NOI di CRAI

Crailandia 2018

L'Italia siamo noi!

MULINO BIANCO
Barilla
BIO

PROVA LA BONTÀ DEL NOSTRO BIO

Scopri il **Bio di Mulino Bianco**, la nuova linea di prodotti da forno biologici per tutti i gusti e tutte le occasioni: dal dolce al salato, dalla colazione alla cena. Tutte **ricette dal gusto unico**, preparate con **ingredienti biologici** garantiti dal marchio europeo Bio e dagli oltre quarant'anni della **nostra esperienza nei prodotti da forno**.

100% FARINE DA GRANI ITALIANI

visita il nostro sito
www.mulinobianco.it

Mario La Viola
Direttore Marketing, Format, Rete e Sviluppo

Ciao a tutti,
è appena terminata **Crailandia 2018**, la nostra convention estiva che vede protagonisti i negozi e la gente Crai.

È stato un successo sotto tutti i punti di vista.

Lo è stato innanzitutto per la **partecipazione**, che quest'anno ha superato le 900 presenze. E poi per il luogo in cui si è tenuta: la meravigliosa Sardegna, con il suo mare, i suoi colori, i suoi profumi e le sue tradizioni.
E, ancora, gli **ospiti famosi** che ci hanno accompagnato durante tutta la settimana; le sessioni formative del mattino, che hanno visto una partecipazione elevatissima; i tanti giochi e l'animazione durante tutto il giorno; le serate in anfiteatro tra spettacoli, interviste e premi.
Non ultima, l'organizzazione impeccabile.

È difficile trasmettere l'atmosfera che si respira quando si è a Crailandia.

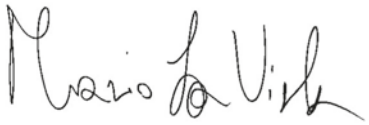
Credo che sia un misto di famiglia, casa, amicizia, confronto, nuove amicizie, sfide, obiettivi, senso di appartenenza a un grande progetto.

Sì, è proprio questo: si percepisce il senso di **far parte di un grande progetto**.

E questo progetto è la nostra insegna – CRAI – **che ogni giorno portiamo avanti e facciamo vivere con ORGOGLIO**.

L'Italia siamo noi. Nel cuore dell'Italia.

Ci vediamo a Crailandia 2019!



Food

CRAI NEL CUORE DELL'ITALIA
pellicano

Drug

BeautyTù
Caddy's Maxistore
Caddy's
IperSoap
PROSHOP
PILATO
RisparmioCasa
Saponi&Profumi
SMOLL
shuki

100% bio, 100% Monini.

La famiglia Monini si arricchisce di un nuovo Extra Vergine, da olive provenienti da agricoltura 100% biologica.

UNA SPREMUTA DI OLIVE
MONINI
dal 1920

moniniolio

www.monini.com

4

28

50

58

64

Sommario

STORIA DI COPERTINA

04 Crailandia edizione 2018!

NEWS DALLA CENTRALE

18 Presentiamo la Direzione Operations, Logistica e ICT

24 Le prime aperture di Leader Price in Italia

28 Un cuore che batte per il volley

32 I supereroi sono arrivati

36 Acea Camp 2018 raddoppia

38 Assegnato il super premio "Un'Italia da vincere"

40 Nuovo look per Craiweb

42 CRAI, un successo dopo l'altro

NEWS DAI CEDIS

44 Ibba ai vertici dell'imprenditoria italiana

46 Crai Extra, un formato che piace

48 Una ventata di novità in Ama Crai Est

50 Aria di restyling per i Drug Smoll

NEWS DAI PUNTI VENDITA

54 Novità in casa CRAI

MERCATI & PRODOTTI

58 Pronti a stupire

TREND

64 La bellezza vien mangiando

SOTTO LA LENTE

66 Pesce, di mare ma non solo

APP & DINTORNI

70 UniSalute Junior, il contrasto all'obesità è un gioco da bambini

IN PILLOLE

72 News in breve

CRAI SECOM SPA
Centro Direzionale
Milano 2 - Palazzo Canova
via F.lli Cervi - 20090 Segrate (Milano)
Tel. 02 2101091 - Fax 02 21080401
www.craiweb.it

Coordinamento interno CRAI
Mario La Viola, Rita Buttironi, Valeria Benevelli

Hanno collaborato a questo numero
Stefano Colombini, Elisa Faccini, Elisabetta Gasdia, Raffaele Mosca, Patrizia Moscato, Diego Negri, Chiara Pellegrino, Pietro Poltronieri, Rolando Toto Brocchi

Realizzazione editoriale
Food Labs Srl
Via Mazzini, 6 - 43121 Parma

Hanno collaborato a questo numero
Alice Avanzi, Francesca Badi, Tania Belletti, Elisa Ghiotto, Silvia Granziero, Concetta Lanza, Giulia Malerba, Aristide Moscariello, Andrea Torelli, Francesca Zecca

Stampa
Errestampa
Via Portico, 27 - Orio al Serio (BG)

N. 3/2018

Crailandia, edizione 2018!

Divertimento, condivisione e formazione dal 16 al 23 giugno.
Un'iniziativa rivolta ai titolari dei punti vendita CRAI e alle loro famiglie,
che riscuote grande successo ogni anno

SANTA GIUSTA
16-23 GIUGNO
CRAI LANDIA
2018

Crailandia 2018 è stata inaugurata con un particolare momento emozionale dal nostro Direttore Marketing, Format, Rete e Sviluppo **Mario La Viola**, con la lettura di un testo dal titolo "L'Italia siamo noi", scritto all'interno del cuore mascotte di CRAI; nei giorni successivi il cuore è stato posizionato nel villaggio e tutti i partecipanti lo hanno potuto firmare.

La convention ha avuto luogo in uno scenario da sogno

L'edizione 2018 della convention organizzata dal Gruppo Crai si è tenuta a giugno nello stupendo scenario del **Villaggio Santa Giusta-I Grandi Viaggi, a Castiadas, in Sardegna**. Mare, spiaggia, sport e buona compagnia hanno caratterizzato giornate comunque intense, in cui sono stati affrontati temi aziendali importanti nell'ottica di fare gruppo e consolidare la "grande famiglia CRAI".

AGGIORNAMENTI QUOTIDIANI

Ogni mattina nella sala meeting gli specialisti della Centrale, Direttori e Responsabili provenienti da diverse aree e settori strategici dell'Azienda, hanno tenuto incontri di circa un'ora, per dare a tutti l'opportunità di confrontarsi e **conoscere cosa succede nel mondo CRAI** e nel suo mercato di riferimento. I partecipanti hanno potuto, così, approfondire obiettivi e progetti guidati direttamente dai vertici del Gruppo.

RADIO CRAI

A Crailandia non poteva mancare l'intrattenimento musicale di **Radio Crai**. I **dj Ilo e Ila** hanno allietato le mattinate sulla spiaggia o a bordo piscina.

Dall'alto, gli interventi di Marco Bordoli, Mario La Viola, Massimo Krogh e Rolando Toto Brocchi

LE MATTINATE NEL DETTAGLIO

Gli approfondimenti hanno esplorato varie tematiche:
- domenica 17 giugno: la riunione plenaria tenuta da **Marco Bordoli**, Amministratore Delegato CRAI Secom ha illustrato l'andamento del mercato e le performance del Gruppo, nonché le scommesse future da affrontare;
- lunedì 18 giugno: il focus su CRAI Spesa Online a cura di **Rolando Toto Brocchi**, Direttore del Reparto Operations, ha fornito un'esauriente presentazione di questo importante servizio offerto ai clienti, con report sui primi incoraggianti risultati e sulle prospettive di implementazione;
- martedì 19 giugno: il Direttore dell'Ufficio Legale, Risorse Umane e Formazione **Monica Purificato** ha affrontato il tema del gioco di squadra, delle sfide e di come si possano affrontare, avvalendosi di uno specialista del settore, il campione di pallavolo **Andrea Lucchetta**. Durante il momento formativo Lucchetta ha testimoniato come l'immaginazione, la passione, il talento, insieme a sacrificio e lavoro costante, facciano la differenza, portando una squadra a vincere non solo una partita, ma tutto il campionato;
- mercoledì 20 giugno: **Mario La Viola**, Direttore Marketing, Format, Rete e Sviluppo ha illustrato i principali trend del mercato Food and Drug e quali saranno le iniziative che il Gruppo metterà in campo;
- giovedì 21 giugno: a **Massimiliano Galluccio**, Responsabile canale Food, e a **Paola Fuochi**, Responsabile canale Drug, il compito di raccontare gli ultimi progetti sviluppati nei punti vendita dei diversi format;
- venerdì 22 giugno: le strategie di gestione della Direzione, i progetti e gli obiettivi del settore Acquisti sono stati espressi dalle parole del Direttore **Massimo Krogh**.

Sopra a sinistra Paola Fuochi e a fianco Massimiliano Galluccio. Qui Monica Purificato con Andrea Lucchetta

COMPAGNIA ITALIANA SALI, GLI SPECIALISTI DEL SALE

L'azienda è specializzata nella produzione e distribuzione di sale marino, che viene proposto in diversi formati e granulometrie

DOVE SIAMO

Centro Congressi Milano Fiori, Palazzo WTC, Strada 1, 20090 Assago (Mi)

egallana@salins.com - apedrazzini@salins.com

www.gemmadimare.com,
www.compagniaitalianasali.com
www.gemmaessenziale.com

+39 02 57595959 - 02 57595216

L'ALLEANZA CON CRAI

Per CRAI CIS produce e confeziona **sale marino iodato di qualità, fino e grosso**, in astuccio di cartone e in formato da 1 kg. Inoltre, produce e confeziona un **sale marino grosso per uso lavastoviglie**, sempre in formato da 1 kg e in astuccio di cartone.

Nel 2018 Compagnia Italiana Sali (CIS) festeggia 50 anni di attività contraddistinti dalla qualità e dall'innovazione. L'azienda, che dal 1981 fa parte del Gruppo Salins, il più grande produttore europeo di sale, è **leader italiana nella produzione di sale marino premium 100% naturale** con il brand Gemma di Mare. L'azienda ha un fatturato di 32 mln di euro, 61 dipendenti impiegati nello stabilimento produttivo di Porto Viro (RO), e una capacità produttiva annuale di sale di 240 mila tonnellate, interamente lavorato in azienda. Il player è partner di fiducia delle principali aziende italiane dei vari settori industriali: alimentare, chimico, tessile, del disgelo stradale, del trattamento e addolcimento acque. CIS è stata **la prima in Italia a produrre e inserire nella Gd il sale marino iodato**, in collaborazione con il Ministero della Salute; la prima a proporre un sale integrale, non trattato e senza alcuna raffinazione; e l'unica azienda del Paese a produrre un sale iposodico completamente naturale. Oltre alla marca top of mind **Gemma di mare**, primo marchio di sale italiano nella Gdo dopo la liberalizzazione dal monopolio di stato nel 1974, l'azienda commercializza i suoi prodotti con altri brand, ognuno dei quali con una proposta ampia e diversificata per rispondere e anticipare i trend di mercato: CIS, Margherita e Domestic, la linea di prodotti per la casa. I processi di lavorazione della materia prima grezza sono organizzati nel pieno rispetto della normativa HACCP, con un Sistema Qualità esteso a tutti i livelli: "**Abbiamo un team dedicato ai controlli** – fanno sapere da CIS – e ogni anno ci sottoponiamo ad audit interni ed esterni che certificano il rispetto delle procedure. La qualità delle materie prime e dei prodotti finiti sono verificate attraverso analisi fisiche, chimiche e microbiologiche, in accordo con il piano di sorveglianza definito dal Gruppo Salins, effettuate periodicamente da laboratori esterni accreditati. Siamo convinti che la qualità e l'innovazione siano decisivi per mercati 'maturi' come quello del sale. **Vogliamo creare valore nel rapporto con i nostri partner commerciali**. A tal proposito sono in corso diverse attività a supporto del consumo del sale iodato, che in Italia ha un'incidenza ancora lontana delle prescrizioni del Ministero della Salute. Insieme ai nostri clienti vogliamo spiegare ai consumatori che anche dietro a un prodotto semplice come il nostro ci sono tante attenzioni e controlli". A tutto ciò l'azienda aggiunge una filosofia 'green', con un forte impegno alla salvaguardia ambientale, come dimostra lo stabilimento alimentato con energie rinnovabili: solare ed eolica.

LA PRESENZA DEI PRODOTTI A MARCHIO

Il logo CRAI è sempre stato ben visibile nel corso della convention. Varie referenze di articoli alimentari sono state servite durante i pasti: dalla colazione (cereali, confetture, succhi di frutta...) al pranzo, alla cena (pasta, formaggi freschi...). Dato il trend positivo del biologico, ampio spazio è stato dato alla **linea CRAI Bio In Armonia**, con l'esposizione delle varie referenze in sala da pranzo, per tutta la settimana, e il loro libero utilizzo da parte degli ospiti durante i tre pasti principali.

Le eccellenze CRAI sono state protagoniste dalla colazione al dopocena

In abbinamento al menù erano quotidianamente disponibili vini bianchi e rossi della **Cantinetta CRAI**, mentre la **Filiera Ortofrutta** ha fornito frutta fresca per tutti. I **gelati CRAI**, nel loro assortimento completo, hanno rinfrescato gli ospiti nel bar della piscina e in spiaggia.

I NUOVI PRODOTTI CRAI

La settimana a Crailandia è stata l'occasione per presentare alcune nuove linee dell'insegna. **Pietro Poltronieri**, Responsabile dei prodotti a marchio, ha illustrato in particolare: i **Piatti Pronti CRAI (Roscio)**; i **Dessert Surgelati Piaceri Italiani (Dolciaria Alba)**; le **Tartare Piaceri Italiani (Mec Carni)**.

FRIO®

linea Expert

AVVOLGENTI ALIMENTI

CONTENITORI ALLUMINIO

www.frio-comset.it - www.sphere.eu

MARCHI PARTNER, UNA SICUREZZA

Nei momenti dei pasti sono stati presentati nuovi prodotti e nuove linee, non solo CRAI, ma anche di importanti partner. I fornitori Grandi Marche hanno contribuito alla parte ristorativa, naturalmente, con snack, merende e aperitivi, e hanno creato simpatici momenti conviviali con le loro lotterie a premi. Gli aperitivi dei giorni della convention, per esempio, sono stati offerti da **Gualerzi**, **Bustaffa**, **F.lli Emiliani**, **Latterie Soresina**, **Mottolini**, **Grandi Salumifici Italiani**, **Fratelli Riva**, **Fiorucci**.

Le giornate non avrebbero potuto cominciare meglio: ogni mattina è stata offerta una degustazione di caffè CRAI con **Ekaf**, mentre **Ferrero** è stata presente con il nuovo prodotto Kinder Cards a colazione ed Estathé nel pomeriggio.

