

NOI di CRAI



"VE LO
DIAMO NOI
IL GIAPPONE

Tokyo

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,
raccolgiamo il nostro
lavoro in 30 cantine,
in tutto il paese.

Senza mai risparmiare sul tempo.
Che un vino nasca
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.



**Mario La Viola***Direttore Marketing, Format e Rete*

Ciao a tutte e tutti, le attività del gruppo CRAI non si fermano mai, ed anche in questo numero troverete molte iniziative.

CRAI sarà innanzitutto protagonista tutto l'anno su "La Gazzetta dello Sport" e su "Sportweek" con il progetto "Te lo diamo noi il Giappone" in cui avremo uscite in comunicazione ogni settimana per tutto l'anno ad accompagnare la preparazione delle ragazze della nazionale di volley che ad agosto saranno protagoniste alla prossima olimpiade.

Nel numero poi troverete una bella attività che abbiamo fatto nel territorio, in collaborazione con alcuni imprenditori di negozi CRAI e Pellicano, in cui abbiamo creato un evento dentro al negozio coinvolgendo i clienti con la prestigiosa rivista "Cucina Naturale" ed una famosa chef che ci ha raccontato aspetti molto interessanti delle etichette delle confezioni dei prodotti e dei loro ingredienti, il tutto culminato con una prova di show cooking e degustazione finale. Un successo!

Siamo stati protagonisti come CRAI all'importante e prestigioso Premio Giuseppe Bezzo, poi la formazione ha sviluppato un interessantissimo corso di Leadership al femminile, il socio Radenza di New Fdm ha portato a termine un'importante operazione di acquisizione di 14 negozi ex Auchan in Sicilia, siamo stati protagonisti con CRAI Tirreno all'evento Acea Camp organizzato dal campione di pallacanestro Carlton Myers a Roma.

Il mese di settembre ha poi visto un importante concorso organizzato su tutta la rete dei negozi CRAI in esclusiva per i clienti possessori della carta fedeltà con importanti e bellissimi premi in palio, ma anche il canale drug ha realizzato una bellissima self collection andando addirittura in comunicazione tv. Diamo poi voce anche agli imprenditori che hanno sposato il progetto di CRAI Spesa Online, il nostro ecommerce di prossimità, su cui l'azienda sta investendo risorse ed energie per crescere sempre più.

Insomma, come sempre, il Gruppo si muove, è attivo, realizza tanti progetti e non si ferma mai.

Buon lavoro a tutte e tutti,

Food**Drug**

HAI PULITO LA CANNA FUMARIA?

Approvati e consigliati da



IN OMAGGIO
la Guida alle
Buone Pratiche™
all'interno
delle confezioni.



NOVITÀ SPRAY pre-trattante
per legna da ardere

Contro la fuliggine, le soluzioni **Diavolina Spazzacamino**



Diavolina Spazzacamino è la linea più completa di prodotti per prevenire ed eliminare gli accumuli di fuliggine all'interno delle canne fumarie. Utilizzati periodicamente, permettono di prevenire occlusioni e pericolosi ritorni di fiamma.

NOVITÀ: con il nuovo pre-trattante **Spazzacamino Spray** puoi sfruttare l'azione anti-fuliggine ogni volta che accendi il camino. E puoi anche **trattare l'intera legnaia in un'unica soluzione**, garantendoti canne fumarie pulite per tutta la stagione. Scopri di più sul sito diavolina.eu.



diavolina.eu



36



46



42



54



58

Sommario

	STORIA DI COPERTINA
04	“Ve lo diamo noi il Giappone”
	NEWS DALLA CENTRALE
08	Voglia di tornare in vacanza? Ci pensa CRAI!
12	“CRAI per la scuola”
14	La spesa da CRAI con “Cucina Naturale”
18	Premio “Giuseppe Bezzo”: nel cuore dei territori
22	La collezione più “lama” che ci sia!
28	Grandi numeri per il concorso Drug 2019
32	CRAI Spesa Online: la parola ai punti vendita
34	Migliorare il public speaking
36	Un'estate di sport con Acea Camp
40	L'Italia del Volley sarà a Tokyo 2020!
40	CRAI Official Sponsor delle Beach Volley Rome Finals

	NEWS DAI CEDIS
46	Pedalata benefica
48	Importante acquisizione in Sicilia per New FDM
	NEWS DAI PUNTI VENDITA
50	Novità in casa CRAI
	MERCATI & PRODOTTI
54	C'è sempre più pesce sulle tavole degli italiani
	TREND
58	Superfood, le novità più trendy
	SOTTO LALENTE
62	Aromatici sapori dal mondo
	APP & DINTORNI
66	Eat.life, arriva l'app di delivery per vegani
	IN PILLOLE
68	News in breve



CRAI SECOM SPA

Centro Direzionale
Milano 2 - Palazzo Canova
Strada di Olgia Vecchia - 20090 Segrate (MI)
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 Bandini, Raffaele Mosca, Patrizia Moscato, Diego Negri, Chiara Pellegrino, Pietro Poltronieri, Monica Purificato, Claudia Ranfi

Realizzazione editoriale

Food Labs Srl
Via Mazzini, 6 - 43121 Parma

Hanno collaborato a questo numero

Alice Avanzi, Francesca Badi, Tania Belletti,
Daniela Bonardi, Margherita Catalani,
Concetta Lanza, Giulia Malerba, Aristide Moscardiello, Beba Pineschi, Andrea Torelli,
Francesca Zecca

Stampa

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

N. 4/2019



«Ve lo diamo noi il Giappone»

Un viaggio lungo un anno, assieme alla nostra Nazionale di Volley Femminile, per raggiungere le Olimpiadi 2020



Il legame fra CRAI e il mondo dello sport si fa sempre più stretto e a dimostrarlo è appena nato un nuovo progetto, lungo un anno, da agosto 2019 ad agosto 2020, con **Gazzetta dello Sport** e **Sportweek**.

Un nuovo progetto che conferma, ancora una volta, la vicinanza di CRAI a questo meraviglioso sport

Insieme accompagneremo la Nazionale di Volley Femminile nel lungo e impegnativo percorso di preparazione che porta alle *Olimpiadi di Tokyo 2020*.

UN VIAGGIO DA AFFRONTARE INSIEME

Il settimanale **Sportweek**, in edicola ogni sabato con la mitica **Gazzetta dello Sport**, a partire dal 31 agosto, su ciascun numero, sta dedicando **due pagine alle ragazze della pallavolo italiana**.

Si tratta di un'iniziativa importante per i suoi risvolti in termini di coinvolgimento del pubblico, dello sport in generale e della pallavolo in

IL NOSTRO
CUORE BATTE
COSÌ FORTE
PER VOI, CHE
LO SENTIRETE
FINO A
TOKYO.

Le Nazionali di Volley voleranno a Tokyo. E noi di Crai saremo al loro fianco per accompagnarle verso le Olimpiadi con tutto il nostro entusiasmo. Nel frattempo, vi ricordiamo l'appuntamento con le azzurre tutte le settimane nella rubrica "Ve lo diamo noi il Giappone" su Sportweek. Buon viaggio. Insieme sarà bellissimo.

CRAI
NEL CUORE DELL'ITALIA



“
Nel preolimpico abbiamo apprezzato i messaggi di incitamento arrivati dallo spazio da Parmitano

VE LO DIAMO NOI IL GIAPPONE

La squadra femminile di pallavolo comincia oggi un diario speciale che ci accompagnerà fino ai Giochi del 2020



DAVIDE MAZZANTI (allenatore)

Beato fra le donne che emozionano



Emozioni. Quelle che sanno trasmettere le mie ragazze, quelle che si vivono guidando una squadra femminile. Non ho mai allenato il settore maschile ma credo che la differenza tra i due ambiti sia quella che le ragazze caricano di emozioni tutto quello che fanno. E questo è un po' la nostra benzina, quella che ci permetterà di affrontare questo esaltante viaggio verso i Giochi di Tokyo 2020.

-329 GIORNI



LA SUIZONA
Mazzanti con la moglie Gioacquina Sereta. Quindici e il bus azzurro.

Il viaggio olimpico lo iniziamo con l'Europa in corso in questi giorni con l'entusiasmo che ci contraddistingue. Beato tra le donne ma con la voglia di conoscere... un altro uomo. Nei giorni di avvicinamento al preolimpico di Catania io e le ragazze, infatti, abbiamo apprezzato molto i messaggi di incitamento che arrivavano dallo spazio di Luca Parmitano. Mi hanno colpito le sue parole, mi hanno

sollecitato la voglia di conoscerlo e hanno spronato il gruppo. Beato tra le donne ma consapevole che un grande aiuto al pass olimpico è arrivato dal gen. Libero Conti che ha letto un momento di difficoltà e ha trovato la chiave giusta per superarlo. Beato tra le donne ma con il giusto distacco che un commissario tecnico deve avere. Magari quando ricopro il ruolo di secondo allenatore potevo avere un rapporto un po' più confidenziale, cercavo un dialogo anche "extra-volley". Di sicuro quello che continuo a fare con loro è il sottolineare che ognuna di loro ha diritto all'errore. Ma il nostro viaggio non si interrompe d'inverno. Nel periodo di lavoro con i club le "stufi" per due-tre volte andando a vedere allenamenti o partite. Un'avventura come quella olimpica non permette pause. Ma se basta. Abbiamo bisogno di tutti. **SW**



Forza ragazze del volley. Crai è sempre con voi.



Sportweek - 31 agosto 2019

particolare, poiché il format adottato vuole essere una sorta di "diario olimpico" che darà voce alle atlete e agli allenatori **per un anno intero** rivelando aneddoti, storie, curiosità, piccole e grandi avventure "dietro le quinte" di questo mondo entusiasmante in un anno decisivo.

Su Sportweek, CRAI rimarca il suo ruolo di Title Sponsor della nazionale di Volley Femminile

"Ve lo diamo noi il Giappone" è il grintoso e simpatico titolo adottato per questo **appuntamento settimanale**, un appuntamento in 50 racconti al quale CRAI non poteva certo mancare. Il Gruppo da molti anni è al fianco del volley italiano e puntualmente ogni stagione

propone iniziative volte alla sua valorizzazione e alla promozione al grande pubblico. CRAI, infatti, crede fortemente nei valori che questo sport riesce a trasmettere: quelli del **confronto**, della **solidarietà** e del **gioco di squadra** come ingredienti indispensabili per creare un team vincente e affiatato.

OBIETTIVI A 360 GRADI
A ogni pagina del "diario olimpico" di questa avventura comune anche CRAI metterà la propria firma con un **doppio piedino** alle pagine corrispondenti di **Sportweek**: un investimento di comunicazione che giova al Marchio nel **consolidare la propria immagine e**

GRANDE COMUNICAZIONE PER UN GRANDE PROGETTO

Il 23 agosto è stato pubblicato un **primo articolo "teaser"** su **V come Volley**, una succulenta anticipazione delle successive 50 uscite, che ha dedicato parte della pagina ai vincitori del concorso "Generazione Volley", frutto della partnership CRAI-Gazzetta dello Sport. Durante l'anno, nei momenti di maggior interesse agonistico, i contenuti della doppia pagina «VE LO DIAMO NOI IL GIAPPONE» di Sportweek saranno anticipati o ripresi anche sul quotidiano Gazzetta dello Sport e su altri mezzi social quali iodonna.it, gazzetta.it e socialgazzetta.it.

