patate PANEANGELI**
50 g formaggio grana grattugiato
1 cucchiaino di sale
paprika
1 uovo
1 bustina di **Lievito Pizzaiolo PANEANGELI**
125 g burro

PER LA DECORAZIONE

250 g formaggio spalmabile
latte
pomodorini datterini

Preparazione

1. Setaccia la farina e la fecola in una terrina larga, aggiungi il grana, il sale, la paprika a piacere, l'uovo ed il Lievito Pizzaiolo setacciato, mescola bene, quindi unisci il burro a pezzetti.
2. Lavora velocemente con le mani, fino ad ottenere un impasto ben amalgamato.
3. Stendi l'impasto in una sfoglia sottile (3-4 mm) e con l'aiuto di un tagliapasta ritaglia dei dischetti di 3 cm di diametro.
4. Disponi i dischetti sulla lastra foderata con carta da forno, rimpasta i ritagli e continua fino all'esaurimento dell'impasto.
5. Cuoci per 12 minuti circa nella parte media del forno preriscaldato (elettrico: 200°C, ventilato: 190°C, a gas nella parte alta: 210°C).
6. Mescola il formaggio spalmabile, con qualche cucchiaino di latte, fino ad ottenere una consistenza morbida e taglia i pomodorini a metà.
7. Con l'aiuto di una tasca da pasticciere, decora i biscottini raffreddati con crema di formaggio e i pomodorini.
8. Conserva gli eventuali salatini avanzati in frigorifero e consumali entro 24 ore.





LA PIANIFICAZIONE

La copertura nazionale è avvenuta tramite le reti Rai (Rai 1, 2 e 3, Rai Premium e Rai Sport): oltre 250 spot durante le fasce orarie di maggiore audience (prime time, Tg nazionali e regionali, mondiali calcio, etc...). Oltre 2.100 spot sono stati inoltre programmati sulle principali emittenti locali attive sulle aree presidiate dalla rete. In accompagnamento anche una pianificazione digitale, per migliorare ulteriormente la copertura.

La pianificazione televisiva era strutturata su 5 flight da 3 giorni ciascuno, col seguente calendario:

24, 25 e 26 novembre
1, 2 e 3 dicembre
5, 6 e 7 dicembre
15, 16 e 17 dicembre
19, 20 e 21 dicembre

EMITTENTI LOCALI PIANIFICATE

Telenorba
Video Calabria
LaC TV
Canale 21
Canale 9
Tele Estense
Tele Libertà
Tele Romagna
Telefriuli
Canale 10
Primocanale
Telem Lombardia
Antenna 3
7Gold Teletcity
Tv Centro Marche
Telecupole
7Gold Teletcity*
Antenna Sicilia
Telecolor
Antenna 3 Nord Est
7Gold TelePadova
Telenuovo
Videolina



I prodotti MDD e GM presenti negli spot

DESCRIZIONE PRODOTTO	PREZZO AL PUBBLICO IN EURO	PERIODO DI ON AIR
Tortellini al crudo 250 g	1,49	1° FLIGHT - 24-26 NOVEMBRE
Mix grattugiato 100 g	0,98	
Birra artigianale Ipa 500 ml	2,69	2° FLIGHT - 1-3 DICEMBRE
Cotto A.Q. CRAI 120 g	1,89	
Carta casa decorata 2V. 2Rot.	1,19	3° FLIGHT - 5-7 DICEMBRE
Sgrassatore Marsiglia 750 ml	1,49	
Pane Ciuffo Grano duro 400 g	1,59	4° FLIGHT - 15-17 DICEMBRE
Mozzarella 125 g / 100 g	0,98 / 0,79	
Cornflakes 375 g	1,29	5° FLIGHT - 19-21 DICEMBRE
Tonno olio oliva (80X3) 240 g	2,59	
Frollini Gocc. Cioccolato 500 g	1,79	
SOGGETTO GRANDI MARCHE		
Olio E.V. Delizia Carapelli 0,75 l	3,89	4° FLIGHT - 15-17 DICEMBRE
		5° FLIGHT - 19-21 DICEMBRE



CASA
OLEARIA
CARAPELLI[®]
FIRENZE
1893

Olio
Extra Vergine
di Oliva
Il Frantolio



Seguici su:   @Oliocarapelli



CRAI: un polmone sempre più verde

Procede il piano di riqualificazione ambientale avviato dal Gruppo lo scorso giugno nell'ambito della campagna Mosaico Verde. La riforestazione è già avvenuta in 4 delle 16 località individuate in tutta Italia.

Come annunciato lo scorso 5 giugno, in occasione della Giornata Mondiale dell'Ambiente, nel mese di novembre hanno preso il via i progetti di riqualificazione ambientale e forestale previsti da Gruppo CRAI in collaborazione con AzzerCO2 e Legambiente, nell'ambito della campagna Mosaico Verde, che persegue l'obiettivo di riqualificare le aree verdi e tutelare i boschi esistenti. Un gesto concreto (con un totale di quasi 6.000 nuove piante) per rafforzare il legame fra CRAI e il territorio, con cui ci si è posti due principali obiettivi: contrastare i cambiamenti climatici favorendo, attraverso gli alberi, il naturale assorbimento delle emissioni di CO2 e migliorare la qualità della vita in

aree sottoposte a un forte stress ambientale. Interventi in grado di apportare un vantaggio duraturo per le relative comunità, realizzati grazie al supporto economico delle insegne Food e Drug del mondo CRAI (CRAI, Caddy's, Piumè, Proshop, Risparmio Casa e Vitulano Drugstore). L'iniziativa è stata concretamente avviata in 4 delle 16 aree previste, nel rispetto dei cicli stagionali di piantumazione.

“Come AzzerCO2 ci impegniamo costantemente in progetti volti alla tutela e alla ricostituzione del nostro patrimonio boschivo, in quanto azioni fondamentali per contrastare la crisi climatica e per arginare la perdita di biodiversità”, ha dichiarato Sandro Scollato,

Amministratore Delegato AzzerCO2. “Insieme al Gruppo CRAI continuiamo a portare avanti il nostro impegno volto a incrementare il verde del Paese, generando al contempo benefici per le comunità locali. Le piante contribuiscono infatti ad assorbire le emissioni climalteranti, catturano gli inquinanti nell'aria, riducono le isole di calore, creano barriere contro il rumore. Queste iniziative rientrano nel progetto europeo 'LIFE Terra', che vede Legambiente come unico partner italiano e del quale noi siamo sostenitori. Un esempio concreto di come il lavoro sinergico tra diverse realtà consenta di restituire pregio ai nostri territori e consegnare ai cittadini luoghi fruibili a contatto con la natura”.

META' VERSO. E META' GUSTO.



Il vino più venduto in Italia è una realtà. La realtà aumentata è quando lo assaggiate.



LAINATE (MI)

CEDI: CODÈ CRAI OVEST

La prima piantumazione, con la messa a dimora di 400 piante, ha avuto luogo nel Comune di Lainate (in provincia di Milano), tra il 2 e il 6 novembre scorsi, grazie al contributo di Codè CRAI Ovest. Sul nuovo piccolo bosco è intervenuto l'assessore all'Ecologia del Comune di Lainate, Maurizio Lui: "Un nuovo contributo al nostro piano di riqualificazione e rimboschimento diffuso in tutta la città, a integrazione del progetto Verde Anch'io. Un grazie particolare anche al privato che ha scelto di supportare la nostra città e si prenderà cura della manutenzione per i prossimi anni". "L'impegno per un mondo più sostenibile passa anche attraverso concrete azioni quotidiane", ha dichiarato Michele Polisenò, presidente di Codè CRAI Ovest. "Il progetto di riforestazione che ci vede coinvolti insieme ad Azzero-CO2 nel comune di Lainate è per noi motivo di orgoglio e si inserisce in un programma di iniziative per la tutela dell'ambiente più ampio. Con questo intervento vogliamo valorizzare e sostenere il territorio ed essere un esempio positivo nei confronti dei nostri clienti. Il nostro impegno si concretizza ad esempio con la proposta di comportamenti sempre più sostenibili, come il riciclo della plastica, grazie agli eco-compattatori presenti in molti dei nostri punti vendita, un'educazione alla spesa consapevole, lotta allo spreco alimentare e molto altro".



SCHEDE INTERVENTO

Nonostante le dimensioni ridotte, Lainate, comune lombardo di 26.189 abitanti, è sede di quattro zone industriali che la rendono una delle cittadine più produttive del sud est milanese.

DOVE: L'area scelta si estende su una superficie di circa 6.000 metri quadri all'interno del Parco della Madonnina, nei pressi della Piscina Comunale e del Centro Sportivo Nelson Mandela. In particolare, la zona dell'intervento, a ridosso di via Circonvallazione Ovest, è caratterizzata dalla vicinanza alla strada e dalla mancanza di alberature.

ETTARI IMPIEGATI: 0,5

ALBERI PIANTATI: 400

SPECIE UTILIZZATE: Farnia, Tiglio, Castagno, Ciliegio, Viburno opalo, Ligustro.

PIEVE DEL GRAPPA (TV)

CEDI: D.M.O. SPA - INSEGNA CADDY'S

Dal 25 novembre al 1° dicembre è stata la volta della piantumazione a Pieve del Grappa (in provincia di Treviso), per conto del CeDi D.M.O. (con i negozi a insegna Caddy's). Il progetto è stato realizzato con la messa a dimora di 400 piante e con l'obiettivo di ripristinare le Foreste Planiziali, che erano presenti anticamente nella pianura Padana e che oggi sopravvivono in aree limitate, scampate al disboscamento e alla conversione agricola effettuata negli ultimi secoli. "Il recupero e la riqualificazione delle aree verdi sono un pilastro fondamentale per l'abbattimento delle emissioni in atmosfera, andando a migliorare la qualità dell'aria che sempre più spesso sta diventando un problema", ha dichiarato Lorenzo Fabbian, Assessore all'ambiente. "A nome del Comune di Pieve del Grappa ringrazio il Gruppo CRAI e D.M.O. Spa per aver condiviso con noi questa iniziativa: questa visione di futuro sostenibile è ormai irrinunciabile per tutti, specialmente per cercare di contrastare l'impatto negativo dell'uomo sull'ambiente, causa principale di quei cambiamenti climatici che sempre più spesso sconvolgono le nostre città, come ad esempio la recente ondata di siccità".

"Ringraziamo CRAI per aver coinvolto il nostro gruppo in questa bellissima operazione", ha dichiarato Fabio Celeghin, CEO di D.M.O. Spa. "Si tratta di un intervento importante per il territorio e si allinea con gli obiettivi green della nostra azienda, attenta a essere sostenibile in tutta la filiera. Una responsabilità che siamo orgogliosi di poter condividere con i nostri collaboratori e clienti".



SCHEDE INTERVENTO

Pieve del Grappa, comune italiano di 6.592 abitanti della provincia di Treviso in Veneto.

DOVE: L'area extra-urbana scelta si trova tra le due frazioni di Paderno e Crespano, nella fascia pedemontana a sud, dove si concentrano gran parte dei centri abitati.

ETTARI IMPIEGATI: 0,5

ALBERI PIANTATI: 400

SPECIE UTILIZZATE: Farnia, Carpini bianchi, Acero campestre, Olmo minore.

Glicemille

Naturale morbidezza
per la tua pelle.

Trattamenti formulati con Glicerina
ed Estratto Biologico di Camomilla.





VOLPAGO DEL MONTELLO (TV)

AMA CRAI EST

Dal 1° dicembre, nel Comune di Volpago (in provincia di Treviso) sono stati piantumati 200 alberi grazie al supporto economico di Ama CRAI Est. “L’Amministrazione Comunale di Volpago del Montello accoglie con molto favore ed entusiasmo il progetto del Gruppo CRAI di donazione e piantumazione di nuove piante. Si tratta di un’iniziativa che risponde agli obiettivi di miglioramento del contesto ambientale e climatico in cui viviamo e che riveste un importante valore sociale, civile ed educativo per tutta la comunità, con particolare attenzione alle nuove generazioni che avranno la possibilità di vederne la crescita nel tempo, apprezzarne le virtù e avere soddisfazione nel prendersene cura”, hanno dichiarato Paolo Guizzo, sindaco di Volpago, e Giuliana Livotto, assessore alla cultura.

“AMA CRAI dimostra ancora una volta la sua sensibilità sui temi dell’ambiente e del contrasto ai cambiamenti climatici”, ha sottolineato Gianfranco Scola, Direttore Generale di AMA CRAI Est. “Una mission che portiamo avanti assieme ai nostri soci e in tutti i nostri store, promuovendo il consumo sostenibile e i prodotti a chilometro zero e di qualità, oltre a evitare lo spreco alimentare. L’iniziativa in collaborazione con AzzerCO2 ci permette dunque di piantare 200 nuovi alberi, un gesto significativo che non è solo simbolico: i cittadini della Marca Trevigiana godranno di un nuovo piccolo bosco, con tutti i benefici ambientali, sociali e salutari che comporta”.



SCHEDA INTERVENTO

Volpago del Montello, comune italiano di 10.009 abitanti della provincia di Treviso in Veneto, caratterizzato da una vasta urbanizzazione e poche zone verdi.

DOVE: L’intervento è stato realizzato in quattro aree dislocate nelle zone sud, nord-est e centrali del comune - dietro il palazzo comunale - con l’obiettivo di migliorare la qualità dell’ambiente e di conseguenza il benessere dei residenti.

ETTARI IMPIEGATI: 0,5

ALBERI PIANTATI: 200

SPECIE UTILIZZATE: Farnia, Carpino bianco, Acero campestre, Olmo.

CERVIA (RA)

AMA CRAI EST

Dal 5 dicembre sono stati messi a dimora 400 alberi nel Comune di Cervia (RA), grazie al supporto economico di Ama CRAI Est. “La donazione riguarda un patrimonio arboreo consistente, per cui ringraziamo CRAI che si è dimostrata sensibile nei confronti del nostro territorio. Gli alberi saranno piantati in un’area di quasi 5 mila metri quadri, al confine nord-ovest della Pineta di Milano Marittima. È una ulteriore testimonianza di quanto il nostro patrimonio ambientale sia nel cuore di tante realtà e, grazie anche a questa iniziativa che porterà all’ampliamento della nostra pineta, siamo fiduciosi nello sviluppo del nuovo Parco Urbano che valorizzerà non solo la nostra località, ma l’intero territorio”, ha dichiarato Massimo Medri, Sindaco di Cervia.

Gianfranco Scola, direttore generale di AMA CRAI Est, ha aggiunto: “L’iniziativa in collaborazione con AzzerCO2 ci permette di piantare 400 nuovi alberi a Cervia, un gesto significativo che non è solo simbolico, ma sostiene concretamente il parco della Pineta di Cervia, considerato a tutti gli effetti il polmone verde della città e patrimonio naturalistico del territorio, grazie al suo ecosistema fortemente variegato, divenuto nel tempo una meta di eccellenza nel settore del turismo ambientale”.

SCHEDA INTERVENTO

Cervia, località balneare e termale della Riviera romagnola, la cui storia è molto legata alla produzione del sale, conta oltre 28mila abitanti.

DOVE: L’area scelta è stata soggetta nel 2019 a una forte tromba d’aria che l’ha gravemente danneggiata. Le piante verranno messe a dimora su una superficie di 5.000 metri quadri nella parte sud ovest della pineta, ricostituendo la parte danneggiata e la macchia mediterranea per renderla nuovamente fruibile a residenti e turisti.

ETTARI IMPIEGATI: 0,5

ALBERI PIANTATI: 400

SPECIE UTILIZZATE: Frassino maggiore, Pino domestico, Orniello, Acero campestre.





CLAI: CARNI E SALUMI 100% ITALIANI

La cooperativa agroalimentare compie 60 anni.
E continua a offrire al consumatore referenze di qualità, controllate e autentiche.

Clai, Cooperativa Lavoratori Agricoli Imolesi, nasce a Imola (Bologna) nel 1962. Il 2022 segna quindi il traguardo dei 60 anni di attività. A fondarla un gruppo di agricoltori e allevatori che decidono di lavorare insieme per operare nel settore agroalimentare dei salumi e delle carni fresche bovine e suine. Specializzandosi nel salame. L'idea iniziale è quella di sostenere il mondo agricolo della regione natale ma, con il passare del tempo, la realtà cresce sempre di più, arrivando a diventare una delle protagoniste nazionali, e non solo, nel settore.

Sin dalla sua nascita, quindi, Clai propone ai consumatori una filiera di carne 100% italiana, perché coltiva i terreni, perché i soci hanno allevamenti di proprietà e perché la Cooperativa svolge internamente ogni fase della lavorazione del prodotto. Per referenze genuine, autentiche, sicure, controllate, di qualità, dal sapore unico, che sappiano unire il patrimonio della tradizione ai nuovi stili di vita. Punto di forza della cooperativa è la capacità di sa-



per unire allevamento e produzione in un'unica azienda. Clai, infatti, coltiva i terreni, gestisce gli allevamenti di proprietà e svolge internamente ogni fase della lavorazione del prodotto. Importante per la realtà, poi, è mantenere il contatto diretto con il consumatore e proprio per questo si impegna a rispondere tempestivamente alle nuove richieste del mercato. Tutti i suoi prodotti, ad esempio, sono realizzati senza glutine e sono privi di latte e derivati per andare incontro alle nuove esigenze che coinvolgono una larga fetta di con-

sumatori. Oltre a questo, Clai ha anche creato le 'Macellerie del Contadino'. Nove punti vendita in Emilia Romagna che garantiscono il contatto non solo con il territorio, ma anche con il cliente.

Le referenze più richieste

Tra i prodotti Clai si trovano non solo i grandi classici della tradizione italiana, ma anche specialità tipiche della salumeria romagnola. In particolare, sono quattro gli articoli più richiesti. Il primo è la Passita, salsiccia romagnola realizzata con una breve stagionatura

che le permette di essere dolce e tenera. Disponibile nella forma a ferro di cavallo e a calibro molto sottile. C'è poi il Salame Milano, nato in epoca rinascimentale e oggi uno tra i più ricercati a livello nazionale. Per la sua realizzazione, le carni magre e grasse di suino italiano sono macinate a grana di riso, insaporite con sale, aglio e pepe macinato. Terzo prodotto è il Salame Ungherese di origine italiana, che nasce nelle regioni del nord est e si diffonde in Europa durante l'impero Austro Ungarico. Nella sua formula sono presenti solo carni magre e grasse di suino italiano, macinate a grana finissima. Con una leggera affumicatura e una nota di paprika. Infine, da citare sono i Salamini Italiani alla Cacciatora, di piccola taglia, creati per essere uno spuntino durante le battute di caccia. Inizialmente prodotti in Brianza, nel nord ovest di Milano e nelle zone montuose lombarde, ora sono prodotti in tutta la Lombardia e nel territorio nazionale. Vantano la denominazione DOP e sono realizzati da carne di suini italiani, come previsto dal disciplinare.



Partner di CRAI

Per CRAI, la Cooperativa Clai produce il Salame Milano e il Salame Ungherese. Entrambi disponibili nella versione da 4 Kg circa e nella versione 'metà sottovuoto' da 2 Kg circa. Oltre a queste due referenze, poi, realizza anche il Salamino alla Cacciatora DOP da 175 g confezionato in flowpack in atmosfera protettiva.