Sono stati presentati i nuovi prodotti sia CRAI che dei marchi partner

Sempre a colazione, **Noberasco** ha fornito la frutta secca

e **Barilla** i nuovi biscotti Bio di Mulino Bianco. La cena è stata offerta da **Amadori**, a base di sano e genuino pollo Campese, cucinato alla griglia. Per tutta la settimana l'offerta è stata varia: **La Linea Verde** ha portato i suoi estratti freschi DimmidiSì, le buonissime insalate, le zuppe e tanto altro, mentre **F.lli Beretta** ha montato in sala da pranzo un vero e proprio bancone da gastronomia, dove, per diversi giorni, sono stati proposti i suoi salumi. Terminata la cena arrivava il momento del dopo-caffè presso il bar centrale, dove **Bosco Liquori** serviva lo squisito Amaro Silano a tutti gli ospiti.

Martedì si è tenuto un evento con protagonista lo chef Roberto Cenci

La sera di martedì 19 si è tenuto uno speciale evento gastronomico: Barilla e pasta **Voiello** sono stati protagonisti di un cooking show a cura dello chef Roberto Cenci, che ha deliziato i presenti con due buonissime ricette. Per tutta la settimana, inoltre, **Duracell** ha distribuito le sue pile.

LE POSTAZIONI SPECIALI

Sono stati pensati alcuni presidi per comunicare coi propri associati, rendendo conto delle novità che riguardano tutta la rete, soprattutto in tema di vantaggi e possibilità di risparmio nella gestione del punto vendita e non solo.
Oltre ad approfondimenti sull'**e-commerce**, con novità, bilanci e prospettive, sono stati esposti gli accordi e le convenzioni assicurative riservate a CRAI.
Crailandia è stata poi l'occasione per rilanciare e promuovere l'**Accordo quadro per l'energia elettrica** e le proposte che garantiscono un risparmio oggettivo rispetto ai termini dell'attuale accordo. A questo proposito, molti imprenditori che hanno aderito alla proposta ne hanno testimoniato i risultati.
Anche le altre convenzioni, in particolare quella relativa alla formazione finanziata e alla somministrazione di lavoro temporaneo, sono state oggetto di interesse e occasione di scambi e confronti direttamente con i gestori.

UNO ZOOM SULLE POSTAZIONI

Sono state molte le opportunità garantite CRAI:
- **postazione e-commerce** per avvicinarsi alla realtà dell'online, con le sue crescite e i suoi successi, per stimolare adesioni al progetto da parte di nuovi punti vendita. Non è mancato il divertimento, con gadget e biglietti della lotteria, con in palio un iPad come primo premio;
- **postazione di Monica Purificato**, focalizzata sui prodotti assicurativi (informazioni e assistenza per l'eventuale stipula). Sono stati presentati, infatti, l'accordo quadro con Poliass per confrontare polizze già accese (rispetto ai contenuti e ai costi), i pacchetti studiati per CRAI (dal dipendente al consumatore dotato di Carta Più) in collaborazione con Europassistance a costi competitivi (responsabilità civili di individui verso terzi, malattie e infortuni);
- **postazione di Stefano Colombini**, impegnata a presentare e promuovere un **nuovo servizio** a disposizione della rete CRAI e dei suoi consulenti, per aiutarli a migliorare l'efficienza del punto vendita, che consiste in monitoraggio, gestione e riduzione degli sprechi energetici (con conseguente riduzione di costi ed emissioni e aumento di efficienza e brand reputation).
Tutto questo è possibile grazie a ispezioni efficienti e valutazioni personalizzate e al supporto di hardware e software all'avanguardia alla portata di tutti.

IL MERCATINO

Nella serata di venerdì 22 giugno è stato allestito un mercatino, grazie all'impegno del nostro centro distributivo **F.lli Ibba**, che ha organizzato l'esposizione di **prodotti a marchio "Nel cuore dell'Isola"**, con un corner dedicato ad assortimento, degustazione e teatralizzazione con gli strumenti di lavoro di un tempo.
Numerosi i produttori presenti:
• GRANDI DISTRIBUZIONI ALIMENTARI – gelati
•PROGETTO PANE CARASAU 2000 SNC – seadas, pasta fresca
• M.F.M. DI URRAI SALVATORA & C – carasau, guttiau
• PAST.ART.DI SPADA & TANDA SNC – fregola, malloreddus
• GUTTIAU S.R.L. – snack guttiau • MACFORMAGGI SRL – formaggio spalmabile
• BRUNDU SRL – pasta semola • LICANIAS DE SARDIGNA SNC DI PO - torrone
• TERRANTIGA O.P. APICOLTORI SAR - miele • GIUSEPPE MACCIOCU SNC – spezie
• SILVIO CARTA SRL - liquori • LUPPOLO & BIRRA SRL - birra
• ACCADEMIA OLEARIA S.R.L. - olio • START 2002 SRL – sottoli • OLISARDA - olive

NINO CASTIGLIONE
il tonno buono

NINO CASTIGLIONE, IL TONNO TRA TRADIZIONE E MODERNITÀ

Da piccolo stabilimento locale a player di riferimento nel mercato del tonno in scatola: il successo dell'azienda siciliana risiede nella capacità di innovare la sua storia

DOVE SIAMO

Contrada San Cusumano, 91016 Erice (TP)

info@ninocastiglione.it

www.ninocastiglione.it - www.tonnoauriga.it

+39 0923 562888 - Dir. Comm. 0773 692280

Nata in Sicilia nel 1933 come piccolo stabilimento per la produzione di sgombri e acciughe sott'olio nel porto di Trapani, oggi l'azienda **Nino Castiglione è leader italiana nel tonno in scatola a marchio privato per Gd e Gdo**. Con un giro d'affari di 100 milioni di euro, l'88% del quale realizzato proprio nel canale della Private Label. L'antica tonnara di un tempo è diventata un'azienda che conta 235 dipendenti (di cui il 50% donne), con una produzione interamente internalizzata. Una realtà accreditata nel mondo, capace di coniugare **modernità e tradizione, passione e tecnologia**; che opera a livello industriale, ma secondo i principi di un tempo, nel rispetto del mare e della tradizione della pesca. La sua capacità produttiva è di circa 30 tonnellate di tonno inscatolato al giorno, nei formati dagli 80 ai 1700 grammi tutti confezionati meccanicamente, con l'ausilio di personale specializzato. La sicurezza alimentare e il controllo qualità, due prerogative dell'azienda, sono garantite da controlli lungo tutta la filiera produttiva, fin dall'arrivo negli stabilimenti delle materie prime, per garantire un prodotto sicuro dal punto di vista igienico-sanitario, che risponda a precisi criteri qualitativi. E dalla volontà di implementare il potenziale del sito produttivo, sia in termini di tecnologia che di automazione, **la Nino Castiglione ha recentemente investito su due fronti della R&S**: le nuove linee di confezionamento, per garantire maggiore produttività e nuovi formati multipack, e il controllo qualità in linea, grazie alla dotazione di tre impianti con sistema d'ispezione a raggi X al fine di eseguire accurate verifiche della materia prima (in ingresso) e del prodotto finito (in uscita). Tutte queste scrupolose attenzioni sono anche al servizio dei cinque brand aziendali: Auriga, San Cusumano, Puertos, Caravella Rossa e Florio. **Tra le varie certificazioni ottenute negli anni dall'azienda figurano**: ISO 22005 (per la tracciabilità dal mare alla tavola), ISO 14001 (per una corretta gestione dell'ambiente), IFS e BRC per la sicurezza alimentare, Dolphin Safe, Friend of the Sea e MSC, a garanzia di una pesca sostenibile e rispettosa dell'ecosistema marino.

L'ALLEANZA CON CRAI

Per CRAI l'azienda produce **il tonno all'olio di oliva e il tonno al naturale**, nei vari formati. A queste referenze recentemente si è aggiunto **il salmone in scatola** all'olio di oliva e al naturale.

ATTIVITÀ E DIVERTIMENTI

Due mattine e quattro pomeriggi sono stati riservati a divertimento e salute, con **tornei di beach volley e di calcetto**. Le premiazioni si sono tenute in apertura alle serate di intrattenimento, fra applausi e soddisfazione.
L'anfiteatro del villaggio è stato la location dei divertenti programmi serali di Crailandia. Oltre alla consegna dei premi, sono stati sorteggiati i vincitori delle lotterie organizzate dai fornitori.
La squadra ciclistica **UAE Team Emirates**, di cui CRAI è sponsor, ha messo a disposizione una fantastica bicicletta con telaio Colnago C60, freni Campagnolo super-record.
A rendere la serata ancora più emozionante, la presenza del famoso campione di ciclismo su strada **Marco Marcato**. Il ricavato della lotteria a estrazione è stato donato all'associazione Onlus **art4sport** di un altro simbolo dell'Italia dello sport, Bebe Vio.
Una seconda lotteria è stata organizzata a favore dell'associazione **Okapia**, sostenuta da anni da CRAI nei suoi progetti di educazione e formazione in Africa.
Bruno Cattaneo, Presidente della Federazione Italiana Pallavolo (Fipav), ha messo a disposizione alcuni capi di abbigliamento delle Nazionali maschile e femminile (tute, magliette da gara, t-shirt) grazie ai quali è stata realizzata la lotteria.

PREMIAZIONI SPECIALI

- **Premio CRAI Amico 2018**: è nato per raccogliere, segnalare e mettere a sistema tutto un patrimonio di esperienze e iniziative, per conferirvi il giusto valore e riconoscimento all'interno della rete e verso l'esterno, con l'assegnazione di un premio finale alla migliore iniziativa di sostenibilità sul territorio realizzata nell'ultimo anno da parte dei punti vendita del Marchio. Una giuria tecnica formata da persone interne ed esterne a CRAI ha valutato le tantissime candidature pervenute in sede, valutando la migliore per il 2018. Il vincitore è stato Le Baite, di Oulx (TO), che ha ricevuto una targa d'onore e la partecipazione gratuita a Crailandia in virtù dei numerosi interventi a favore del sociale e dell'ambiente da 20 anni a oggi;
- **Premio Fornitore Prodotti a Marchio**: per il 2018 è stato nominato vincitore Comset s.p.a. per l'impegno e la professionalità dimostrati nel tempo. La targa è stata ritirata dall'Amministratore Delegato dr. Lorenzo Francia;
- **Premio a F.lli Ibba**: CRAI ha voluto ricordare e omaggiare con una targa F.lli Ibba per il prestigioso riconoscimento ricevuto da Deloitte nel maggio scorso.

GLI OSPITI DELLA CONVENTION

Le giornate a Crailandia sono state aperte dal presidente di CRAI Secom **Piero Boccalatte** e dall'Amministratore Delegato Marco Bordoli, che hanno augurato a tutti gli ospiti una splendida settimana. Mario La Viola, Direttore Marketing, Format e Sviluppo, con padronanza e simpatia ha guidato tutta la settimana presentando ogni giorno le attività e gli ospiti che si sarebbero susseguiti.

I simpatici ospiti hanno animato le serate in anfiteatro

Il primo di questi ospiti è stato **Carlton Myers**, grande campione di pallacanestro ed ex capitano nella Nazionale Italiana, che CRAI sostiene con il progetto Acea Camp, dedicato ai giovani, affinché possano trascorrere un'estate di sport e salute; il campione si è fermato un paio di giorni, divertendosi con gli altri ospiti. Due le serate all'insegna di musica e risate, con lo show di **Gigi Vigliani** domenica 17 e con "Notte di Note" di **Pako Carlucci** mercoledì 20: tante canzoni sono state intonate a gran voce da tutti e sketch scherzosi hanno divertito il pubblico. Venerdì 22 è stata la volta dei simpaticissimi **Pino Insegno e Roberto Ciufoli**, che fra mille risate hanno presentato in anteprima qualche novità per la prossima edizione di Casa Crai: ci sarà l'imperdibile possibilità, per chiunque lo desideri, di entrare a far parte del nuovo cast attraverso un "web talent"; ma di questo saranno comunicati i dettagli prossimamente sui tutti i canali di comunicazione CRAI.

Pino Insegno e Roberto Ciufoli

Dall'alto: Carlton Myers, Gigi Vigliani e Pako Carlucci

Prosciutto Cotto Ferrarini: il gusto sano di un prosciutto unico

È **senza** glutine.

È **senza** proteine del latte e lattosio.

È **senza** polifosfati aggiunti.

FERRARINI

C'è più gusto a mangiare sano

www.ferrarini.com

Presentiamo la Direzione Operations, Logistica e ICT

Dal controllo del singolo prodotto al rapporto con i Cedis, fino alla scelta dei software. In questi uffici si affrontano compiti ampi e diversificati, come lo sono le aree di competenza

Il **Reparto Operations** è il motore funzionale della Sede, segue tutto il ciclo del prodotto a marchio CRAI, dalla semplice anagrafica dell'articolo fino alla sua consegna presso i Centri di Distribuzione. Al timone c'è **Rolando Toto Brocchi**, responsabile di tutta la Direzione, che comprende i settori Logistica e ICT.

Il Reparto Operations è il motore funzionale della Sede

Nel corso degli anni l'area ha ampliato di molto la propria attività, adottando applicazioni con cui ha messo a disposizione dei Cedis contenuti e funzionalità. In questo ambito il ruolo della Sede è stato (e sarà sempre più) quello di individuare le soluzioni migliori sul mercato e proporle alle aziende del gruppo, contribuendo a realizzare il processo di convergenza, garanzia dell'efficienza e del senso d'identità dell'insegna.

LA GESTIONE DELLE PIATTAFORME NAZIONALI

Qui avvengono **il controllo e il coordinamento delle attività** di quattro piattaforme logistiche centralizzate: fresco, surgelati, ortofrutta e secco. In quest'attività, strategica per il Gruppo, ci si occupa direttamente del riordino dei prodotti secchi e surgelati, curandone stoccaggio e distribuzione, con particolare riguardo alle merci più problematiche in quanto a difficoltà di approvvigionamento. Questa attività si sta sviluppando in linea con il trend del settore, dal momento che i retailer ricercano le migliori condizioni di acquisto e l'efficienza nella gestione fisica dei prodotti. L'obiettivo è quello di **elevare il livello del servizio** e di avere sempre più il controllo della qualità e della distribuzione, in particolare per i prodotti a marchio.

TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE

L'**Area ICT** fa parte del settore Operations e svolge compiti fondamentali, tra cui **la gestione delle banche dati aziendali**, che nel tempo si sono sviluppate sempre più. Inizialmente

Il futuro è bio.
Per un sacco
di buone ragioni.

La nostra è la storia di chi non si accontenta di brevetti, certificazioni, crescita. È la storia di chi scopre la propria vocazione ambientale e decide che le future generazioni meritano un pianeta più vivibile. Sviluppando prodotti etici siamo diventati il primo brand italiano che firma sacchi bio per la conservazione e per i rifiuti. Come Biopratico, il sacco bio più amato dagli italiani perché fatto per lasciare dietro di sé un mondo pulito.

virosac

SACCHI FATTI A REGOLA D'ARTE

SOFTWARE E APPLICATIVI

L'ICT si occupa, tra le altre cose, di selezionare le soluzioni software che offrano le migliori condizioni tecnico-economiche e di promuoverne la diffusione. Di questo gruppo fanno parte **Linfa**, ERP per la gestione dei Cedi, **AWR** (un applicativo per la gestione delle scorte), **TLpos** (un sistema di back office per i punti vendita), **TLoyalty** per la gestione delle carte fedeltà, e **TC1** per la gestione delle prenotazioni allo scarico.

venivano messi a disposizione i contratti stipulati con l'industria, cui si sono aggiunti i listini in acquisto e, successivamente, sono state realizzate le banche dati relative ai punti vendita, ai valori degli acquisti per Cedi-fornitore ai fini del calcolo dei contributi.