CRAI inoltre coinvolgerà **tutti i media del Gruppo** in modo integrato e sinergico: l'house organ **Noi di CRAI**, la pagina Facebook, Radio CRAI e, naturalmente, i portali Craiweb e Crai Spesa Online.

craiweb.it f @

**A TIFARE PER
LA NAZIONALE
DI VOLLEY,
A TOKYO ANDREI
ANCHE A PIEDI.
MA HO GIÀ
PRENOTATO
L' AEREO!**

Elena da Milano

La vostra passione si chiama volley? Allora siete pronti a condividerla con Crai e con tutti gli sportivi d'Italia. **Collegatevi alla pagina Facebook di Crai e provate ad esprimere con una frase quanto amate questo sport e le sue Nazionali.** Le frasi più belle diventeranno protagoniste delle pubblicità Crai che troverete sulle pagine di **Sportweek** e sull'insero "V come Volley" de **La Gazzetta dello Sport**. A voi la palla. Anzi, la parola.



NEL CUORE DELL'ITALIA

rafforzare il proprio ruolo come Title Sponsor.

Se questi sono gli obiettivi che un'azienda si deve porre, non manca però la componente della **passione per lo sport**.

I valori guida del Volley si sposano perfettamente con la mission aziendale CRAI

La viva voce delle protagoniste e dei protagonisti del "diario di bordo" del lungo viaggio che dall'Italia porta al

Giappone è un'occasione unica per regalare emozioni autentiche e far immergere sportivi e lettori, affezionati o nuovi appassionati del volley, nell'atmosfera di un'impresa che vedrà le Azzurre affrontare sfide impegnative in prima linea e senza sosta.



LA PASSIONE DEL PUBBLICO!

Ma non è finita! CRAI desidera condividere **la passione** per questo splendido sport anche con i propri clienti e tutto il mondo degli sportivi. È partita, infatti, una campagna social sulla pagina Facebook di CRAI che invita gli utenti a manifestare attraverso delle frasi e dei pensieri l'amore per la pallavolo e per le nostre nazionali. Le frasi più belle e originali diventeranno protagoniste delle pubblicità pianificate sulle pagine di Sportweek e su V come Volley de La Gazzetta dello Sport con il seguente calendario:

Sportweek:

14 settembre 2019
12 ottobre 2019
26 ottobre 2019
16 novembre 2019
30 novembre 2019
4 gennaio 2020
25 gennaio 2020
22 febbraio 2020
21 marzo 2020
4 aprile 2020
18 aprile 2020
16 maggio 2020
23 maggio 2020
20 giugno 2020
11 luglio 2020.

V come Volley:

4 ottobre 2019
8 novembre 2019
13 dicembre 2019
10 gennaio 2020
7 febbraio 2020
6 marzo 2020
8 maggio 2020
5 giugno 2020
3 luglio 2020

Il primo contributo selezionato è di Elena da Milano (vedi sopra).

Andalini

pasta dal 1956

PASTIFICIO ANDALINI: PASTA PER PASSIONE DAL CUORE DELL'EMILIA

È grazie al know how maturato in oltre 60 anni di esperienza che l'azienda è tra i big player della pasta all'uovo. Con tanti formati in linea con i trend di mercato più attuali



Il percorso che ha portato il Pastificio Andalini a evolversi da piccola bottega di pasta fresca artigianale a grande realtà nel panorama italiano parte nel 1956 a Cento (Fe), nel cuore dell'Emilia, la grande patria della pasta all'uovo. Nel corso degli anni, **l'azienda è cresciuta e ha ampliato il suo portafoglio prodotti nel segno dell'innovazione e in linea con le mutate esigenze di mercato**, così nel 2000 Andalini ha acquisito il Pastificio La Sovrana, di Canosa di Puglia, e in poco tempo è diventato punto di riferimento anche nella pasta di semola.

"Produciamo pasta secondo la più antica tradizione, avvalendoci delle tecnologie più avanzate – spiegano dal Pastificio –. I prodotti che più di ogni altri ci rappresentano sono la **Pasta all'uovo, come le tagliatelle e i formati tipici regionali** (gramigna rigata, maccheroni al pettine, maltagliati e gigli), e la linea di **Pasta di Semola 4minuti**, caratterizzata da una sfoglia sottile che permette una rapida cottura. Ad oggi realizziamo circa il 62% del nostro giro d'affari in Italia e il restante 38% nei mercati esteri".

Il Pastificio annovera **6 linee di prodotti per la Gdo che spaziano** dalla pasta all'uovo ai prodotti bio, dalla pasta di semola a sfoglia sottile ai formati speciali (gourmet) realizzati con ricette e farine alternative, come il grano antico Senatore Cappelli, i legumi e i cereali. A queste referenze si aggiunge una ricca sezione catering dedicata ai professionisti dell'Horeca.

VISION

Il Pastificio Andalini è legato alla **tradizione del prodotto e del territorio**, ma allo stesso tempo è **costantemente proiettato verso l'innovazione mantenendo prioritaria la sostenibilità**: ambientale, sociale ed economica. Per perseguire questi obiettivi l'azienda utilizza **le migliori materie prime controllate**, acquistate dai principali fornitori che possano garantire la salubrità del prodotto e che condividano gli stessi valori e principi.

L'AZIENDA IN NUMERI

1956 anno di fondazione

65 dipendenti totali (tra Cento e Canosa di Puglia)

21,7 MLN di euro, fatturato 2018

5 certificazioni: Brc Food, Ifs Food, Bio, Iqnet e CSQA

DOVE SIAMO

Via Martiri di Belfiore 13
44042 Cento (FE)

info@andalini.it

www.andalini.it

+ 39 051.6856511

L'ALLEANZA CON CRAI

Per Crai il Pastificio Andalini produce sia referenze di **Pasta all'uovo** (Tagliatelle, Pappardelle, Fettuccine, Tagliolini) sia di **Pasta di semola integrale Bio** (Spaghetti, Fusilli, Penne, Farfalle).



Voglia di tornare in vacanza? Ci pensa CRAI!

Viaggi da sogno per i possessori di Carta Più, grazie a un importante concorso per prolungare le vacanze dei clienti affezionati



Il concorso si è inserito in una serie di iniziative, nel mese di settembre, rivolte ai possessori di Carta Più, con l'obiettivo di **aumentare la penetrazione della carta fedeltà** e la sottoscrizione di nuove carte. Al concorso è stata affiancata una pianificazione a cura dei Cedi di almeno 4 fine settimana con presidio di promoters nei punti vendita, in grado di sollecitare nuove adesioni e di assistere i clienti già in possesso nel rinnovo dei dati anagrafici. I Cedi hanno pianificato le priorità di intervento grazie alle analisi e alle indicazioni di performance dei negozi.

COME TENTARE LA FORTUNA

Il concorso "Carta Più ti fa vincere una vacanza da sogno" durato

6 settimane - dal 2 settembre al 12 ottobre 2019 - aveva l'obiettivo di ingaggiare sia i clienti fidelity attuali sia i potenziali. La meccanica prevedeva una spesa minima di 10 euro (in negozio o su www.craispesaonline) e l'acquisto di un prodotto sponsor in un unico scontrino; valeva il **conteggio dei multipli** (con 10 euro si aveva diritto a 1 partecipazione, con 20 euro a 2 partecipazioni etc...), così da aumentare le possibilità di vincita. Andava conservato lo scontrino della spesa e si poteva tentare la fortuna accedendo al **sito dedicato www.craivinci.it**: bastava registrarsi e seguire le istruzioni. I premi in palio erano 20 weekend in splendide città d'Europa e 100 buoni spesa

CHE PREMI!

Il montepremi immediato regalava ben 100 buoni spesa da 50 euro da spendere entro giugno 2020 nel negozio CRAI dove è stata fatta la spesa vincente oppure online, se la vincita è stata fatta tramite spesa online. Se con la festa siamo ancora in vacanza, nessun problema, ecco 20 weekend (3 giorni e 2 notti) per due persone da passare in splendide città europee: **Amsterdam, Berlino, Parigi, Londra, Madrid, Barcellona e Vienna**. A fine concorso tutti coloro che hanno partecipato senza vincere alle estrazioni "instant win" hanno potuto concorrere per i **due superviaggi finali** di una settimana (9 giorni e 7 notti) per due persone: uno a Cuba e uno a Capo Verde.



I MINISTRONI OROGEL SI RINNOVANO!



DA OGGI
CON LE GOCCE DI
VIRTÙ DI BRODO
SONO ANCORA
PIÙ GUSTOSI!



TEMPI DI COTTURA PIÙ RAPIDI.
PRONTI IN POCHI MINUTI!

La meraviglia di ogni giorno.



da 50 euro, con meccanica instant win, più **due superpremi** a estrazione finale: uno splendido viaggio e soggiorno per due persone a Cuba e a Capo Verde.

OBIETTIVI

Il concorso aveva come obiettivo l'**aumento dello store traffic** nei negozi aderenti, facendo leva su un importante montepremi e sulla comunicazione a supporto, ma soprattutto l'**incremento della distribuzione e della penetrazione** della carta fedeltà.

LA CAMPAGNA ADVERTISING

Il concorso è stato supportato da una fitta messa in onda sulle **radio nazionali** in due fasi: la prima dal 5 al 7 settembre su Radio Rai 1, Rai 2, Rai 3, Radio Italia Solo Musica Italiana, Radio DeeJay, Radio Capital, Circuito Radio PRS (emittenti regionali); la seconda dal 12 al 14 settembre su Radio Rai 1, Rai 2, Rai 3, Radio Italia Solo Musica Italiana, Radio DeeJay, Radio Capital, Radio 101, Radio 105, Radio Montecarlo, Radio Subasio, Circuito Radio PRS (emittenti regionali). La pianificazione è stata di oltre 770 passaggi, con la messa on air di un soggetto da 30" che ha lanciato il concorso, con un codino di richiamo all'operazione sottocosto. Lo spot è stato messo in onda, naturalmente, anche su **Radio Crai**, in sinergia con la comunicazione dei siti **Craiweb** e **Craispesaonline** e dei canali social CRAI, mentre dal 16 settembre è partita anche la campagna digital sui **portali Doveconviene** e **Stocard**.