CLAI



Via Gambellara 62/A
Sasso Morelli (Imola - Bo)



segreteria@clai.it



www.clai.it



Tel. +39 0542 55711



CRAI Italy Food Awards, Oscar dei produttori agroalimentari italiani

CRAI diventa title sponsor
del progetto dedicato alla valorizzazione
delle tipicità territoriali.

Una partnership di tre anni che intende tutelare il lavoro delle imprese italiane dell'agroalimentare, valorizzando i prodotti locali. E' quella che CRAI, in qualità di title sponsor, ha sottoscritto con l'evento piattaforma Italy Food Awards, che per le sue caratteristiche di imparzialità e democraticità è patrocinato dal Ministero delle politiche agricole. La Centrale, infatti, è da sempre impegnata a sostenere le eccellenze del territorio e le piccole e grandi imprese che realizzano le specialità per cui l'Italia è celebre nel mondo. Ancor di più in un momento storico che richiede un'attenzione rigorosa alla qualità.

Questa iniziativa testimonia l'impegno di CRAI a sostegno di queste aziende, che si traduce in un attestato di riconoscimento credibile perché realmente meritocratico, ma anche in attività realizzate a margine dell'iniziativa. Ideate per favorire la creazione di un sistema che promuova l'agroalimentare di tutte le regioni d'Italia.

Le iscrizioni ai 'CRAI Italy Food Awards' sono aperte fino al 10 gennaio 2023 e si rivolgono a 16 categorie: pasta, prodotti da forno, dolci, olio, miele, salumi, vini, liquori e distillati, birra, bottarga, conserve alimentari, formaggi, erbe, spezie e zafferano, funghi, cioccolato, bollicine. I nomi delle aziende selezionate nel Panel dei vincitori o nelle Menzioni speciali verranno comunicati entro il prossimo 20 gennaio 2023. I vincitori, invece, saranno rivelati in occasione della serata di premiazione il prossimo 18 febbraio.

IL PREMIO

Oscar dedicato ai produttori agroalimentari italiani, l'Italy Food Awards si propone di celebrare l'impegno e la competenza delle aziende del settore, con una strategia di promozione e valorizzazione e una particolare attenzione alle piccole e medie imprese, cuore pulsante del nostro Paese. I partecipanti sono chiamati al rispetto di severi criteri di ammissione, verificati da una selezionata giuria di esperti. Elementi di votazione dei candidati sono anche la sostenibilità, il packaging e l'impegno nella diffusione dei prodotti tipici.



IL FUNZIONAMENTO

Iscriversi è semplicissimo. Dopo l'email di conferma, si ricevono le istruzioni per l'invio dei prodotti alle giurie settoriali per la degustazione. Per ogni categoria vengono selezionati un Vincitore e le Menzioni speciali. Gli Oscar vengono consegnati sul palco del Gran Galà di premiazione. A seguire l'organizzazione promuoverà le eccellenze vincitrici per 365 giorni.



Andalini

pasta dal 1956



CON LE MANI IN PASTA...

Prodotti tipici emiliani di alta qualità, grazie alle conoscenze acquisite in tanti anni di esperienza. Le proposte del Pastificio Andalini.

Arrigo Andalini ed Eglentina Aleotti, ragazzi di Cento (provincia di Ferrara), si conoscono perché entrambi dipendenti del pastificio Barbieri. Accomunati dalla stessa passione e forti delle tecniche imparate durante gli anni di lavoro insieme, i due decidono di mettersi in proprio. Nasce così, nel 1956, il Pastificio Andalini & Aleotti, una bottega artigianale di pasta fresca, situata al centro dell'Emilia, patria di questa specialità all'uovo. Prende così vita una realtà che realizza da allora prodotti con ingredienti semplici, naturali e certificati, unificando tradizione e nuove tecnologie. Con il passare del tempo il pastificio decide di espandersi per incrementare l'attività, sia qualitativamente che quantitativamente. Nel 1981, il figlio di Arrigo, Massimo Andalini - acquisita la giusta esperienza lavorativa - rileva l'attività. Nasce il Pastificio Andalini Massimo & C. Il 2001 è l'anno dell'acquisizione di un secondo stabilimento, quello del Pastificio La Sovrana (Canosa di Puglia). L'azienda, che vanta diverse certificazioni internazionali, oggi distribuisce i suoi prodotti in tutta Italia, isole comprese, e anche nel mercato estero.



sue origini, poi, il pastificio non trascura la modernizzazione e si adatta quindi al mercato con novità e nuove linee e ricette investendo su strumenti più aggiornati.

La pasta all'uovo

Fiore all'occhiello del pastificio è la tradizionale pasta all'uovo, autentica e gustosa, che è preparata seguendo i segreti della tradizione emiliana. Viene preferita la semplicità della ricetta originale, con uova fresche di prima qualità da galline allevate a terra, leggerezza nell'impasto e un delicato processo di essiccazione che rende la sfoglia ruvida e porosa, perché essiccata a bassa temperatura.

I best seller

Tra i prodotti più richiesti si possono poi trovare la gramigna, la pastina e i garganelli. Appreziate in particolar modo dai consumer anche altre due linee. La prima è la linea biologica, che riconnette il consumatore con tutto quello che di salutare proviene dalla natura. La seconda è la linea quattro minuti, che permette a chi ha poco tempo per cucinare di godersi la qualità Andalini. Tra i prodotti provenienti dal sito pugliese, invece, spicca la Sovrana, pasta di semola realizzata secondo la tradizione mediterranea.



La produzione

Punti cardine della Andalini sono gli ideali su cui si basa tutto il progetto. Durante l'intero percorso di produzione si inseguono gli ideali di sicurezza del prodotto, qualità, sapori del territorio e tradizione. Molto importante anche la ricerca continua della sostenibilità, sia ambientale che sociale ed economica. Andalini, infatti, si impegna a usare materie prime controllate e provenienti da fornitori che possano garantire la salute del prodotto. Nonostante sia fedele alle

Partner di CRAI

Per Crai il pastificio realizza nel dettaglio tre linee di pasta a marchio privato. La linea Piaceri Italiani (tranne il formato Reginelle) è prodotta nel pastificio pugliese e offre una pasta ruvida, con semola 100% italiana, realizzata con una lenta essiccazione e trafileta al bronzo. C'è poi la linea all'uovo, con prodotti quali i Nidi di Tagliatelle e Fettuccine, insieme a diversi tipi di pastine per il brodo o per zuppe e minestrone. Infine, c'è la linea di pasta BIO, composta da alcuni formati di pastina all'uovo, oltre alla linea di semola integrale BIO 'In Armonia'.

PASTIFICIO ANDALINI



Piazzale Arrigo Andalini, 1
Cento (Fe)



info@andalini.it



www.andalini.it



Tel. +39 051 6856511



La centrale

E' in continua crescita il numero delle scuole iscritte al programma CRAI per la Scuola, che a fine novembre contava oltre 6.440 istituti da tutta Italia.

NOI di CRAI



Scuole e comunità al centro

Prosegue CRAI per la Scuola, il progetto che sostiene le comunità scolastiche. Per l'Edizione 2022-2023 anche il lancio della nuova App e un nuovo ricco catalogo premi.

L'impegno delle insegne retail a sostegno delle comunità scolastiche ha evidenziato in quest'ultimo decennio una forte adesione da parte dei clienti, con effetti positivi sullo scontrino medio e un incremento della brand reputation. I 'community program' sono infatti molto apprezzati dalle famiglie, che in media rappresentano il 46% della base clienti che raccoglie bollini per aiutare le scuole. E' quanto emerso nel corso del convegno 'Community shopping. Retail, responsabilità sociale e sostegno alla scuola', nel quale sono stati presentati i risultati di un'indagine, svolta da Cremit/GfK, circa il gradi-

mento delle campagne di alcune insegne retail nazionali.

Il progetto CRAI per la Scuola

Anche la nostra insegna riconosce l'utilità e l'importanza di queste iniziative e da diversi anni propone ai clienti programmi dedicati alle scuole. La nuova edizione CRAI per la Scuola 2022-23 è il risultato di un percorso di miglioramento strutturale e gestionale che, nel tempo, ha visto diversi interventi volti a rafforzare e migliorare le performance del progetto. Già con l'edizione 2019-2020 è stato realizzato un restyling del sito per renderlo più responsive. E' stata inoltre introdotta la modalità di cari-

camento digitale dei buoni (prima solo manuale). In parallelo anche l'attivazione del call center 'Servizio cortesia' dedicato alle scuole. Per supportare le azioni di coinvolgimento degli istituti, ora vengono anche gestite al meglio le DEM (newsletter dedicate) rivolte a quelli iscritti. Nelle edizioni 2020-21 e 2021-22 il progetto è stato rafforzato attraverso l'attivazione di diverse collezioni nel periodo back to school, con l'obiettivo di accelerare ulteriormente la raccolta punti. Il progetto di quest'anno ha visto il lancio della nuova App dedicata, per facilitare le operazioni di carico punti e la richiesta premi da parte delle scuole.



**C'È CHI È
SOSTENIBILE
OGGI.
E CHI LO È
DA UN
SACCO.**

Da oltre 40 anni noi di Virosac uniamo passione, tecnologia e produzione Made in Italy. Creiamo prodotti con materiali innovativi ed ecosostenibili che concretamente riducono l'impatto ambientale. La nostra è la storia di chi, da sempre, fa del rispetto per la natura una condizione essenziale in tutte le fasi di produzione. Siamo diventati il primo brand italiano nei sacchi bio per la conservazione degli alimenti e per i rifiuti. Ed è così che continuiamo a sviluppare prodotti che soddisfano le esigenze di tutti, anche dell'ambiente.



L'EDIZIONE 2022-2023

L'iniziativa è come sempre rivolta a scuole d'infanzia, primarie e secondarie di primo e secondo grado; private, statali e paritarie di tutta Italia; già iscritte o di nuova iscrizione. L'obiettivo è quello di favorire l'educazione di bambini e ragazzi attraverso materiali didattici e strumenti utili all'insegnamento, da scegliere tra i premi appositamente pensati e selezionati.

L'iscrizione, gratuita e senza impegno, viene effettuata dal Dirigente Scolastico (o da un suo delegato) attraverso la registrazione sul sito, utilizzando le credenziali (Codice meccanografico dell'Istituto Comprensivo e password) ricevute all'e-mail meccanografica dell'IC. Per chiarimenti è a disposizione il Servizio Cortesia, tramite la sezione Contatti.

La partenza dell'iniziativa è stata comunicata a tutte le scuole iscritte, con l'invio di una Dem dedicata da parte dello staff Crai-perlascuola. I Buoni possono essere richiesti dai clienti utilizzando i punti elettronici accumulati sulla propria Carta con il programma loyalty 'Carta Più Premia la tua Spesa'. Scaricando 400 'Punti Cuore', si ottiene 1 Buono Scuola del valore di 500 punti, da donare alla Scuola preferita.



LA APP CRAI PER LA SCUOLA

A settembre 2022 è stata lanciata una APP interamente dedicata all'iniziativa 'CRAI per la scuola'. Scaricabile da Apple Store e Google Play Store e quindi idonea sia a dispositivi iOS sia Android. Nuova, intuitiva, pratica, consente di semplificare i passaggi e di caricare i punti scuola in pochissimo tempo, senza richiedere dati e informazioni personali. L'applicazione prevede infatti una home page con banner; una pagina di selezione scuola (che sarà impostata come preferita, senza doverla selezionare ogni volta, ma modificabile in qualsiasi momento dall'utente); una pagina di caricamento codici con selezione modalità lettura fotocamera del codice a barre o digitazione manuale delle sue 13 cifre; una gallery dei premi a catalogo con filtri di ricerca per categoria/tipo scuola/punti richiesti e per finire la pagina contatti e la pagina informativa e privacy.

LE DATE DEL PROGETTO

**Erogazione Punti Cuore Carta Più:
da lunedì 26 settembre 2022 a sabato 23 settembre 2023**

- **Termine richiesta Buoni CRAI per la Scuola:** sabato 7 ottobre 2023
- **Iscrizione scuole:** da lunedì 26 settembre 2022 a lunedì 13 novembre 2023
- **Caricamento Buoni CRAI per la Scuola:** da lunedì 14 novembre 2022 a lunedì 13 novembre 2023
- **Termine caricamento Buoni CRAI per la Scuola:** entro le ore 23.59 di lunedì 13 novembre 2023
- **Richiesta prodotti catalogo:** da martedì 15 novembre 2022 a lunedì 13 novembre 2023
- **Termine richiesta prodotti:** entro le ore 23.59 di lunedì 13 novembre 2023

Importanza del negozio

Fondamentale è il ruolo del negozio, per diffondere e far conoscere l'iniziativa a clienti, alunni, famiglie e quante più persone possibili, invitandoli a donare i Buoni alla Scuola. Nelle località in cui il punto vendita spinge proattivamente l'iniziativa, infatti, si rilevano risultati di adesione e richiesta premi più elevati da parte delle scuole, con maggior coinvolgimento delle famiglie che gravitano sugli istituti presenti nel bacino d'utenza del negozio. Nel

momento in cui si riesce ad attivare l'ingaggio dei clienti e delle comunità scolastiche, si innescano dei comportamenti d'acquisto che influiscono positivamente sulle vendite del negozio e creano fedeltà all'insegna.

Come caricare i Buoni Scuola

I Buoni Scuola possono essere caricati dai clienti CRAI oppure dalle scuole stesse, sul sito o tramite l'App. E' necessario selezionare la Scuola e inserire il Codice Segreto

identificativo di ciascun Buono. Tramite App, dopo aver scelto la propria scuola, i codici possono essere caricati inquadrando con la fotocamera il Codice a barre stampato sul tagliando, oppure digitando manualmente le 13 cifre.

La richiesta dei premi

Ciascun plesso potrà richiedere gratuitamente uno o più premi del Catalogo scuola 2022-2023, presente sul sito dedicato. La consegna sarà completamente gratuita.

Miglior gatto®

STERILIZED



RESTA IN FORMA SENZA RINUNCIARE AL GUSTO



Peso ideale.
Ridotto contenuto di grassi*



Tratto urinario sano.
Corretto pH urinario.



Alta appetibilità.
Materie prime selezionate.

La linea Migliorgatto Sterilized propone ricette formulate ad hoc per rispondere alle **specifiche esigenze nutrizionali** del vostro gatto sterilizzato.



Scopri le novità sui nuovi formati da 1,5 kg nel nostro sito www.morando.it



Il catalogo premi

L'assortimento dedicato alle scuole è composto da materiale didattico, attrezzature ludico-sportive e tecnologiche, adatte per supportare le attività scolastiche.



Carta crespa
10 rotoli
1.100 PUNTI SCUOLA



Confezione 24
pennarelli maxi punta
1.200 PUNTI SCUOLA



Confezione 12 penne
Fineliner
1.300 PUNTI SCUOLA



Matite grafite HB -
48 pezzi
1.350 PUNTI SCUOLA



Pouches per
plastificatrici a caldo A4 - 100 pezzi
1.350 PUNTI SCUOLA



Plastilina Plasty
Creator Set
1.500 PUNTI SCUOLA



Metro di colore
100 pezzi
1.750 PUNTI SCUOLA



Carta origami manto
animali - 72 fogli
1.800 PUNTI SCUOLA



Promemoria
cm 7,5x7,5 - 48 pezzi
1.800 PUNTI SCUOLA



Set Pittura
1.800 PUNTI SCUOLA



Carta e materiale
creativo per tutto l'anno
2.100 PUNTI SCUOLA



Microscopio Super Kit
2.400 PUNTI SCUOLA



Lunga vita alle Sneakers



SNEAKER CARE
by CALZANETTO

**Per amarle e proteggerle.
Sempre.**

Scegli la prima linea completa dedicata
all'igiene, alla pulizia e alla bellezza
delle tue sneakers bianche e colorate.



TOTAL WHITE REPAIR

SPUGNA BIANCA COPRENTE

Trattamento
riparatore



La centrale

Il catalogo premi

NOI di **CRAI**



Set 5 risme di carta A4
2.400 PUNTI SCUOLA



Tempera colori
pastello - 8 flaconi
2.900 PUNTI SCUOLA



Gioco Playmais mosaico
confezione scuola
3.000 PUNTI SCUOLA



Maracas in legno
da colorare
3.000 PUNTI SCUOLA



Set per tecniche con
i rulli - 31 pezzi
3.000 PUNTI SCUOLA



Plasticatrice a caldo/a freddo
- formato A4
3.100 PUNTI SCUOLA



Cuffie con microfono
3.400 PUNTI SCUOLA



Set elementi per percorsi
4.300 PUNTI SCUOLA



Sapientino Esploramondo
4.400 PUNTI SCUOLA



Carrello portapalloncini e giochi
2.900 PUNTI SCUOLA



Registratore a microfono bluetooth
8.100 PUNTI SCUOLA



Diffusore amplificato portatile bluetooth
11.700 PUNTI SCUOLA



Tablet 10,3" FULL-HD
16.600 PUNTI SCUOLA



NOTEBOOK 15.6" HD AMD RAM8GB
SS256 WIN10
49.900 PUNTI SCUOLA





MISSION: PORTARE LA GRECIA IN ITALIA



Manuzzi Import Export
seleziona con attenzione produttori
e prodotti ellenici, per portare in Italia
il meglio dell'alimentare tipico del Paese,
preservandone appieno la qualità.



Un viaggio fu galeotto. Quello compiuto in Grecia dalla famiglia Manuzzi, che dopo aver visitato il Paese, nota che in Italia mancano i prodotti alimentari tipici della terra ellenica. Siamo negli anni '80 e sugli scaffali non c'è l'ombra, ad esempio, del famoso yogurt greco. Da questa intuizione nasce, nel 1985, l'azienda commerciale Manuzzi Import Export.

La società

Feta, yogurt greco, salse etniche (tra cui hummus e tzatziki) e basi pronte etniche (la pasta fillo e il kataifi). Sono alcune delle specialità selezionate con passione in Grecia dalla Manuzzi, che poi le commercializza in tutta Italia, attraverso il canale della grande distribuzione organizzata. Fin dall'inizio, la società seleziona con attenzione i fornitori, verificando che le materie prime utilizzate siano sane, tracciabili e di qualità. Grazie ai numerosi brand proposti, l'azienda cesenate garantisce produttività su larga scala, un alto livello qualitativo e un'estrema flessibilità nel 'time to market' e nei processi decisionali interni. I diversi posizionamenti di prezzo dispo-

nibili si adattano sia a un target economy sia a un consumatore più esigente. Le referenze, poi, soddisfano anche i clienti attenti alla salute, che esprimono curiosità verso prodotti diversi dalla tradizione italiana senza voler rinunciare alla qualità.