Tra i ruoli dell'Area ICT c'è la gestione dei database aziendali

Per ultimi sono stati costituiti due grandi database, il primo dei quali contenente i dati di Carta Più, divenuto necessario a seguito della **circolarità nazionale della carta fedeltà** con la conseguente centralizzazione dei dati clienti, un traguardo di grande rilevanza strategica; il secondo, invece, contiene i dati di vendita di oltre 1500 negozi e costituisce la base informativa per lo sviluppo del CRM e di ogni analisi commerciale sulle vendite in tempo reale, un grande passo avanti nella capacità di analizzare gli andamenti e **sviluppare azioni di marketing mirato**. Le banche dati alimentate dai Cedi e dai punti vendita sono un patrimonio condiviso, e a tal fine il reparto segue anche lo sviluppo di sistemi e modelli di analisi evolute (in particolare "**Business Intelligence**" sviluppata con QlikView) da mettere a disposizione di tutte le strutture del Gruppo, con visibilità limitata ai propri dati. In sostanza, oltre a tenere sotto controllo tutti i processi IT di Sede, supporta per la parte tecnologica tutti i progetti innovativi e gli adeguamenti imposti dalle norme, come i temi attualissimi dell'aggiornamento della normativa sulla privacy e della fatturazione elettronica.

L'E-COMMERCE

Sotto la guida di Rolando Toto Brocchi, dal 2017 nell'ambito della Direzione Operations è stato costituito il team che sviluppa la **soluzione di commercio elettronico** CRAI: un'iniziativa che contribuirà a dare visibilità all'insegna presso la clientela attuale e potenziale. La soluzione adottata consentirà a CRAI di perseguire nei prossimi anni l'obiettivo di offrire l'esperienza dell'acquisto online da parte di tutti i punti vendita disponibili e raggiungere quindi gran parte della popolazione con proposte sempre più personalizzate, con ripercussioni positive sulla relazione coi clienti, **sia online che offline**.

CLINICAMENTE TESTATO

infasil

Tutto quello di cui hai bisogno per la tua pelle

SCOPRI TUTTA LA LINEA INFASIL

DEODORANTI

DETERGENTI INTIMI

Rolando Toto Brocchi

Cinzia Beretta

Antonio Colella

UN TEAM COMPOSITO

Rolando Toto Brocchi, Responsabile della Direzione Operation e dell'area ICT e logistica, in azienda da 15 anni, è supportato da una squadra articolata, con una precisa divisione dei compiti:

Cinzia Beretta: ha all'attivo diversi anni in CRAI al **servizio Assistenza Soci**, dove si occupa di aggiornamento delle anagrafiche dei prodotti a marchio (prezzi, canvas, prodotti) e conseguenti comunicazioni ai Cedis; il suo è un ruolo di interlocutore tra i fornitori in transito freschi e secchi e gli operatori logistici, nonché i Cedis, verificando e cercando di risolvere eventuali criticità, sia amministrative sia logistiche

Antonio Colella: nell'ambito della direzione Operations, si occupa del **controllo di gestione dell'area logistica, della gestione del database fatturati** Gm e Pam, del supporto e assistenza Easy Royalty Web (applicativo per la gestione dei contratti), del supporto agli utenti interni e del presidio su Archiflow (archiviazione documentale)

Luca Passoni: è il responsabile dei **sistemi informativi di Sede** e, oltre a supportare i progetti ICT nazionali, ha la supervisione delle applicazioni relative alle carte fedeltà e alla raccolta e analisi dei dati provenienti dei punti vendita

Simona Colonna

Laura Vola: in CRAI da 9 anni, inizialmente per la raccolta e l'analisi dei fatturati fornitori, oggi gestisce anche **il portale CRAI e le anagrafiche dei pdv**, la raccolta dati di cassa dei punti vendita e il relativo supporto agli utenti per le analisi di Business Intelligence

Simona Colonna: gestisce l'applicazione **SCM-Anagrafica Prodotti e Listini GM**, con relativo aggiornamento dei listini Grandi Marche e dei contatti con i fornitori. Fornisce inoltre supporto alla gestione del portale CRAI

Luca Lonzini: è in CRAI da aprile 2018 con mansioni focalizzate principalmente sul **supporto operativo** per nuovi progetti in ambito logistico, sulla gestione delle scorte dei magazzini secco e surgelati e sull'emissione degli ordini di riassortimento.

Luca Passoni

Laura Vola

Luca Lonzini

Così buono, anche senza zucchero.

DA SEMPRE, NOI DI KIMBO SELEZIONIAMO SOLO I MIGLIORI CAFFÈ DA OGNI PARTE DEL MONDO, LI MISCELIAMO AD ARTE CREANDO AROMI UNICI E LI TOSTIAMO SECONDO L'ANTICA TRADIZIONE NAPOLETANA. È QUESTO CHE RENDE IL NOSTRO CAFFÈ COSÌ BUONO. TALMENTE BUONO CHE SI PUÒ BERE ANCHE SENZA ZUCCHERO.

KIMBO

Le prime aperture di Leader Price in Italia

Leader Price Italia apre i primi punti di vendita nel nostro Paese, con un nuovo concetto e una nuova esperienza di spesa all'insegna del "piacere della semplicità"

Giovedì 24 maggio a Como ha aperto le porte il primo punto vendita Leader Price Italia, con un concept e un'offerta innovativi per il mercato italiano. La settimana successiva è stato il turno degli store di Voghera (PV) e di Borgosatollo (BS).

UN'OTTIMA PARTENZA

L'arrivo del marchio, nato dall'accordo tra Geimex-Casino e CRAI a fine 2016, ha permesso l'**assunzione di nuovi collaboratori**, per un totale di oltre 100 dipendenti tra Sede centrale a Segrate e punti vendita diretti. I collaboratori di Como, Voghera e Borgosatollo opereranno in un ambiente moderno e piacevole.

UN ASSORTIMENTO SELEZIONATO

Distintiva è la forte presenza di prodotti di qualità italiani e francesi a marchio, di importanti brand nazionali, di un presidio attento agli **alimenti freschi e freschissimi** (per l'80% provenienti da fornitori nazionali) e ai nuovi trend salutistici a prezzi convenienti, il tutto nell'ottica di una presentazione e una fruibilità semplice e chiara.
L'offerta commerciale punta su **qualità, convenienza e freschezza**, con oltre 200 referenze tra frutta e verdura e oltre 400 per il reparto frigo.

Gli alimenti freschi e freschissimi provengono per l'80% da produttori nazionali

L'Italia, con le sue differenze di gusti e abitudini, rappresenta una sfida per il retail: per questo Leader Price intende soddisfare differenti domande facendo leva su **un'efficiente supply chain locale** per il fresco, mentre l'offerta di prodotti a marchio proprio è selezionata con rigidi controlli della qualità e della filiera produttiva.

UNA VISIONE CHIARA

L'Amministratore Delegato Mario Maiocchi, che guiderà l'espansione dei punti di vendita a insegna Leader Price Italia, ha dichiarato: "I denominatori comuni di un processo di acquisto sono la qualità e la convenienza, fortemente preponderanti in Italia. Noi di Leader Price Italia rispondiamo a queste esigenze e ad altri fattori che muovono il consumatore ad acquistare. Puntiamo a una penetrazione del mercato italiano in termini qualitativi e non quantitativi. Preferiamo dare vita a punti vendita che possano generare alte performance nel breve termine con un'attenta analisi delle aree e delle location in target".

Una veduta esterna del pdv di Como

Amadori

Passione di Famiglia

SPECIALITÀ PRONTE
Tanto gusto nel piatto

in 2 minuti!

Kebab di pollo e tacchino, tagliata di petto di pollo, alette di pollo piacevolmente piccanti: tante appetitose specialità veloci da scaldare e pronte da abbinare a un contorno a piacere.

Per portare nella vita di tutti i giorni un pizzico di novità.

100% italiano!*

WWW.AMADORI.IT

* SOLO POLLO E TACCHINO NATO, ALLEVATO E LAVORATO 100% IN ITALIA

LO SVILUPPO DELLA RETE

L'obiettivo è essere presenti sull'intero territorio nazionale con punti vendita di varie dimensioni, in aree urbane o rurali, con i formati 300, 600 e oltre 800 mq.
L'azienda intende favorire l'**insediamento progressivo nel mercato** adattando il formato di vendita al bacino specifico e puntando ad avere sia negozi in gestione diretta sia in affiliazione.
Leader Price Italia cerca, inoltre, accordi di master franchising mettendo a disposizione studi commerciali e di marketing, assistenza, sistemi gestionali.

STORE CONCEPT SEMPLICE MA INNOVATIVO

Il format adottato nei negozi italiani segue quello già sperimentato in Francia.
Ampio spazio è dedicato all'ortofrutta all'ingresso, con un'esposizione studiata per attrarre l'attenzione del cliente; di forte impatto è l'area benessere, con un'importante **offerta di prodotti biologici** per soddisfare la crescente richiesta.
Importanti sono la presenza della panetteria e della **pasticceria con laboratorio a vista**, per offrire pane e dolci freschi nell'arco della giornata, nonché della cantina dei vini, fiore all'occhiello per l'ottima selezione e l'ambientazione, che ricrea una vera cantina vinicola.

IL PRESIDENTE GIANGIACOMO IBBA

"I nostri punti vendita romperanno gli schemi del discount tradizionale. I nostri store sono, infatti, a tutti gli effetti dei "**negozi convenienza**" semplici, ordinati e moderni che rispondono alle diverse esigenze dei consumatori di oggi. Il mercato italiano, sebbene già presidiato da alcuni importanti player, in particolare nel segmento discount, è stato studiato in modo approfondito: presenta un alto potenziale per il nostro modello di business. L'Italia è caratterizzata da una plurisecolare tradizione enogastronomica e da una forte attenzione alla qualità dei cibi, soprattutto del fresco. I consumatori si aspettano un'offerta adeguata a questo imprinting culturale e caratterizzata dal prezzo più conveniente possibile: proprio ciò che troveranno nei punti vendita Leader Price Italia, con molte referenze di prodotti italiani, anche provenienti dall'area geografica in cui sono dislocati i punti vendita. Il tutto completato dal piacere di **una nuova esperienza di spesa**, rispettosa della nostra cultura a tavola e dei nostri costumi combinata a un eccellente rapporto qualità-prezzo".

In alto: l'interno del pdv di Voghera.
Qui sopra l'inaugurazione del pdv di Borgosatollo

LEADER PRICE A COMO

Punto vendita inaugurale di via Regina Teodolinda:
- area negozio di circa 800 mq
- organizzazione razionale degli spazi, in linea con il progetto
- design innovativo
- ampio parcheggio
- presenza del banco macelleria per personalizzare meglio l'offerta

LA SEMPLICITÀ
È L'ESSENZA
DEI PIATTI
PIÙ BUONI

Dal 1865

Bertolli

BISTECCA ALLA GRIGLIA, OLIO BERTOLLI & AMICI

La ricetta è semplice.

Un cuore che batte per il volley

Da anni Title Sponsor delle Finali Nazionali Giovanili di pallavolo, CRAI crede nei valori del gioco di squadra e nelle sane abitudini

Anche l'edizione 2018 ha regalato grandi emozioni e coinvolgimento. Ragazzi e famiglie entusiasti, condivisione e tanto divertimento, per un mese di partite senza esclusione di colpi per aggiudicarsi **il titolo nazionale**.

VICINI AGLI ATLETI

A tutti i partecipanti è stato dato un welcome kit con **prodotti a marchio CRAI** (succhi di frutta, acqua, snack) e durante i match conclusivi sono state organizzate attività di intrattenimento e animazione per il pubblico presente.

Crai ha fornito i welcome kit e gestito l'animazione

I primi 3 classificati di ciascuna delle sette finali hanno ricevuto

UN PROGRAMMA SERRATO

188 squadre e oltre 2.200 giocatori coinvolti, sette appuntamenti per sette diverse città sparse per lo Stivale. Ecco tutte le sfide fra le squadre delle categorie, maschili e femminili, Under 14, Under 16, Under 18 e maschili Under 20:

14-19 maggio	Tortolì	**U14 F**
15-20 maggio	Catania	**U14 M**
29 maggio-3 giugno	Torino	**U16 M**
29 maggio-3 giugno	Bologna	**U16 F**
31 maggio-3 giugno	Agropoli	**U20 M**
5-10 giugno	Massafra e Castellaneta	**U18 M**
12-17 giugno	Bormio	**U18 F**

NOVITÀ

Voiello

PASTA INTEGRALE
100% GRANO ITALIANO

da CRAI una targa e un cesto di omaggi golosi, consegnato dalla simpatica mascotte a forma di cuore. Alla maggior parte delle premiazioni sono stati presenti i **rappresentanti dei Cedis locali**, a testimoniare la rilevanza, anche in termini di identità, dell'investimento in questa sponsorizzazione.

UN'OCCASIONE DI VISIBILITÀ

Ogni finale è durata 4-6 giorni, un tour de force impegnativo al termine dei campionati regionali. Essere parte della manifestazione è stato importante per apprezzare **la dedizione e la passione** che i giovani mettono nel loro sport del cuore. Nelle giornate sportive il logo CRAI era presente attorno al campo su Led e teli Tnt, attorno al tavolo delle premiazioni e sulle magliette ufficiali, insieme al logo delle FNG, distribuite allo staff e ai partecipanti.