PRODOTTI SPONSOR



TUTTE LE TORTE E CROSTATE MULINO BIANCO



CONTORNO PIÙ OROGEL LEGGEREZZA E MISTO BENESSERE



ESTATHE ZERO 0,5 LT LIMONE O PESCA, ESTATE 0,5 LT LIMONE O PESCA, ESTATE VERDE BIO 0,5 LT



ACQUA MINERALE LETE EFFERVESCENTE NATURALE CONFEZIONE DA 6 BOTTIGLIE DA 1,5 LT



Punto vendita Crai Eurosole - Fano (PU)



NUOVA FORNERIA PAN DI SOLE SRL

NUOVA FORNERIA PAN DI SOLE, GLI SPECIALISTI DEL GRISSINO TORINESE

Qualità, rispetto della tradizione e innovazione sono i driver dell'azienda che ha nella produzione dell'autentico grissino stirato a mano il suo punto di forza



Quella di Nuova Forneria Pan di Sole, azienda nata nel 1994 nel cuore della Lomellina e specializzata nella produzione di grissini stirati a mano, è **una storia di qualità, passione e continua integrazione tra tradizione e innovazione**. "Il nostro presupposto fermo e irrinunciabile è mantenere un **percorso produttivo di eccellenza** – affermano con orgoglio dall'azienda –. Nel tempo la qualità del prodotto e la sua considerevole collocazione sul mercato ci hanno spinti ad attivare nuovi programmi di sviluppo e dare corso ai cambiamenti strutturali per l'ottenimento delle certificazioni di sicurezza alimentare che ci rendessero competitivi in Italia e all'estero. **Ad oggi possiamo dire di avere raggiunto una buona quota di mercato nella produzione di grissini 'davvero' stirati a mano**. La qualità che ci viene riconosciuta è data dal mantenimento dell'antica ricetta piemontese, con l'aggiunta dell'olio extra vergine di oliva e la sensibilità manua-

le dei nostri artigiani, che rendono unico ogni singolo grissino". La produzione dei grissini avviene solamente con forni rotativi, che permettono il controllo e la cottura differenziata delle varie referenze. A fare la differenza, garantendo i più alti standard qualitativi, ci pensano poi **l'accurata selezione e il monitoraggio delle materie prime e il costante controllo in tutte le fasi di lavorazione**, dalla ricezione degli ingredienti di base all'arrivo del prodotto a scaffale: "Il nostro segreto – aggiungono dall'azienda – è far coesistere una moderna linea di produzione con un tradizionale e 'lento' processo di lievitazione di nove ore, al quale si aggiunge poi un'attenta stiratura garantita dalle sapienti mani dei nostri collaboratori. **La doratura solare, la fragranza, la freschezza, il rispetto delle materie prime**, ci hanno permesso, negli anni, di raggiungere **una posizione di leadership sul mercato italiano** e di essere presenti anche in quelli esteri come Francia, Inghilterra ed Australia".

GLI AUTENTICI GRISSINI PIEMONTESI

I grissini di Nuova Forneria Pan di Sole sono veramente stirati a mano, come tradizione comanda. Questi richiedono una **lievitazione di almeno quattro ore e cinquanta minuti**, per garantire l'alta friabilità e il piacevole aroma organolettico. **Le materie prime**, a partire dalla farina tipo '0', sono di prima qualità e tenute sotto costante controllo e l'olio utilizzato è extra vergine di oliva comunitario. Infine, il **confezionamento è in vaschetta** onde limitare le possibili rotture del prodotto e offrire un piacevole impatto visivo al consumatore. Oltre a questo iconico prodotto, l'azienda offre una vasta linea di referenze, come **Nuvolotti, Foglie, Grissini e Grisotti**, e un'ampia varietà dei gusti. Il tutto anche al servizio della marca privata.

DOVE SIAMO

V. Pietro Nenni, 6 - 27035 Mede (PV)

info@pandisole.it - bruno.castoldi@pandisole.it

www.pandisole.it

+39 0384 820953

L'ALLEANZA CON CRAI

Per CRAI Forneria Pan di Sole produce la linea di **grissini Piaceri italiani in vaschetta**. La gamma si compone di quattro varianti: i Grissini tipo '0' tradizionali, i Grissini ai cereali e semi, i Grissini tipo "0" al rosmarino e i Grissini tipo "0" con olive.



“CRAI per la scuola”

È l'ultima edizione di un progetto diventato ormai una parte importante, e negli anni sempre più apprezzata, del catalogo premi annuale.

Il nuovo piano di iniziative integrate di promozione e gestione va a rafforzare l'impegno preso dal Gruppo nei confronti degli istituti di tutta Italia.

“CRAI PER LA SCUOLA”

L'iniziativa a supporto dell'insegnamento quest'anno assume ancora più rilevanza grazie a una serie di implementazioni che la rendono ancora più ingaggiante, facile da mettere in pratica ed efficace.

La **meccanica** per l'annata 2019/2020 conferma quella della scorsa edizione, con la possibilità di convertire 1200 punti della propria Carta Più in un buono scuola da donare all'istituto scelto, dalla scuola materna fino alla secondaria. La scuola, una volta registrata online e raccolti i buoni, potrà fare richiesta dei **premi in palio**, utili strumenti didattici e ludici per affrontare al meglio le sfide del nuovo anno scolastico.

UN PROGETTO SEMPRE PIÙ SOLIDO

Un importante aggiornamento è l'introduzione di un **codice segreto e univoco** posto su ogni buono scuola e protetto da un'argentatura che lo rende leggibile solo da parte del possessore. In questo modo può caricare il buono direttamente sul “conto”

della scuola sia il personale scolastico sia il cliente che ha redento il buono con i propri punti, attraverso il **nuovo sito dedicato all'iniziativa www.craiperlascuola.it**. In modo molto semplice **la donazione può avvenire online** comodamente da casa, non è più necessario recarsi presso la scuola per consegnare il buono. Inserito il codice segreto, il sito recepisce la donazione tramite il controllo digitale delle informazioni e tutto il processo resta tracciabile, meglio gestibile e, di conseguenza, più semplice e sicuro per tutti. Inoltre, a supporto, è stato creato da quest'anno un **call center dedicato** sia ai clienti sia alle scuole.

Il riscontro in termini di partecipazione è alto: a fine settembre le scuole aderenti sul territorio nazionale erano **oltre 2800**.

LE FASI DELLA COMUNICAZIONE

Dopo il lancio del **nuovo catalogo** la Centrale – in sinergia con l'agenzia incaricata di gestire il progetto – ha curato il piano di attività volto a raggiungere un numero sempre maggiore di scuole, con la messa online del nuovo sito dell'iniziativa e concentrandosi soprattutto sugli istituti

comprensivi più prossimi o all'interno dei bacini di utenza dei punti vendita CRAI. A **giugno** è partito il **reclutamento diretto** delle scuole attraverso Dem (Direct Email Marketing) personalizzate, al fine di stimolare le iscrizioni rendendo il processo il più semplice possibile (nelle email erano già fornite le credenziali necessarie).

A giugno è iniziato il reclutamento delle scuole attraverso Dem personalizzate

Da **settembre** si è iniziato a sostenere l'iniziativa tenendo informati i clienti e dando rilevanza e visibilità alla raccolta buoni nelle sue modalità e novità, in concomitanza con il “back to school”. Puntando a consolidare il **coinvolgimento dei clienti fidelity “in store”**, è stata potenziata la comunicazione del progetto tramite locandine e box grafici pubblicati nei volantini. Nello stesso periodo è partita una seconda ondata di promozione diretta tramite **telemarketing** (con spiegazione dell'iniziativa e assistenza alla registrazione) e un nuovo invio di Dem alle scuole.



**Con 1.200 punti
del Catalogo
"Pensato per voi"
puoi richiedere
1 BUONO
«CRAI PER LA SCUOLA»**



Porta i **BUONI A SCUOLA** oppure donali direttamente
sul sito www.craiperlascuola.it.

Grazie ai buoni raccolti, la scuola potrà scegliere
e richiedere **ONLINE** i bellissimi premi dedicati.



Scopri tutti i premi sul catalogo a premi CRAI «Pensato per voi» e sul sito www.craiperlascuola.it.

LA TUA SCUOLA NON E' ANCORA ISCRITTA?

Segnala l'iniziativa «CRAI PER LA SCUOLA» agli insegnanti, al Dirigente Scolastico o al DSGA
e invitali a registrare la scuola su www.craiperlascuola.it.

Iniziativa riservata alle SCUOLE PRIMARIE, SECONDARIE DI PRIMO E SECONDO GRADO, private, pubbliche e paritarie italiane.

Volpini

La spesa da CRAI con “Cucina Naturale”

Grande successo per lo showcooking itinerante realizzato assieme alla chef Marzia Riva e a Venetia Villani di “Cucina Naturale”

Dal 21 maggio al 12 luglio 2019 si sono tenuti, in una serie di punti vendita CRAI in diverse zone del territorio nazionale, **iniziative di showcooking**, realizzate in tandem con la nota rivista **Cucina Naturale**.

Un bel progetto che ha coinvolto chef, punti vendita e consumatori

Il tema degli incontri era raccontare e mostrare ai clienti CRAI come realizzare ricette semplici e gustose facendo la spesa nei punti vendita del Gruppo, nonché diffondere una maggiore consapevolezza nel consumatore rispetto al momento dell'acquisto.

DOVE LA TROVO, COME LA SCELGO, COME LA CUCINO

Queste sono le domande-chiave che hanno accompagnato la “tournee”, alle quali l'iniziativa ha voluto rispondere.

Lo showcooking si è articolato in **quattro tappe**, quattro eventi aperti al pubblico che, in modo coinvolgente, hanno portato in scena la tipicità rendendo protagonisti i prodotti della **migliore tradizione culinaria dei territori** che hanno ospitato l'evento.



APPUNTAMENTI

- * **Mercoledì 22 maggio**, Pellicano, Santa Maria Capua a Vetere, Campania
- * **Venerdì 7 giugno**, Crai, Feletto Umberto, Friuli Venezia Giulia
- * **Sabato 29 giugno**, Crai, c/o Le Baite, Oulx, Piemonte
- * **Venerdì 13 luglio**, Crai Extra, Villanova di Guidonia Montecelio, Lazio



I VALORI DI CRAI

Raffaele Mosca, Marketing Manager Drug, Media Relation & Digital PR di CRAI, curatore di questo progetto, ha espresso con efficacia



i concetti che sono alla base di questa iniziativa: “Crediamo molto nel territorio e nella valorizzazione dei prodotti agroalimentari che lo caratterizzano e lo rappresentano. Questo progetto di Showcooking itinerante nasce dalla collaborazione con Cucina Naturale, importante rivista per chi cerca informazioni sul mangiare bene, e rientra all’interno di un palinsesto di attività editoriali di CRAI, offline e online, che hanno lo scopo di raccontare, esaltare e far conoscere a tutti i prodotti del nostro territorio”.

Il grande entusiasmo dei partecipanti ha confermato il raggiungimento dell’obiettivo di rafforzare il legame fra cliente e punto vendita, un legame basato su importanti valori quali la prossimità, la tipicità, la qualità dell’offerta, soprattutto nel comparto dei freschi e dei freschissimi.

Quattro incontri in cui confrontarsi su tanti temi legati all'alimentazione, alle scelte di consumo quotidiane e alla loro importanza

Ogni incontro è stato introdotto da **Venetia Villani, Tecnologo Alimentare, Direttrice della rivista Cucina Naturale**, con interessanti suggerimenti su come fare la spesa, accortezze per leggere correttamente le etichette e come riconoscere un prodotto buono e salutare, per scegliere il meglio per sé e per la propria famiglia.

A seguire, la **chef Marzia Riva** ha dato dimostrazione di un piatto ispirato alla tradizione locale, ma arricchito da sfiziose rivisitazioni, a base di ingredienti del territorio

reperibili nei negozi CRAI e facile da riproporre anche a casa, ma con il “tocco dello chef”.

La chef ha sottolineato l'importanza di scegliere materie prime fresche e del territorio

Di ogni tappa è stato realizzato un video, completo di ricetta e procedimento, da vedere e rivedere sul canale YouTube CRAI, su Instagram, Facebook e Craiweb, o su portali di testate online specializzate.