Una realtà in crescita

Anche se nel 2022 lo yogurt greco ha registrato un freno a causa della crisi e della competizione con il segmento proteico, Manuzzi si aspetta che, nel prossimo futuro, il prodotto tornerà a crescere, seppur non con i tassi registrati negli ultimi anni. Per la feta e, in generale, per i cibi etnici, invece, può contare su una potenziale penetrazione di mercato molto ampia. Che si svilupperà progressivamente nel prossimo periodo grazie a una serie di fattori di osmosi culturale.

Viste le performance positive dell'azienda, che dal 2010 al 2021 ha visto più che triplicare il fatturato, oggi si pensa ancora più in grande. La volontà è quella di aumentare la produttività, di proporre una gamma più ampia di articoli e approdare in nuovi mercati internazionali mantenendo qualità e prezzi corretti.



Partner di CRAI

Manuzzi è partner di CRAI con la feta e con lo yogurt greco in diverse versioni: intero o magro. Quest'ultimo declinato anche nei gusti pesca, vaniglia, fragola e caffè.

MANUZZI IMPORT EXPORT



Via Cervese 373
47521 Cesena (Fc)



info@manuzzi.it



www.manuzzi.it



Tel. +39 0547 631444



PIACERI ITALIANI PRESENTE AL SIAL PARIS 2022

Paris, mon amour

Una vetrina internazionale, quella della kermesse alimentare di Sial, per la linea Piaceri Italiani di CRAI. Con l'obiettivo di far crescere prodotti (e produttori) anche all'estero.

“In uno scenario economico così critico, portare i prodotti Piaceri Italiani di Crai a Sial Paris è allo stesso tempo un traguardo e un punto di partenza”. Pietro Poltronieri, Direttore MDD di CRAI Secom, spiega le motivazioni che hanno portato la Centrale a essere presente, con uno stand dedicato, a una delle più importanti fiere internazionali dell'alimentare. Dal 15 al 19 ottobre, infatti, la linea premium Piaceri Italiani è stata protagonista nel quartiere espositivo della capitale francese. Un'occasione imperdibile per presentare alla platea internazionale il fiore all'occhiello della proposta premium, che recentemente ha vinto con due referenze ai 'PLMA's 2022 International Salute to Excellence Awards'. Obiettivi? Individuare distributori e operatori esteri per creare legami commerciali e diffondere il marchio anche sui mercati esteri.

“Non si tratta solo di far conoscere e apprezzare le eccellenze del nostro terri-

torio oltreconfine”, prosegue Poltronieri. “La nostra presenza a una delle principali fiere food del mondo è la conferma della validità del lavoro svolto fin qui e dell'apprezzamento – anche internazionale – che la nostra marca sta riscontrando. Allo stesso tempo, l'iniziativa rappresenta un impegno verso i fornitori che rappresentiamo, perché contribuisce allo sviluppo del brand e all'aumento dei volumi. Grazie ai consolidati rapporti di fiducia che abbiamo instaurato con aziende selezionate, garantiamo una proposta d'eccellenza, testimone della grande qualità della tradizione alimentare del nostro Paese, che vogliamo contribuire a far conoscere nel mondo”.

La gamma

Piaceri Italiani è la linea di oltre 300 referenze accuratamente scelte da CRAI tra quelle più rappresentative del gusto italiano e di quanto risulta identificativo del nostro Paese nell'alto di gamma. Il

progetto prevede un forte ampliamento della linea, cercando sempre il meglio dei produttori italiani. “Lo sviluppo delle nostre linee a marchio rappresenta un elemento fondamentale nel percorso evolutivo di crescita del Gruppo CRAI”, ha dichiarato Giangiacomo Ibba, Amministratore Delegato di CRAI Secom. “Motivo per cui abbiamo portato a Sial l'eccellenza dei prodotti Piaceri Italiani. Sono convinto che la marca del distributore sia una leva strategica di fidelizzazione molto efficace, a patto che la referenza a marchio sia interpretata come un vero brand, di qualità e con un prezzo accessibile per il valore intrinseco che si riceve dal prodotto”.

Ma CRAI non si ferma mai e guarda sempre al futuro, al perfezionamento e alla crescita: “Abbiamo diversi cantieri progettuali aperti”, spiega l'Ad, “che ci consentiranno di rafforzarci e affrontare le sfide che il mercato ci impone nel miglior modo possibile”.

SIAL

Sial Paris, fiera internazionale del food&beverage, si è tenuta dal 15 al 19 ottobre scorsi negli spazi espositivi di Paris Nord Villepinte. Cinque giorni “All'insegna di business, ispirazione ed experience”, come dichiarato da Nicolas Trenteseaux, direttore generale di Sial Network, con al centro il tema 'Own The Change'. Per sottolineare le sfide ambientali, etiche, digitali e demografiche necessarie per garantire una filiera alimentare più virtuosa. In aggiunta all'area espositiva di 250mila metri quadrati, infatti, anche un denso calendario di eventi e contenuti con i Sial Talks, le conferenze e dibattiti dedicati alle tematiche più calde nel settore alimentare, e i Sial Insights, dedicati agli studi internazionali sui consumi futuri e l'innovazione. Protagonisti circa 7mila espositori provenienti da 127 paesi. Un evento che ha chiamato a raccolta 265mila professionisti (85% stranieri), di cui un 50% importatori ed esportatori e 8mila top buyer, per un portafoglio acquisti di oltre 50 miliardi di euro. Per la prima volta, l'Italia è stato il Paese più rappresentato con oltre 800 espositori. L'edizione 2024 è programmata dal 19 al 23 ottobre, per il 60esimo anniversario della manifestazione.



UN MOLINO ATTENTO AGLI SVILUPPI DEL MERCATO

Farine, sfarinati di cereali, preparati in polvere, agenti lievitanti e tanto altro da Molino Chiavazza.



Molino Chiavazza è un impianto molitore italiano che da oltre 60 anni produce e confeziona farine di grano tenero, ingredienti di base e altri prodotti, destinati al consumo domestico e professionale.

L'attività apre nel 1955 quando i fratelli Bartolomeo e Giuseppe Chiavazza acquisiscono la gestione di un vecchio molino a palmenti (costituito da due ruote in pietra, una fissa, l'altra ruotante) di proprietà familiare dal 1936. L'evoluzione non ha mai spaventato l'azienda, che ha presto intrapreso la strada della modernizzazione adeguandosi alle nuove richieste e necessità del momento. Non a caso dal 2015 è attivo un reparto per la realizzazione di prodotti per persone intolleranti al glutine. Inoltre, il mercato apprezza la vocazione di 'azienda verde' con cui Molino Chiavazza si pone obiettivi sempre più ambiziosi. Come la scelta di utilizzare gran parte delle energie provenienti da fonti rinnovabili o quella di abolire tutte le confezioni in plastica.

La società conta oggi due unità produttive. La prima, che lavora oltre 400 tonnellate di grano ogni giorno, si trova a Casalgrasso (Cn). Qui sono situati gli impianti di macinazione e il reparto confezionamento di farine e semole. La seconda, invece, è a Pancalieri (To), dove si trova l'unità produttiva che si occupa di preparare, confezionare e commercializzare gli sfarinati di cereali e i loro derivati, preparati in polvere per prodotti da forno e dolciari, agenti lievitanti ed estrusi a base di cereali. La realtà, che è in grado di confezionare 500mila pack al giorno di diversi formati, offre tra le al-

tre cose farine e semole a uso casalingo da 0,5 a 5 Kg e a uso professionale (25 Kg). Molino Chiavazza dispone di quattro reparti separati e di 19 linee produttive che comprendono le fasi di miscelazione ingredienti e confezionamento in diverse tipologie di materiali: sacchetti carta, astucci in cartoncino, confezioni sottovuoto e in atmosfera protettiva, bustine alluminate single o multipack.

Tutti questi elementi hanno contribuito allo sviluppo della società, con una previsione di fatturato 2022 pari a 65 milioni di euro e una crescita in quantità superiore all'11%.

Core business, da sempre, la private label. Molino Chiavazza offre ai suoi clienti referenze certificate, prodotti rispettosi dell'ambiente e un'attenzione particolare all'etichettatura e alla presenza di allergeni.

Per il futuro sono previsti importanti investimenti sull'integrazione verticale, per poter garantire un maggior controllo su prodotto e qualità/conservazione lungo tutto il percorso produttivo. A riprova di questo sono già stati ampliati gli spazi di stoccaggio di materie prime, in modo da non doversi più rivolgere a magazzini esterni. Altro obiettivo è quello di utilizzare impianti più specializzati nella produzione di specifici prodotti (Bio ad esempio).



Partner di CRAI

Il Molino Chiavazza produce 16 referenze a marchio Crai. In particolare, due di queste sono state aggiunte nel 2021. La prima è una miscela di farina di grano tenero e lievito da 1 Kg per la preparazione di dolci. La seconda è una farina di grano tenero tipo 1 macinata a pietra da 500 g.

MOLINO F.LLI CHIAVAZZA S.P.A.



Via Racconigi, 5
12030 Casalgrasso (CN)



REFERENTE
franco.acconero@molinochiavazza.it



www.molinochiavazza.it



Tel. +39 348 2634633



Leadership al femminile è 'Human First'

L'appuntamento dedicato alle donne manager di CRAI, quest'anno, ha messo al centro l'attenzione per la persona.



Percorso di Talk formativi dedicato alle donne Manager del mondo CRAI

A Anche nel 2022 non poteva mancare l'appuntamento di CRAI con 'Leadership al femminile'. L'iniziativa intende coinvolgere le donne manager del mondo CRAI, indipendentemente da livello e seniority, in un percorso che potenzi le skill di gestione delle persone. Avviato nel 2017, il corso online (che prevedeva almeno un appuntamento 'in presenza') ha visto crescere le adesioni di anno in anno, interrompendosi solo nel 2021 a causa della pandemia.

Il format

Nel 2022 il progetto si è svolto in modalità completamente online. Il format ideato ha previsto una serie di 'Talk': interventi formativi proposti sotto forma di incontri monotematici, ispirati al

noto programma TED, secondo il principio di raccogliere 'ideas worth spreading', cioè selezionare e rendere fruibili le idee che meritano di essere diffuse. Il calendario ha previsto 5 appuntamenti, nel corso di 10 mesi, della durata di 2 ore e mezza l'uno; oltre a un incontro finale di 3 ore che, sebbene si sia tenuto anch'esso online, è stato pensato in modo da essere interattivo, alternando momenti di 'incontro' fra partecipanti in stanze virtuali ad altri collettivi per un 'confronto d'aula'. A condurre i Talk, il Prof. Marco Ghetti, Founding Partner del network Mosaic, professionista che dal 1992 opera su progetti di sviluppo manageriale e consulenza HR, nonché docente presso la LUISS Business School di Roma.

IL PROGRAMMA FORMATIVO

Gestire lo stress e l'energia

- Bilanciare lo spendere con il recuperare
- Per creare nuova capacità, spingere di poco oltre i limiti, e poi recuperare
- Gestire l'energia e avere benessere richiede rituali (buone abitudini)
- La nostra energia attinge a 4 fonti: fisica, emozionale, mentale, spirituale
- Se anche una sola delle fonti è deficitaria, non avremo un senso pieno di energia e benessere

Regolare l'emotività

- E' essenziale la consapevolezza, o 'presenza mentale':
 - reazione vs risposta
 - sottrarsi al sequestro emotivo
 - emozioni ed emotività
- Consapevolezza o pilota automatico? (e frequente escalation emozionale)
- Per regolare l'emotività:
 - presenza mentale
 - discernimento
 - recupero emozionale

Come gestire le personalità 'difficili'

- Ci sono persone strane e persone normali? No, ci sono le differenze
- Quattro diversi stili comportamentali: controlling, supporting, analyzing, promoting
- Il mio stile è la mia coperta di Linus
- Ma per crescere devo diventare flessibile agli stili diversi dal mio
- Più che 'gestire' le persone difficili, cerchiamo di gestire meglio noi stessi 'con' le persone diverse

Sapersi rapportare con l'aggressività

- L'aggressività è un attacco, e può essere:
 - esplicita o nascosta
 - fisica
 - verbale
- Ci sono tre possibili risposte all'aggressività:
 - Aggressiva (dannosa)
 - Passiva (dannosa)
 - Assertiva (utile)
- Gli ingredienti dell'assertività:
 - Autocontrollo emotivo
 - Empatia
 - Utilizzo soft dei propri mezzi di forza

Risolvere le situazioni di conflitto

- Prima domanda da porsi: voglio vincere io, o voglio una risoluzione accettata da entrambi?
- Esistono 6 possibili strategie di risposta:
 - Non fare nulla
 - Guerra
 - Cerotto
 - Compromesso
 - Escalation gerarchica
 - La Conflict Partnership è quella che offre soluzioni più solide nel tempo
- Il percorso di conflict partnership si fonda su di un paziente chiarimento delle percezioni e dei bisogni, e può così generare alternative di soluzione, per il beneficio comune.

Un mondo di miele per il tuo benessere.



Ambrosoli
Il massimo del miele



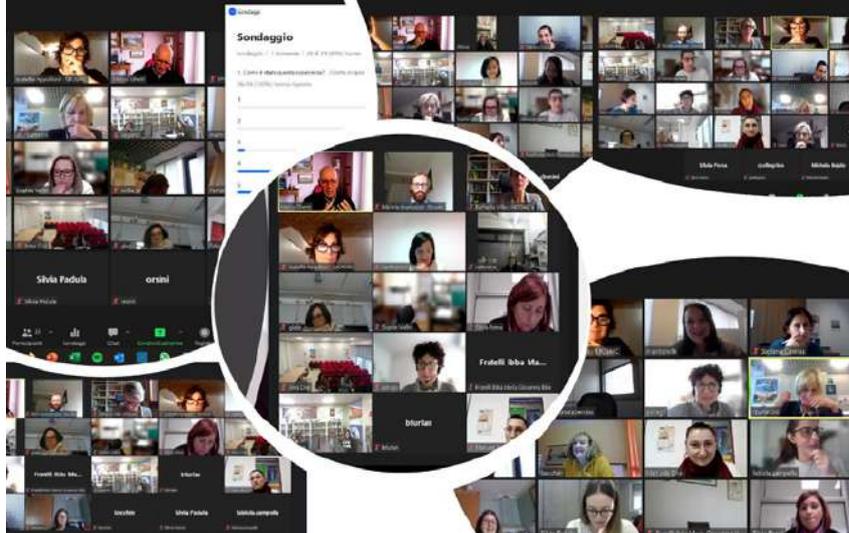
Il tema

Il titolo del percorso di quest'anno era 'Human First', nato anche dalla considerazione che in questo periodo storico post pandemia, e in piena crisi economica, il bisogno fondamentale delle organizzazioni per continuare a operare sul mercato con serenità e resilienza è quello di prendersi cura dell'uomo, prima ancora che del professionista, sia esso dipendente, cliente o qualsiasi altro soggetto della catena del valore. Si è dunque scelto di trattare argomenti molto delicati, relativi alla gestione del sé e alle relazioni interpersonali.

Le tematiche (vedi box) sono state affrontate in diversi moduli, ciascuno inquadrato in una cornice più teorica e poi, in un processo graduale di sviluppo di consapevolezza, è stato articolato in esempi tratti dal mondo aziendale. In questo modo non solo si forniscono spunti di riflessione, ma si invita anche a una messa in atto immediata. Al termine delle 2 ore di presentazione dell'argomento è sempre stato lasciato spazio alle domande dirette.

L'ultimo appuntamento

Al termine del quinto Talk è stata condotta una survey per raccogliere spunti su come organizzare al meglio l'incontro finale e renderlo il più utile possibile. Fino all'ultimo si sperava di poter svolgere in presenza l'ultimo modulo, ma si è poi deciso di concludere online, per



ragioni principalmente logistiche e preventive rispetto al Covid, vista la numerosità delle iscritte (oltre 50 da tutti i CEDI del mondo CRAI, sia FOOD che DRUG). La squadra di Mosaic, capeggiata dal Prof. Ghetti, ha organizzato l'esperienza delle 3 ore in modo che potessero essere il più possibile un'esperienza condivisibile e di elevata interazione, volta a favorire il networking e lo scambio di idee ed esperienze tra le componenti della comunità femminile, in una logica di peer-mentorship non formale, che fungesse da rete di supporto.

Il risultato

I Talk hanno favorito un processo di consapevolezza personale rispetto alle tematiche trattate, diventando un'occasione per fermarsi a riflettere e decodificare meglio le situazioni di criticità, con una forte attenzione a come poter vivere ogni situazione nel modo più costruttivo e utile possibile, migliorando le relazioni senza perdere di vista il benessere personale. Il 68% delle partecipanti ha giudicato molto interessanti i temi affrontati dai Talk. Al termine dell'ultima giornata ogni partecipante ha scritto un augurio alle altre colleghe. Ad esempio 'vi

auguro': "di continuare ad avere cura delle relazioni, ma anche di voi stesse"; "di essere felici e soddisfatte"; "di essere apprezzate per il vostro valore"; "di trovare l'equilibrio tra le proprie emozioni e la propria professionalità"; "di credere sempre in voi stesse"; "di costruire sempre dei ponti che vi permettano di vivere serene e ottenere i migliori risultati nel lavoro e nella vita privata". Un momento molto bello di condivisione che ha evidenziato quanto il network favorito da questi incontri rappresenti anche una catena di supporto e di solidarietà reciproca.



LA PAROLA ALLE PARTECIPANTI

Qualche apprezzamento emerso dalla survey:

"Molti spunti di lavoro applicabili sia in ambito professionale che personale"

"Molti gli spunti utili per me in ogni incontro"

"Ho particolarmente apprezzato la partecipazione di colleghe che, con le loro domande, hanno aiutato anche me a porne in modo utile"

"Il taglio della formazione, in particolare l'applicabilità dei suggerimenti e punti di vista emersi"



UN PANE SEMPLICE, MORBIDO E ATTENTO AL TERRITORIO

Artebianca, con le sue referenze senza crosta, propone prodotti equilibrati a livello nutrizionale e rispettosi dell'ambiente.

Artebianca nasce nel 1968, in terra veneziana, su iniziativa del fondatore, Adriano Anzanello. Partendo da una matrice artigianale, oggi è un gruppo imprenditoriale dinamico che propone al mercato pane senza crosta in diverse ricette e formati. Tutti realizzati tramite l'uso di pochi ingredienti selezionati e una lunga lievitazione.

Da sempre l'obiettivo è stato quello di proporre ai consumatori prodotti sani e di alta qualità. Con grande attenzione verso le materie prime, scelte in prossimità dell'azienda, e verso i processi produttivi. Artebianca si impegna a garantire la trasparenza, il rispetto e la sostenibilità lungo tutto il processo produttivo. Grazie ai controlli, interni e degli enti certificatori esterni, infatti, ai consumatori è garantita la sicurezza e il valore della filiera in ogni momento della lavorazione. La realtà, poi, è da sempre attenta anche al territorio. Per questo si impegna, insieme a diverse associazioni, a sostenere iniziative per lo sviluppo sociale, culturale e sportivo locale. Per un pane senza crosta equilibrato a livello nutrizionale e rispettoso dell'ambiente.