FINALI NAZIONALI GIOVANILI CRAI

UNDER 14F
Classifica Finale
1. Casal De Pazzi Roma,
2. Progetto Volley Orago/V7/Uyba
3. Vega Ftv Team 2016

UNDER 14M
ClassificaFinale
1. Colombo Genova
2. Bunge Romagna
3. Segrate

UNDER16F
Classifica Finale
1. ASD Volleyrò Casal De Pazzi
2. Imoco VolleySan Danà
3. Unet E-Work Busto Arsizio

UNDER16M
Classifica Finale
1. Vero Volley BPM Monza
2. Treviso Volley
3. UbiBanca Mercatò Cuneo

UNDER20M
Classifica Finale
1. Lube Banca Civitanova,
2. Materdomini Castellana Grotte
3. Segrate Volley 1978

UNDER 18M
Classifica Finale
1. Volley Segrate 1978 Mi,
2. Cucine Lube Civitanova Mc
3. Matervolley Castellana Ba

UNDER 18F
ClassificaFinale
1. ASD Volleyrò Casal de' Pazzi
2. Lilliput Pallavolo Settimo
3. Unet E-Work Busto Arsizio

C&D FOOD, L'ECCELLENZA DEL PETFOOD

Prosegue la partnership fra CRAI e l'azienda protagonista
nel settore degli alimenti per animali domestici a livello europeo

DOVE SIAMO

Via Breve, 6 - 25135 Brescia (BS)
info.italy@cdfoods.com
www.cdfoods.com
+39 030 9914488

Protagonista a livello europeo nel petfood, la C&D Food è da anni partner affidabile di CRAI per la produzione di alimenti per cani e gatti. L'azienda fu fondata nel 1969 da Albert Reynolds in Irlanda col nome di C&D Petfood. Oggi, dopo l'ultima acquisizione di Continentale Nutrition, è **tra i più grandi produttori europei di alimenti per cani e gatti** a marchio privato con un fatturato di oltre 500 milioni di euro. Il gruppo C&D Foods conta infatti nove stabilimenti in Europa, con una capacità complessiva di 680.000 tonnellate. Inoltre, i prodotti C&D sono garantiti da un controllo qualità, basato sul sistema HACCP, BRC, IFS, adeguato e personalizzato alle diverse zone e aree del processo produttivo. **Un controllo che assicura la massima sicurezza degli alimenti** quali: Department of Agriculture, Organic Trust Accredited, Organic Farmers & Growers Certified and EPA applicati anche dai fornitori dell'azienda, sia quelli di materie prime che di imballaggi. Ogni alimento viene sottoposto inoltre a un test di appetibilità e solo nel caso in cui dimostri un livello uguale o superiore al prodotto di riferimento ottiene l'approvazione per la vendita. "C&D Foods si è sempre dedicata alla produzione della private label – commentano dall'azienda di petfood – adeguando la capacità produttiva e le tipologie di prodotti volti al soddisfacimento delle richieste dei vari clienti, siano essi retailer o specialist. In particolare, per quanto riguarda il mercato italiano C&D Foods serve oltre il 50% della GDO ed è da molti anni fornitore delle principali insegne del Discount. Il portafoglio clienti di C&D Foods copre inoltre **marchi importanti del settore specializzato** servendo le catene e i petshop. C&D Foods è in grado di fornire tutte le tipologie di prodotto e i più alti standard qualitativi, nei vari formati per alimenti sia umidi che secchi".

L'ALLEANZA CON CRAI

L'esperienza e l'innovazione del Gruppo C&D Foods, unite all'attenzione per le esigenze della clientela, hanno spinto CRAI a sceglierlo come fornitore di cibo umido e secco per i nostri amici a quattro zampe.
"Siamo da lungo tempo partner di CRAI per la fornitura del marchio **Randy Buste e Vaschette cane e gatto** e di tutta la linea secchi, oltre agli snack – commentano dall'azienda di petfood –. Dopo i buoni risultati ottenuti con il lancio delle crocchette cane per cuccioli e per gatti sterilizzati, saremo pronti a lanciare le buste cane a fine anno, anche a fronte del successo delle buste gatto flowpack 4 x 100 g. Il comparto degli snack sarà sempre in evoluzione: viste le ottime performance ottenute nel segmento cane, infatti, stiamo già pensando alle prossime novità per migliorare ancora l'assortimento gatto".

I supereroi sono arrivati!

Anche quest'anno CRAI è stato Sponsor di Giochi senza Barriere, la kermesse sportiva ideata dalla Onlus art4sport e giunta con successo alla sua ottava edizione

Si è svolto il 14 giugno uno degli eventi sportivi dell'anno. **Giochi senza Barriere** ha conquistato lo Stadio dei Marmi del Foro Italico di Roma per una serata votata alla sensibilizzazione collettiva non solo al tema della disabilità in sé, ma soprattutto dell'integrazione dei disabili e delle loro famiglie; l'obbiettivo è quello di ridurre le distanze, le paure e i pregiudizi che spesso si diffondono verso questo mondo, troppo spesso non conosciuto dal resto della popolazione.

L'EDIZIONE 2018

Giochi senza Barriere si rifà ai mitici Giochi senza Frontiere, ma con l'obiettivo di abbattere una frontiera virtuale. Per farlo, i ragazzi di **art4sport**, insieme ad altri giovani con disabilità, si sfidano in divertenti gare sportive insieme a bambini e adulti normodotati, mostrando a tutti come ci si può divertire insieme andando oltre gli ostacoli fisici e psicologici che troppo spesso ci frenano.
Il tema di quest'anno non poteva essere più appropriato: i supereroi. Questi personaggi popolano l'immaginario di tutti; solitamente nati dai fumetti, dal grande schermo o da serie animate, questa volta i supereroi protagonisti della serata del 14 giugno provengono dalla vita reale e quotidiana.

IL RUOLO ATTIVO DI CRAI

In occasione dell'evento, il Socio di Roma CRAI Tirreno ha creato una vera e propria area ristoro per tutti i partecipanti e i volontari, con tutte **le specialità dei fornitori**: il Salumificio

MiSURA
NATURA RICCA

Novità

SCEGLI IL BUONO DELLA VITA, SCEGLI I COLORI DELLA NATURA

100% FRUTTA E VERDURA *con Spezie*

SENZA CONSERVANTI • SENZA COLORANTI • SENZA ACQUA AGGIUNTA

SNACK DI CEREALI, FRUTTA SECCA, SEMI E SUPERFRUTTI

FONTE NATURALE DI FOSFORO

FONTE NATURALE DI VITAMINA E

FONTE NATURALE DI RAME

RICCO DI FIBRE

SENZA COLORANTI • SENZA GLUTINE

Vieni a trovarci su www.misura.it e visita il nostro blog. Seguici su f e ◎

CELEBRITÀ PER CRAI

Accanto ai giovani musicisti Benji e Fede, erano molti i vip presenti. Tra gli altri, hanno partecipato il duo comico Pio & Amedeo, Fedez, Martina Colombari e naturalmente gli sportivi, tra cui Ivan Zaytsev, Jury Chechi, Valentina Vezzali, Massimiliano Rosolino, Martin Castrogiovanni e Carlton Myers.

Sano ha portato il Prosciutto di Amatrice, il Caseificio La Fonte Toscano ha fornito i formaggi, Italcarni la Porchetta Romana Augusta, Amici di Crai la pizza romana e Agri Gransapore ha partecipato con frutta fresca di tutti i tipi.
CRAI ha inoltre partecipato con entusiasmo a questo evento dando un contributo di sponsorizzazione, predisponendo la consegna di merci per il pranzo dei volontari e, soprattutto, organizzando **la squadra di Oristano**, che ha avuto due capisquadra d'eccezione: Benji e Fede; i due cantanti modenesi, idoli dei giovanissimi, hanno entusiasmato i partecipanti, rendendo ancora più coinvolgente e divertente la sfida.

ART4SPORT

La Onlus è nata nel 2009 per volontà di **Beatrice (Bebe) Vio** e della sua famiglia. La schermitrice, campionessa mondiale paralimpica in carica di fioretto individuale, ha voluto mettere in piedi un'organizzazione che possa promuovere **lo sport come terapia per il recupero fisico e psicologico di bambini e ragazzi con protesi o arti artificiali**. La missione di art4sport è aiutare anche economicamente le famiglie di questi giovani e offrire supporto di tipo pratico e organizzativo nella pratica di un'attività fisica che diverta e faccia stare bene.
Grazie ad art4sport si possono provare gli sport che più incuriosiscono o praticarli a livello amatoriale e agonistico.

WC NET

SCOPRI LA NUOVA LINEA con

ESCLUSIVA

FORMULA PROTEZIONE CALCARE

WC NET Disincrostante e Igiene Totale sono presidi medico chirurgici. Leggere attentamente le avvertenze.

Aiuta a PREVENIRE il CALCARE

Acea Camp 2018 raddoppia

Sport, divertimento, attività ludico-didattiche: il camp sostenuto da CRAI, forte di un grande successo, organizza una seconda sede per ospitare ancora più ragazzi

Acea Camp è una delle più importanti iniziative, presenti sul territorio di Roma, dedicata alle scuole e ai giovani, nata con **l'obiettivo di promuovere un'estate educativa di sport e salute**. L'organizzazione del camp è affidata a Beside Management, società fondata e diretta da **Carlton Myers**, grande campione di pallacanestro ed ex-capitano nella Nazionale Italiana.

COS'È ACEA CAMP

Il campo estivo a tema sportivo accoglie complessivamente, da quest'estate, circa 2.400 partecipanti, distribuiti su 10 settimane, che hanno la possibilità di provare ben 12 differenti attività: pallacanestro, atletica, calcio, pallavolo, tennis, danza, baseball, rugby, scherma, nuoto, judo e softball.

Acea Camp ha come obiettivo la promozione dello sport tra i giovani

Possono essere iscritti ai programmi ragazze e ragazzi con un'età compresa fra i 6 e i 14 anni, i quali, con la quota di iscrizione settimanale, beneficiano di numerosi vantaggi: il kit d'abbigliamento, il pranzo e la merenda di metà mattina, l'assicurazione nei confronti di infortuni e responsabilità civile e l'assistenza medica, oltre, naturalmente, al lavoro del

GLI APPUNTAMENTI

Da quest'anno Acea Camp offre la possibilità di scegliere fra due sedi, con orari differenti e un programma di diversa durata:

PARCO DEL FORO ITALICO, ROMA
Dall'11 giugno al 20 luglio (6 settimane)

CENTRO SPORTIVO TOR PAGNOTTA, ROMA SUD **NOVITÀ 2018**
Dal 18 giugno al 13 luglio (4 settimane)

UNA BELLA OPPORTUNITÀ

Tutti i venerdì, i bambini e i ragazzi partecipanti ad Acea Camp hanno avuto un'occasione unica: quella di incontrare e conoscere personalmente un campione dello sport italiano e di ascoltare atleti e paratleti raccontare la storia della loro carriera sportiva, intrattenendo i ragazzi anche con delle dimostrazioni dal vivo.

Qui a lato due momenti con Carlton Myers e Bebe Vio; sotto, le attività sportive per i più piccoli

personale specializzato. Acea Camp viene realizzato grazie al supporto attivo di Acea, CRAI e Kinder+Sport, in collaborazione con CONI e con il patrocinio di Roma Capitale. L'obiettivo è offrire ai giovani **un modo sano e divertente per trascorrere in città le prime settimane di vacanza** dopo la chiusura delle scuole, educandoli a praticare sport per il loro benessere psicofisico e favorendo la socializzazione; attraverso il nuovo servizio "Bla Bla Camp", infatti, i ragazzi provenienti dalla stessa zona della città possono più facilmente restare in contatto.

INCENTIVI A GIOVANI PROMESSE

In occasione della giornata di chiusura, Acea Camp, come nelle scorse edizioni, ha regalato sei borse di studio per dare l'opportunità ai vincitori di proseguire l'attività sportiva durante l'anno. Le borse di studio sono assegnate da un team di allenatori federali, guidati dalla direzione tecnica di Carlton Myers, a ragazzi che mostrano una naturale predisposizione per un determinato sport, sia dal punto di vista tecnico sia per quanto riguarda attitudine, atteggiamento e passione.

Assegnato il superpremio di “Un’Italia da Vincere”

La vincitrice con il titolare del punto vendita Crai

La Fiat 500 1.2 EasyPower Pop è stata consegnata alla fortunata vincitrice del concorso a estrazione.

È stato recentemente assegnato il superpremio finale del concorso, “Un’Italia da vincere”, attivo dal 1 febbraio al 3 marzo 2018.

ENTUSIASMO IN PAESE

La vincitrice dell’ambita Fiat 500 1.2 EasyPower Pop, è una giovane cliente del punto vendita CRAI di San Pietro Apostolo (CZ), di Mazza Antonio, situato in via Garibaldi 187 e associato al Cedi Regina srl. Il titolare del negozio, Antonio Mazza, ha espresso la propria soddisfazione nel poter omaggiare in modo così considerevole una propria cliente. La consegna del premio ha rappresentato un evento significativo per la comunità: all’evento erano presenti il signor Mazza, il suo staff, i rappresentati del Cedi e gli agenti di zona.

La vincitrice con il personale Crai e il premio, la Fiat 500

COME SI È SVOLTO IL CONCORSO

Per partecipare all’operazione era sufficiente effettuare una spesa minima di 20 euro acquistando, con lo stesso scontrino, almeno una referenza a scelta tra i prodotti sponsor. Successivamente ci si doveva collegare e registrare al sito web www.vinciconcrai.it e inserire gli estremi della propria ricevuta. Il primo montepremi, aperto a tutti i clienti e ad estrazione immediata, era composto da 100 cofanetti weekend per due persone e 50 buoni benzina dal valore di 100 euro l’uno. In aggiunta, per i possessori di Carta Più, erano in palio prestigiosi premi a estrazione finale: 10 cofanetti per un soggiorno in una dimora prestigiosa e la mitica Fiat 500.

Feger
La natura in scatola
INDUSTRIA PRODOTTI CONSERVATI

FEGER, IL VALORE DELLA RESPONSABILITÀ

Sostenibilità ambientale, sicurezza alimentare e sul lavoro tra le prerogative dell'azienda conserviera campana

DOVE SIAMO

Via Nazionale, 236 - 84012 Angri (SA)
vannibelloli@libero.it
www.feger.it
+ 39 081 5139211

Feger è la società conserviera, fondata nel 1962 da Gerardo Ferraioli ad Angri (SA), specializzata nella lavorazione delle conserve vegetali (pomodoro, legumi, sughi pronti, zuppe ecc.). L'azienda opera prevalentemente nel mercato delle **private label nazionali ed estere**, in Italia è presente in quasi tutta la GDO. Nello stabilimento produttivo di 36.000 mq di Angri, Feger trasforma le materie prime con linee produttive all'avanguardia che hanno consentito di lavorare **nel 2017 circa 67,5 milioni di kg di pomodoro** (tutto di origine italiana), di cui il 19% bio e circa 6,5 milioni di kg di legumi (dei quali il 37% bio). Nel 2017 Feger Spa ha realizzato un fatturato di circa 63 milioni di euro. Tra le peculiarità dell'azienda c'è sempre il **rispetto per l'ambiente**, con investimenti costanti per la riduzione dei consumi energetici in linea con gli obiettivi del Protocollo di Kyoto e con la verifica dei dati di Bureau Veritas Italia (azienda francese fra i leader, nella valutazione e analisi dei rischi legati all'ambiente e alla responsabilità sociale). L'impatto ambientale è stato ridotto con un giusto smaltimento dei rifiuti organici convogliati in impianti di biogas e con l'esclusione dei detergenti chimici per il lavaggio dei nostri impianti. Già dal 2012 Feger fa parte del consorzio internazionale SEDEX, che ogni anno si riunisce a Londra per discutere su modelli di business "responsabili". Tra le certificazioni GFSI ottenute nel tempo figurano IFS food, BRC food, FSSC 22000. Requisiti comuni a tali standard sono: l'adozione di una metodologia HACCP; un sistema di Gestione della Qualità documentato; il controllo degli standard ambientali, di processo e del personale all'interno del sito produttivo; oltre all'applicazione delle normative cogenti in materia di sicurezza alimentare. Feger resta fedele al mantenimento delle **certificazioni di prodotto** (pomodoro da industria a produzione integrata e di origine italiana, biologico, S. Marzano DOP, Halal e Kosher) volendo comunicare il valore aggiunto, unico ed esclusivo, e garantendo nel contempo anche la tracciabilità. E dal 2018, per le conserve di pomodoro, si aggiungerà anche la certificazione di rintracciabilità filiera ISO 22005:2007. L'altro tema caro a Feger è il **rapporto con i suoi lavoratori** lungo la filiera produttiva, con i fornitori scelti che devono rispettare i principi etico-morali aziendali. Oltre al personale preposto al controllo in campo, sono coinvolte le associazioni di settore con l'inserimento, nei contratti di fornitura di pomodoro, di clausole specifiche sulla propria base sociale, sia per le condizioni di lavoro sia per quelle di vita dei collaboratori agricoli. Ecco perché viene preferito un prodotto da raccolta meccanizzata, notoriamente meno incline al fenomeno dello sfruttamento della manodopera.