IL GRUPPO POOL PACK SI PRESENTA

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



Il Gruppo Pool Pack nasce nel 1990 dalla collaborazione di alcune aziende con una tradizione produttiva e commerciale riconosciuta su tutto il territorio nazionale. **Oggi è composto da 23 aziende commerciali e cinque siti produttivi:** tre sacchettifici, uno stabilimento per la produzione di sacchi e sacchetti in bioplastica compostabile e uno stabilimento che progetta e realizza imballi sostenibili realizzati accoppiando carte e plastiche biodegradabili. **In totale il Gruppo conta 450 dipendenti, 7.000 articoli e sviluppa un business da 180 milioni di euro.**

Grazie al controllo sull'intera filiera, **Pool Pack gestisce tutte le fasi di progettazione, produzione, stampa, personalizzazione e distribuzione di packaging alimentari e non**, offrendo al cliente un prodotto e un servizio che mantiene, con continuità, elevati livelli di qualità. **Ogni azienda del gruppo dispone di un proprio mar-**

chio registrato, riconosciuto e valorizzato sul proprio territorio. La necessità di riunirsi sotto un'unica identità ha portato a creare il **marchio unico Pool Pack**, che negli anni ha acquisito sempre più valore ed è ora riconosciuto a livello nazionale.

IL POOL PACK LAB E I PRODOTTI NEW ENTRY

Forte di una presenza capillare su tutto il territorio, di una profonda conoscenza del settore e della capacità di "vestire al meglio" il prodotto in termini di funzionalità, estetica, normativa e rispetto per l'ambiente, **Pool Pack ha sviluppato la propria competitività sul mercato globale**, affermandosi come unico interlocutore per il settore imballaggi per i clienti tradizionali, gd e gdo, con i quali si è instaurato un vero e proprio rapporto di partnership. Il rapido cambiamento delle normative e delle esigenze del mercato ha portato alla creazione del **Pool Pack Lab:** il competence Center dove si sviluppano i nuovi prodotti, i servizi e il futuro di Pool Pack. Sono tante le novità partorite nell'ultimo anno grazie all'attenta analisi dei bisogni della clientela e le richieste sempre più rigide del mercato di avere imballaggi plastic free, tra cui spiccano: **Big Simple**, un foglio di carta in pura cellulosa rivestito da uno strato in bioplastica compostabile; **Bionature**, carta ricoperta da una cera naturale, 100% plastic free e compostabile, che può essere gettata direttamente nell'umido. Prodotti con prestazioni uguali alle plastiche tradizionali, ma che

DOVE SIAMO

Via A. Frank, 104 – 42122 Reggio Emilia

info@poolpack.com

www.poolpack.com

+39 0522 344535

rispettano l'ambiente: "Sul nostro sito è possibile seguire tutte le iniziative – fanno sapere da Pool Pack –, tra cui la campagna **Pool Pack For Change**, con cui non solo aderiamo all'iniziativa Plastic Free del Ministero dell'Ambiente, ma vogliamo essere protagonisti del cambiamento, promuovendo l'utilizzo di imballaggi eco-progettati secondo logiche di sostenibilità ed eliminando l'utilizzo di materiale plastico e impiegando materiale biodegradabile e compostabile".

I NUMERI DEL SUCCESSO

Complessivamente il parco macchine è composto da **22 sacchettatrici** per la produzione di sacchetti in carta a fondo piatto, con o senza soffiato, predisposte per l'applicazione della finestra in polipropilene, carta o PLA, **con una capacità produttiva di circa 4,5 milioni di pezzi al giorno**. Recentemente è stata acquistata una macchina per la produzione di sacchetti in carta con manico a fagiolo. Ci sono poi le **sei linee per la produzione di carte stese e accoppiate** per avvolgere gli alimenti: la capacità produttiva si aggira intorno ai circa 1.600 colli al giorno. **La famiglia Pool Pack è in continua espansione: nel 2018 ha fatto il suo ingresso nel gruppo Avantpack**, azienda specializzata nella produzione di shoppers in materiale biodegradabile e compostabile, sacchi per ortofrutta a rotolo o a strappo e shoppers casse per l'asporto merci; **a luglio 2019**, invece, sono state acquisite due nuove aziende commerciali, **Iovi e Ribucart**, situate rispettivamente a Salerno e Lecce, che consentiranno la diffusione del marchio Pool Pack e dei propri prodotti nella punta e nel tacco dello Stivale Italiano.

SICUREZZA E SOSTENIBILITÀ AL PRIMO POSTO

Per realizzare un efficiente modello organizzativo, **Pool Pack ha adottato a livello di gruppo un sistema integrato realizzato in conformità alle disposizioni della norma tecnica UNI EN 15593** "Gestione dell'igiene nella produzione di imballaggi destinati ai prodotti alimentari". Il sistema, sottoposto periodicamente alle verifiche di un ente accreditato, permette di garantire alla clientela che, in tutte le fasi del servizio, siano **sempre mantenute le condizioni igieniche, ambientali e di sicurezza alimentare**



L'ALLEANZA CON CRAI

Con i suoi sacchetti e le carte certificate FSC-PEFC, Pool Pack rappresenta un punto di riferimento per CRAI e per tutti i suoi prodotti a marchio: **sacchetti del pane** in carta kraft bianca ed Avana (con e senza finestra), **sacchetti salvafreschezza e antigrasso; carte politenate ed accoppiate** per la salumeria e la macelleria.

"Di recente – aggiungono dall'azienda – abbiamo anche sviluppato **un nuovo sacchetto** a marchio Crai per il confezionamento dei prodotti al **banco rosticceria**".



idonee a garantire il rispetto dei requisiti che regolamentano la filiera del packaging alimentare. "La sicurezza alimentare è inoltre garantita dalla divisione qualità – aggiungono da Pool Pack –, che autorizza l'immissione sul mercato dei prodotti esclusivamente se provvisti di dichiarazioni e prove di laboratorio sull'idoneità al contatto alimentare. **Le referenze in carta sono realizzati dai nostri stabilimenti produttivi impiegando carte certificate FSC e PEFC** ottenute da materiali di origine legnosa da foreste coltivate in modo responsabile e nel rispetto di rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. **Le linee ad alta riciclabilità** (sacchetti mono materiali con finestra in carta pergamin, sacchetti in carta con e senza finestra, scatole di cartone accoppiate con film plastici, ecc.) **sono state testate e certificate in conformità alla metodologia Aticelca.** I nostri prodotti sono identificati con etichetta adesiva applicata su ciascuna scatola, dove sono stampati tutti gli elementi necessari per assicurare il corretto riconoscimento e la rintracciabilità in tutte le fasi di movimentazione ed utilizzo dei prodotti".



Premio “Giuseppe Bezzo”: nel cuore dei territori

Il Benessere Equo Sostenibile (BES) al centro di riflessioni che coinvolgono comunità, imprese, consumatori, amministrazioni. Tutti legati dal filo rosso dell'alimentazione e della ristorazione collettiva e commerciale



Nell'edizione 2017-18 sono state premiate le pubbliche amministrazioni e vincitore è risultato il Comune di Casale Monferrato, che grazie a un assegno di ricerca da 10.000 euro erogato da CRAI, ha condotto uno studio sul Benessere Equo Sostenibile (BES), i cui contenuti sono espressi dal ricercatore Demetrio Miloslavo Bova nel suo libro *Guida per il rapporto BES organico per i comuni*.

Valorizzare il territorio, le sue imprese e migliorare il benessere delle persone, questi gli obiettivi del Premio

Mai come oggi, a livello europeo e nazionale, la prospettiva di crescita economica vede come strategico lo **sviluppo sostenibile** e la capacità di gestire i servizi pubblici e privati con obiettivi quali una **migliore percezione del benessere**, sicurezza, salute, lavoro, tutela dell'ambiente e coesione territoriale. Proprio in questo contesto si posiziona il **Premio Bezzo** sostenuto dal **Gruppo CRAI** e giunto alla sua seconda edizione.

PER LO SVILUPPO RESPONSABILE

L'obiettivo delle associazioni organizzatrici (AREGAI, PLEF-Planet Life Economy Foundation e AIQUAV-Associazione Italiana per gli studi sulla Qualità della Vita) è dimostrare come, grazie alla sostenibilità, sia possibile **valorizzare il territorio, le sue imprese e migliorare il benessere delle persone**. Il premio si focalizza sulla **ristorazione**, anello di congiunzione tra filiere agroalimentari e consumatori.

Il Cavalier **Giuseppe Bezzo**, storico Presidente del Cedi Codè Ovest, vedeva in CRAI la sua stessa consapevolezza che il benessere sul territorio dipende da scelte e azioni quotidiane ed era un sostenitore del **metodo di valutazione partecipata LICET**, utilizzato per l'assegnazione del premio a suo nome, alla cui base stanno 5 macro-criteri: legame col territorio, innovazione, competitività, ecosostenibilità, tutela della sicurezza, salute.

#EVERYDAYCLIMBERS

LEVISSIMA⁺

CON SALI MINERALI



Scegli la ⁺ adatta a te



IL PROGETTO VINCENTE

All'edizione 2018-19 hanno partecipato i ristoratori delle città finaliste come Capitale Italiana della Cultura 2020. Il premio è stato vinto da **Ginger People&Food** di Agrigento, che cura le tipicità locali e la "food experience", con una cucina stimolante che unisce tradizione siciliana e africana a cura della chef Mareme Cisse. È gestito dalla **cooperativa El Karub**, parte di un contesto più ampio di **servizi sociali** (inserimento lavorativo, corsi di italiano e di cucina, organizzazione eventi) e di **rivitalizzazione della biodiversità locale**, con benefici per sé, i consumatori e il territorio. Il ristorante ha vinto la Smart Label LICET

dell'associazione AREGAI, ma anche servizi personalizzati e percorsi di formazione. Il Comune di Agrigento potrà beneficiare dei risultati dell'**innovativa ricerca finanziata dal gruppo CRAI**, affidata all'Università di Palermo (Polo di Agrigento), che misurerà il benessere percepito dalla comunità in relazione all'alimentazione locale. La condivisione di questi risultati avverrà il 14 dicembre durante il convegno nazionale AIQUAV. Per approfondire ulteriormente il tema e rimanere aggiornati sulle ultime news, si consiglia di visitare la pagina www.aregai.it/sito/index.php/premio-cav-bezzo



EMANUELE PLATA

Presidente presso Planet Life Economy Foundation

“Il premio Bezzo è dedicato a un esponente della cooperazione che CRAI può vantare nella propria storia ed attualità, una persona ed un imprenditore che ha sempre creduto nel valore del territorio, in quello delle persone e delle relazioni tra le persone. L'esperienza condotta con lui dalla scuola del territorio fatta da PLEF, Planet Life Economy Foundation, nel 2012, nel Monferrato Casalese, in cui visitammo anche l'ospedale di ASTI che presentò il suo virtuoso utilizzo nelle diete per i degenti della cucina tradizionale del luogo ha portato nel 2017 le associazioni PLEF e AREGAI (terre del benessere) a ideare un premio per chi fa ristorazione soddisfacendo i propri utenti e valorizzando il proprio territorio, e il premio è stato intitolato PREMIO BEZZO per la spinta morale che lo storico presidente di CODÈ ha saputo infonderci. Il premio è dedicato ad anni alterni alla ristorazione collettiva, a quella commerciale e alle scuole di ristorazione, e consiste non solo in un servizio di certificazione gratuita sulla qualità dell'operatore della ristorazione ma, soprattutto, nello sviluppo di una ricerca ad hoc finanziata da CODÈ e CRAI cop per il Comune, in cui l'operatore premiato esercita, sul BENESSERE EQUO E SOSTENIBILE di quella comunità, attività coerenti con la strategia e la promessa di CRAI di essere nel CUORE dell'ITALIA. Siatene orgogliosi!”