I prodotti

Famosi sono gli iconici Pan Piuma e Pan Piumino, oltre alla linea Classica e ai prodotti in private label e biologici. In particolare Pan Piuma, lanciato sul mercato nel 2009, ha innovato il mondo del tramezzino. Realizzato con i tradizionali metodi della panificazione, una lenta lievitazione e una formulazione con al suo interno solo sei ingredienti, tutti naturali. Con nobile olio di oliva e senza lattosio, olio di palma, derivati animali, additivi, conservanti e coloranti. La referenza è così più sana e naturale ed è anche certificata Vegan. Pan Piumino, invece, nasce in un secondo momento ed è pensato soprattutto per i più piccoli. Realizzato con ingredienti biologici, è il primo brand che non usa zuccheri aggiunti nella ricetta dei pani industriali e impiega poco

lievito. Le fette, più piccole e spesse, risultano morbide naturalmente, senza il ricorso all'aggiunta di monodigliceridi o altri additivi per la sofficità.

Presente e futuro

Artebianca in questo momento è gestita dal figlio del fondatore, Massimiliano Anzanello, che ha continuato il percorso d'innovazione e crescita intrapreso dal padre. L'azienda è riuscita a raggiungere un fatturato di 26 milioni di euro e per il futuro punta ancora a un incremento nelle performance. È prevista per il prossimo periodo, infatti, una crescita del +20% sul fatturato e un aumento del +10% sui volumi. Nei piani di Artebianca c'è anche l'espansione. Si punta alla crescita nelle zone del Centro e del Sud Italia ma lo sguardo non è orientato solo verso il Bel Paese. In programma, infatti, c'è anche il 'Progetto Export'. Il lancio di un prodotto dedicato al mercato internazionale e quindi diverso dalla versione italiana. Artebianca continua quindi a essere un'azienda che propone referenze che rimangono fedeli alla tradizione ma che sanno anche innovarsi in base alle richieste e ai cambiamenti del mercato.

Partner di CRAI

Artebianca produce per Crai il pane senza crosta in tre tipologie: pane per tramezzini 250 g, pane per tramezzini integrale da 400 g, pane per tramezzini di grano duro da 400 g.



ARTEBIANCA



Via del Trifoglio 18/22
30175 Venezia – Italy



info@artebiancagroup.it



www.artebiancagroup.it



Tel. +39 041 5384233



Nettare o non nettare? Questo è il problema...

Succo, polpa, spremuta, nettare... Le diciture legate alle bevande a base frutta sono diverse. Ma non intercambiabili. Cosa dicono le normative?

Orientarsi nel mondo dei claim riguardanti le bevande a base frutta non è per niente semplice. Le tipologie sono diverse e ciascuna con le proprie peculiarità. Una valida bussola è certamente rappresentata dalla normativa vigente. Cosa dice? Vediamolo insieme.

100% SUCCO DI FRUTTA

La direttiva 2001/112/CE, con i suoi successivi aggiornamenti, disciplina e regola i succhi di frutta e altri prodotti analoghi destinati all'alimentazione umana. Per succo di frutta si intende: "Il prodotto fermentescibile ma non fermentato, ottenuto da frutta sana e matura, fresca o conservata a freddo, appartenente a una o più specie e avente il colore, l'aroma e il gusto caratteristici dei succhi di frutta da cui proviene".

Nei succhi di frutta in senso stretto, la percentuale di zucchero indicato in etichetta fa riferimento soltanto allo zucchero naturalmente presente nel frutto. In base alla normativa europea il prodotto deve contenere

frutta naturale o succo precedentemente concentrato e poi ricostituito (l'acqua eliminata viene nuovamente aggiunta), senza l'aggiunta di conservanti, dolcificanti o aromi.

DA CONCENTRATO:

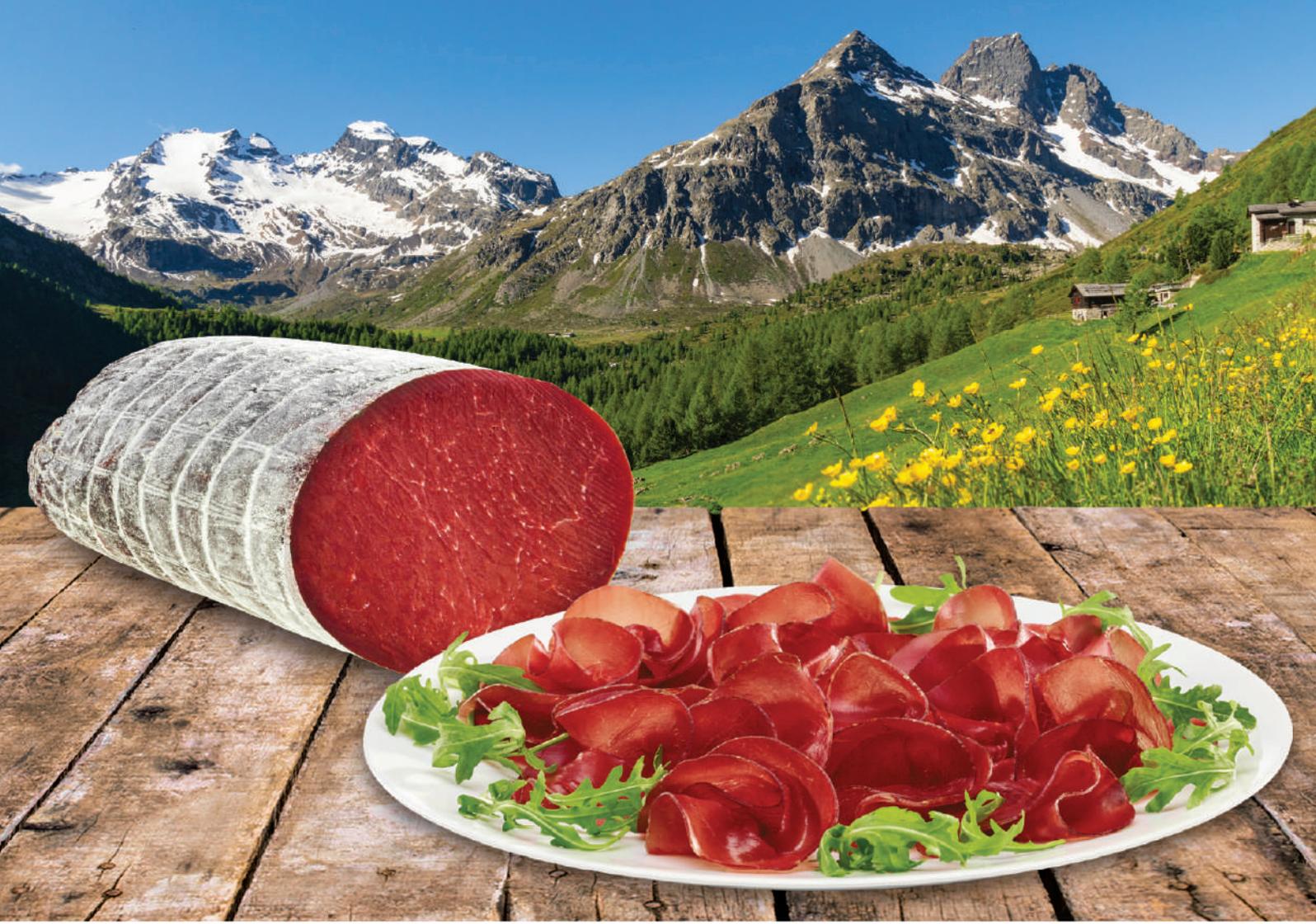
nella definizione 'succo di frutta da concentrato' si fa riferimento a un succo in cui viene introdotta l'acqua precedentemente eliminata durante il processo di concentrazione.

CONCENTRATO:

è il prodotto ottenuto dal succo di frutta di una o più specie, mediante eliminazione fisica di una determinata quantità d'acqua. Se il prodotto è destinato al consumo diretto, questa eliminazione deve essere almeno pari al 50%.

In etichetta i prodotti così ottenuti devono riportare la denominazione "succo di... da concentrato" o "a base di succo concentrato".





Bresaola della Valtellina I.G.P.

PUNTA D'ANCA

LA TRADIZIONE, GESTO DOPO GESTO.

È semplicemente la miglior bresaola della Valtellina, contrassegnata dal marchio IGP. È prodotta con la punta d'anca, un taglio di prima scelta della coscia bovina, e con le spezie e gli aromi più pregiati provenienti da tutto il mondo. Nel processo di lavorazione vengono seguiti antichi dettami frutto di una tradizione secolare che consentono di preservare la genuinità e la freschezza di questo prodotto, il suo inconfondibile sapore e le proprietà organolettiche. La bresaola è un alimento ideale per rispondere al fabbisogno nutrizionale quotidiano perché è ricca di proteine, povera di grassi, e una fonte importante di potassio e vitamine B1, B6 e B12.

RIGAMONTI[®]
Qualità dal 1913



NETTARE DI FRUTTA

Si definisce nettare il prodotto ottenuto a partire dal succo di frutta, o dalla purea di frutta o da entrambi, a cui si aggiunge acqua ed eventualmente zucchero o edulcoranti. Per produrre il nettare di frutta - in cui la percentuale di frutta rispetto a un succo 100% è inferiore - e ottenere un prodotto dal punto di vista organoletticamente superiore, di solito vengono scelti frutti che contengono molta polpa, come pera, albicocca e pesca. Per legge, l'aggiunta di zuccheri in questa tipologia di prodotti è consentita nel limite massimo del 20% in peso rispetto al peso totale del prodotto finito. Sulle etichette del nettare di frutta - che deve essere realizzato con una percentuale di purea o succo di frutta mai inferiore al 25% (in genere tra il 25 e il 50%) - comparirà la scritta 'Frutta ...% minimo'.



SUCCO E POLPA



Il nettare di frutta viene anche chiamato 'Succo e polpa' se la materia di partenza utilizzata è la purea di frutta (ottenuta da frutti solidi come la mela, ad esempio) che a sua volta può essere concentrata o non concentrata. Quando si parla di purea di frutta si intende quel che si ricava setacciando la parte commestibile dei frutti senza eliminare il succo. Anche in questo caso, dopo la dicitura 'Succo e polpa', in etichetta compare la percentuale minima di frutta contenuta. In Italia, i nettari ottenuti esclusivamente dalla purea di frutta possono essere definiti come 'succo e polpa di ...'.



SPREMUTE DI FRUTTA

Con il termine 'spremuta' si indicano tutti quei succhi che derivano dalla spremitura meccanica della polpa, generalmente degli agrumi, ottenendo così un prodotto contenente gli zuccheri, le vitamine e i sali minerali dell'agrume di partenza, ma con una minore quantità di fibra rispetto al frutto fresco.



Idee per cena? Ci pensiamo noi!

Giornata pesante?
Le Virtù di Zuppa sono la coccola che ti meriti!



Semplici, veloci e buoni!
Caponata di Verdure e Tris Grigliato il gusto è in tavola!



Buoni, teneri, con più cuore, scegli i Carciofi per ogni tua ricetta.

Pratici cubetti porzionati che raccolgono solo le migliori foglie di spinaci.

Produzione Italiana
Il meglio dei vegetali dai nostri agricoltori.

OROGEL

La meraviglia di ogni giorno.



BEVANDE ALLA FRUTTA

Nella categoria 'bevande alla frutta', rientrano tutte quelle che non sono classificabili come nettari o succhi di frutta. Con una percentuale di frutta variabile, che può essere bassa o molto elevata, si distinguono soprattutto dai nettari perché possono contenere aromi conservanti e anche coloranti (fonte: L 3.4.61 n° 286 e Decreto Balduzzi).



BEVANDA AL GUSTO DI

In questo caso la percentuale minima di frutta scende al 12%. Oltre ad acqua e zucchero, il produttore può anche aggiungere altre sostanze come aromi, coloranti e conservanti.



In sintesi...

SUCCO 100% FRUTTA
succhi concentrati o succhi da concentrati SOLO frutta

NETTARI DI FRUTTA
% succo inferiore: polpa frullata o succo del frutto con l'aggiunta di acqua e additivi come addensanti, acidificanti e aromi e zuccheri

BEVANDE ALLA FRUTTA
contengono una minima percentuale di frutta che deriva da succo concentrato e addizionata inoltre con zucchero, aromi e acidificanti

COSA SCEGLIERE?

Anzitutto è necessario tenere a mente che le bevande a base di frutta non sono 'sugar free'. Lo zucchero c'è sempre, considerando quello presente naturalmente nel frutto di partenza, al quale può esserne addizionato dell'altro. Per questo motivo i succhi di frutta vanno consumati con moderazione e vale la pena selezionare le referenze con attenzione, prediligendo quelle che non contengono zuccheri aggiunti.

IL MONDO CRAI

CRAI presidia con un assortimento esteso e completo, anche nei formati, questo comparto. Sia per quanto riguarda la linea CRAI, sia per la linea BIO.

Oltre 20 referenze differenti, a partire dai succhi 100%, in vetro e tetra-brick; per proseguire con i nettari classici 40% polpa di pesca, pera, albicocca, mirtillo e anche melograno (60%) e concludere con le bevande arancia rossa e ACE che hanno il 30% di succo.



100 ANNI DI MOZZARELLA E NON SOLO

Fondato nel 1921, il Caseificio Sabelli è oggi guidato dalla quarta generazione dell'omonima famiglia. Che persegue valori quali tradizione, qualità, efficienza e sostenibilità.

Il primo caseificio Sabelli è nato dal progetto di Nicolangelo Sabelli in un piccolo laboratorio a Bojano (in provincia di Campobasso) nel 1921. Il figlio Archimede, dopo essersi allontanato dall'attività di famiglia a causa della guerra, verso gli anni 50 torna a lavorare al caseificio stabilendo la sede definitiva nelle Marche, ad Ascoli Piceno. Sin da allora sono state poste le basi che avrebbero fatto diventare il caseificio uno dei poli industriali di riferimento per mozzarelle, burrate e stracciatelle anche a quattro generazioni di distanza.

Nel 2016 il gruppo ha poi acquistato la Trevisanalat di Castelfranco Veneto (Tv), aumentando così la propria capacità produttiva di mozzarelle per il marchio del distributore. Secondo un'analisi di Cerved, l'azienda nel 2021, anno del suo centenario, ha anche conquistato il secondo posto a volume nel mercato della mozzarella da tavola. Caratteristica fondamentale che ha contribuito al successo della realtà è la fedeltà alla tradizione, integrata con un'attenzione verso il futuro. Come dichiarato da Angelo Galeati, AD di Sabelli Group, il processo produttivo è quello usato dai predecessori ma con uno sguardo all'innovazione. Emblema del desiderio di seguire i nuovi trend del mercato, il fatto che nel 2022 l'azienda ha ampliato la sua presenza nel mondo del senza lattosio, con una stracciatella e una ricotta adatte anche per gli intolleranti. Sempre per l'anno corrente, poi, l'intenzione di Sabelli è

quella di pubblicare il primo bilancio di sostenibilità che andrà a toccare tutte le aree di intervento, rispondendo a una crescente attenzione verso le tematiche di rispetto dell'ambiente.

A oggi Sabelli Group conta quattro siti produttivi con otto piattaforme distributive e 300 dipendenti e collaboratori. Con la sua attività arriva a processare fino a 155mila tonnellate di latte fresco all'anno. I prodotti sono realizzati solo con latte 100% di qualità e con fermenti lattici che ne esaltano il sapore. Dal 2019 l'azienda è stata riorganizzata in divisioni a cui sono state assegnate specifiche aree di business, nell'ottica di rendere più efficienti i processi produttivi e aumentare il contenuto di servizio: Sabelli Industrial, Sabelli Brands, Sabelli Retail e Sabelli Distribuzione.

Da 100 anni Sabelli Group continua a proporre prodotti della tradizione lattiero casearia italiana, unendo tradizione e innovazione, valorizzando le eccellenze italiane e intervenendo sulle tecniche produttive per adattarle alle esigenze contemporanee.

Partner di CRAI

Sabelli Group, nel suo stabilimento di Treviso, produce per CRAI mozzarella in vari formati: da 100 e 125 g, multipack 3x100 g e 3x125 g, la mozzarella senza lattosio da 125 g, le ciliegine da 150 g e la mozzarella per pizza filone da 400 g.



SABELLI SPA



Zona industriale Basso Marino
Ascoli Piceno



info@sabelli.it



www.sabelli.it



Tel. +39 0736 30671



TREVISANALAT



Via Roma 111/109
31023 Resana (TV)



trevisanalat@trevisanalat.it



www.trevisanalat.it



Tel. +39 0423 480281



La rete

NOI di CRAI

IL DIARIO DEI PUNTI VENDITA / Food



Ristrutturazione



INSEGNA

CUOR DI CRAI

RAGIONE SOCIALE

La Bottega dei Sapori

CE.DI.

Ama CRAI Est

DATA APERTURA

4 gennaio 1995

NUOVA INAUGURAZIONE

7 luglio 2022

INDIRIZZO

Via Erizzo, 26-28 - Montebelluna (TV)

SUPERFICIE

150 mq

REPARTI

Ortofrutta, macelleria take away, gastronomia, panetteria, banco taglio, latticini, surgelati.

ALTRI SERVIZI

Consegna a domicilio, preparazioni su richiesta per piccoli rinfreschi.

NUMERO ADDETTI

2

NUMERO CASSE

1

NUMERO VETRINE

2

PARCHEGGIO

6 posti auto

Ristrutturazione



INSEGNA

CRAI supermercato

RAGIONE SOCIALE

Destefani Srl

CE.DI.

Ama CRAI Est

DATA APERTURA

31 marzo 2015

NUOVA INAUGURAZIONE

22 settembre 2022

INDIRIZZO

Via Caduti del lavoro, 4 - Lendinara (RO)

UBICAZIONE

Centrale, nel cuore del Paese

SUPERFICIE

650 mq

REPARTI

Ortofrutta, macelleria, gastronomia, panetteria, banco taglio, latticini, surgelati.

ALTRI SERVIZI

Consegna a domicilio, banco caldo, buoni pasto.

NUMERO ADDETTI

6

NUMERO CASSE

2

NUMERO VETRINE

5

PARCHEGGIO

50 posti auto



PORTA LA MAGIA DEL
NATALE NELLA TUA CASA E
SULLA TUA TAVOLA



Linea
Happy Life
Christmas





La rete

NOI di CRAI

IL DIARIO DEI PUNTI VENDITA / Food

Nuova apertura



INSEGNA

CRAI supermercato

RAGIONE SOCIALE

Lazzarin Giulio & C. SAS

CE.DI.

Ama CRAI Est

DATA APERTURA

2 settembre 2022

INDIRIZZO

Via Venezia, 5 - Saonara (PD)

UBICAZIONE

Centro

SUPERFICIE

400 mq

REPARTI

Ortofrutta, macelleria, gastronomia, panetteria, banco taglio, latticini, surgelati.

NUMERO ADDETTI

5

NUMERO CASSE

2

NUMERO VETRINE

6

PARCHEGGIO

60 posti auto

Nuova apertura



INSEGNA

CRAI

RAGIONE SOCIALE

Alias Pro Supermercati Srl

CE.DI.