L'ALLEANZA CON CRAI

La partnership tra Feger e CRAI va avanti da anni. Per l'insegna, l'azienda produce tutta la gamma di **conserve rosse "convenzionali"** (pomodori pelati, polpe, pomodorini, passata classica e casereccia), **la linea di conserve biologiche** (pelati, polpa, passata e legumi) e, infine, la linea dei **sughi pronti**: basilico, arrabbiata, amatriciana e ragù.

Nuovo look per Craiweb

La sezione Rubriche, in una veste rinnovata, offre una facile consultazione, immediata e accattivante, senza rinunciare alla consueta qualità dei contenuti

Interessanti diversioni alla scoperta di nuovi ingredienti, mete, esperienze. CRAI dedica attenzione a **comunicare con i propri clienti** e, di conseguenza, a essere sempre al passo coi propri media.

ESTETICA E FUNZIONALITÀ

È stato completato il **restyling della sezione Rubriche** di Craiweb, ridisegnata con un layout che ricorda un vero e proprio consumer magazine e caratterizzata da una navigazione dei contenuti più immersiva. L'obiettivo è quello di aumentare sempre più il livello di attrazione verso clienti attuali e potenziali.
Si parte con un efficace "effetto copertina", con la ricetta del momento in primo piano, abbellita da colorati sticker fluttuanti che mettono in evidenza i prodotti CRAI suggeriti per la preparazione.
Il menu delle Rubriche accompagna l'utente mentre scorre gli altri contenuti in primo piano della pagina, compreso l'invito a registrarsi alla **Newsletter** CRAI, anch'essa completamente rinnovata e coordinata al resto nello stile grafico.
La sezione **Weekend** conquista con le belle immagini dei luoghi d'Italia da scoprire (o riscoprire) e visitare nell'arco di un fine settimana.
Sono state inoltre sviluppate le potenzialità dell'angolo delle **Ricette**, ora fruibili con una navigazione più fluida, che permette di sfogliare un invitante carosello di card interattive e di orientarsi e scegliere per categorie, in modo da soddisfare ogni ricerca più specifica.
Completano questa nuova web experience le proposte a rotazione dalla **Cantina CRAI**, in cui i contenuti sono disponibili filtrando per regione o per portata consigliata in abbinamento.

CURIOSI? BASTA UN CLICK

Dal sito istituzionale **www.craiweb.it** si accede a Rubriche in uno step. Poi, non resta che scegliere l'argomento di interesse delle sottosezioni: **Ricette**, **Buono a sapersi**, **Weekend**, **Sagre**, **Vini**. Buon viaggio e buon divertimento!

WE LIKE GREEN®

INNOVAZIONE VERDE PER UN FUTURO SOSTENIBILE

solo materiali riciclati e riciclabili

Tonkita® by arix®

ARIX S.p.A., V.le Europa 23, 46019 Viadana (MN) - www.arix.it

CRAI, un successo dopo l'altro

CRAI è "Company to Watch" 2017. Cerved ha voluto selezionare come meritevoli i risultati del Gruppo nell'ambito della Grande Distribuzione Alimentare

Cerved attribuisce ogni anno alle aziende che si distinguono nel proprio settore di riferimento non solo per i **risultati di bilancio**, ma anche per le **iniziative progettuali**.
La consegna è avvenuta alla presenza di tutti i Presidenti e Vicepresidenti di CRAI Secom e CRAI Cooperativa, nonché dell'Amministratore Delegato Marco Bordoli e del Responsabile Finanziario Stefano Colombini**.**

I NOSTRI PUNTI DI FORZA

Il riconoscimento è il risultato dell'analisi dei dati condotta da Databank, società del gruppo Cerved, che ha messo in risalto le performance di CRAI nell'esercizio 2017.

La decisione di Cerved si è basata sull'analisi delle performance di CRAI nel 2017

Si sono rivelati vincenti il **potenziamento della prossimità e del presidio territoriale**, l'innovazione dei format, la diversificazione dei canali di presenza e, infine, l'**ottimizzazione nella gestione dei costi** attraverso alleanze strategiche. Il riconoscimento da parte di Cerved, una delle maggiori agenzie di rating europee, è la conferma di come si stia rafforzando il posizionamento dell'insegna come leader nella distribuzione moderna e di successo della strategia di business intrapresa.

LE PAROLE DI MARCO BORDOLI

"Siamo orgogliosi di questo importante riconoscimento. I risultati raggiunti sono frutto del lavoro di tutta la filiera composta dalla Sede Centrale, dai Cedis e dai punti vendita. Siamo sempre più convinti che ciò che ci deve guidare è la logica di sistema che caratterizza il Gruppo CRAI, facendo sinergie laddove possibile e pianificando azioni strategiche che apportino beneficio ai Poli operanti sul territorio e ai punti di vendita".

FELCE AZZURRA

Profuma la tua vita

Lasciati sorprendere dalla nuova linea di bagnodoccia **Felce Azzurra**.
Nuove eleganti confezioni.
Profumi unici, mai provati.
Nuova formula idratante per una pelle ancora più liscia e morbida.
Sensazioni che nascono nella doccia e continuano nella vita.

Ibba ai vertici dell'imprenditoria italiana

Fratelli Ibba Srl, socio storico del Gruppo CRAI, è stato premiato da Deloitte con il prestigioso riconoscimento "Best Managed Companies"

La prima edizione italiana del premio internazionale Deloitte, dedicato alle **Best Managed Companies**, ha visto tra i premiati del 22 maggio anche la società guidata dal **presidente di CRAI Cooperativa Giangiacomo Ibba**.

Tra i premiati da Deloitte anche il Cedi sardo guidato da Giangiacomo Ibba

Il Cedi della Sardegna ha dimostrato di aver raggiunto **livelli di eccellenza** nella capacità organizzativa, nella strategia e nella performance: questa la motivazione che ha spinto Deloitte a includerlo tra le migliori 31 realtà sul territorio nazionale.

UN TITOLO IMPORTANTE

L'iniziativa - sostenuta anche da Altis-Università Cattolica e da Elite, progetto di collaborazione fra London Stock Exchange Group e Confindustria - ha lo scopo di indicare quali siano le attività che si sono distinte per **competenze, impegno verso le persone e prestazioni**, e che si sono dimostrate capaci di generare innovazione, di implementare strategie di lungo termine e di proporsi come enti attivi nel proprio ecosistema.

UN CURRICULUM CHE PREMIA

F.lli Ibba è un'azienda storica del gruppo CRAI e rappresenta in modo esemplare la realizzazione di una strategia perseguita a livello nazionale. Opera in Sardegna e nel Lazio con **una rete di oltre 300 negozi**: oltre all'insegna CRAI, con i suoi tre formati, è protagonista anche nel canale Cash&Carry con **quattro strutture Centrocash**.

La politica commerciale di F.lli Ibba punta a valorizzare il territorio

La società ha attuato una politica commerciale volta a **valorizzare efficacemente il proprio territorio**, in sinergia con i produttori locali, tenendo in considerazione sia la tradizione sia lo sviluppo economico e sociale della comunità.

DUE PAROLE DAL PODIO

Tanta soddisfazione nella dichiarazione del Presidente Giangiacomo Ibba: "Siamo orgogliosi di aver ricevuto questo prestigioso riconoscimento, punto di partenza per una crescita aziendale basata sui valori di eccellenza e qualità che CRAI esprime, e fortemente incentrata sulle comunità locali. Questo premio conferma che il gruppo sta percorrendo la strada giusta e che dobbiamo continuare a lavorare in questa direzione. Il mio ringraziamento va a tutte le persone che lavorano ogni giorno in F.lli Ibba".

Spuma di Sciampagna

Beauté

ORO PER IL TUO BENESSERE

UNA NOVITÀ PER LA TUA BELLEZZA

MACADAMIA E QUINOA

Scopri la nuova linea Vellutante di Spuma di Sciampagna, arricchita con Olio di Macadamia Biologico e Quinoa, ideale per prendersi cura della tua pelle con delicatezza. Il suo profumo dal morbido carattere orientale ti conquisterà per l'armonioso equilibrio tra la profondità di vaniglia, legni e spezie e la freschezza delle sue note fiorite e fruttate.

100% MADE IN ITALY

ITALSILVA Commerciale S.r.l. - Via Monte Santo, 37 - 20831 Seregno (MB) - www.spumadisciampagna.it

Seguici su

Crai Extra, un formato che piace

Nuove aperture e novità dal Cedi Codè Crai Ovest confermano il successo dello store di grandi dimensioni, ma sempre vicino al cliente

Le indagini di mercato mettono in risalto **le ottime performance** e i trend di crescita del supermercato 800-1500 mq. In un'ottica di sviluppo (con due ulteriori aperture entro fine 2018), Codè Crai Ovest supporta i propri soci nella realizzazione dei Crai Extra mettendo a disposizione il supporto per la ricerca di aree idonee, studi di fattibilità e un category management per l'ottimizzazione dell'assortimento.

SCOPRIAMO I NUOVI PUNTI VENDITA

Si caratterizzano per una forte connotazione per il fresco: ad esempio, nell'ortofrutta è presente **il prodotto a chilometro zero**. Comune a tutti è la presenza dei banchi macelleria serviti, in alcuni è presente la pescheria, mentre nel negozio di Albenga c'è persino un caseificio.
La gamma prevista dal format Extra prevede prodotti a marchio, grandi marche, followers, con primi prezzi dosati in maniera strategica e grande attenzione al locale. La capacità commerciale dei soci, che operano direttamente nei negozi, permette di presidiare il territorio scegliendone i prodotti con la massima accuratezza. Questi vengono esposti in modo da essere valorizzati, supportati da un'attenta comunicazione e fatti conoscere al cliente attraverso le degustazioni.

APPREZZAMENTO E REPUTATION

I clienti sono soddisfatti, perché riconoscono nel nuovo format un assortimento che soddisfa **tutti i bisogni alimentari e le nuove tendenze di consumo** (bio, senza glutine, salutistico) accompagnato da un clima familiare attento alla relazione con il cliente.
Da non dimenticare gli effetti sull'occupazione: le nuove assunzioni hanno privilegiato la fascia più giovane della popolazione in età lavorativa. Codè, inoltre, mette a disposizione dei propri soci percorsi di formazione, rivolti anche ai collaboratori, per un miglioramento continuo.

COSA LI RENDE "EXTRA"?

Ogni Crai Extra ha il suo carattere, ma i valori e la voglia di fare sempre meglio sono immutati. Nel giugno 2017 ci sono state due importanti **nuove aperture ad Albizzate (VA) e ad Albenga (SV)**, dove vengono prodotti internamente formaggi con fiori eduli. Hanno affrontato ampliamenti e rinnovi i negozi torinesi di San Francesco al Campo e di San Carlo, che dispongono di una **cucina interna** per la preparazione di piatti pronti e specialità da leccarsi i baffi. Per quanto riguarda la **salvaguardia dell'ambiente**, tutti i punti vendita possono vantare impianti del gas a bassa emissione di CO_2 e impianti con luci interamente a led. Prossimamente a San Carlo verranno installate anche le colonnine per ricaricare le auto elettriche.

GRUPPO POOL PACK, PROFESSIONISTI NEL PACKAGING

Partner di CRAI dal 2012, l'azienda offre un servizio e una consulenza capillari per una produzione nel rispetto dell'ambiente

Il Gruppo Pool Pack è la prima realtà italiana di produzione, distribuzione e consulenza di **packaging alimentare certificato**. Dal 2012 l'azienda segue attivamente CRAI nello studio, selezione e fornitura di incarti certificati a marchio, cooperando sia con la sede centrale Secom sia con i soci e i loro supermercati. Fin dall'inizio della collaborazione, Pool Pack si è configurato come un partner unico, in grado di soddisfare le esigenze di servizio capillare dei soci dettaglianti, ma anche di transfert logistico verso le Piattaforme CRAI. **Affidabilità**, sicurezza alimentare, certificazioni di prodotto, tracciabilità, consulenza sui materiali e presentazione d'imballi innovativi sono garantiti dagli oltre 150 rappresentanti commerciali Pool Pack, che visitano settimanalmente tutti i negozi. Un approccio professionale e dedicato che ha permesso, negli anni, la creazione sulla "rete CRAI" di una nuova e aggiornata **cultura di packaging** e delle sue funzioni (incartare, proteggere, presentare, valorizzare, comunicare), oltre che un rafforzamento della coscienza di appartenenza a CRAI, anche attraverso la fidelizzazione dei soci sugli incarti a marchio. La sua organizzazione "a matrice", inoltre, permette di poter disporre simultaneamente di ognuno dei 21 magazzini, degli stessi articoli e codici di fatturazione stabiliti nell'assortimento comune CRAI. Pool Pack si conferma un importante consulente di packaging per centinaia di banconisti e capireparto, che nei negozi CRAI traducono ogni giorno con fatica e passione la filosofia e le istanze di freschezza, genuinità e fiducia, che la Direzione CRAI, in accordo con le cooperative locali, persegue e sviluppa. Pool Pack ha recepito, in accordo con CRAI, i requisiti di **qualità e igiene** introdotti dalle "Good Manifacturing Practices" e ha adottato modelli di gestione della sicurezza alimentare realizzati in conformità alla norma UNI EN 15593. Inoltre, con l'obiettivo di sviluppare nuove linee di packaging in carta a ridotta emissione di CO_2, l'azienda ha presentato nel 2014 al Ministero dell'Ambiente il **progetto** "Analisi dell'impronta di carbonio del ciclo di vita del sacchetto in carta per prodotti da forno", ottenendo, unico sacchettificio in Italia, la prestigiosa Certificazione ISO/TS 14067. Pool Pack offre una formazione costante per l'utilizzo ottimale dei sistemi d'imballaggio e aggiornamenti scrupolosi sulle normative vigenti, orientando ai nuovi stili alimentari, anticipando pur nel rispetto delle tradizioni locali, tendenze e mode di un mercato che si evolve rapidamente.

DOVE SIAMO

Via A. Frank, 104 – 42122 Reggio Emilia

info@poolpack.com

www.poolpack.com

+39 0522 344535

L'ALLEANZA CON CRAI

Con i suoi sacchetti e le sue carte certificate FSC-PEFC, l'azienda rappresenta un punto di riferimento per CRAI e per tutti i suoi prodotti a marchio: **sacchetti del pane** in carta kraft bianca e avana, **sacchetti salvafreschezza e antigrasso** per la gastronomia, **carte politenate e accoppiate** per salumeria, macelleria e pescheria.