F.B.F.

S.p.A.

F.B.F. CONTINUA A SFORNARE NOVITÀ

Qualità certificata e prezzo altamente competitivo. Questi i tratti salienti del più grande produttore italiano di croissant e lievitati da ricorrenza



Dal 2004 F.B.F. fa parte del Gruppo Bauli, è la divisione specializzata nelle produzioni di referenze a marchio del distributore, nonché **il più grande produttore di croissant e lievitati da ricorrenza del panorama italiano**. L'azienda è leader nei prodotti di pasta sfogliata lievitata naturalmente e vanta un'ampia gamma di specialità: Croissant, Fagottini, Treccie. Ma anche referenze di tendenza in perfetta sintonia con i driver che dominano il mercato: Croissant Integrale con zucchero di canna o farcito al miele, Panini con gocce di cioccolato e Fagottini a doppio impasto. La produzione si divide tra i siti del Gruppo di Romanengo (CR), la sede di F.B.F., e di San Martino Buon Albergo (VR). Nel corso degli anni **il player ha maturato una grande esperienza nelle tecnologie della lievitazione naturale**, sviluppando diverse ricette ad hoc: ad esempio i prodotti senza olio di palma, senza zuccheri aggiunti, integrali. L'obiettivo? "Offrire ai clienti la possibilità di allargare le proprie gamme d'offerta e soddisfare le esigenze dei consumatori secondo i trend alimentari più recenti e le esigenze di consumo – rispondono dall'azienda –". Le numerose certificazioni acquisite dimostrano l'impegno continuo da parte di F.B.F., oltre al presidio costante e rigo-

DOVE SIAMO

📍 Via Degli Artigiani, 26014 Romanengo (CR)

✉ info@fbfspa.it

🌐 www.fbfspa.it

☎ Tel. +39 0373 783011

roso di tutti gli step della filiera produttiva. Tra queste spiccano: ISO 9001: 2008, BRC, IFS, No Ogm, SA8000, ISO14001. Oltre all'attività di copacker, **l'azienda confeziona merendine con il brand Casalini, che si contraddistinguono per uno straordinario rapporto qualità/prezzo**. "Nel corso dell'ultimo anno – spiegano dall'azienda –, il mercato delle merendine ha fatto registrare una sostanziale stabilità, con **trend positivi a volume e a valore: rispettivamente +0,2 % e +1%**. I volumi complessivi sono stati pari a circa 175.000 tonnellate, per un totale del giro d'affari che ha superato il milione di euro. Nel segmento croissant, che rappresenta circa il 29% del totale volumi del mercato merende, **il peso della Mdd è stato pari al 31%**. Ancora una volta F.B.F. si conferma il principale produttore per i più importanti marchi della distribuzione italiana e internazionale".



L'ALLEANZA CON CRAI

La partnership tra CRAI e F.B.F. si concretizza con **una serie di referenze confezionate nel formato multipack da sei pezzi**: Croissant zuccherati, Croissant integrali, Croissant farciti all'albicocca, Croissant farciti al cacao, Fagottini farciti all'albicocca, Treccie zuccherate.



La collezione più "lama" che ci sia!

Con #NoDramaLlama è arrivata la self collection per un ritorno a scuola alla grande, grazie alle insegne Drug del Gruppo CRAI

Il mese di settembre ha visto protagonista una nuova iniziativa di collezionamento dedicata ai più giovani e al **rientro a scuola**. Il primo giorno sui banchi si tinge di accessori colorati e di tendenza, rallegrati da un simpaticissimo nuovo personaggio che sarà a fianco dei ragazzi regalando un sorriso in più.

GADGET IRRESISTIBILI E FACILI DA CONQUISTARE

Questa iniziativa, partita il 26 agosto e terminata il 21 settembre, a copertura del "back to school", si è svolta in tutti i **punti vendita aderenti della rete Drug CRAI**, un comparto solido e vicino ai propri clienti, con la sua capillarità nel territorio, sotto le insegne Caddy's, Caddy's Maxistore, IperSoap, Pilato, Proshop, Risparmio Casa, Saponi&Profumi, Shuki, Smoll.

Questa simpatica self collection è stata pensata per addolcire il back to school

Tanti i gadget in palio, a fronte di una meccanica semplicissima. Con una spesa di almeno **15 euro** e almeno uno dei **prodotti**

DAL 26 AGOSTO AL 21 SETTEMBRE 2019 COLLEZIONALI TUTTI!

BORSA TERMICA

STICKY NOTE

ASTUCCIO

BORRACCIA

PENNA

QUADERNO

LA COLLEZIONE PIÙ LAMA CHE CI SIA!
#NODRAMALLAMA

EFFETTUA UNA SPESA MINIMA DI **15 €** E ACQUISTA ALMENO UN PRODOTTO SPONSOR. AGGIUNGI UN CONTRIBUTO DI **1,99 €** E UNO DEI FANTASTICI PREMI LAMA SARÀ TUO.

OPERAZIONE VALIDA PRESSO I PUNTI VENDITA CHE ESPONGONO IL MATERIALE PUBBLICITARIO.



Pasticcini cioccolato e lampone

INGREDIENTI

Per l'impasto:

250 g farina bianca 00
75 g Zucchero al Velo PANEANGELI
1 bustina di Vanillina PANEANGELI
1 uovo
100 g burro morbido
1/2 bustina di LIEVITO
PANE DEGLI ANGELI (2 cucchiaini)

Per farcire e decorare:

200 ml panna
250 g cioccolato al latte
50 g cioccolato fondente
1 confezione di guarnizione al caramello
Lamponi
Decorazioni al gusto cioccolato

Preparazione:

1. In una terrina mescola la farina, lo zucchero al velo e la vanillina, aggiungi l'uovo, il burro ed infine il **LIEVITO PANE DEGLI ANGELI** setacciato.
2. Impasta rapidamente tutti gli ingredienti fino ad ottenere un impasto omogeneo.
3. Lascia riposare in frigorifero per almeno 30 minuti.
4. Stendi l'impasto in una sfoglia sottile e ritaglia 40 dischetti (diametro 5 cm), rimpastando i ritagli.
5. Fodera con i dischetti 40 pirottini di carta (diametro 5 cm) e bucherella la superficie con i rebbi di una forchetta.
6. Cuoci per 12-15 minuti nella parte media del forno preriscaldato (elettrico: 180°C, ventilato: 170°C, a gas nella parte alta: 190°C).
7. Prepara la crema scaldando la panna, senza farla bollire, aggiungi i due cioccolati a pezzetti e mescola fino al completo scioglimento. Incorpora infine la guarnizione al caramello, mescola bene e lascia raffreddare completamente.
8. Monta leggermente la crema con uno sbattitore elettrico a velocità media per 2 minuti circa.
9. Con una tasca da pasticciere, farcisci i cestini di frolla con la crema e decora con i lamponi e le decorazioni al gusto cioccolato.





sponsor, opportunamente segnalati e facilmente individuabili nelle corsie, ci si aggiudicava uno a scelta dei premi **aggiungendo solo 1,99 euro**. Valeva la "regola" dei multipli, perciò, per esempio, con una spesa di 30 euro e 2 prodotti sponsor nello stesso scontrino, si potevano redimere due premi con il contributo di 3,98 euro.

Regolamento semplice, premi utili e accattivanti: impossibile resistere alla #NoDramaLlama

Ideali per la scuola, ma ottimi anche per portare **allegria in ufficio**, i gadget #NoDramaLlama sono utilissimi, oltre che belli: astuccio porta penne, borraccia, borsa termica per il pranzo, penna sagomata, quaderno a spirale e blocchetto sticky note per gli appunti. Il set, inoltre, è stato **creato in esclusiva per le insegne Drug del Gruppo CRAI** da Tri Coastal Design, un modo per rendere unica l'iniziativa.

COMUNICAZIONE FORTE

A sostegno del progetto la comunicazione è stata attivata su tutti i fronti. Naturalmente la presenza **"in store"** è stata fondamentale, con

DAL 26 AGOSTO AL 21 SETTEMBRE 2019 COLLEZIONALI TUTTI!

LA COLLEZIONE PIÙ LAMA CHE CI SIA!

#NODRAMALLAMA

EFFETTUA UNA SPESA MINIMA DI 15 € E ACQUISTA ALMENO UN PRODOTTO SPONSOR. AGGIUNGI UN CONTRIBUTO DI 1,99 € E UNO DEI FANTASTICI PREMI LAMA SARÀ TUO.

OPERAZIONE VALIDA PRESSO I PUNTI VENDITA CHE ESPONGONO IL MATERIALE PUBBLICITARIO.

PRODOTTI SPONSOR

 NIVEA	 JOHNSON'S	 FRUCTIS
 GILLETTE	 PAMPERS	 SCHOLL
 ACE	 FAIRY	 LYSOFORM

Operazione a premi regolata dal DPR 402/20/10/2001 - Regolamento completo su www.craidi.it - Collezione LLAMA fornita in esclusiva da Tri - Coastal Design Group srl

locandine esplicative, volantini, espositori da banco, realizzati appositamente ed esposti in modo visibile. Attivissimi, come sempre, i **canali social, Radio in store e i siti web** delle

single insegne Drug aderenti (dove era possibile scaricare e consultare il regolamento completo).

Al simpatico lama della collezione è stata riservata anche una **campagna pubblicitaria televisiva**, attiva dal 1 al 14 settembre, articolata in tre differenti soggetti che sono andati in onda a rotazione su Canale 5, Canale 20, Focus, La 5, TopCrime, presidiando sia il daytime sia le fasce preserali e "prime time".





GLI SPECIALISTI DELLE SPEZIE

L'INNOVAZIONE SECONDO DROGHERIA & ALIMENTARI

Punto di riferimento indiscusso nel mercato italiano delle spezie ed erbe aromatiche, l'azienda è continuamente impegnata nello sviluppo di referenze e formati

La storia di Drogheria & Alimentari inizia nel 1880 a Firenze in una bottega di via degli Speciali e prosegue, sotto la guida delle famiglie Carapelli e Barbagli, a San Piero a Sieve (Fi), dove ancora oggi si trova lo stabilimento di confezionamento. **Nel 2015 il controllo passa nelle mani del gruppo McCormick, che investe ingenti risorse per aumentare la produttività e migliorare gli asset industriali dell'azienda.** Un percorso di sviluppo e di crescita che ha visto l'azienda chiudere il 2018 con 60 milioni di fatturato circa, con 140 collaboratori suddivisi fra uffici e stabilimento produttivo.

Drogheria & Alimentari produce spezie, erbe aromatiche, zafferano, sali speciali e insaporitori, per un totale di circa 500 differenti materie prime gestite. Nello stabilimento di San Piero a Sieve sono presenti 16 linee automatizzate con una capacità produttiva fino a 100 milioni di pezzi ogni anno, oltre a un laboratorio qualità che realizza circa 50.000 controlli l'anno su materie prime e packaging in ingresso. **Complessivamente il numero dei controlli qualitativi effettuati durante tutte le fasi del processo di lavorazione è di 500.000 annui.** Le numerose certificazioni internazionali attestano questo impegno, tra cui: Brc, Ifs, l'attestazione Bio e la corrispondente americana Nop, Kosher.