Codè Crai Ovest

DATA APERTURA

29 settembre 2022

INDIRIZZO

Via Volta, 55 - Erba (CO)

SUPERFICIE

450 mq

REPARTI

Banco taglio, macelleria, pane self, armadio surgelati, ortofrutta, murale carne, murale secco.

NUMERO ADDETTI

8

NUMERO CASSE

3

NUMERO VETRINE

6

Nuova apertura



INSEGNA

CRAI

RAGIONE SOCIALE

Unam Srl

CE.DI.

Codè Crai Ovest

DATA APERTURA

23 settembre 2022

INDIRIZZO

Via Pian Mercato, 5b - Monleone Di Cicagna (GE)

SUPERFICIE

250 mq

REPARTI

Secco, banco taglio, armadio surgelati, murale secco, murale carne.

NUMERO ADDETTI

4

NUMERO CASSE

2

NUMERO VETRINE

10

Nuova apertura



INSEGNA

CRAI

RAGIONE SOCIALE

Jahangir Hossain Akash

CE.DI.

Codè Crai Ovest

DATA APERTURA

22 settembre 2022

INDIRIZZO

Via Roma, 14 - Pieve Emanuele (MI)

SUPERFICIE

160 mq

REPARTI

Secco, armadio surgelati, ortofrutta, murale pane, murale carne.

ALTRI SERVIZI

Consegna a domicilio.

NUMERO ADDETTI

3

NUMERO CASSE

2

NUMERO VETRINE

4



Sapori e Tradizioni
dal 1925



www.veroni.it



La rete

NOI di CRAI

IL DIARIO DEI PUNTI VENDITA / I drug

Nuova apertura



INSEGNA

Proshop

RAGIONE SOCIALE

GSA Srl

CE.DI.

New Grieco

DATA APERTURA

16 giugno 2022

INDIRIZZO

Piazza G. Marconi, Snc - Antrodoco (RI)

UBICAZIONE

Centrale

SUPERFICIE

195 mq

NUMERO ADDETTI

2

NUMERO CASSE

1

NUMERO VETRINE

1

Nuova apertura



INSEGNA

Piùme

RAGIONE SOCIALE

Demar Shop - Casoria

CE.DI.

Ingromarket

DATA APERTURA

28 ottobre 2022

INDIRIZZO

Via Vittorio Emanuele, 5 - Casoria (NA)

UBICAZIONE

Centrale, polo commerciale

SUPERFICIE

200 mq

NUMERO ADDETTI

3

NUMERO CASSE

2

NUMERO VETRINE

1

PARCHEGGIO

Ampio

Nuova apertura



INSEGNA

Piùme

RAGIONE SOCIALE

Regina Srl - Succ.Catanzaro

CE.DI.

REGINA Srl

DATA APERTURA

3 novembre 2022

INDIRIZZO

Viale Crotone, 169 - Catanzaro Lido

UBICAZIONE

Centrale, shop in shop all'interno di un Crai Extra.

SUPERFICIE

220 mq

NUMERO ADDETTI

2

NUMERO CASSE

1

NUMERO VETRINE

4

PARCHEGGIO

Ampio

Nuova apertura



INSEGNA

Risparmio Casa

RAGIONE SOCIALE

Rica Gest Srl

CE.DI.

Rica Distribuzione

DATA APERTURA

22 settembre 2022

INDIRIZZO

Via Giorgio Vasari, Snc - Foligno (PG)

UBICAZIONE

Periferia

SUPERFICIE

2.500 mq

NUMERO ADDETTI

15

NUMERO CASSE

4

NUMERO VETRINE

19

PARCHEGGIO

Ampio

OMIA

LABORATORI ECOBIO™

DALLE MERAVIGLIE DEL MEDITERRANEO
SCOPRI L'ARGAN DEL MAROCCO



NUOVA LINEA ARGAN DEL MAROCCO

Dalle foreste secolari della regione del Souss, Patrimonio Unesco, nasce l'Argan del Marocco. Il seme è raccolto a mano e lavorato a freddo con basse rese: un processo di alta qualità con cui si ricava un Olio Vergine Biologico dalle proprietà nutrienti superiori. Ricco di Vitamina E, Acido Linoleico e Vitamina A che donerà più nutrimento e morbidezza anche ai tuoi capelli.

Selezioniamo i migliori ingredienti biologici del Mediterraneo per creare formule piacevoli ed efficaci.

Ingredienti >95% di Origine Naturale · Formule Vegan



La rete

IL DIARIO DEI PUNTI VENDITA / I drug

Nuova apertura



INSEGNA
PROSHOP
RAGIONE SOCIALE
2r Igiene di Lamezia di Roberti A.
CE.DI.
New Grieco
DATA APERTURA
16 maggio 2022
INDIRIZZO
Via Savutano, Snc - Lamezia Terme (CZ)
UBICAZIONE
Centrale
SUPERFICIE
185 mq
NUMERO ADDETTI
2
NUMERO CASSE
1
NUMERO VETRINE
1

Nuova apertura



INSEGNA
Risparmio Casa
RAGIONE SOCIALE
Valmo Srl
CE.DI.
Rica Distribuzione
DATA APERTURA
3 novembre 2022
INDIRIZZO
Via Simone De Saint Bon, 17 – Roma
UBICAZIONE
Centrale
SUPERFICIE
400 mq
NUMERO ADDETTI
5
NUMERO CASSE
3
NUMERO VETRINE
2

Nuova apertura



INSEGNA
RISPARMIO CASA
RAGIONE SOCIALE
Rica Gest Srl
CE.DI.
Rica Distribuzione
DATA APERTURA
20 ottobre 2022
INDIRIZZO
Via Preare, 40 – Verona
UBICAZIONE
Periferia
SUPERFICIE
2.500 mq
NUMERO ADDETTI
15
NUMERO CASSE
5
NUMERO VETRINE
5
PARCHEGGIO
Ampio

Nuova apertura



INSEGNA
VITULANO DRUGSTORE
RAGIONE SOCIALE
V-Store Srl Unipersonale
CE.DI.
A&G Vitulano
DATA APERTURA
7 ottobre 2022
INDIRIZZO
Viale Kennedy, 1 - Troia (FG)
UBICAZIONE
Centrale
SUPERFICIE
400 mq
NUMERO ADDETTI
3
NUMERO CASSE
1
NUMERO VETRINE
3



MORTADELLA DI QUALITÀ DAL 1963

Felsineo, riconosciuto Marchio storico di interesse nazionale, si impegna da quattro generazioni a realizzare una mortadella genuina, naturale e gustosa.

Il Gruppo Felsineo, produttore di mortadella di qualità, nasce nel 1963. Il nome deriva da 'Felsina', come veniva chiamata anticamente la patria del salume: Bologna. A sottolineare il legame con il territorio anche il logo dell'azienda con la F di Felsineo che quasi abbraccia le due iconiche torri della città. Dalle origini fino ai giorni nostri l'azienda è da sempre impegnata nella produzione di mortadella con le migliori materie prime, seguendo la tradizione ma adattandosi anche allo sviluppo del mercato. Proprio per questo, nel 2017 nasce FelsineoVeg, società che con la linea Good&Green risponde alle esigenze del consumo di affettati vegetali e biologici, accontentando i consumatori che preferiscono una dieta vegetale o che cercano alternative da affiancare alle proteine animali. Altra innovazione introdotta di recente è il nuovo impianto di macinatura, centrale nella produzione di mortadella; grazie alle tecnologie di ultima generazione, la materia prima viene lavorata mantenendo inalterate le sue proprietà organolettiche. Obiettivo per il futuro è quello di crescere ulteriormente nel mercato europeo, dove il cibo made in Italy è molto apprezzato. Per il Gruppo la mortadella è allo stesso tempo l'insieme di cultura gastronomica, tradizione, integrità, voglia di godersi la vita tramite il cibo e rispetto delle persone e dell'ambiente. La realtà, infatti, è da sempre impe-



gnata nel tema della sostenibilità economica, sociale e ambientale. Sono quindi garantite qualità e sicurezza alimentare, filiera responsabile, trasparenza e tracciabilità durante tutte le fasi del processo produttivo. Nel 2021, a dimostrazione dell'impegno in questo ambito, sia Felsineo sia FelsineoVeg sono diventate Società Benefit. Punto di forza del Gruppo è l'offerta di differenti linee di mortadelle che rispondono alle diverse esigenze del mercato. Per la linea Premium spiccano 'La Sciccosa FDAI', la mortadella con carne di filiera 100% italiana realizzata con Coldiretti e firmata dagli Agricoltori Italiani, la '1963' e 'La Sincera'. Tra le novità della linea, poi, da citare la 'Km Rosa', salume del territorio prodotto con carni

di suini allevati al pascolo e nutriti con alimentazione certificata a base di cereali selezionati con contenuti garantiti di Omega 3 vegetali. Ci sono infine le linee IGP, fino ad arrivare alle specialità e ai prodotti della tradizione.

Partner di CRAI

I prodotti che Felsineo realizza per CRAI sono la Mortadella di Bologna IGP (ricetta originale bolognese che rispetta il disciplinare del Consorzio). Disponibile nei formati da banco taglio da 7 Kg e 13 Kg, con e senza pistacchi, oltre che nei formati per il libero servizio da 350 g e 500 g.



FELSINEO



Via C. Masetti 8-10,
Zola Predosa (BO)



info@felsineo.com



www.felsineo.com



Tel. +39 0513517011



Un lungomare in pieno fermento

Importante meta turistica della costa ionica, da anni Catanzaro Lido è oggetto di importanti opere di valorizzazione. Proprio come il CRAI Extra del quartiere, recentemente ristrutturato e ampliato per un ulteriore miglioramento dei servizi.

Non un semplice quartiere costiero, Catanzaro Lido è anche il più popolato. Nonostante sia posizionato alla periferia sud del capoluogo calabro, viene considerato dai cittadini come un vero e proprio centro sul mare, il 'centro turistico-balneare'. Il lungomare di oltre 4 chilometri, con le numerose strutture ricettive, è da anni oggetto di un'importante opera di riqualificazione che punta a portare sempre più fermento nella zona. In cui il CRAI Extra di via Crotona rappresenta un punto di riferimento per la spesa.



www.catanzarolido.net

LA STORIA

L'area, con la colonizzazione greca, fu inglobata dalla colonia dell'antica Scolacium. Le incursioni turche costrinsero la popolazione a rifugiarsi sulle alture dello Zarapotamo e del Trivonà, lo sperone roccioso su cui poco dopo sorse Catanzaro. La costa fu lentamente ripopolata, dal XII secolo, dalle famiglie di pescatori. Il vero sviluppo del 'villaggio Marina' risale al XIX secolo, quando la costruzione di ormeggi e banchine diede un forte impulso commerciale. Con la costruzione della stazione ferroviaria (1875), si resero necessari anche interventi di riassetto urbanistico per garantire il corretto deflusso delle acque reflue. All'i-

nizio del XX secolo, la Marina era il principale aggregato industriale della provincia. Il nome Lido di Catanzaro risale agli anni Sessanta, quando iniziò anche la costruzione del porto, i cui lavori causarono diverse mareggiate che distrussero il vecchio lungomare. Per proteggere l'abitato fu innalzato un muro di cemento armato sulla spiaggia, ancor oggi presente. Con l'inizio del nuovo millennio, è stata intrapresa una massiccia opera di riqualificazione e, a partire dal 2006, lo spostamento delle facoltà universitarie nel nuovo campus del confinante quartiere Germaneto, ha provocato anche l'arrivo di tanti giovani universitari.

COSA VEDERE

Tra i monumenti la Torre Tonnina: una ciminiera alta 30 metri, unico elemento rimasto della fabbrica Ledoga, simbolo del retaggio industriale del quartiere. La Gutta: una grande boa circolare in ferro che fungeva da approdo per i naviganti, ripescata dopo una mareggiata che l'aveva inabissata. L'Anco-
ra: monumento dedicato ai caduti del mare.

A Catanzaro Lido sono presenti tre chiese parrocchiali. La più antica è la Chiesa di Santa Maria di Porto Salvo, edificata nel 1832. La Chiesa del Sacro Cuore aperta nel 1966 e quella di Santa Teresa di Gesù Bambino, inaugurata nel 2017,

che ospita le reliquie dei beati Louis Martin e Marie-Azélie Guérin Martin, genitori di Santa Teresa di Lisieux.

La principale e più estesa area naturale è la pineta chiamata Parco Costiero di Giovino, fornita di attrezzature per lo sport. Nella zona rurale si è sviluppata un'oasi naturalistica caratterizzata dalla formazione spontanea di dune e dalla presenza di rare varietà floristiche e faunistiche. Nel 2017 sono stati ultimati i lavori per la costruzione del Parco Gaslini, area verde attrezzata di 13.000 metri quadrati con parco giochi, skatepark e campi da calcio a 5, basket e pallavolo.

Maltagliati EXCELLENCE

 ITALIAN SUPERPREMIUM

BOCCONCINI PER GATTI ADULTI E STERILIZZATI

CON CARNI E PESCI SELEZIONATI,
ARRICCHITI CON ORTAGGI.
FORMULATI SENZA CEREALI,
SENZA COLORANTI
E CONSERVANTI AGGIUNTI.


MADE IN ITALY



MONGE
La famiglia italiana del pet food.

NO CRUELTY TEST

GREENCOMPANY

**CRAI EXTRA - GSR SRL**
Viale Crotone, 169 – Lido (CZ)

Tommaso Paone con le sue collaboratrici Pamela (in foto a sinistra) e Lucia (a destra).

Posizionato su una strada statale di forte percorrenza, molto vicino al centro e al lungomare di Lido (Catanzaro), il punto vendita è da sempre punto di riferimento per la città e i turisti. Oltre alla sua posizione strategica, infatti, può anche contare su un ampio parcheggio e una superficie di vendita notevole, che consente una proposta a scaffale davvero profonda e diversificata. Il CRAI Extra, inaugurato a fine 2013, è stato poi ristrutturato lo scorso maggio. Un intervento che oltre al rimodernamento di tutti i reparti (ortofrutta, salumi e formaggi, outlet casalingo), ha anche visto l'ampliamento della macelleria assistita e della pescheria, con l'introduzione di proposte di sushi e pokè. Grazie alla guida del suo direttore, Tommaso Paone, il supermercato è percepito come un punto vendita vicino alle esigenze della clientela - che viene coccolata da un personale disponibile e molto preparato - e che si contraddistingue per la freschezza e la genuinità dei prodotti. In particolare, fiore all'occhiello è rappresentato dal ricchissimo banco di salumi e formaggi. Una particolarità dello store è anche la presenza all'interno, dallo scorso 3 novembre, di uno shop in shop a insegna PiùMe, con tutta l'offerta beauty e cura casa garantita dal drugstore.



Ragione sociale: Gsr Srl
Tipologia Pv: CRAI Extra
Anno di apertura: 2013
Direttore: Tommaso Paone
CE.DI. appartenenza: Regina Srl
Interventi: ristrutturazione in maggio 2022, con ampliamento reparto macelleria assistita e pescheria con introduzione di sushi e pokè
Reparti: macelleria, pescheria, ortofrutta, salumi e formaggi, outlet casalingo
Altri servizi: orario continuato, spesa online
Superficie di vendita: 1.325 mq
Numero vetrine: 4
Numero addetti: 38
Numero casse: 4 tradizionali + 4 self
Parcheggio: Ampio

L'enogastronomia

La Calabria vanta una millenaria cultura enogastronomica che raccoglie le suggestioni dai popoli che l'hanno abitata. In particolare, la cucina di Catanzaro si caratterizza per sapori forti e mediterranei, con l'utilizzo di peperoncino e spezie. Uno dei piatti tipici è il **'morzeddhu'**, che viene preparato con le interiora di vitello, peperoncini piccanti, sale, origano, alloro e vino rosso, servito nella **pitta**, un pane casareccio schiacciato di forma circolare. Oggi ne viene proposta anche una versione di mare: il **morzello** di baccalà. D'origine antica sono i **'vermituri'**: lumache di terra bollite con pomodori, aglio, sale, origano e peperoncino piccante. Altre ricette tipiche riguardano la **pasta**: con ceci e finocchi selvatici; quella dei mietitori, con sugo a base di cipolle, zucchine e patate; quella con la **'nduja** (carne macinata, carote, patate bollite, peperoni, olio extravergine d'oliva, aglio, cipolla, sale, parmigiano o pecorino); quella con alici sotto sale, mollica di pane e peperoncino piccante.

La **tiàna catanzarese** è un secondo a base di carne di agnello e altri ingredienti come le patate silane, il pecorino calabrese, la cipolla di Tropea, l'aglio e i carciofi. Non tutte le famiglie la preparano allo stesso modo ma quello che non deve mancare è a capureddda (testa di agnello). Molto utilizzate anche le carni di maiale e manzo. Spiccano tra i **formaggi** la provola (simile alla scamorza), il **butirro** (provola con il cuore di burro), il pecorino, la mozzarella e i latticini prodotti nelle zone di montagna. Tra i **salumi**, invece, il capicollo (salume affumicato) e la soppressata (insaccato stagionato costituito da carne di maiale cotto con vino rosso e peperoncino).

A Catanzaro si possono gustare anche una moltitudine di **dolci** tipici. A Natale non mancano tardiddhi, nepitelle, pitta 'nchiusa, mustazzoli, preparati con agrumi, frutta secca, miele, vino cotto e uvetta. A Pasqua le **'cuzzupe'**, al cui interno ci sono uova bollite. Altri dolci sono i **'monaceddi'**: uova sode farcite di cacao e fritte. Infine, durante l'estate, la famosa **orzata catanzarese**, granita di mandorle in cui inzuppare la brioche. Quanto ai **vini**, spiccano Malvasia, Bivongi rosso, Lamezia, Scavigna, Savuto, Sant'Anna di Isola Capo Rizzuto rosso o rosato, Valdamato. Ma esistono anche diversi drink da aperitivo, come il cocktail piccante chiamato **'momò** (bitter campari, vecchio Amaro del Capo e seltz, a cui viene aggiunto uno spiedino di frutta e un peperoncino locale, interamente immerso nella bevanda per renderla leggermente piccante).

VARTA LOVES ROCKSTARS



Empowering Independence



VARTA



Gioca e vinci un paio di AirPods Pro Apple!*

Acquista un blister VARTA in promozione. Conserva lo scontrino, inserisci il codice su varta-ag.com/promotion e prova a vincere 1 dei 50 AirPods Pro Apple in palio



*Concorso valido dal 01.09.2022 al 28.02.2023. Estrazione finale entro il 31.03.2023. Montepremi complessivo di € 10.981 iva esclusa. Per partecipare sono richiesti la registrazione e l'inserimento del codice EAN del blister in promozione. È possibile partecipare tante volte quanti sono i blister acquistati. Ciascun utente non potrà aggiudicarsi più di un premio. L'estrazione sarà casuale. Concorso riservato ai maggiorenni (18+). Lo scontrino dovrà essere conservato in caso di vincita. Regolamento completo su varta-ag.com/promotion. Apple ed AirPods sono marchi registrati Apple Inc., registrati negli U.S. ed altri paesi e regioni. Questo concorso non è collegato ad una approvazione e sponsorizzazione di Apple Inc.