Una ventata di novità in Ama Crai Est

L'Assemblea di Bilancio del 23 maggio ha eletto il nuovo CdA per il prossimo triennio

FRESCHI DI NOMINA

Questi i componenti del Consiglio di Amministrazione Ama Crai Est 2018-2020:

- **Presidente:** Fabio Frassetto
- **Vice Presidenti:** Elvia Bertuzzi, Iginio Marcon, Luca Villanova (Vicario)
- **Consiglieri:** Elio Bavaresco, Omar Durante, Massimo Garelli, Chiara Lavanda, Giulio Lazzarin, Pier Luigi Tambellini, Davide Tonon

Mercoledì 23 maggio si è svolta a Montebelluna (TV), con una nutrita presenza di Soci della cooperativa, l'**Assemblea di Bilancio del Cedi Ama Crai Est**. L'incontro è stato introdotto dal saluto del Presidente Fabio Frassetto e dalla relazione del Direttore Generale Gianfranco Scola. Successivamente, l'esposizione del bilancio, illustrato dalla **Direttrice Amministrativa Doris Camarotto**, ha confermato la buona salute della Cooperativa e le sue prospettive di crescita.

UN NUOVO CDA

Unitamente all'approvazione del bilancio 2017, si sono svolte le operazioni di voto per il rinnovo del Consiglio di Amministrazione che sarà in carica per tutto il triennio 2018-2020. Il risultato delle votazioni ha portato un sostanziale mutamento dei componenti del Consiglio, con 6 ingressi inediti sul totale di 11 membri, e un abbassamento dell'età media di circa 7 anni.

I Soci Ama Crai Est all'assemblea di Montebelluna

Nel nuovo CdA ben sei ingressi inediti

Il CdA ha confermato **Fabio Frassetto alla presidenza** e **Luca Villanova come Vice Presidente Vicario**.
Al Consiglio uscente sono stati espressi i ringraziamenti da parte di tutta la Cooperativa per il lavoro svolto negli ultimi tre anni, mentre al nuovo Direttivo va un augurio di buon lavoro.

DimmidiSì

Il benessere nasce dalla freschezza.

LA TAVOLA HA UN GUSTO DIVERSO.

UN'INSALATONA BUONA, FRESCA E PRATICA? DIMMIDISÌ!

Un piatto unico perfetto per essere consumato in pausa pranzo e fuori casa. Le Insalatone DimmidiSì sono leader di mercato in un segmento in forte crescita, anche a fronte di investimenti in comunicazione solidi e costanti.

Non possono mancare nel banco frigo del reparto ortofrutta.

La Linea Verde Soc. Agricola S.p.A. - 25025 MANERBIO (BS) Via Artigianale, 49 - Tel: +39 030.93.73.611 – lalineaverde.it – info@lalineaverde.it

ITALIA

Aria di restyling per i Drug Smoll

I negozi della catena rinnovano il look a 360 gradi. Il Responsabile Marketing, Francesco Manfredi, racconta traguardi e obiettivi della comunicazione

Il **Gruppo Meloni Walter S.p.A.**, nato nel 1964 per commercializzare prodotti per l'igiene casa, si è rafforzato via via nel settore della cura della persona, in cui è presente anche nel commercio al dettaglio. Forte della sua professionalità, di una logistica efficiente e dell'ampiezza della sua offerta, è entrato a far parte del canale drug della grande famiglia CRAI nel 2016, con le sue insegne **Smoll** e **BeautyTù**. Proprio Smoll è oggi protagonista di un rebranding che punta ad affermare l'insegna sempre più capillarmente, on e offline.

L'esterno di un punto vendita Smoll

SOLIDE BASI

Smoll - un punto vendita iper-specializzato che non rinuncia a impegnarsi costantemente per dei prezzi favorevoli, su un vasto catalogo - si pone come elemento di congiunzione tra negozio privato e grande market, puntando sulle solide basi di un'attenta cura del cliente e di una completa formazione del personale. "*Igiene, bellezza e sorrisi*" sono le sue parole d'ordine. Lo sottolinea **Francesco Manfredi**, **Responsabile Marketing di Meloni S.p.A.,** che spiega anche

scala
soluzioni per il pulito

DOVE C'È INNOVAZIONE, C'È SCALA

Prova il detergente piatti Scala al limone...

Sgrassante, antiodore e oggi anche nel nuovo formato scorta in busta ecoricarica da 2 litri!

Visita il sito

www.detersiviscala.it e la pagina Facebook Il pulito che vorrei.

Francesco Manfredi, Responsabile Marketing del Gruppo Meloni Walter S.p.A.

il forte orientamento di Smoll al miglioramento delle strategie comunicative.

INNOVAZIONE CONSAPEVOLE

Il rebranding in atto rientra nel progetto complessivo di rafforzare questo posizionamento di Smoll, che in un settore nel complesso stazionario, sta registrando una crescita, senza mai perdere di vista l'obbiettivo primario: la **customer satisfaction**, rivolta tanto ai clienti quanto ai partner. Merito anche delle nuove strategie: le indagini di mercato per conoscere più a fondo il cliente e offrire una gamma sempre più ampia di prodotti e servizi, la proposta di promozioni personalizzate, il restyling dei punti vendita e l'innovazione di strumenti di comunicazione e presidi multimediali. "Non puoi pensare di comunicare un cambiamento, una crescita, se non parti dalla tua immagine e dal tuo modo di rivolgerti al consumatore" spiega infatti Manfredi. E proprio l'immagine di Smoll è oggetto di un restyling: i punti vendita, sempre più accoglienti, si caratterizzano per dettagli che favoriscono l'acquisto da parte dei consumatori.
Entrando nella **nuova concept area Cura persona**, riservata a profumeria e make-up, ad esempio, i clienti lasciano da parte il pensiero della cura della propria casa per dedicarsi a sé stessi.

Il punto vendita Smoll di Urbania

Il restyling di Smoll punta a rendere i punti vendita sempre più accoglienti

L'atmosfera suggerisce e accompagna questo passaggio: questa sezione è infatti più calda e accogliente grazie ai pavimenti in legno, all'illuminazione backlight che enfatizza la specializzazione e alle luci sospese. Questi cambiamenti sono stati decisi in seguito alle ricerche volte a conoscere più a fondo il consumatore, per venire incontro alle sue necessità.
Per queste ragioni Smoll, di pari passo con l'apertura di altri punti vendita, ha anche implementato il **canale dell'e-commerce**, attraverso uno shop online in cui investe tanto impegno quanto nel retail tradizionale; tra i servizi offerti anche l'innovativo **click&collect**. "L'omnicanalità, specialmente nel nostro ambito, quello dell'home & beauty care, è indispensabile" conclude Manfredi.

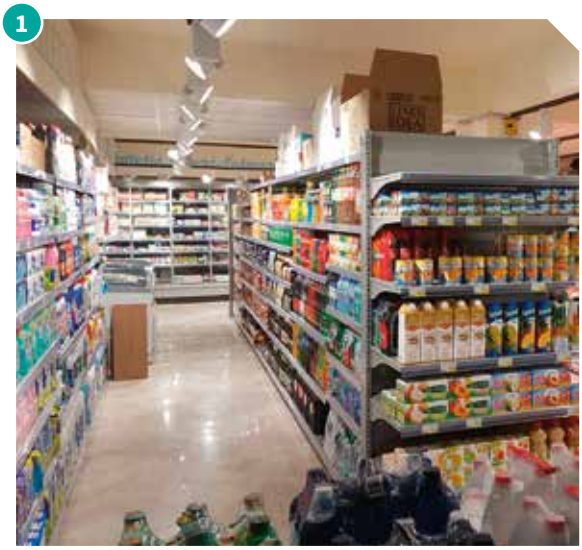
Prenditi cura del tuo bucato con Chanteclair

Dall'esperienza di **Chanteclair** nasce il Detersivo per Lavatrice, creato con una formula più concentrata e arricchita da vero Sgrassatore. Il profumo di Muschio Bianco assicura una sensazione di freschezza al tuo bucato mentre la **tecnologia Super Enzimi** garantisce un pulito impeccabile fin dalle basse temperature, anche sulle macchie ostinate.

Scopri l'intera linea Lavatrice Chanteclair su chanteclair.it

Novità in casa CRAI

1



1 SAS SRLS

Indirizzo
Via Provinciale, 5
Aci Castello (CT)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New fdm

Ubicazione pv
Centrale

Tipologia pv
Cuor di Crai

Reparti
Ortofrutta, gastronomia, macelleria, casalinghi, panetteria, surgelati, salumi-formaggi

100 | 5 | 1 | 8

2 MP SUPERMERCATO

Indirizzo
Viale degli Ulivi
Roccella Jonica (RC)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Regina srl

Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
Crai

Reparti
Gastronomia

330 | 6 | 2 | 12

2

3

3 SPM DISTRIBUZIONE SRLS

Indirizzo
Via Arturo Garofano, 124
Aversa (CE)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Distribuzione Siciliana srl

Ubicazione pv
Zona residenziale

Tipologia pv
Pellicano Express

Reparti
Banco a libero servizio, ortofrutta, gastronomia, macelleria, panetteria, freschi, surgelati, grocery, non food

450 | 9 | 2 | 25-30

LEGENDA Superficie mq pv | Addetti | Casse | Parcheggio nr. posti

FARE IL CAFFÈ È UN'ARTE

Il Gruppo Ekaf Industria Nazionale del Caffè è oggi fra i principali torrefattori nazionali di alta fascia qualitativa

Era il 1946 quando la famiglia Pieri fondò la sua prima torrefazione a Livorno. Nel 1991 a seguito dell'acquisizione di Ekaf di Genova, il Gruppo si rafforza e punta a diventare fra i principali player nazionali specializzati nella produzione, nel confezionamento e nella vendita di caffè tostato di fascia premium. "Da sempre Ekaf produce caffè di alta qualità – commentano dall'azienda –, unendo la tradizione dell'espresso originale italiano ad una tecnologia all'avanguardia. I nostri clienti sono il nostro migliore biglietto da visita". Oltre ad Ekaf e Cellini, quest'ultimo marchio commercializzato anche all'estero in più di 34 Paesi, l'azienda è proprietaria di alcuni marchi storici nel settore dei pubblici esercizi in Italia: Filicori, nato a Bologna nel 1883, Eureka, nato a Genova nel 1933, e Columbia, a Livorno nel 1966. **Oggi l'azienda conta una novantina di dipendenti** e il fatturato 2017 ammonta a oltre 37 milioni di euro ed è suddiviso equamente fra mercato italiano ed esportazioni. "**L'attuale stabilimento di Genova è stato inaugurato nel 2005** – precisano dall'azienda – e rappresenta il punto di incontro tra tradizione e avanguardia. Abbiamo, infatti, scelto di acquistare tre tostatrici di ultimissima generazione – della capacità produttiva di 360 kg cadauna per ciclo per una produzione di circa 25 t di caffè tostato per turno di lavoro – e una quarta è in arrivo. Tutte le macchine sono a ciclo di tostatura lenta al fine di dedicare tutto il tempo necessario al nostro caffè per raggiungere il giusto colore a fine ciclo e rispettare gli standard che caratterizzano l'originale espresso italiano". **Lo stabilimento produttivo di Genova occupa una superficie totale di 11.000 mq** e dispone di un magazzino totalmente automatizzato dove possono essere allocati 3.500 posti pallets, 36 silos per il caffè verde con capacità totale di 260 t, 28 per il caffè tostato in grani (100 t), 36 per il caffè tostato macinato (45 t), 6 per il decaffeinato e 6 per il bio. In totale 11 linee di confezionamento. "Da sempre Ekaf è attenta ai cambiamenti e ai trend di mercato – aggiungono –. È infatti appena partita una nuova linea per il confezionamento di capsule compatibili con il sistema DolceGusto, che si affianca alla macchina per le compatibili Nespresso, per andare incontro alle esigenze di un mercato in continua evoluzione".

DOVE SIAMO

Lungotorrente Secca, 3r - 16163 Genova (GE)

info@ekaf.it Ufficio marketing

www.cellinicaffe.com

+39 010 716541

L'ALLEANZA CON CRAI

Oltre alle tradizionali confezioni standard per la Grande distribuzione e Pubblici esercizi, Ekaf si è contraddistinta, in questi ultimi anni, per il successo ottenuto con la commercializzazione di **capsule compatibili con macchine a marchio Nespresso**. "Siamo in grado di offrire una vasta gamma di prodotti – dichiarano dall'azienda –: dalla tradizionale mattonella di caffè macinato da 250 g, caffè in grani da 250/500/1000/3000g, lattine caffè macinato 250g, filtro, instant coffee, cialde in carta, capsule compatibili con macchine Nespresso e DolceGusto". Per CRAI, Ekaf produce: CRAI 100% arabica 250g sacchetto, CRAI classico 250g sacchetto, CRAI espresso 250g, CRAI espresso bar grani 1000g, CRAI cialde gusto espresso intenso 125g, CRAI cialde gusto forte 125g, Capsule CRAI compatibili Nespresso: Deciso, Armonioso, Vivace, Decaffeinato.

4

4 FIOCCO SRL

Indirizzo
Via Salvatore Pescatori, 55
Avellino

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Pilato s.p.a.

Ubicazione pv
Quartiere centrale

250	3	2

5

5 GENERAL SUCC. SRL COGOLETO

Indirizzo
Via Mazzini, 2
Genova

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
General srl

Ubicazione pv
Quartiere centrale

150	2	2

5

6

7

6

6 STRINO GROUP SRL

Indirizzo
via Nuova Poggioreale 18
Napoli

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Ingromarket

Ubicazione pv
Quartiere centrale

500	2	2

7

7 GIANNINI MAURIZIO

Indirizzo
Corso Garibaldi 152
Portici (NA)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Ingromarket

Ubicazione pv
Quartiere centrale

110	2	1

Novità

Dai 6 MESI in su

Arriva il CAMBIO FACILE con il Pannolino a Mutandina

Pampers PROGRESSI Mutandino™

Pampers BABY-DRY Mutandino™

Si indossa facilmente

Il cuoricino Pampers deve stare sul davanti

Dopo l'uso si toglie così

Per buttarlo, arrotolarlo e chiuderlo con l'apposito nastro

Pronti a stupire

Prosegue il successo dei piatti pronti freschi take away, sempre più adatti a soddisfare le nuove esigenze di consumo

Sono sempre meno una soluzione d'emergenza e, al contrario, sempre più una valida alternativa alla tradizionale preparazione del pasto per tutta la famiglia. Dietro al successo dei piatti pronti, del resto, c'è un mix di fattori che negli ultimi anni ha consentito alla categoria di farsi velocemente largo nelle scelte d'acquisto degli italiani, superando vecchi stereotipi. Innanzitutto il minor tempo a disposizione in cucina, poi l'aumento del numero dei single e, infine, il progressivo ampliamento dell'offerta, unito al lancio di ricette più sofisticate e adatte a cavalcare i nuovi trend di consumo sono gli elementi che hanno trainato il comparto. Secondo i rilevamenti Nielsen, il mercato della categoria nel canale moderno vale circa 350 milioni di euro e continua a segnare performance di crescita in doppia cifra. Una tendenza che quindi travalica la sfera funzionale dei prodotti, non più popolari solo per i loro plus di praticità e servizio, ma **in**

CURIOSITÀ

La diffusione di programmi televisivi dedicati ai foodies e alla preparazioni domestiche potrebbe trarre facilmente in errore. Durante lo scorso anno, infatti, le famiglie italiane hanno speso oltre 83 miliardi di euro per mangiare fuori casa, il 3% in più rispetto al 2016. In casa, invece, sono quasi sempre ancora le donne a cucinare. Secondo i dati Istat, del resto, trascorrono mediamente quasi un'ora e tre quarti al giorno tra pentole e stoviglie, mentre gli uomini dedicano alla cucina meno di mezz'ora. Per tutti, il principale spauracchio tra i fornelli è la preparazione della pasta sfoglia, seguita nell'ordine dalla squamatura del pesce, le meringhe e i ravioli fatti in casa.