INNOVATORI PER VOCAZIONE

Oltre ai tre marchi aziendali (La Drogheria 1880, Condoro e My Spices), il core business dell'azienda è la private label, in cui esercita il ruolo di primo produttore del mercato italiano: **"Negli ultimi anni siamo stati impegnati nella diversificazione dei formati per accogliere le diverse esigenze dei consumatori** – affermano da Drogheria & Alimentari –. Diversificare per noi significa anche aver lanciato nuove linee di prodotto nel segmento biologico, una linea di prodotti di origine 100% italiana, una linea etnica destinata al mercato dei 'nuovi Italiani' e una costante ricerca della segmentazione di gusti e provenienze, evidenziando la forte attenzione all'innovazione e alla personalizzazione del gusto". Proprio nell'ultimo anno è stata inoltre lanciata **una nuova gamma di eleganti Macinelli da Tavola** e alcune nuove referenze nell'iconico vasetto 'a lampadina' tra le quali due Sali speziati: **Sale Integrale&Curcuma e Sale Integrale&Zenzero**, mix innovativi che apportano valore alla categoria. "Tra i nostri punti di forza c'è anche l'expertise nella gestione del punto vendita – sottolineano dall'azienda –. Sia sul brand sia sulla private label, l'esperienza e la presenza dei nostri uomini sul campo ci consentono di dare un significativo impulso al business dei nostri clienti".

DOVE SIAMO

V.le Nilde Iotti 23/25 - 50038, Scarperia e San Piero (FI)

info@it.mccormick.com

www.drogheria.com

+39 055 843251



L'ALLEANZA CON CRAI

Per CRAI Drogheria & Alimentari produce una gamma di **circa 60 referenze tra spezie, erbe e insaporitori**. In particolare, per l'insegna, produce **differenti tipologie di formati e pack**: i vasi in vetro per le spezie ed erbe macinate e frantumate; i macinelli per i pepi in grani; i minipet per le spezie e le erbe più alto rotanti e i barattoli per gli insaporitori.

batist

DRY SHAMPOO

BATIST: L'ALLEATO QUOTIDIANO DEI TUOI CAPELLI

Ogni giorno l'acconciatura di una donna affronta mille sfide. Per vincerle tutte c'è Batist Dry Shampoo, l'alternativa ideale al classico shampoo con acqua che garantisce capelli perfetti in ogni occasione.

in soli 3 minuti



1 - **Agita bene e spruzza** uniformemente da circa 20 cm sulle radici e sui capelli suddivisi in ciocche.



2 - **Massaggia** la cute, attendi qualche minuto e **strofina** con un panno asciutto.



3 - **Spazzola** accuratamente e procedi con lo styling abituale.



**UNA LINEA COMPLETA
PER OGNI TIPO DI CAPELLO
E PER OGNI ESIGENZA**

Grandi numeri per il concorso Drug 2019

“Vinci 1000 euro di spesa gratis” ha fatto registrare numeri record di adesioni e testimonia l’efficacia delle iniziative CRAI Drug in una rete sempre più solida nel tempo

Nei mesi di maggio e di giugno 2019 si è tenuto un importante concorso che ha coinvolto i punti vendita della rete Drug CRAI e che ha regalato **oltre 1000 buoni spesa** ai partecipanti. L’iniziativa ha riscosso un grande successo di partecipazione, grazie a una strategia comunicativa vincente e alla presenza radicata nel territorio della rete CRAI.



EMULSIO CERA. CON UNA PASSATA, IL PULITO DURA DI PIÙ!

BARRIERA PROTETTIVA *Emulsio*



EMULSIO È CURA. E IL PULITO DURA.

Non sarebbe fantastico se il pulito sul tuo pavimento durasse più a lungo?

Le Cere Emulsio, grazie alle loro microperle di cera, creano una barriera protettiva anti-sporco che consente al pulito di durare a lungo. Proteggono il tuo pavimento e gli donano, già dalla prima passata, una brillantezza unica.

Prova la più adatta a te!

www.emulsio.it



COME SI È SVOLTO IL CONCORSO

Le fasi sono state due, alle quali corrispondevano differenti premi: per l'intera durata del concorso era valida la meccanica "instant win" per i buoni spesa da 25 euro, con l'estrazione al momento stesso della giocata; mentre i super premi finali sono stati estratti a fine concorso.

Bastava una **spesa di almeno 15 euro**, che comprendesse almeno un **prodotto sponsor**, per ricevere una cartolina con un codice. Collegandosi al portale creato appositamente (www.laspesatipremia.it), o via sms al numero 339 99 57 930, i giocatori potevano tentare la fortuna inserendo il codice e scoprendo subito se avessero vinto una delle 1000 spese da 25 euro in palio.

In caso di mancata vincita

istantanea, conservando lo scontrino dell'acquisto e registrandosi sul sito del concorso, si poteva puntare al super montepremi finale, consistente in **10 buoni spesa da ben 1000 euro** l'uno. Questo concorso ha coinvolto non solo i clienti, ma **anche i negozianti**.

Durante il periodo interessato (maggio per Ipersoap, Pilato, Proshop, Risparmio Casa, Saponi&Profumi, Smoll, Shuki; giugno per Caddy's e Caddy's Maxistore) era in gioco anche

la migliore esposizione che illustrava il concorso e questo elemento in più ha portato un maggiore coinvolgimento da parte di tutti.

RISULTATI ECCEZIONALI

Il concorso, grazie alla sinergia dei negozi coinvolti e alla comunicazione efficace e mirata, ha avuto un grande successo con un numero di giocate totali pari a 46.187 e ben oltre 13.700 iscritti, confermandosi un vero successo.

I NEGOZI VINCITORI

Una gara divertente, a colpi di allestimenti e decorazioni, ha animato un "concorso nel concorso", alla fine del quale ciascuno dei tre punti vendita che si sono distinti per originalità ed efficacia nella comunicazione è stato premiato con **10 Buoni Amazon da 50 euro**. Complimenti ai pdv Caddy's di Jesolo (VE), Caddy's di Lendinara (RO) e Risparmio Casa di Castellanza (VA).



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 1946. **Oggi l'azienda conta una novantina di dipendenti** e il fatturato 2018 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), 50 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 –. Proprio per incontrare le mutevoli esigenze dei consumatori, è attiva una nuova linea per il confezionamento di capsule compatibili con il sistema DolceGusto, che affianca le due macchine per le compatibili Nespresso".

L'ALLEANZA CON CRAI

Ekaf in questi ultimi anni ha riscontrato un grande successo grazie alle capsule compatibili con le macchine a marchio Nespresso* e DolceGusto*. "Offriamo una vasta gamma di prodotti – dichiarano dall'azienda –: la mattonella di caffè macinato da 250 g, caffè in grani in vari formati, lattine di macinato 250 g, filtro, instant coffee, cialde in carta e capsule compatibili". **Per CRAI, Ekaf produce:** 100% arabica 250 g sacchetto, classico 250 g sacchetto, espresso 250 g, espresso bar grani 1000 g, cialde gusto espresso intenso 125 g, cialde gusto forte 125 g, capsule compatibili Nespresso (Deciso, Armonioso, Vivace, Decaffeinato e la nuova linea premium di monorigini - Brasile, Guatemala) e capsule compatibili DolceGusto (Decaffeinato, Extrabar e Intenso).

*I marchi Nespresso, Dolce Gusto e Nescafé non sono di proprietà di Crai Secom né di aziende a essa collegate.

DOVE SIAMO

📍 Lungotorrente Secca, 3r - 16163 Genova (GE)

✉ info@ekaf.it Ufficio marketing

🌐 www.cellinicaffe.com

☎ +39 010 716541





La parola ai punti vendita

Prossimità offline e online: i valori di CRAI si riflettono anche nella spesa "comoda"

CRAI è un gruppo in crescita nei canali Food e Drug, con nuove aperture e un'implementazione continua dei servizi al cliente. Con il lancio della spesa online non ha voluto tradire il proprio DNA e dietro a un pratico e sicuro sito internet ci sono persone che lavorano sempre **al servizio della qualità**. Con questa nuova rubrica conosciamo meglio quegli imprenditori che affrontano con entusiasmo le **nuove sfide della distribuzione moderna**.

I PROTAGONISTI

➤ **Cuor di CRAI "I Santi", Albaredo, comune di Vedelago (TV)**

- Presentati brevemente: chi sei, cosa fai?

Sono Christian Borsato, sono socio del punto vendita CRAI "I Santi", negozio che io e il mio socio Alessandro Piva abbiamo avviato nel 2003.



Cuor di CRAI "I Santi", Albaredo, comune di Vedelago (TV)

All'interno della nostra struttura io mi occupo prevalentemente del reparto macelleria.

- Dov'è situato il vostro punto vendita?

Il nostro punto vendita è situato ad Albaredo, una piccola frazione

del comune di Vedelago (TV), non lontano da Castelfranco Veneto.

- Perché avete deciso di aderire a CRAI Spesa Online?

Abbiamo deciso di aderire perché in questo servizio abbiamo visto un'opportunità di



sviluppo di fatturato: crediamo ci siano grandi margini di crescita nel settore e-commerce, soprattutto nella distribuzione alimentare.

- Quali risultati avete ottenuto grazie a CRAI Spesa Online?

Siamo partiti come tutti da zero, ma già dopo i primi mesi abbiamo cominciato a fidelizzare nuovi clienti. Ad esempio, aggiungendo degli omaggi sulle prime spese, abbiamo riscontrato che alcuni clienti non facevano parte del nostro abituale circuito e quindi rappresentavano una nuova opportunità.

- Siete soddisfatti? E perché?

Siamo abbastanza soddisfatti perché, oltre ad aver incrementato il nostro lavoro, abbiamo imparato anche cose nuove, come la gestione degli ordini, l'organizzazione delle consegne e molto altro. Siamo consapevoli che c'è ancora molto da fare, poiché i fatturati dell'e-commerce sono ancora una piccola percentuale sul totale, ma siamo sicuri di aver intrapreso la strada giusta.

› CRAI di Scarton, Visome, comune di Belluno (BL)

- Presentati brevemente: chi sei, cosa fai?

Sono Giuseppe Scarton, ho quarant'anni appena compiuti e gestisco lo storico negozio di alimentari di famiglia da cinque anni. Il mio lavoro mi incuriosisce e mi appassiona, stimolandomi nella comunicazione con i clienti.

- Dov'è situato il tuo punto vendita?

Il punto vendita si trova nel piccolo centro abitato di Visome, una frazione con circa 620 abitanti del comune di Belluno.

- Perché hai deciso di aderire a CRAI Spesa Online?

La mia scelta di aderire a CRAI Spesa Online è stata fatta prevalentemente a livello pubblicitario e mediatico, per far sentire che anche in montagna ci si dà da fare e ci si mette in gioco. Siamo il punto vendita CRAI più a nord del Veneto, l'unico punto vendita nel capoluogo di provincia, e abbiamo voluto farci sentire dai media e dalla gente. Al giorno d'oggi bisogna far parlare di sé ed essere facilmente identificabili, e CRAI Spesa Online ci ha aiutato.