LE REGOLE D'ORO DEL VOLANTINO DIGITALE

Il volantino influenza la spesa otto volte di più rispetto agli spot Tv. Ancor più efficace quello digitale, che però deve essere costruito su misura.

La pandemia ha accelerato alcuni comportamenti già avviati da tempo, come, ad esempio, gli acquisti e-commerce. Nonostante l'aumento delle compere online registrato negli ultimi 24 mesi, lo shopping rimane in gran parte fisico, con l'80% realizzato in store nel 2021. Quest'anno lo scenario geopolitico e l'aumento dei prezzi hanno avuto nuove ripercussioni sulle abitudini d'acquisto degli italiani. Oggi 1 italiano su 2 (51%) punta a comprare prodotti in promozione e il 43% degli shopper cerca i punti vendita più convenienti.

Ma come fanno gli italiani a scegliere il negozio dove andare a fare shopping? Quando si tratta di pianificare lo shopping, gli italiani si fanno guidare spesso dall'advertising. Infatti, dalla ricerca condotta da NielsenIQ e ShopFully emerge che il 60% degli shopper italiani viene influenzato almeno da un adv quando sceglie il negozio dove fare la spesa. Tra i diversi tipi di advertising, il volantino si posiziona al primo posto, come il mezzo che influenza maggiormente la scelta del negozio, con una capacità di influenzare la spesa otto volte superiore rispetto agli spot Tv. ShopFully, tech company italiana leader europeo nel Drive to Store e pioniere nella digitalizzazione dei volantini, ha creato una guida che mostra l'importanza del volantino come mezzo di comunicazione e illustra le best practice per la sua elaborazione.

Le golden rules per la costruzione di un volantino digitale efficace



La maggior efficacia del volantino digitale rispetto al suo equivalente cartaceo si è tradotta, negli ultimi anni, nello spostamento degli investimenti dalla carta al digitale da parte di molti retailer e brand. Questo cambio non è sempre stato fatto nel modo più efficace, dato che molti hanno interpretato la digitalizzazione del volantino come la mera pubblicazione del volantino cartaceo (in formato PDF) sul mezzo digitale. Tuttavia, le modalità di fruizione e i dispositivi utilizzati in entrambi i casi sono molto diversi. Di fatto, quando leggiamo un volantino cartaceo abbiamo in mano un foglio di carta A4, col quale non possiamo interagire molto, mentre quando si tratta del volantino digitale lo leggiamo sullo smartphone, che ha delle misure ridotte però ci permette di compiere tante azioni diverse (ingrandire l'immagine, fare clic, ecc). Per questa ragione è importante disegnare correttamente il volantino digitale, sfruttando così il suo massimo potenziale.

La guida completa con dettagli ed esempi per la creazione del volantino digitale perfetto è disponibile tra gli ebook sul sito www.shopfully.com

Ecco le 4 golden rules di ShopFully per disegnare il volantino digitale perfetto

- 1. Ordine e leggibilità**
Organizzare le informazioni in modo ordinato e fruibile
- 2. Brand identity**
Consolidare la Brand identity attraverso un color code coerente e costante
- 3. Esperienza in store**
Ricerare l'esperienza di acquisto che gli shopper vivranno nei tuoi store
- 4. Interattività**
Invitare l'utente a interagire col volantino così da rendere più ricca e ingaggiante la sua esperienza

SHOPFULLY



Via Giosuè Borsi 9,
20143 Milano



salesteam@doveconviene.com



www.shopfully.com



Tel. +39 3457739386

FIREVOLUTION

Ti sei ricordato di pulire la canna fumaria?



I prodotti per la pulizia delle canne fumarie Diavolina Spazzacamino sono approvati e consigliati da:



Se dici canne fumarie, dici

Prima che inizi la stagione fredda, assicurati che la canna fumaria sia in perfetto stato. Con i prodotti Diavolina Spazzacamino puoi prevenire ed eliminare gli accumuli di fuliggine all'interno delle tubature e scongiurare pericolosi ritorni di fiamma.





Prelibatezze dai mari del Sud America

La selezione premium Piaceri dal Mondo si arricchisce con due nuove referenze di ittico surgelato. Gamberi e calamari dall'Oceano Atlantico Sud Occidentale, per realizzare ricette da leccarsi i baffi.

P Pratici, di qualità e anti spreco. Sono le virtù che gli italiani assegnano ai surgelati. Una categoria che ha registrato un forte boom durante i lockdown, ma che anche in seguito ha mantenuto alti livelli di consumo, secondo i dati dello IIAS (Istituto Italiano Alimenti Surgelati), proprio grazie all'alto grado di servizio al consumatore.

All'interno del comparto è particolarmente apprezzato il segmento ittico. Che nel 2021 ha toccato 113 tonnellate nel Retail (+2% sul 2020), confermandosi al secondo posto nei consumi dopo i vegetali. Tutte le tipologie (intero naturale, mollame naturale e crosta-

cei, panato/pastellato) hanno segnato incrementi secondo il 'Rapporto sui consumi di alimenti surgelati in Italia' dello IIAS.

Un gradimento legato appunto ad alcuni plus, come la certificazione sulla provenienza delle materie prime; le tecniche di pesca ecocompatibili; la completezza informativa garantita in etichetta dalle aziende. Ma anche, una volta effettuato l'acquisto, la facilità di preparazione. L'Istituto Italiano Alimenti Surgelati sottolinea anche l'immagine consolidata quale prodotto sicuro, salutare, nutriente e sempre disponibile (per ogni fascia di età).

I MILLENNIALS

(i nati tra il 1980 e il 1995) PREFERISCONO I SURGELATI PERCHE'



62%

sono versatili e si cucinano in poco tempo



57%

permettono di gustare qualsiasi piatto durante tutto l'anno



35%

riducono gli sprechi



(Fonte: Ricerca condotta nel novembre 2020 dalla BVA Doxa per IIAS su un campione di 800 persone di entrambi i sessi comprese tra i 24 e i 40 anni).

EMULSIO LAVAINCERA: LAVA & LUCIDA IN UNA SOLA PASSATA!

PROFUMO OLTRE 24H CON TECNOLOGIA ESCLUSIVA



- Profumi esclusivi best seller arricchiti con preziosi oli essenziali.
- Tecnologia esclusiva per un profumo di lunga durata.
- E da oggi anche in versione **IGIENIZZANTE**

Emulsio[®]

www.emulsio.it

Piaceri dal mondo

Nato nel 2013 come 'Piaceri Extra', il brand 'Piaceri dal Mondo' offre una selezione di prodotti premium che provengono da Oltreoceano, ma scelti sempre con cura da esperti italiani, con una particolare attenzione per le materie prime. Fa parte della famiglia dei 'Piaceri', marchio del distributore con cui CRAI propone una linea di prodotti alimentari d'alta gamma, altamente selezionati, ambasciatori di genuinità, convivialità e unicità.

ITTICO SURGELATO PIACERI DAL MONDO

Proprio con l'obiettivo di potenziare l'offerta di ittico surgelato nel continuativo, dallo scorso 6 dicembre – giusto in tempo per le festività natalizie - la Centrale CRAI Secom ha introdotto due nuove referenze premium, fornite dallo specialista dei surgelati Emme Gel. Si tratta delle Code di Gamberi Argentini e degli Spiedini di Calamari Patagonici e Gamberi Argentini Sgusciati; entrambi a marchio Piaceri dal Mondo. Pescati nelle acque fredde di Argentina e Patagonia, hanno un sapore autentico e delicato, che li rende perfetti per tante ricette: dall'antipasto al secondo, dai primi piatti alle insalate.

LE NOVITA' PER I SURGELATI DI PIACERI DAL MONDO

Spiedini di Gamberi Argentini e Calamari Patagonici Surgelati



“Un perfetto abbinamento di morbidezza e gusto, tutto da assaporare”

CATEGORIA: PESCE NATURALE SURGELATO
PESO: 320 g

INGREDIENTI: Calamari patagonici (*Doryteuthis gahi*) pescati con reti da traino in Oceano Atlantico Sud Occidentale zona FAO 41, Gamberi argentini sgusciati (*Pleoticus muelleri*) pescati con

reti da traino in Oceano Atlantico Sud Occidentale zona FAO 41, antiossidante E223 (metabisolfito di sodio), correttori di acidità E330-E331 (acido citrico e citrato di sodio).

Può contenere pesce.

MODALITA' DI CONSERVAZIONE: Conservare a temperatura inferiore

o uguale a -18°C . Una volta scongelato il prodotto non ricongelare e consumare entro 24 ore previa cottura.

ISTRUZIONI D'USO: Scongela a temperatura ambiente o sotto acqua fredda corrente, poi cucinare come prodotto fresco (cuocere in padella o nel forno).

IL CALAMARO PATAGONICO

Il calamaro è un mollusco cefalopode, il cui nome ha origini antiche legate al calamaio (utilizzato per contenere l'inchiostro). Caratterizzato da un corpo allungato, ha un mantello che in media è lungo tra i 15 e i 25 cm (ma può raggiungere anche i 40 cm), oltre a 10 arti e 2 pinne romboidali che occupano circa due terzi della sua lunghezza. La conchiglia del calamaro si trova all'interno del corpo ed è detta gladio, per la forma simile all'antica spada romana. L'habitat ideale si trova tra il livello del mare fino a 500 metri di profondità. Può essere facilmente pescato sia con attrezzature industriali sia con battute di pesca ricreativa. Si trova tutto l'anno, ma la ricerca è più semplice in estate, quando si spinge verso la costa. Il calamaro è un mollusco magro, con indice calorico abbastanza basso. Ricco di fosforo, iodio e calcio, apporta un discreto contenuto di proteine, vitamine A e PP, ed è tra i molluschi più prelibati e apprezzati.

IN CUCINA:

I calamaretti o i giovani calamari sono più adatti alla frittura, perché più semplici da rendere croccanti, mentre quelli più grossi sono spesso utilizzati per condire primi piatti di ogni tipo o per preparare insalate sfiziose. Ma sono ottimi anche cucinati come secondi piatti, in pentola, in padella, sulla piastra e al forno.





CERA
di CUPRA®



UNA NUOVA ERA DI BELLEZZA

Cera di Cupra è da sempre sinonimo di **alta qualità e tradizione**. Frutto di una lunga esperienza nella dermocosmesi, oggi si rinnova e dà vita a una **Nuova Era**.

Scopri la **nuova Ricetta di Bellezza: Crema Rosa e Bianca**, con Acido Ialuronico a 3 pesi molecolari, Elastina Vegetale, Complesso Vitaminico e Acqua Termale. **Trattamenti anti-età con azione idratante ed elasticizzante**, dalla texture **avvolgente e sensoriale**, nelle versioni adatte alla **pelle secca o normale e mista**.

MADE IN ITALY | www.ceradicupra.it

  | @ceradicupra



 FARMACEUTICI DOTTOR
CICCARELLI



Lo scaffale

Piaceri
- DAL MONDO -

NOI di CRAI

LE NOVITA' PER I SURGELATI DI PIACERI DAL MONDO

Code di Gamberi Argentini Surgelate



“Un crostaceo ricco di gusto per creare ricette deliziose”

CATEGORIA: PESCE NATURALE SURGELATO
PESO: 300 g
INGREDIENTI: Gamberi argentini (Pleoticus muelleri) pescati con reti da traino in Oceano Atlantico Sud Occidentale zona FAO 41, antiossi-

dante E223 (metabisolfito di sodio). Può contenere molluschi e pesce.
MODALITA' DI CONSERVAZIONE: Conservare a temperatura inferiore o uguale a -18°C. Una volta scongelato il prodotto non ricongelare e consumare entro 24 ore previa cottura.

ISTRUZIONI D'USO: Scongela il prodotto a temperatura ambiente o sotto acqua fredda corrente, poi cucinare come prodotto fresco (cuocere in pentola, in padella o sulla griglia).

IL GAMBERO ARGENTINO

È un crostaceo molto diffuso nelle coste dell'Atlantico Sud Occidentale, ma la Patagonia argentina è la zona di maggior concentrazione. È un buon nuotatore, ma trascorre molto tempo anche sui fondali, per cacciare o nascondersi. Predilige le acque tiepide (con temperature fra i 9 ai 24° C) e le profondità marine (dai 3 fino ai 90 metri). Si riconosce soprattutto per le notevoli dimensioni, perché raggiunge facilmente i 25 centimetri; inoltre, rispetto alle altre tipologie di gambero, è distinguibile grazie al carapace, di color rosato acceso o rosso, e per la carne rosata, considerata di buona qualità. Caratteristiche, queste, che lo hanno portato a essere uno dei crostacei più venduti in stato di surgelazione. Ci sono poi altre ragioni che hanno contribuito al suo successo: il ciclo di riproduzione breve (12-16 mesi) consente approvvigionamenti costanti (il periodo di maggior raccolta va da giugno a marzo), senza il rischio di esaurire le risorse. Inoltre, i progressi nelle tecniche di raccolta, trasformazione e gestione, hanno incentivato la crescita del settore, consentendo l'espansione e la penetrazione nei mercati di tutto il mondo. Il consumo annuo di questo prodotto ittico ha raggiunto infatti le 12mila tonnellate.

IN CUCINA:

È adatto a numerose preparazioni culinarie. Grigliato, magari dopo la marinatura; fritto, in tempura, cotto al forno; in crosta di sale o di semi; utilizzato come ingrediente di sughi, zuppe e risotti.



IL FORNITORE

Con sede a Calenzano (FI), Emme Gel nasce nel 1974 per commercializzare prodotti surgelati in Toscana. In poco tempo - grazie all'organizzazione aziendale; all'incremento costante del comparto e alla qualità dei prodotti trattati - la società diventa uno dei leader di settore nazionali, riferimento per la ristorazione come per la vendita al dettaglio. Nel 1995, sempre con la famiglia Martelli alla guida, viene scisso il settore logistica (Frigo Gel) da quello commerciale e produzione. Oggi l'azienda di Calenzano è proprietaria di tre marchi (Meno 30, Ice Class ed Emme Gel), con cui propone prevalentemente prodotti ittici surgelati per la distribuzione in tutta Italia. Ma non solo. La società ha maturato oltre 20 anni di esperienza nel settore delle private label, ponendosi come partner di riferimento per le più importanti insegne della Grande distribuzione e della Distribuzione organizzata. Punti di forza sono l'alto livello tecnologico dei siti produttivi e la versatilità delle linee di produzione; l'approccio qualitativo; la capacità di agevolare il lancio di prodotti con forte carica innovativa e la possibilità di sviluppare packaging personalizzati, utilizzando materiali igienicamente certificati e sicuri. In questo modo Emme Gel garantisce massima affidabilità e flessibilità; prodotti a marchio su misura caratterizzati da ricette uniche e innovative e realizzati con materie prime e packaging di qualità.

= Cérélia =

Founded on trust, inspired by food

IMPASTI PER OGNI OCCASIONE

Dai preparati per dolci a quelli salati, Cérélia risponde alle richieste specifiche di ogni mercato. Proponendo in tempi brevi nuove ricette per soddisfare i consumatori.



Una realtà che produce impasti freschi per torte - pasta sfoglia, brisé e frolla - ma anche per pizze, focacce, pancake, crepe, waffle, cookie e tanto altro. Questa è Cérélia. Nata nel 2012 dall'unione di Eurodough e Apm, raccoglie l'esperienza di queste società operanti da tempo nel settore. Con un know how di oltre 45 anni, dunque, l'azienda realizza preparati che intendono sposare alla tradizione anche una buona dose di innovazione. Gli impasti, infatti, come consuetudine sono realizzati con farina, grassi, acqua, sale o zucchero e pochi altri ingredienti (come gocce di cioccolato o frutta), mentre i processi di produzione e gli stabilimenti sfruttano avanzate tecnologie. Per un prodotto di qualità che possa rappresentare il meglio dei due mondi.

Grazie all'esperienza acquisita nel corso del tempo, inoltre, il gruppo è in grado di adattarsi alle richieste specifiche di ogni Paese e di ogni mercato, proponendo così nuove ricette che possano soddisfare il consumatore in tempi brevi. La filosofia alla base della produzione ha come focus l'attenzione al consumatore e alla qualità. Quest'ultima basata su quattro dimensioni principali: autenticità, sicurezza alimentare al 100%, esemplarità e nutrizione-salute. Le materie prime sono selezionate con cura, anche i fornitori/partner di Cérélia sono coinvolti nel controllo; mentre il rispetto dell'ambiente e la tutela della salute rimangono sempre punti fondamentali. Anche per questo gli stabilimenti

sono realizzati il più vicino possibile ai clienti e ai consumatori: per riuscire a proporre un servizio di qualità che sia reattivo e pronto ad ascoltare tutte le eventuali necessità del mercato.

Importante anche la sostenibilità, perseguita attraverso diverse scelte e iniziative. L'olio di palma utilizzato negli impasti proviene da filiere certificate Rspo; Cérélia ha attuato programmi di riduzione delle emissioni Ghg in tutta la filiera; viene utilizzata energia rinnovabile e sono attivi progetti di riduzione dell'uso della plastica. Già diminuita del 50% nel packaging dell'impasto pizza. Nel 2015, poi, il gruppo ha realizzato un fondo di donazione per volontariato e approvvigionamento sostenibile (Earth and People) e nel 2022 ha ricevuto il riconoscimento 'Charity award 2022' dal Banco Alimentare.

A oggi Cérélia, che vanta un fatturato (totale business unit) di oltre 600 milioni di euro, ha 12 stabilimenti di produzione in tutta Europa: in Italia, Belgio, Uk, due in Olanda e quattro in Francia; oltre a tre in Usa. Per un totale di circa 2.000 dipendenti e più di 500 clienti. Numerose anche le certificazioni guadagnate nel corso degli anni. Tra le altre: Ifs, Food, Bio, Smeta, Iso 9001:2015, Aoecs (senza glutine), Brc Food/Asda, Kosher e Halal.

Un settore, quello degli impasti, resiliente e in crescita. Che Cérélia esplora anche con innovazioni come la Pinsa. Nonostante gli importanti traguardi, la società punta a

espandersi ancora di più. In programma, infatti, oltre alla conclusione dei lavori nel nuovo stabilimento produttivo a Saint-Laurent-Blangy (in Francia), anche l'ingresso in nuovi segmenti e in nuovi Paesi con innovazioni di prodotto.



Partner di CRAI

Cérélia, per CRAI, realizza varie referenze senza grassi idrogenati. In particolare: pasta sfoglia rotonda e rettangolare (230 g cad.), entrambe friabili e fragranti; la pasta brisé rotonda (230 g), croccante e adatta per torte ripiene; la pasta pizza rettangolare con olio extravergine di oliva (385 g) e la pasta sfoglia integrale (240 g) con farina integrale al 4,9%.

CÉRÉLIA GROUP



56, rue Laffitte
75000 Paris, France



Tel. +33 3 21 72 75 75

CÉRÉLIA RIVOLI

Interporto S.I. TO Nord
Strada Dodicesima 4
10098 Rivoli, Italia



Nel carrello

NOI di **CRAI**



Gli italiani scelgono DOP e IGP

Il XX Rapporto Ismea-Qualivita fotografa la crescita del settore. Il comparto agroalimentare e vitivinicolo a denominazione protetta vale oltre 19 miliardi di euro e conquista sempre più anche i mercati internazionali.