GREY
Galbusera
PERCORSO SALUTE®
Buon per te,
Buon per tutti.
Galbusera
PERCORSO SALUTE®
NATURALMENTE FONTE DI PROTEINE VEGETALI
+90% DI PROTEINE
CON FARINA INTEGRALE
Buon per tutti
con Farine di Legumi
Biologici
FROLLINO CON FARINE DI LEGUMI, SEMI DI LINO E NOCI
6 PORZIONI
Buon per tutti
con Farine di Legumi
Biologici
CRACKER CON FARINE DI LEGUMI, SEMI DI SESAMO E LINO
6 PORZIONI
BUONPERTUTTI GALBUSERA. L'UNIONE DI CEREALI E LEGUMI IN UN BISCOTTO E IN UN CRACKER.
È arrivata Buonpertutti, la nuovissima gamma di biscotti e cracker biologici a base di farine di legumi, naturalmente ricchi di preziose proprietà nutritive, fonte di proteine 100% vegetali e tutto il benessere dei cereali integrali. Prodotti ricchi di fibre, preparati con ingredienti semplici e naturali e adatti ad un'alimentazione vegetariana e vegana.
Scopri di più su galbusera.it

grado di attrarre anche per gusto, qualità e ingredienti salutari. Dai primi piatti ai secondi, fino ai contorni, segmento ancora ristretto ma particolarmente attivo, le recenti dinamiche legate alla ricerca di naturalità e benessere a tavola hanno favorito un costante arricchimento degli assortimenti.

PIÙ ATTENZIONE ALLA SALUTE

È evidente, per esempio, come le proposte a base vegetale stiano svolgendo un ruolo da protagonista nello sviluppo della categoria.
A cominciare dai secondi piatti, che sono stati finora la tipologia di prodotti più interessata dall'**evoluzione degli assortimenti**, raggiungendo nella Gdo ben 49 referenze medie a scaffale. Le ricette vegetali, ad esempio, rappresentano ormai circa il 45% dei volumi del totale dei secondi piatti freschi, e vengono sempre meno associate a un consumo di nicchia, riservato a vegani e vegetariani, per interpretare invece la ricerca di benessere e salute in genere.
A tutto ciò si aggiunge l'appeal riscosso dalle preparazioni gourmet ed etniche e subito percepite dagli shopper come innovative. Tanto che l'affermazione dei piatti pronti freschi dipende molto anche dall'evidente disponibilità dei consumatori a esplorare e sperimentare nuove ricette, abbinamenti e varianti di prodotto, al cospetto dell'offerta di marca, così come di quella a marchio privato.

I PRODOTTI CRAI

Ottimo rapporto tra qualità e prezzo ed elevato contenuto di servizio in termini di imballi e shelf life: la **nuova linea di piatti pronti take away Scelto per te Crai** punta a soddisfare le esigenze dei consumatori, affidandosi a una proposta variegata, in linea con i trend del mercato.
È composta da otto referenze continuative: Lasagne alla Bolognese (in formato da 360g), Melanzane alla Parmigiana (260g), Gnocchi alla Romana (250g), Cous Cous Vegetariano (260g), Vitello Tonnato (250g), Polpette di Carne (210g), Spinaci Lessati (270g), Carote e Patate (260g).
A queste si aggiungono tre referenze stagionali: Insalata di Riso (260g), Farro Olive e Carote (260g), Pollo al Curry (260g).

Emulsio® naturale

Il pulito che è un dono di natura

Emulsio Naturale è la linea di prodotti rispettosa delle persone, delle superfici e dell'ambiente

YouTube www.emulsio.it

INDUSTRIE CARTARIE TRONCHETTI: TRADIZIONE CARTARIA

L'importante player del settore cartario continua a investire in R&D per consolidare la leadership anche a livello internazionale. Partner affidabile, con CRAI ha sviluppato gran parte dei prodotti tissue private label per la cura della casa e della persona

Lucca costituisce oggi il più importante polo cartario italiano, con una particolare dedizione alla carta tissue, ovvero quella con cui si realizza carta igienica, asciugatutto, tovaglioli e fazzoletti. Il know how cartario in tutti i suoi aspetti è quindi di casa a Lucca. All'interno del suo territorio, infatti, viene prodotto più del 15% del fabbisogno europeo di tissue.

ICT: COME PRIMA SCELTA, LA QUALITÀ

La ICT SpA, Industrie Cartarie Tronchetti è presente dal 1957 nel ramo cartario e dal 1982 **produce il marchio Foxy**. ICT è una realtà in crescita giovane e dinamica, diventata un punto di riferimento per il mercato italiano ed europeo. La produzione e le vendite in Europa hanno sede in Italia, Polonia, Spagna, Francia e Germania. Gli stabilimenti italiani si trovano in Toscana, tre in provincia di Lucca e il quarto a Monzone, in provincia di Massa Carrara. Fa parte del Gruppo anche **Pozzani Disposables**, azienda specializzata nella produzione di pannolini per bambini e assorbenti igienici in puro cotone, con sede a Chiuppano (VI).

UN PARTNER AFFIDABILE PER LA DISTRIBUZIONE

Da molti anni ICT ha allargato il suo raggio di azione dalla marca alle private label, offrendo prodotti e soluzioni a numerosi retailer europei.
I suoi punti di forza, oltre alla precisione del servizio e alla qualità dei prodotti, sono:

DOVE SIAMO

Loc. Baccanella – Diecimo
55023 Borgo a Mozzano (LU)

reception@ictit.eu

www.ictgroup.net

+39 0583-888888

- La conoscenza del mercato e delle esigenze del consumatore
- La qualità superiore dei prodotti grazie a un'**accurata selezione delle materie prime e a rigorosi processi e controlli di laboratorio** durante tutto il processo produttivo
- Il continuo sviluppo di nuove tecnologie e nuovi concetti per il prodotto di marca, messi successivamente a disposizione anche per le marche private
- **Sistemi di gestione certificati:**
  - ISO 9001 per il sistema di qualità
  - ISO 14001 per il sistema di gestione ambientale
  - OHSAS 18001 per la gestione della salute e sicurezza dei lavoratori
- **Certficazioni di prodotto**:
  - ECOLABEL conferito ai prodotti a ridotto impatto ambientale in termini di emissioni in acqua e atmosfera
  - FSC e PEFC per promuovere e sostenere la gestione responsabile delle foreste

I PRODOTTI CRAI

ICT e CRAI collaborano da anni nello sviluppo della linea tissue a marchio CRAI e recentemente anche di quella dei Pannolini Baby (realizzati da Pozzani Disponsables). **L'assortimento tissue è composto da 15 prodotti** che coprono segmenti di mercato relativi al settore carta cura-persona e cura-casa per soddisfare le differenti esigenze del cliente e dei punti vendita.

La gamma comprende: i tovaglioli di carta monovelo bianchi da 160 pezzi, quelli bianchi fiandra da 80 pezzi e quelli decorati da 50 pezzi; i fazzoletti di carta 4 veli formato 10x9; la carta casa decorata 2 e 3 rotoli a 3 veli ultra assorbente; la carta igienica nei formati 4 maxi rotoli, 12 e 16 rotoli salvaspazio e la tre veli decorata e profumata 4 rotoli; infine, le veline o fazzoletti soft.

Tutti i prodotti sono basati su specifiche ricette e sono realizzati con pura cellulosa vergine al 100%. Ai prodotti tradizionali **si affianca anche una linea certificata Ecolabel 'I love la natura CRAI'** (composta da: carta igienica maxi, asciugatutto maxi, tovaglioli e fazzoletti compact) che ha già raggiunto rotazioni molto interessanti e che continua a crescere di anno in anno. **Il 2017 per il tissue CRAI si è chiuso con una crescita a doppia cifra, in un mercato che da anni mostra un andamento stabile**.

L'ALLEANZA CON CRAI

Ogni anno ICT e CRAI lavorano insieme per adeguare l'assortimento della carta ai trend di mercato e renderlo accattivante per il consumatore. **Nel 2017 l'azienda ha implementato la linea con la certificazione PEFC su tutti i prodotti CRAI**, ora ancora più rispettosi dell'ambiente e delle risorse naturali. Sono poi arrivate **le Veline** in quattro versioni diverse e solo nell'ultimo anno il numero delle confezioni vendute è quadruplicato. Quest'anno ICT ha deciso di focalizzarsi sulla gamma dei fazzoletti, per la quale ci sarà una novità alla ripresa della stagione: il lancio dei **nuovi Fazzoletti Balsamici CRAI**, morbidi e con essenza di eucalipto, ideali per superare i raffreddori invernali.

PEFC™
PEFC/18-32-07

Promuoviamo la Gestione Sostenibile delle Foreste

www.pefc.it

La bellezza vien mangiando

Dal salutismo al personal care. Dietro alla corsa ai superfood c'è anche la ricerca di ingredienti ricchi di proprietà benefiche per l'aspetto fisico

Per gli esperti di Nielsen, il food rappresenta in un certo senso l'anticamera dei fenomeni che arriveranno poi a conquistare anche il mondo della cura della persona. Non a caso, è in netto aumento la popolarità dei cosiddetti **ingredienti double face**, presenti quindi sia nei reparti alimentari sia sullo scaffale del personal care, beneficiando della medesima fama per le loro valenze salutistiche. Oltre alle mandorle, interpreta perfettamente questa dinamica anche l'avena, che vede aumentare la sua incidenza nell'offerta alimentare grazie agli effetti anticolesterolo e, allo stesso tempo, avanza nel reparto bellezza spinta dalle sue proprietà lenitive. Nell'ultimo anno, intanto, il social network Pinterest ha registrato **un aumento del 36% delle ricerche legate ai superfood**. Cibi in genere poco noti o esotici, particolarmente ricchi di antiossidanti come le vitamine A, C, E, nonché di fitonutrienti utili per combattere infiammazioni e danni derivati dai radicali liberi. Ma spesso anche validi alleati contro l'invecchiamento, poiché sarebbero in grado di fornire al corpo i mattoni di cui ha bisogno per funzionare meglio. Insomma, dal superfood all'ultima frontiera del beautyfood il passo è breve. Del resto, se è vero che la salute vien mangiando, anche la cura della propria bellezza fisica è sempre più legata alle scelte alimentari di tutti giorni. Una tendenza in chiara espansione che rientra a pieno titolo nella ricerca di maggiore benessere a tavola, dove si favoriscono gli ingredienti naturali capaci di garantire vantaggi riconosciuti all'organismo e, allo stesso tempo, un gusto appagante.

I SUPERALIMENTI PIÙ TRENDY

Secondo l'Osservatorio Immagino di GS1 Italy e Nielsen, in questo ambito i cibi più trendy sono 24 e si fanno strada, appunto, spinti da motivazioni salutistiche,

fenomeni di lifestyle e passioni edonistiche. È il caso tra gli altri di cannella, curcuma, sesamo, semi di chia, olio di riso, canapa, avocado, spirulina e acaja. Per molti di essi il 2017 si è chiuso con tassi di crescita a doppia cifra, tanto da spingere produttori e distributori ad accelerare lo sviluppo dell'offerta. Non si tratta, almeno per ora, di valori assoluti particolarmente elevati, considerato che hanno ancora una bassa incidenza sulle vendite complessive del largo consumo alimentare, attestata sotto l'1%. Complessivamente, **il mercato di questi prodotti nel comparto alimentare vale 240 milioni di euro** ed è rappresentato soprattutto da ingredienti per la prima colazione, snack dolci, nonché gelati e latte vegetale. Ma le loro performance restano estremamente significative per comprendere le tendenze emergenti negli stili e nelle preferenze d'acquisto dei consumatori. Su tutti spicca la curcuma, che l'anno scorso ha registrato una crescita del giro d'affari del 63,5%, superando i 10 milioni di euro. Ci sono poi **le mandorle, protagoniste di un vero e proprio boom** anche nel settore del personal care, dove sale in modo esponenziale il numero di articoli che le contengono, attestato al 2,8% del totale. In grande evidenza risultano i mirtilli e il farro, mentre registra trend decisamente interessanti anche lo zenzero, che lo scorso anno ha visto raddoppiare le vendite dei prodotti in cui è presente, raggiungendo un giro d'affari pari a 25 milioni di euro. È diffuso sia al naturale che come ingrediente salutare di tanti prodotti confezionati: tè e tisane, tavolette di cioccolato e yogurt, succhi e di frutta, insalate di IV gamma e zuppe. La quinoa, infine, generalmente considerata difficile da cucinare, è più apprezzata nella formula ready-to-eat.

L'ASCESA DI AVOCADO E LUCUMA

In Italia come all'estero, l'avocado è alla ribalta grazie a un mix tra gusto accattivante, versatilità e proprietà salutistiche che spaziano dai rimedi antinfiammatori e anti-stress fino alla prevenzione dell'Alzheimer. Un vero e proprio fenomeno globale, insomma, capace di coinvolgere, o addirittura travolgere, gran parte dei mercati internazionali. Basti pensare che appena cinque anni fa Messico, Cile e Perù esportavano in Cina appena 80 tonnellate di questo prodotto, mentre nel 2016 il flusso commerciale verso Pechino ha superato le 24mila tonnellate, e si avvia adesso a segnare nuovi record. Gli americani, invece, nel 2006 ne consumavano circa 1,5 chilogrammi a testa, contro gli attuali 3,2 chili e, durante la settimana dell'ultimo Superbowl, hanno divorato addirittura 278 milioni pezzi. Dall'avocado al tè verde, dalla curcuma al cocco, i cosiddetti superfood vengono visti sempre più come fedeli alleati in funzione anti-age. Nel novero di questi super alimenti rientra anche la meno conosciuta lucuma, la cui notorietà, a detta di molti analisti, crescerà vertiginosamente nei prossimi mesi, offrendo enormi possibilità di business a chi saprà sfruttare la tendenza. Merito, anche in questo caso, di proprietà salutari e benefiche fuori dal comune, note già alle popolazioni precolombiane. Vanta una polpa, infatti, ricca di sali minerali quali ferro, fosforo, calcio e potassio, nonché un principio attivo, la niacina, che svolge un ruolo importante nel tenere a bada il colesterolo e i trigliceridi nel sangue. Inoltre, è gluten free e presenta un indice glicemico basso, mentre i suoi enzimi aiuterebbero anche a rafforzare l'organismo e, se consumata regolarmente, a rallentare i processi di invecchiamento della pelle.