- Quali risultati hai ottenuto grazie a CRAI Spesa Online?

Il nostro è un piccolo punto vendita di paese, come dicevo, e i risultati non sono sicuramente

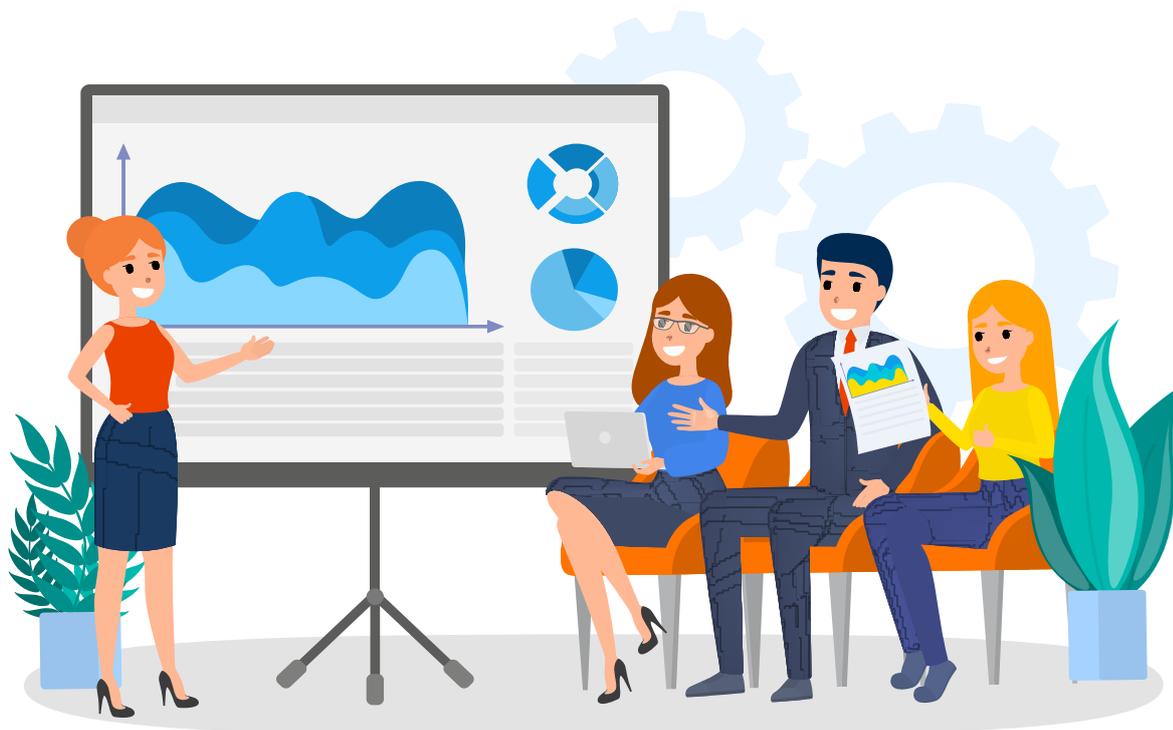
strabilianti, ma la cosa che più ci fa piacere è vedere che nuove persone ci scoprono e ci contattano per ricevere la loro spesa a casa, si creano nuovi rapporti e la gente fa parlare dell'iniziativa. Dal punto di vista economico il lavoro da fare è ancora molto, speriamo che si sviluppi ulteriormente questa forma di commercio.

- Sei soddisfatto? E perché?

Come anticipato, sì, sono soddisfatto del fatto che nuove persone ci conoscono e ci apprezzano. I nostri clienti vedono in noi un piccolo negozio di paese, ma dinamico, che dà un bel servizio e di questo si ha risposta anche da parte del cliente abituale, che per il gusto di provare o per comodità inizia a utilizzare il servizio. Sicuramente alcuni eventi del piano promozionale ci hanno aiutato a raggiungere questi obiettivi.



CRAI di Scarton, Visome, comune di Belluno (BL)



Migliorare il public speaking

Il 9 e il 10 settembre a Milano si è svolto il 7° appuntamento formativo del percorso sulla Leadership al femminile

La formazione, iniziata nel 2015 con una decina di partecipanti, si è andata sviluppando, in questi anni, sia per argomenti trattati che per numero di partecipanti. In questa ultima edizione le 32 partecipanti, provenienti da più CEDI d'Italia, sia FOOD che DRUG, si sono ritrovate a Milano per mettersi in gioco sull'efficacia del parlare in pubblico. **Obiettivo migliorarsi** e mettersi in gioco al meglio prima di tutto in ambito lavorativo, ma in fondo anche nelle occasioni della vita personale. Parlare davanti ad una decina di persone o di fronte ad un grande pubblico, infatti, può implicare

gli stessi timori e soprattutto le stesse ansie, compromettendo a volte l'efficacia di quello che si vuol dire.

Per trattare questo argomento in modo nuovo e coinvolgente, la sede nazionale ha chiesto il supporto di **Marcello Boccardo**, docente esperto dell'argomento, ma soprattutto molto competente su tematiche legate alla comunicazione e al saper comunicare in modo fruttuoso.

La formazione è durata una giornata e mezzo, in un percorso di coinvolgimento sempre maggiore, rispetto all'ascolto e alla partecipazione attiva. Interessante e in fondo anche provocante rispetto alle aspettative, è stato che, prima ancora di parlare in pubblico, il docente ha puntato a creare un ambiente favorevole all'ascolto e alla riflessione, alternando momenti di spiegazione ed

esposizione a momenti di coinvolgimento ed esercitazione dell'aula, simulando situazioni reali in cui ciascuna delle protagoniste potesse sentirsi partecipe.

Punto di partenza, l'ansia che nasce e che va gestita nel comunicare in pubblico, sia che si tratti di un piccolo gruppo che della grande platea.

Questo timore che soprattutto si manifesta nella fase iniziale del parlare in pubblico, Boccardo lo ha sdrammatizzato, dimostrando con qualche dato statistico, legato per esempio all'Italia, che una persona su quattro afferma di sentirsi in ansia quando presenta delle idee o dei dati di fronte ad un pubblico. Questo tipo di ansia e di paura viene provata anche da personaggi che calcano la scena da sempre e che potenzialmente dovrebbero essere "abituati" a parlare in pubblico ed esibirsi e di



cui quindi sembra difficile credere che abbiano delle difficoltà. Per fare degli esempi per certi versi anche incredibili, sono stati citati Luciano Pavarotti, Adele, l'eclettico Fiorello, tutte persone di grande successo che, in diverse interviste, hanno ammesso di avere avuto paura di esibirsi in pubblico e non solo all'inizio della loro carriera.

QUALI SONO LE TECNICHE E GLI STRUMENTI PER PREPARARSI A PARLARE IN PUBBLICO?

Proprio di questo si è parlato durante il corso. Fondamentalmente e molto in sintesi, il docente le ha così evidenziate, analizzate e sviluppate.

Prima regola fondamentale: **preparazione, studio e allenamento**. L'importante è avere delle idee rispetto all'argomento da trattare e fare grande attenzione alla fase iniziale del discorso per "catturare l'attenzione" e alle conclusioni per "chiudere in bellezza".

Seconda regola fondamentale: scoprire il proprio stile... perché secondo Boccardo le nostre differenze sono il nostro punto di forza.

Terza regola: **dare un'organizzazione ed un ordine** a quello che si vuole dire chiarendosi prima di tutto gli obiettivi. L'ordine proposto da Boccardo è stato il seguente:

- Agenda
- Scenario
- Concetti principali
- Implicazioni pratiche
- Conclusioni

Quarta ed ultima regola: **utilizzare strumenti a supporto di quello che si vuol dire** verificando e scegliendo gli strumenti giusti (videoproiettore, lavagna, microfono, ecc.), ma soprattutto non temendo di far trasparire le emozioni, ma partendo proprio da esse. Questa la "chicca finale", quasi il "trucco del mestiere": il

nostro timore può non essere ostacolo, ma il punto di partenza del discorso che si farà in pubblico, partire quindi anche dichiarando la propria emozione, può essere il primo modo per superarla. Ricordando il più possibile che al centro della presentazione non ci siamo noi, ma le idee che portiamo.



MARCELLO BOCCARDO

Formatore, coach, consulente strategico, tecnico delle competenze trasversali, lavora da più di 20 anni fornendo consulenza di livello alle aziende. Affianca top manager, collabora nello sviluppo del business e in differenti settori, potenzia le competenze in coaching individuali e collettive, sviluppa reti vendita in tutta Italia.

Ideatore del metodo UpToYou®, utilizzato con successo anche dai trainer formati dallo stesso Boccardo.

Country Leader per Points of You Ltd.

I suoi ambiti di competenza interessano tutte le aree trasversali: comunicazione, relazione, motivazione, public speaking, problem solving, time management, tecniche di vendita, gestione dei team, leadership, coaching e tutto quanto afferisca lo sviluppo della persona.

In ambito aziendale si occupa anche di obiettivi, mission, vision, marketing, valori, analisi dei bisogni, ruoli e carriera. La capacità di coinvolgimento nell'ascolto e nella partecipazione attiva/induttiva che Marcello è in grado di generare è constatabile solo partecipando ad un suo incontro. Marcello Boccardo ha portato in Italia le innovazioni metodologiche ideate da Points of You Ltd: una serie di meravigliosi strumenti, serious game, che facilitano la presa di coscienza del sé e stimolano il riconoscimento dei talenti e dei limiti personali, con una modalità di impatto emozionante ed intensa.

Un'estate di sport con Acea Camp

Continua il sodalizio fra CRAI e il campo-scuola di Roma che diffonde la cultura e i valori dello sport fra giovanissimi

Il Gruppo scende in campo per lo sport e per i giovani con molte iniziative; la sponsorizzazione di Acea Camp è un impegno importante, che permette di trasmettere valori profondi attraverso la sana pratica sportiva, il divertimento e la condivisione. Ecco com'è andata l'edizione 2019!

UN'AVVENTURA CHE SI RIPETE

Acea Camp si conferma una delle iniziative di questo genere più rilevanti sul territorio, con l'obiettivo di **promuovere sport e salute** fra i ragazzi delle scuole. Dal 2015, anno della prima edizione, ha riscosso sempre più successo, tanto che dalla scorsa estate è stata introdotta una sessione aggiuntiva, in date e location differenti, per accontentare l'alta richiesta.

Promuovere sport e salute fra i ragazzi delle scuole è un impegno a cui CRAI tiene molto

Quest'anno gli appuntamenti sono stati al **Parco del Foro Italico** dal 10 giugno al 19 luglio (6 settimane) e al **Centro**





SAUBER MEN

**48 ore
di freschezza.
IL TUO NUOVO
RECORD
PERSONALE.**

Scopri la straordinaria efficacia della nuova linea di deodoranti Sauber Men, appositamente studiata per te che ami metterti alla prova ogni giorno, superando i tuoi limiti.



www.sauber.it



Sportivo Tor Pagnotta dal 17 giugno al 19 luglio (5 settimane). L'organizzazione è stata curata dall'**associazione SSD Never Give Up**, diretta da Carlton Myers, ex capitano della Nazionale Italiana di Pallacanestro. Alle settimane sportive potevano iscriversi bambini e ragazzi dai 6 ai 15 anni versando una quota che comprendeva kit di abbigliamento, merenda di metà mattina, pranzo, personale specializzato, assicurazione, nonché assistenza medica.