Gli italiani, e non solo, scelgono le eccellenze. Lo dimostra il XX Rapporto Ismea-Qualivita che - attraverso un'attenta analisi delle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG - nel 2021 fotografa risultati da record. La DOP Economy ha infatti raggiunto un valore complessivo alla produzione pari a 19,1 miliardi di euro (+16,1% su base annua) e un export da 10,7 miliardi di euro (+12,8%). I dati descrivono un settore in crescita, che oggi rappresenta il 21% del fatturato complessivo del settore agroalimentare nazionale. Un risultato significativo, frutto del lavoro coeso di un sistema che in Italia coinvolge più di 198mila operatori e 291 Consorzi di tutela.

Cos'è la DOP Economy?

È il sistema economico e produttivo del comparto agroalimentare e vitivinicolo a Indicazione Geografica (composto da DOP, IGP e STG). Riveste un ruolo importante nello sviluppo dei distretti agroalimentari italiani ed è volano nella crescita dell'export.

Scaldasole

SIAMO BIO DA
SEMPRE

LATTE ITALIANO
SENZA LATTOSIO
ON THE GO

Kefir Scaldasole

la tradizione ha un sapore nuovo



"Fatti di sole, pioggia, terra e passione"

Scaldasole riscopre la tradizione del kefir, antica bevanda fermentata nata più di 1000 anni fa sui monti del Caucaso e la ripropone in una versione biologica a base di solo latte italiano, priva di lattosio e ricca di proteine.



VOLA L'AGROALIMENTARE DOP E IGP

Il valore della produzione del cibo DOP e IGP ha raggiunto i 7,97 miliardi di euro euro nel 2021 (+9,7% su base annua e +26% nel decennio), mentre al consumo il comparto è arrivato a quota 15,82 miliardi di euro (+4,5% su base annua). Prosegue la corsa dell'export, con 4,41 miliardi di euro (+12,5%), un valore raddoppiato dal 2011 (+99,6%). I principali mercati di sbocco sono Usa, Germania, Francia, Uk e Spagna.

I FORMAGGI

Il comparto dei formaggi DOP e IGP rappresenta, nel food, la prima categoria per valore alla produzione. Nel 2021 - grazie alla ripresa della domanda dovuta al ritorno alla normalità post-pandemica e alle riaperture dell'Horeca - i formaggi hanno raggiunto 4,68 miliardi di euro (+12,8%), con un export che ha generato 2,38 miliardi (+15,4%). Le prime cinque filiere per valore alla produzione sono state Parmigiano Reggiano DOP, Grana Padano DOP, Mozzarella di Bufala Campana DOP, Gorgonzola DOP e Pecorino Romano DOP.



I SALUMI E I PRODOTTI A BASE DI CARNE

Con un valore alla produzione di 1,95 miliardi di euro, i salumi e i prodotti DOP e IGP a base di carne hanno segnato una crescita del 4,6% grazie, per lo più, all'aumento dei prezzi all'origine. Bene anche l'export, che ha visto un recupero a DOPpia cifra. Prosciutto di Parma DOP, Mortadella Bologna IGP, Prosciutto di San Daniele DOP, Bresaola della Valtellina IGP e Speck Alto Adige IGP rappresentano le prime cinque filiere per valore alla produzione. A livello territoriale, in Emilia Romagna si concentra oltre la metà del valore, con più di 1 miliardo di euro. Seguono Lombardia, Friuli e Trentino.

L'ACETO BALSAMICO

Quella dell'aceto balsamico è una categoria importante, la terza in valore nel settore delle DOP e IGP. Anche se il comparto è territorialmente limitato alle province di Modena e Reggio, guidato dall'Aceto Balsamico di Modena IGP, nel 2021 ha generato un valore di 407 milioni di euro alla produzione (+10,7%). L'export, che vale 934 milioni di euro, interessa il 92% della produzione e rappresenta il 21% delle esportazioni in valore del cibo DOP e IGP nel suo complesso.



L'ORTOFRUTTA

Gli ortofruttili hanno raggiunto un valore di 384 milioni di euro alla produzione, segnando un calo dell'1,8%. I dati hanno registrato una crescita per la quantità certificata, ma la contrazione dei listini medi all'origine per alcune grandi Ig (mele in particolare) ha determinato la riduzione del valore della produzione. In calo anche il valore dell'export: -15,4%. A livello territoriale, il Trentino Alto Adige rappresenta la regione in cui si generano le più alte vendite (circa 181 milioni di euro). Seguono Sicilia, Piemonte e Campania.



PASTE ALIMENTARI, PANETTERIA E PASTICCERIA, ALTRE CATEGORIE

La pasta si afferma come quinta categoria per valore alla produzione (con 246 milioni di euro) e quarta categoria per l'export (202 milioni di euro). Un ottimo risultato ottenuto soprattutto grazie alla Pasta di Gragnano IGP, che si conferma fra le prime 10 IG italiane per valore nel comparto cibo. Ottimi segnali anche per i prodotti di panetteria e pasticceria, che raggiungono un valore alla produzione di 100 milioni di euro (+22,3%). I risultati più significativi arrivano dai Cantuccini Toscani IGP (+55%), ma hanno interessato tutte le denominazioni, a partire dalla Piadina Romagnola IGP, che guida la categoria.

CARNI FRESCHE

Segno più anche per le carni fresche DOP e IGP. La quantità è aumentata e, grazie alla rivalutazione dei prezzi, anche il valore alla produzione è tornato a crescere (98 milioni di euro, +6,9%). Bene le performance dell'export, che ha raggiunto i 12 milioni di euro, segnando un +26,1%. Oltre la metà del valore totale della categoria si concentra in Sardegna e Toscana, seguite da Umbria e Marche. Le denominazioni, per ordine di valore generato, sono infatti: Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale IGP, Agnello di Sardegna IGP, Agnello del Centro Italia IGP, Abbacchio Romano IGP e Cinta Senese DOP.



OLIO DI OLIVA

A chiusura della fotografia tracciata da Ismea Qualivita troviamo l'olio di oliva. Il comparto ha generato un valore di 91 milioni di euro alla produzione (+27,9%) e ha visto aumentare la quantità certificata. Toscana, Puglia e Sicilia sono i principali produttori e le prime cinque filiere per valore sono: Toscano IGP, Terra di Bari DOP, Val di Mazara DOP, Sicilia IGP e Riviera Ligure DOP.





con amore si cambia



L'ASCIUTTO PAMPERS GIORNO E NOTTE DI SOLE & LUNA SI RINNOVA

NUOVO



ANCORA PIÙ AVVOLGENTE GRAZIE AL **NUOVO** SISTEMA DI CHIUSURA



*rispetto alla versione precedente di Pampers Sole e Luna



E PER L'IGIENE DI TUTTA LA FAMIGLIA SCEGLI LE SALVIETTINE SOLE&LUNA:

PULIZIA E CONVENIENZA
IN OGNI OCCASIONE



ISCRIVITI E VINCI
premi e sconti imperdibili*



Queste confezioni partecipano alla raccolta punti coccole Pampers, scopri come partecipare sulla app

Acquista Pampers, scopri sulla App "Coccole Pampers" o su www.pampers.it come partecipare, carica il codice che trovi nelle confezione e raccogli i Punti Coccole per richiedere fino a 2 premi. Conserva il codice originale fino alla consegna del premio. Ogni codice potrà essere giocato una volta e si potrà partecipare con un solo account. Operazione a premio valida dal 01/02/2022 al 31/01/2023. Puoi partecipare anche acquistando i prodotti HERO Solo ed il nuovo Box Lovely Mind. Tutti i dettagli sul regolamento e informativa privacy sulla App "Coccole Pampers" e su www.pampers.it



IL VINO A DENOMINAZIONE CONTINUA A CRESCERE. ANCHE ALL'ESTERO

Anno da record per il settore vitivinicolo italiano DOP e IGP. Nel 2021 sono stati imbottigliati 27 milioni di ettolitri di vino (+10,9% su base annua). Il valore del vino imbottigliato ha superato gli 11,16 miliardi di euro (+21,2%) grazie soprattutto ai vini DOP (+22%), con le grandi denominazioni a trainare la crescita. Il valore della produzione sfusa ha raggiunto invece 3,85 miliardi di euro (+19,1%). L'export ha superato i 6 miliardi di euro (+13% su base annua e +74% nel decennio): nel 2021 c'è stato un recupero dei Paesi extra-Ue, a partire dagli Usa (+17,6%), che restano il primo mercato di destinazione; cui seguono Germania, Uk, Svizzera e Canada. Questi risultati sono da attribuire a diversi fattori: il recupero dei prezzi dopo i cali del 2020, la ripresa di alcuni canali di distribuzione, l'incremento dell'export ma anche l'impennata dei costi nella parte finale dell'anno, che ha generato un aumento dei listini. I primi vini per valore sono Prosecco DOP, Conegliano Valdobbiadene – Prosecco DOP, Delle Venezie DOP, Asti DOP e Puglia IGP. Il Veneto è la regione in cui si concentrano i risultati più alti (oltre 4,38 miliardi di euro), seguito da Piemonte e Toscana.

GDO ITALIANA: CANALE DRIVER PER LE DENOMINAZIONI

La Grande Distribuzione Organizzata aveva registrato, nel 2020, un forte balzo degli acquisti legato alla pandemia e alle restrizioni sugli altri canali. Il segmento DOP e IGP aveva visto una crescita della spesa a +6,4% (+9,7% considerando le sole vendite a peso fisso). L'analisi del 2021 e dei primi nove mesi del 2022 mostra una sorprendente tenuta dei risultati nella Gdo. Nel 2021 le vendite in valore di cibo e vino a denominazione protetta hanno registrato una lievissima flessione su base annua (-0,5%). Un trend che diventa positivo considerando solo le vendite a peso fisso (+0,7%). I principali prodotti DOP e IGP nella GDO italiana hanno superato i 5 miliardi di euro in giro d'affari.



LA TOP 15 DEI PRODOTTI DOP E IGP PER VALORE ALLA PRODUZIONE

COMPARTO CIBO	VALORE PRODUZIONE (milioni di euro)		
	2020	2021	Var 21/20
Prodotti			
Parmigiano Reggiano DOP	1.285	1.607	+25,1%
Grana Padano DOP	1.364	1.460	+7,0%
Prosciutto di Parma DOP	687	650	-5,4%
Mozzarella di Bufala Campana DOP	426	459	+7,8%
Aceto Balsamico di Modena IGP	364	402	+10,5%
Gorgonzola DOP	363	377	+3,8%
Mortadella Bologna IGP	301	342	+13,6%
Prosciutto di San Daniele DOP	309	333	+7,6%
Pecorino Romano DOP	228	302	+32,2%
Pasta di Gragnano IGP	239	245	+2,3%
Bresaola della Valtellina IGP	214	241	+12,4%
Asiago DOP	128	122	-4,6%
Mela Alto Adige IGP	125	116	-6,6%
Speck Alto Adige IGP	107	116	+8,6%
Mela Val di Non DOP	83	65	-21,4%

COMPARTO VINO	VALORE PRODUZIONE SFUSO (milioni di euro)		
	2020	2021	Var 21/20
Prodotti			
Prosecco DOP	608	887	+46,0%
Conegliano Valdobbiadene – Prosecco DOP	138	187	+35,1%
Delle Venezie DOP	154	184	+19,2%
Asti DOP	118	131	+11,0%
Puglia IGP	89	124	+39,5%
Amarone della Valpolicella DOP	98	123	+25,5%
Valpolicella Ripasso DOP	81	99	+22,7%
Chianti DOP	79	95	+20,0%
Barolo DOP	60	92	+51,6%
Alto Adige DOP	80	80	+0,8%
Chianti Classico DOP	69	77	+10,5%
Brunello di Montalcino DOP	69	74	+7,3%
Sicilia DOP	68	71	+4,5%
Emilia IGP	63	65	+3,4%
Veneto IGP	42	64	+53,3%

Fonte: XX Rapporto Ismea-Qualivita - Rapporto DOP IGP 2022

MULTISPECIALISTI, TRA BONTÀ E INNOVAZIONE

Grandi Salumifici Italiani è tra i leader nel mondo dei salumi. I prodotti, i numeri dell'azienda e gli investimenti per l'ambiente.



Dal 2019 Grandi Salumifici Italiani (Gsi) è parte del Gruppo Granterre, che nel 2021 ha registrato un fatturato da 1,3 miliardi di euro nel food (di cui 719 in salumi), grazie a brand quali Parmareggio, Casa Modena, Senfter, Agriform, Alcisa, Teneroni e altri. Una realtà che consolida la propria leadership nazionale nella produzione dei salumi e che continua a innovare, portando avanti con determinazione diversi progetti sia sul lato produttivo sia nei confronti dei consumatori.

Un catalogo per tutti i gusti

Gli operatori di Gsi sono dei veri e propri 'multispecialisti' della bontà, come affermano dall'azienda. Tra le referenze, infatti, si trovano tutte le principali famiglie della salumeria italiana, sia per il banco taglio che per il libero servizio. Oltre alle eccellenze italiane DOP e IGP (prosciutto di Parma, prosciutto San Daniele, salame Cacciatore, speck Alto Adige, mortadella Bologna e altri). Con la presenza di grandi brand trasversali sulle categorie di prodotto, come Casa Modena, o specialistici (come Senfter per speck, würstel e prodotti dell'Alto Adige; Alcisa per le mortadelle e Cavazzuti per i salami). Celebre su tutti il prosciutto cotto di Alta Qualità Gran Tenerone, lanciato nel 2019: "Grazie alle sue caratteristiche e agli importanti investimenti in comunicazione", spiegano da Gsi, "ha riscontrato un forte successo ed è diventato uno dei nostri prodotti di punta".

Un giro d'affari 'internazionale'

Una grossa fetta dei guadagni del Gruppo si fonda anche sull'export: 386 milioni di euro, di cui 200 milioni ricavati dall'esportazione di salumi. Oltre alla sede centrale di Modena, 18 stabilimenti produttivi sono dislocati tra le regioni di Emilia-Romagna, Toscana, Veneto, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia, mentre quattro filiali si trovano in Francia, Germania, Austria e Stati Uniti. Una presenza so-

lida in Italia e all'estero, insomma, ma rimane centrale il forte legame fra localizzazione dei siti e origine del prodotto tradizionale. La base logistica, presso l'Interporto di Bologna, è una delle più moderne e grandi d'Italia, per una superficie totale di 30mila metri quadri, con oltre 39mila posti pallet, di cui 36.600 refrigerati. Il numero di occupati, tra dipendenti e collaboratori, si aggira intorno a 2.400.

Innovazione per la sostenibilità

La grande capacità industriale viene coniugata da Gsi alla sostenibilità. Importanti investimenti in ricerca e sviluppo hanno consentito di limitare notevolmente l'utilizzo di plastica nel packaging, introducendo carta e cartone ove possibile. Le vaschette degli affettati vengono realizzate in ecopack, con una riduzione della plastica pari al 50% rispetto alle vaschette tradizionali. Le confezioni di Teneroni e merende,



invece, sono realizzate in cartoncino riciclato e certificato Fsc, marchio riconosciuto a livello globale per una gestione delle foreste rispettosa dell'ambiente ed economicamente e socialmente sostenibile.



GSi PRODUCE NUMEROSE REFERENZE PER CRAI:

- Speck AA IGP
- Granresa in vari formati
- Speck IGP 125 g Piaceri Italiani
- Prosciutto cotto Alta qualità 100 g Armonia
- Pancetta a cubetti dolce e affumicata 200 g
- Stinco, Zampone, Cotichino,
- Würstel di puro suino, di pollo/tacchino e misti
- Prosciutto cotto a cubetti 140 g
- Hamburger di prosciutto cotto 150 g
- Stick di speck 100 g



GRANDI SALUMIFICI ITALIANI



Strada Gherbella, 320
41126 Modena



info@grandisalumificiitaliani.it



www.grandisalumificiitaliani.it



Tel. 39 059 586111



Dove si butta? Te lo dice l'etichetta ambientale

Dal 1° gennaio 2023, in Italia, tutti gli imballaggi immessi al consumo devono disporre di informazioni sulla composizione e lo smaltimento. Le iniziative promosse da Conai per guidare cittadini, imprese e distribuzione.

Dopo diversi rinvii, a partire dal 1° gennaio 2023 tutti gli imballaggi dei prodotti immessi sul mercato italiano - conformemente con la direttiva Ue del 2018 e il decreto legislativo del 2020 - devono disporre dell'etichetta ambientale, con informazioni circa il loro corretto smaltimento. Per i consumatori, sempre più attenti alla propria impronta ambientale, non ci sarà dunque più alcun dubbio sul corretto conferimento di confezioni, cartoni, sacchetti e bottiglie nella raccolta differenziata. Molte le iniziative messe a punto per guidare consumatori, imprese, distribuzione e tutti i soggetti coinvolti nel processo di adeguamento. Spicca l'impegno

profuso dal Consorzio Nazionale Imballaggi (Conai) che, di recente, ha lanciato il primo Osservatorio nazionale sull'etichettatura ambientale del packaging per il largo consumo. A cui si aggiunge il database online DifferEnti, disponibile dal 2023.

IdentiPack: la sostenibilità va in etichetta

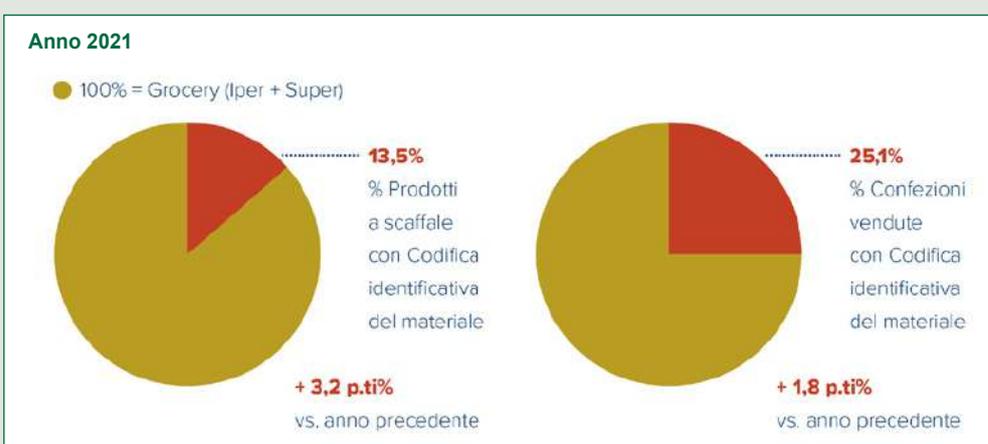
Monitorare la presenza di informazioni ambientali sulle etichette degli imballaggi dei prodotti immessi al consumo in Italia. E, ogni sei mesi, restituire un'analisi dello stato dell'arte. Questo l'obiettivo alla base di IdentiPack, il primo Osservatorio nazionale sull'etichettatura ambien-

tale del packaging, frutto della collaborazione tra Conai e GS1 Italy.