Pesce, di mare ma non solo

Di mare o d'acqua dolce, i prodotti ittici garantiscono versatilità in cucina e tanti benefici per la salute

Fritto o al forno, con contorno di patate o una spruzzata di limone, in zuppe o come condimento per una gustosa pasta. Il pesce offre un'infinita varietà di utilizzi; sono innumerevoli le ricette regionali a base di pesce, dal cacciucco al baccalà alla vicentina, dalle fritture alle marinate.
Le ottime proprietà nutritive lo rendono poi uno degli alimenti proteici più sani: con i suoi acidi grassi insaturi ricchi di omega3, acidi linoleici e linolenici, se mangiato regolarmente aiuta a prevenire e combattere ipercolesterolemia e arteriosclerosi, demenza senile e Alzheimer. Una menzione a parte merita il pesce azzurro: sardine, sgombri, palamite, aguglie, alici e aringhe sono accomunate dai riflessi blu del dorso e bianco-argentei del ventre, da piccole dimensioni, assenza di squame, prezzi contenuti e ottime proprietà nutritive. ha un'ottima digeribilità ed è ricco di iodio, fosforo, selenio, calcio, potassio, fluoro, zinco, vitamine A e B. I pesci d'acqua dolce – dall'anguilla alla tinca, allo storione – sono paragonabili a quelli di mare per la ricchezza di nutrienti rispetto ai quali però hanno un gusto più delicato. Quella del pesce è in genere una carne facilmente digeribile, con differenze tra una specie e l'altra (salmone e sgombro, grassi, risultano più pesanti) e dalla ricetta: la marinatura è molto ricca di condimento, mentre la cottura al cartoccio permette di non aggiungere grassi. Si tratta di una carne che si degrada facilmente e che quindi andrebbe mangiata freschissima o sottoposta ad adeguati metodi di conservazione. È ad esempio molto diffuso il congelamento, che permette una distribuzione capillare sicura e una comoda conservazione del prodotto.

Alici

Dette anche acciughe, sono una delle varietà di pesce azzurro più consumate, grazie anche alla loro diffusione nell'industria conserviera. La marinatura, previo abbattimento del pesce fresco a -40°C, è una delle preparazioni tipiche di questo pesce.

Branzino

Chiamato anche spigola nell'Italia meridionale, ha carni sode e poche lische. In cucina trova diversi impieghi. È spesso preda anche dei pescatori sportivi e, per la sua capacità di adattamento alla salinità, passa anche dei periodi in laguna o nelle foci dei fiumi.

Carpa

Pesce d'acqua dolce estremamente adattabile, è in grado di vivere anche in ambienti inquinati, per cui si deve fare attenzione alla provenienza; inoltre, se la zona è fangosa, va tenuto prima in acqua limpida. Molto delicato, ne guadagna se cucinato con intingoli e sughi gustosi.

Raggiunge grandi dimensioni ed essendo un pesce pregiato è molto ambito nella pesca sportiva. Ha carni eccellenti, che lo rendono gustoso anche solo lessato e condito con olio e limone; è ottimo anche al forno o all'acqua pazza.

Dentice

Assai presente in cucina, protagonista di tantissime ricette, crea molta confusione a causa dei diversi nomi con cui è conosciuto: chiamato in tutta Italia "merluzzo", con questo termine in Lombardia e Veneto si intende solo quello conservato sotto sale, che a sua volta è chiamato "baccalà" ovunque tranne che in Veneto, Friuli e Trentino, dove questo termine indica quello essiccato ("stoccafisso" nelle altre regioni).

Nasello

Presente sia in mare che nelle acque salmastre, l'orata è molto apprezzata in cucina; ha gusto delicato e intenso profumo marino e si cucina per lo più al cartoccio. Prima di cucinarla è meglio non squamarla per non farle perdere gusto.

Orata

Pesce persico

Pesce d'acqua dolce di cui esistono diverse varietà, appartenenti in realtà a famiglie differenti: quello chiamato pesce persico e diffuso in tutta Italia è il "persico reale". Si cucina tipicamente fritto, impanato o infarinato.

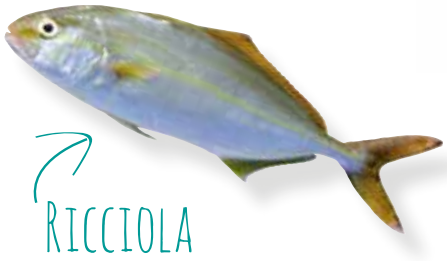
Pesce spada

Abile nuotatore, diffuso in tutto il mondo, il pesce spada si commercia soprattutto in tranci e si cucina a grosse fette, apprezzate per le carni sode e gustose; la popolazione mediterranea è oggi vittima di sovrapesca.

Rana pescatrice

Chiamata anche "coda di rospo", la rana pescatrice ha carni magre e di gusto simile all'aragosta, usate soprattutto nella preparazione di sughi per primi piatti. Il sapore varia molto in funzione dell'alimentazione. Lo scarto rappresenta la maggior parte del corpo e del peso di questo esemplare.

Si tratta di un pesce azzurro di cui esistono diversi sottogruppi a seconda dell'area di diffusione. In commercio si trova spesso già pulita, sfilettata e tagliata in tranci – talvolta congelata – ed è facile confonderla con il persico.



RICCIOLA

Di aspetto curioso, è considerato eccellente per le sue carni saporite; facile da pulire poiché costituito da 4 filetti privi di lische, si può cucinare infarinato e fritto nel burro, come la sogliola, ma si abbina bene anche agli ortaggi, come nell'acqua pazza o in crosta di patate.

SAN PIETRO

SARDINE

Con le loro carni grasse dalle ottime proprietà, le sardine sono un pesce azzurro molto diffuso, economico e apprezzato, anche nell'industria conserviera. In Italia la sardina è protagonista di tante ricette tipiche soprattutto siciliane. È una specie a rischio a causa della pesca eccessiva, soprattutto nel Mediterraneo.

SCORFANO

Il suo aspetto mostruoso cela carni deliziose che sono tra gli ingredienti di molte ricette di zuppe di pesce e sughi. La pulizia dello scorfano è complessa a causa delle spine, che inoltre contengono una sostanza velenosa. Esistono diverse famiglie di scorfano, da quello rosso a quello nero, dallo scorfano di Madeira allo scorfanotto.

SGOMBRO

Detto anche "maccarello", è un pesce azzurro che, per la gradevolezza delle carni e le ottime proprietà nutritive, è molto richiesto e attualmente a rischio. Utilizzato anche nell'industria conserviera, si cucina al forno o semplicemente bollito o cotto al vapore accompagnato da condimenti a base di olio, limone ed erbe aromatiche.

La sogliola ha un lato di colore più scuro dell'altro, per mimetizzarsi meglio nella sabbia; è molto digeribile e, come tutti i pesci dallo spessore sottile, si cucina spesso alla mugnaia (infarinata e cotta nel burro) o comunque con altre preparazioni semplici che non ne coprano il sapore delicato.

SOGLIOLA

Ne esistono diverse famiglie, dal pregiato tonno rosso – oggi in via d'estinzione – all'alalunga (entrambi molto diffusi nel Mediterraneo) al tonno pinne gialle, il più utilizzato nell'industria conserviera. Di grandi dimensioni, ogni sua parte è dedicata a usi diversi (senza dimenticare la bottarga). Del tonno vengono riutilizzati anche gli scarti come le raschiature di coda, testa, pelle e lisca.

TONNO

Ne esistono diverse varietà, tra cui le più diffuse sono la "triglia di scoglio" e quella "di fango", entrambe presenti nei nostri mari. Si tratta di un pesce dalla carne particolarmente fragile; per questo motivo l'unica cottura sconsigliata è la lessatura, che le rovinerebbe. È molto presente nei piatti della tradizione siciliana.

TRIGLIA

TROTA

Tra i pesci d'acqua dolce più apprezzati, la trota si distingue in varie sottospecie: la fario, la iridea (più facilmente reperibile in commercio), la marmorata, la sarda e la lacustre; la trota salmonata, invece, è una trota comune il cui colore è dato dall'alimentazione a base di farina di crostacei. Si abbina meglio al burro che all'olio d'oliva.

ACQUA FIUGGI.
DA SEMPRE UNA BUONA ABITUDINE.

Acqua Fiuggi fa bene da generazioni. Oggi, provala anche
nel nuovo formato da 50 cl.

www.acquafiuggi.com

UniSalute Junior, il contrasto all'obesità è un gioco da bambini

Arriva l'app che insegna le buone abitudini a tavola e uno stile di vita sano con i personaggi della Disney

L'emergenza è raccolta in un dato: nel Belpaese, tre bambini italiani su 10 hanno problemi di sovrappeso o di obesità. Le cause sono da ricercare nelle **cattive abitudini alimentari** e in uno stile di vita troppo spesso sedentario. Occorre dunque puntare su prevenzione e informazione, incentivando comportamenti virtuosi già nei più piccoli. Meglio ancora, però, se a veicolare best practice e messaggi positivi sono i personaggi dei cartoni animati. Per questo l'assicurazione sanitaria **UniSalute del Gruppo Unipol e Walt Disney Italia hanno unito le forze**, lanciando vari progetti congiunti, tra cui la nuova **app UniSalute Junior**.

Puntare sulla prevenzione attraverso i personaggi amati dai bambini

Si tratta di un'applicazione gratuita e aperta a tutti, che mira a diffondere nelle famiglie i concetti salutari più importanti attraverso due sezioni di gioco: **Quiz e Shake**.

Nella prima una serie di domande su stile di vita e alimentazione sana sono suddivise in tre livelli.
Al termine di ciascuno di questi l'utente ottiene in premio le prime pagine in formato pdf del booklet Disney *Divertiamoci a Stare Bene*, sbloccandole sul telefono.

Completando le due sezioni, Quize e Shake, si ottiene un premio

Alla fine del terzo livello, in base al numero delle risposte corrette, viene visualizzato il profilo corrispondente a un personaggio Disney.
A questo punto è possibile sbloccare la terza e ultima parte del booklet, e completarlo.
Nella sezione Shake, invece, ogni volta che si scuote il telefono appare una scheda in cui il personaggio fornisce pillole informative sullo stile di vita corretto.
Ogni quattro shake si può sbloccare il premio, **un personaggio Disney da colorare**.

Con il nuovo
Tutto Pannocarta
torna tutto come prima.
Tutto®
Pannocarta
NEW +40%* RIUTILIZZI
CARTA IDEALE PER ALIMENTI
3 in 1
SPUGNA EXTRA ASSORBENZA
PANNO ULTRA RESISTENTE RIUTILIZZABILE
1 CARTA IDEALE PER ALIMENTI
2 SPUGNA EXTRA ASSORBENZA
3 PANNO ULTRA RESISTENTE RIUTILIZZABILE
DA OGGI ANCORA PIÙ PERFORMANTE.
Il nuovo Tutto Pannocarta, grazie alla Supertrama con tecnologia a fibre rinforzate, si può riutilizzare il 40% di volte in più*!
È la carta ideale per alimenti che puoi utilizzare anche come panno e spugna, sia asciutta che bagnata, strizzando e riutilizzando lo stesso strappo più e più volte! Così un rotolo dura molto di più e risparmi anche sui prodotti di pulizia da acquistare!
Lucart S.p.a. Via Ciarpi, 77 - Porcari (LU) ITALIA

News in breve

1 Patriottismo da supermercato

il 25% delle confezioni a scaffale in Gdo hanno un richiamo all'italianità: si spazia dalla bandiera tricolore alle scritte "100% italiano"; oltre alle certificazioni di origine Doc/Docg e Dop/Igp. E quasi due terzi dei consumatori pagherebbero fino al 20% in più per assicurarsi un prodotto made in Italy (fonte: Coldiretti).

2 Giovani, universitari e salutisti

Secondo Sodexo, il 61% degli studenti universitari italiani mangia abitualmente cibo sano, pur senza farne un dogma. Per il 26%, inoltre, il benessere a tavola è un aspetto fondamentale della propria vita.

3 C'è poca sete di soft drinks

Il crollo delle vendite di bibite analcoliche negli ultimi dieci anni ammonta a -20%. Gli italiani ne consumano 39 litri pro capite, rispetto a una media Ue attestata a 67 litri. I tedeschi ne bevono invece ben 106 litri a testa (fonte: Assobibite).

4 A tempo di COTTO

Dopo il calo dei consumi degli anni passati, la categoria del prosciutto cotto torna a crescere, trainato dal preaffettato in vaschetta. Il giro d'affari è pari 1,22 miliardi di euro, con un + 1,7% a valore nell'ultimo anno, considerando i dati Iri aggiornati a febbraio 2017 relativi a iper+super+SPT e che comprendono sia il peso imposto che quello variabile.

5 Latte a go-go

Nel 2017, gli italiani hanno speso oltre 6,5 miliardi di euro in ipermercati, supermercati e negozi di libero servizio per comprare prodotti lattiero-caseari (latte, panna, formaggi, burro, yogurt) Chi è il top seller? Il latte UHT, che, con i suoi oltre 961 mln di euro di vendite, genera quasi il 15% del giro d'affari dell'intero settore (fonte: Assolatte).

RICETTE DEL GIORNO

PRONTE DA GUSTARE

Amadori

Passione di Famiglia

ARMONIE DI SAPORI TUTTE DA SCOPRIRE

Con ingredienti sfiziosi, tre speciali ricette tra cui scegliere per portare in tavola il piacere di un piatto unico con cereali, verdure, legumi e pollo 100% italiano.

Provale tutte per dare a ogni giorno un sapore diverso.

GUSTALE FREDDE

✓ 100% CARNE ITALIANA

✓ FONTE DI FIBRE

✓ FONTE DI PROTEINE

GUSTALE CALDE

WWW.AMADORI.IT

WWW.CISIAMOISPIRATIAVOI.IT

Quello che tu trovi semplice,
noi lo troviamo difficile.
Troviamo duro
lavorare la terra
con tutto il rispetto
che merita.
Troviamo duro
coltivare, potare, tagliare
e raccogliere i suoi frutti.
Troviamo duro
aspettare la pioggia
se non arriva,
bruciare la pelle
se c'è troppo sole.
Siamo in tredicimila,
raccogliamo il nostro
lavoro in 30 cantine,
in tutto il paese.
Senza mai risparmiare sul tempo.
Che un vino nasce
dalla generosità.
Ma anche dall'orgoglio.
Quello che ti fa battere il cuore.
Quello che ti fa diventare
il più grande produttore
italiano di vini,
che ti fa portare
nelle tavole di tutta Italia
un vino vero, forte, di casa.
Dalle nostre cantine
nasce questo sangue
della terra color rubino.
Morbido come il velluto
e buono come il pane.
Semplice come il vento
e armonioso come un canto.
Forte come l'amore.
Ma quello che tu trovi semplice,
per noi non è così facile.
Noi di Caviro,
la più grande cantina d'Italia.
Tavernello.
Semplice non vuol dire Facile.
www.tavernello.it - - Bevi responsabilmente - Dati IRI, volumi GDO Italia 2017
Lorenzo Marini Group
TAVERNELLO
VINO ROSSO
Made in Caviro.