Stando ai dati contenuti nella prima edizione del report, la cui base di analisi fa riferimento a 128mila prodotti digitalizzati dal servizio Immagino di GS1 Italy al 31 dicembre 2021 combinati con i dati di vendita di NielsenIQ, a fine 2021 sugli scaffali della grande distribuzione italiana si trovavano ben 17.300 referenze su cui è già presente la codifica identificativa del materiale usato. Questo ampio paniere di prodotti corrisponde al 13,5% della numerica rilevata nel grocery (+3,2% rispetto al 2020) e al 25,1% del totale dei prodotti venduti (+1,8% sul 2020).

% Prodotti a scaffale - % Confezioni vendute - Trend in p.ti% vs anno precedente

Fonte: Osservatorio etichettatura ambientale di Conai e GS1 Italy, report ottobre 2022





È naturale volersi bene

-70% DI PLASTICA



ECORICARICHE LAVATRICE LIQUIDO

Un pratico formato che rispetta l'ambiente!

Le formule concentrate dei Detersivi Lavatrice Spuma di Sciampagna igienizzano il bucato in profondità, nel rispetto dei tessuti e della pelle.

Tutte le formule sono dermatologicamente testate ed efficaci già a basse temperature!

Il formato Ecoricarica aiuta a ridurre il volume dei rifiuti, perché contiene il 70% di plastica in meno rispetto ad un flacone di pari formato. Inoltre, le Ecoricariche Lavatrice Spuma di Sciampagna sono completamente riciclabili!



Confezione
completamente riciclabile



Formule più concentrate
con meno acqua

Spuma di Sciampagna, Amica di ogni mio gesto



Lo scanner

Su 46.156 referenze compaiono già le indicazioni sulla tipologia di imballaggio e sul corretto conferimento in raccolta differenziata. Parliamo del 36% di tutti i prodotti grocery a scaffale monitorati nel 2021 e del 55,5% di quelli effettivamente venduti. Ci sono, infine, 4.268 prodotti che hanno almeno un'indicazione che consente di visionare digitalmente le informazioni ambientali sul contenuto o sul packaging del prodotto. Un paniere che include il 3,3% delle referenze a scaffale e di quelle vendute complessivamente.

I settori più virtuosi

Ma quali sono i reparti merceologici che si sono dimostrati più propensi ad accogliere questi nuovi standard? È il reparto del freddo quello con la maggiore incidenza di prodotti sulla cui confezione è riportata la codifica identificativa dei materiali di cui è composto il packaging. Considerando l'aggregato di gelati e surgelati, infatti, quest'informazione accumuna il 20% delle referenze. Sopra la media del grocery anche il cura casa con il 15,9%, la drogheria alimentare con il 15,6% e le carni confezionate con il 15,3%.

Le aree che nel corso del 2021 hanno visto maggiormente aumentare la presenza on-pack della codifica identificativa dei materiali sull'anno precedente sono state, invece, il cura casa (+5,1%), il freddo (+4,5%), le carni (+3,6%), il fresco (+3,5%) e la drogheria alimentare (+3,2%). Quanto alle confezioni effettivamente vendute, il report evidenzia una maggiore presenza di quest'infor-

mazione rispetto al 2020. Nel dettaglio, spiccano il freddo (34,4%) e la drogheria alimentare (29,4%). Mentre tra le categorie a maggior crescita annua ci sono il freddo (+6,8%) e il cura casa (+5,0%). Segmento a cui va anche una menzione speciale per l'uso di canali digitali che forniscono informazioni aggiuntive tramite QR code e link digitali, diffusi sugli imballaggi molto più che nel resto del grocery. Sono soprattutto le private label e le grandi aziende (le top 20 per vendite in valore) a fornire tali informazioni in etichetta. La codifica che indica il materiale usato per il pack compare sul 33,1% delle confezioni di prodotti a marca commerciale vendute in supermercati e ipermercati nel 2021 e sul 32,2% di quelle dei maggiori 20 produttori.

Il database DifferEnti

All'Osservatorio nazionale si aggiunge un altro valido strumento Conai. Si chiama DifferEnti e si tratta di un database contenente tutte le informazioni sulle modalità e i sistemi di raccolta differenziata dei comuni italiani. A partire dal prossimo anno, sarà a disposizione di chi vorrà sviluppare dei sistemi digitali per veicolare informazioni geolocalizzate di raccolta differenziata degli imballaggi. "Le imprese avranno inoltre la possibilità di indicare informazioni aggiuntive in merito al prodotto e al relativo imballaggio", spiega Simona Fontana, responsabile del centro studi per l'economia circolare del Conai. "L'obiettivo finale è quello di arrivare a un vero e proprio passaporto digitale dei prodotti".

L'ITALIA È CINTURA NERA DI RICICLO

Nel 2021, l'Italia ha avviato a riciclo 10 milioni e 550 mila tonnellate di rifiuti da imballaggio. Mentre 1,3 milioni di tonnellate sono state destinate al recupero energetico. La carta incide per il 42% del totale, seguita da vetro e legno, entrambi al 20% circa. Quanto al recupero energetico prevale invece la plastica, con il 69%. Stando ai dati forniti dal Conai, l'82,6% dei rifiuti da imballaggio sono stati recuperati e al 73,3% è stata donata nuova vita. Numeri che vedono il nostro Paese ai vertici dell'Unione europea in quanto a riciclo e recupero. Avendo superato di 8,3 punti percentuali il target complessivo per il riciclo degli imballaggi del 2025 (65%) e di 3,3 punti percentuali quello del 2030 (70%).

Quota del numero di prodotti che in etichetta comunicano la codifica identificativa del materiale di composizione del packaging

Fonte: Osservatorio etichettatura ambientale di Conai e GS1 Italy, report ottobre 2022



#TU
come
lo USI?

MARIELLA

Lo sciacquo più volte e lo uso per pulire la cucina alla grande!!!

FRANCESCA

Lo uso per pulire i tasti del piano, poi lo sciacquo e lo conservo.

GLORIA

lo uso insieme ad un buon detersivo e pulisco casa con un solo foglio.

MARCO

lo uso per pulire il computer dopo il lavoro.



Tutto[®]
Pannocarta



SCANNERIZZA IL QR CODE
E RACCONTACELLO.

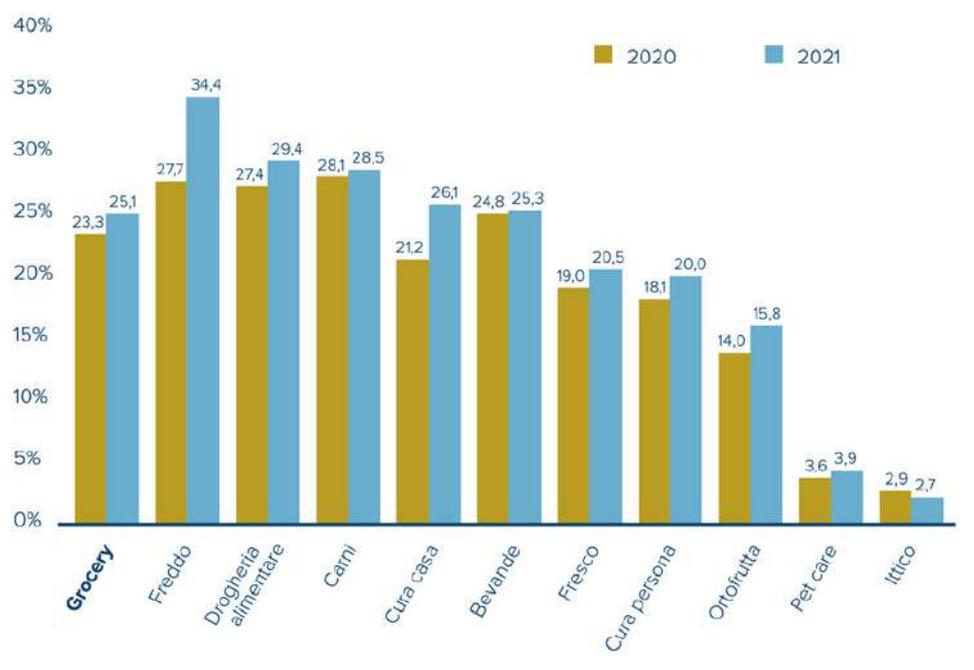


Lo scanner



Quota del numero di confezioni vendute che in etichetta comunicano la codifica identificativa del materiale di composizione del packaging

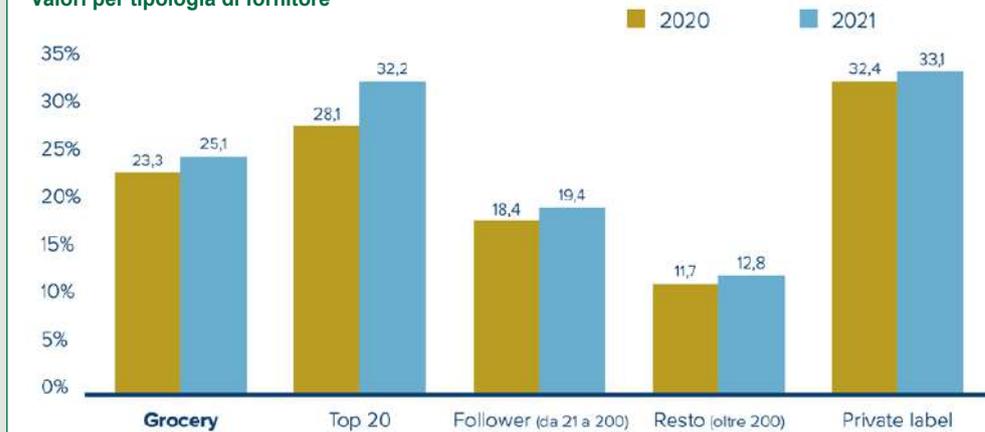
Valori per area merceologica



Fonte: Osservatorio etichettatura ambientale di Conai e GS1 Italy, report ottobre 2022

Quota del numero di confezioni vendute che in etichetta comunicano la codifica identificativa del materiale di composizione del packaging

Valori per tipologia di fornitore



Fonte: Osservatorio etichettatura ambientale di Conai e GS1 Italy, report ottobre 2022



DE NIGRIS: "I CONFINI NON ESISTONO"

Dal 1889, aceti autentici e dallo spirito contemporaneo.
Per accontentare gusti tradizionali o più moderni.

Da tre generazioni De Nigris lavora per proporre un aceto di qualità. La storia dell'azienda inizia più di 120 anni fa, nel 1889, grazie ad Armando De Nigris. Che inaugura il primo acetificio omonimo per la produzione di aceto balsamico di Modena IGP. Da subito ottenendo importanti riconoscimenti dai consumatori. Il successo si consolida con il passare degli anni, tanto da approdare sul mercato internazionale e allargare la produzione del pregiato Balsamico. A oggi sono diverse le sedi De Nigris: tre situate in Emilia (di cui due in provincia di Modena e una vicino a Reggio Emilia), una in Campania. Il motto di famiglia è sempre stato "I confini non esistono", la società porta infatti sul mercato prodotti autentici, naturali, versatili, creativi e realizzati con materie prime di qualità. Che mantengono alta la reputazione di un marchio storico e abbiano al tempo uno spirito contemporaneo.

La filiera produttiva: dall'uva all'imbottigliamento
Importante per De Nigris è il controllo di tutta la filiera produttiva. Le sette varietà di uva, infatti, vengono selezionate con molta cura e sono: Lambrusco, Sangiovese, Trebbiano, Albana, Ancellotta, Fortana e Montuni. Grazie a un'esperta cottura, i mosti acquisiscono la giusta consistenza e l'aroma che li contraddistinguono. Dopo una serie di controlli qualità, ogni lotto di vino viene trasformato in aceto tramite fermentatori in acciaio. Il nuovo metodo per realizzare quest'ultimo passaggio non prevede l'aggiunta di additivi e avviene solo tramite l'uso di aria e a temperatura controllata. L'affina-

mento, invece, avviene in botti di legno - di rovere, ciliegio, castagno e ginepro - per almeno 60 giorni dall'assemblaggio delle materie prime e per un massimo di tre anni. In seguito, e previo esame analitico e organolettico, il prodotto finito può essere certificato come aceto balsamico di Modena e imbottigliato.



Tra referenze storiche e novità

Tra i prodotti più conosciuti della De Nigris spiccano Mela Madre, l'Aceto di melograno e l'Aceto di cocco. Il primo non è solamente un prodotto da usare come aceto di mele tradizionale, per condire i piatti, ma è anche un 'aceto da bere' non filtrato e non pastorizzato. Ideale per garantire l'equilibrio del metabolismo e da consumare in un bicchiere d'acqua nella dose di due cucchiari aggiungendone uno di miele. Il secondo, invece, vanta una formula con puro succo biologico e non da concentrato. Anche in questo caso non è pastorizzato, per preservare le naturali proprietà nutrizionali del frutto. È un aceto ricco di polifenoli e fonte di potassio. Aiuta a mantenere la normale pressione sanguigna e funzione muscolare. L'ultimo,

infine, è prodotto tramite la fermentazione naturale del nettare estratto dai fiori della noce di cocco. Per un periodo di 8-12 mesi circa. È un tonico digestivo naturale, non filtrato, e senza l'aggiunta di coloranti e aromi artificiali. Nuova, invece, è la gamma Casaceto. Un aceto bianco di alcool 100% naturale, multiuso e versatile. Ideale per condire, conservare gli alimenti e anche per pulire casa. Disponibile nella versione originale, con note di limone, ed extraforte.



Partner di CRAI

De Nigris, per CRAI, produce due referenze: la glassa all'Aceto Balsamico di Modena IGP e l'Aceto di mele biologico. Il primo è un prodotto che ha allargato a nuovi clienti l'uso di condimenti all'aceto balsamico. Il secondo, invece, è l'articolo a maggior sviluppo per quanto riguarda gli aceti.

DE NIGRIS



Via Fornaci, 12
41012 Carpi (MO)



giovanni@denigris.it



www.denigris1889.com



Tel. +39 059 664777



NEWS

**Basta con le 'black list'!**

Nove Paesi europei, tra cui anche l'Italia, si sono schierati contro un testo della Commissione Europea che, a novembre, puntava a tagliare le risorse Ue da destinare alla promozione di salumi, carne e vino. Motivo? Questi prodotti venivano 'etichettati' come potenzialmente nocivi per la salute. A distanza di un mese, però, la Commissione li ha eliminati dalla black list dei cibi dannosi, correggendo il testo e annullando il taglio ai fondi. Con grande soddisfazione del ministro dell'Agricoltura, Francesco Lollobrigida.

La felicità è un piatto di pasta

Mangiare la pasta ci rende felici. Non solo grazie al triptofano che, come dimostrato da studi nutrizionali, stimola le endorfine e il buonumore. Esiste anche un meccanismo emozionale e neurofisiologico alla base del benessere psicofisico che si prova mangiandone un piatto, misurato scientificamente per la prima volta dall'Università IULM, grazie a tecniche neuroscientifiche e al brain tracking (simili alla macchina della verità). Ne è emerso che il nostro cervello legge una forchettata di pasta allo stesso modo di una vittoria olimpica, un gol della Nazionale. Un'esplosione di felicità pari o superiore a quando si ascolta la canzone preferita.

**Zuppa? Sì, ma surgelata e light**

Gli italiani non rinunciano alle zuppe, soprattutto se pratiche e salutari. E' quanto evidenzia l'indagine di Everli, marketplace della spesa online. L'81% dei consumatori sceglie le pronte, contro un 14% che le prepara in casa con ingredienti freschi. Le più vendute sono quelle surgelate (57%), seguite da brick o barattolo (29%) e da quelle al banco frigo (14%). Piacciono come salva-cena per quando si ha poco tempo (54%), come alternativa salutare agli instant food (50%) e come piatto per aumentare il consumo di verdure (33%). Predilette le ricette light con ingredienti salutari o biologici (60%), rispetto a quelle della tradizione (11%). Il più acquistato è il minestrone di sole verdure (60%), seguito da zuppe di legumi (46%) o cereali (27%) e da ricette nuove e dal sapore etnico (29%), come il dahl indiano o il ramen.

Disinfettanti: una nuova carta d'identità

Bruxelles ha revisionato la norma relativa ai test di efficacia UNI EN 14885:2022, che definisce gli standard europei a cui un disinfettante (utilizzato in campo medicale, veterinario, alimentare, industriale, domestico e istituzionale) deve conformarsi per sostenere i claim relativi all'attività microbocida contro batteri, lieviti, spore fungine e virus. Le principali novità riguardano l'aggiornamento delle norme da applicare a supporto dei claim; la specifica dei test da effettuare in campo veterinario; l'inserimento di un nuovo allegato relativo alla strategia di testing necessaria per distinguere le sostanze attive e non attive nei prodotti; l'approfondimento sulle modalità di gestione dei ceppi microbici e i criteri di scelta delle concentrazioni del prodotto da testare; l'aggiunta di informazioni sulla disinfestazione chemo-termica.

**Stoviglie ecosostenibili... oppure no?**

748 referenze non a norma in un solo anno. Sono i risultati dell'ultima indagine su prodotti a contatto con alimenti e stoviglie monouso, condotta dalla Commissione europea in collaborazione con Eu Food Fraud Network, rete composta dalle autorità di 21 paesi europei, Italia inclusa. Spesso spacciate come naturali ed ecosostenibili, in realtà queste plastiche monouso non sono risultate conformi agli standard previsti dalle normative europee. In etichetta, inoltre, presentavano informazioni fuorvianti e claim ambientali privi di fondamento. Questi prodotti sono stati dunque respinti alle frontiere, richiamati, distrutti o ritirati dal mercato.

È ORA DI RIPENSARE A COME TI LAVI I DENTI



Nutri la salute dei tuoi denti giorno dopo giorno*

NUOVO



Con **Minerali Bio-Attivi**.
Nutre e Rafforza
i tuoi denti



Arricchito con
Menta Naturale ed
Estratti Vegetali



Protezione
di lunga durata dalla
Sensibilità Dentale*

Confezione **RICICLABILE**



Cartone
RICICLABILE



Tappo, Tubo
RICICLABILE

DENTIFRICIO QUOTIDIANO CON FLUORO

*Usato regolarmente 2 volte al giorno

SCOPRI DI PIÙ



Per la salute delle tue ossa bevi Acqua Lete, ricca di calcio e povera di sodio.

La quantità di calcio presente nell'acqua minerale Lete partecipa all'integrazione del fabbisogno giornaliero di calcio per la salute delle ossa. "D.D Ministero Salute n. 4388 del 22.02.2022". Sappiamo quanto questo minerale sia importante in tutte le fasi della vita:



DURANTE LA CRESCITA



DURANTE E DOPO LO SPORT

IN GRAVIDANZA



PER PREVENIRE L'OSTEOPOROSI



ACQUA LETE 150 cl x 6

Acqua Lete grazie al suo basso contenuto di sodio (0,0049 g/l) favorisce l'assimilazione di calcio in essa contenuto (308 mg/l).

ACQUA LETE. OTTIMA MOSSA PER LE TUE OSSA.