La scorsa edizione ha riscosso così tanto successo che sono state aggiunte date e location

I ragazzi hanno avuto la possibilità di provare ben **13 sport**, scoprendo così nuove discipline e mettendosi alla prova: pallavolo, pallacanestro, calcio, nuoto, scherma, baseball, rugby, tennis, danza, atletica, judo, softball, badminton.

TANTI OSPITI SPECIALI

Parte della proposta del campo estivo è la **conoscenza diretta di campioni dello sport italiano**, atleti e paratleti che ogni venerdì hanno portato la propria esperienza di vita e professionale, con racconti e dimostrazioni coinvolgenti. Intrattenitori d'eccezione per i ragazzi di Acea Camp sono state le gemelle campionesse di beach volley **Michela ed Eleonora Mansueti**, la medaglia d'oro nel fioretto alle scorse olimpiadi **Daniele Garozzo**, la campionessa di judo



Rosalba Forciniti, bronzo alle Olimpiadi 2012, ma anche la **Santa Lucia Basket**, di Roma, pluripremiata squadra di basket in carrozzina, e le campionesse juniores della scuola di danza **Honey Dance Studio**. Non poteva mancare anche l'amico **Carlton Myers**, compagno di CRAI in varie iniziative di promozione dello sport.

PREMIATA LA PASSIONE

Anche quest'anno Acea Camp ha voluto regalare **6 borse di studio** a ragazzi meritevoli che hanno dimostrato una reale

passione e predisposizione per uno sport in particolare, non solo dal punto di vista tecnico, ma tenendo in considerazione anche l'attitudine e l'atteggiamento.

Sono state assegnate 6 borse di studio a ragazzi meritevoli e appassionati

Grazie a questo aiuto potranno frequentare un **corso sportivo durante l'anno scolastico**. Le borse sono state assegnate da un team di allenatori federali supervisionati da Carlton Myers.

LE GIORNATE DI ACEA CAMP 2019

Ecco il programma che ha accompagnato i giovani atleti per questa estate all'insegna dello sport:

- **8.30-9.00** accoglienza, presso viale dei Gladiatori 63, Sala delle Armi
 - **9.30-11.00** prima attività sportiva
 - **11.00** merenda
 - **11.30-12.30** seconda attività sportiva
 - **12.45 -14.45** pranzo e pausa ricreativa
 - **15.00-16.15** terza attività sportiva
 - **16.30** uscita, presso viale dei Gladiatori 63, Sala delle Armi
- Giornate intense, ma piene di entusiasmo!

La pasta integrale De Cecco va all'università.



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI MILANO

Che la pasta integrale De Cecco sia di qualità superiore, fino ad oggi lo abbiamo detto noi. E anche, per la verità, molti consumatori. Ma oggi, un ente esterno tra i più prestigiosi lo attesta. Infatti, uno studio realizzato da ricercatori dell'Università degli Studi di Milano ha confermato che l'integrale De Cecco contiene germe di grano ed è risultata l'unica, tra i 10 marchi di pasta integrale sottoposti a test*, essiccata a bassa temperatura. Quindi, fra le paste integrali analizzate, è quella che preserva meglio le qualità organolettiche e le caratteristiche nutritive della semola, offrendo un profumo intenso, un sapore deciso, senza gusto amaro. Detto semplicemente, è più gustosa e più rispettosa delle caratteristiche naturali del grano: tutto merito del metodo De Cecco e dell'essiccazione lenta e a bassa temperatura. Ora sapete che "di De Cecco ce n'è una sola" non è uno slogan. È una realtà confermata da una ricerca scientifica.

* Risultati dei test disponibili su www.dececco.com



LoRo.



di De Cecco ce n'è una sola.



L'Italia del Volley sarà a Tokyo 2020!

Entrambe le nazionali, femminile e maschile, si sono distinte nel torneo che ha portato alla qualificazione all'evento dell'anno

È un legame che si fa sempre più forte quello fra CRAI e le nazionali italiane di volley. Già coinvolto a partire dal 2014, prendendo parte a un progetto che sostiene la pallavolo e i suoi principi, valorizzando sempre più i giovani talenti. La partnership promuove obiettivi importanti, che portino visibilità al Marchio ma anche nuovi appassionati a questo sport, che in Italia si

sta distinguendo con successo. Ogni anno CRAI propone non solo iniziative di comunicazione, ma anche concorsi legati alla pallavolo che coinvolgono i propri utenti e li portano a scoprire questa disciplina affascinante in cui eccellono grandi campioni. Le Azzurre e gli Azzurri saranno a Tokyo 2020, dopo una serie di vittorie che hanno portato alla loro qualificazione.

UN TRIONFO PER LE NOSTRE RAGAZZE

Missione compiuta: l'Italia volley femminile ha ottenuto il pass per i Giochi Olimpici di Tokyo 2020. Nelle giornate **dal 2 al 4 agosto** le vice campionesse mondiali, dopo aver sconfitto nettamente Kenya e Belgio, nell'ultima gara del torneo di qualificazione olimpica hanno battuto per 3-0 anche l'Olanda. Spronate anche da un **PalaCatania**



stracolmo (circa 4500 spettatori), le azzurre di Davide Mazzanti, nella sfida che valeva l'ammissione alla rassegna a cinque cerchi, si sono imposte con i seguenti punteggi parziali: 25-23, 25-17, 25-22. Sono stati giorni al cardiopalma per tutti, dopo i quali la **sesta Olimpiade consecutiva** per la nazionale in rosa è ancora più vicina.

QUALIFICATI ANCHE GLI AZZURRI

Anche la Nazionale Maschile Italiana di Pallavolo si è qualificata per i Giochi Olimpici. Una settimana dopo l'impresa della nazionale femminile è toccato agli azzurri, nei match che si sono tenuti **dal 9 all'11 agosto a Bari**, nel palazzetto che aveva già ospitato i campionati mondiali di pallavolo maschile del 2018, il **PalaFlorio**. Le sfide che hanno visto trionfare l'Italia si sono svolte contro il Camerun (3-0), poi contro l'Australia, in una sfida particolarmente emozionante con una grande rimonta dopo lo svantaggio di 2 set a 1, infine contro la Serbia, di nuovo con punteggio pieno (3-0). Una grande vittoria per tutti: giocatori, tifosi, sponsor.

UNA GRANDE FESTA

In occasione della tappa di **Catania**, con protagoniste le atlete della Nazionale Femminile, il socio CRAI New FDM ha allestito, nella parte del palazzetto dedicata alle aziende, un **gazebo con il logo del Gruppo**, regalando gadget a marchio a tutto il pubblico intervenuto (con cappellini, magliette, ventagli e altri oggetti). Inoltre, le mascotte CRAI, girando per la struttura, si sono messe a disposizione per simpatiche foto ricordo con gli spettatori di quelle intense partite.





CRAI Official Sponsor delle Beach Volley Rome Finals

Una cinque giorni appassionante a Roma. L'occasione per qualificarsi alle Olimpiadi che ha regalato grandi emozioni e tanta visibilità al Marchio

Riflettori puntati sulla Grand Stand Arena del Foro Italico, a Roma, dove **dal 4 all'8 settembre** si sono tenute le **Beach Volley Finals**, un torneo che ha visto 41 Paesi sfidarsi per poter accedere alle Olimpiadi di Tokyo 2020. E c'era anche CRAI, Official Sponsor della manifestazione, a conferma della sua passione per il mondo dello sport.

UN EVENTO COME POCHI

È stato un inizio di settembre "caldo" per il volleyball, che ha segnato l'inizio della **nuova stagione sportiva**

proiettata all'appuntamento più importante, le **Olimpiadi**. L'evento, che si è svolto nel suggestivo scenario del **Foro Italico**, è stato, quindi, un atteso banco di prova per atleti e squadre provenienti da ben 41 nazioni.

Dal 4 all'8 settembre le Beach Volley Finals hanno decretato quali squadre si sono guadagnate le Olimpiadi di Tokyo 2020

Quest'anno è stata la città di Roma a ospitare le FIVB Beach Volleyball Finals, dopo Amburgo





INDUSTRIA DOLCIARIA PATTINI, LA VERA STORIA DEL PLUMKÈ

Passione, tradizione e ingredienti premium uniti a una tecnologia produttiva d'avanguardia: è questa la ricetta con cui l'azienda si è fatta largo nel bakery dolce



La storia dell'Industria Dolciaria Pattini ha inizio nel 1945, verso la fine della Seconda Guerra Mondiale, quando il giovane ufficiale Giuseppe Pattini (detto 'Peppino'), prigioniero nella base inglese di El Alamein in Egitto, inizia a lavorare nelle cucine del campo. Così **un giorno Peppino inventa un dolce lievitato che nessuno ha mai assaggiato prima: il Plumkè** (italianizzazione del termine usato dagli inglesi 'plum cake'). Tornato a casa, a San Secondo Parmense (Pr), Giuseppe Pattini decide di dedicarsi a tempo pieno all'attività di fornaio e **per la prima volta in Italia propone il Plumkè all'uvetta**. Il successo è strepitoso e nel 1979 **il figlio Ennio decide di aprire l'Industria Dolciaria Pattini (IDP)**. In questo periodo l'azienda dà vita anche a un nuovissimo prodotto destinato a divenire un punto fermo nel settore delle merendine: la Crostatina. Nell'azienda di famiglia, oltre a una linea dedicata interamente alla Crostatina, ne nasce una seconda riservata al Plumkè uvetta e al "moderno" Plumcake yogurt, più morbido e gustoso.

DA FORNO DI PAESE A GRANDE REALTÀ

Da piccolo forno di paese **oggi IDP è un'azienda all'avanguardia con circa 60 dipendenti, due reparti di produzione e un magazzino**. Le certificazioni IFS e BRC con i più alti voti

DOVE SIAMO

📍 Via Bellini, 13 - 43017 S. Secondo Parmense (Parma)

✉️ responsabilevendite@idsprl.it

🌐 www.dolciapattini.it

☎️ +39 0521-873051

attestano la qualità di ogni passaggio. La collaborazione sinergica tra tutti i reparti ha fatto sì che oltre ai Plumcake e alle Crostatine (cioccolato, albicocca e ciliegia) vengano prodotte tante altre specialità: le Torte al gusto di limone e cioccolato, la Torta soffice, la Torta croccante con uno strato di crema al cacao e nocciola. Non ultimi i deliziosi Muffin con gocce di cioccolato. **Nel 2018 il fatturato di IDP è stato di circa 14 milioni di euro, grazie a molteplici fattori:** la ricerca di materie prime di valore, una rigida attenzione da parte del Controllo Qualità lungo tutta la filiera produttiva, macchinari all'avanguardia e un laboratorio di R&S che ogni giorno testa nuove ricette e ingredienti per regalare momenti di bontà unici ai consumatori. "I nostri due marchi sono Pattini e Nonno Pasticciere – affermano da IDP –, sforniamo prodotti senza conservanti, coloranti, grassi idrogenati e olio di palma. **Usiamo uova da galline allevate a terra e siamo tra le aziende con le ricette con i grassi saturi più bassi del settore.** IDP produce circa **30.000 crostatine e plumcake e circa 5.000 torte e crostate all'ora**, il tutto stando sempre attenti alla qualità: dalla scelta dei fornitori fino alla lavorazione in reparto. **Negli ultimi anni l'azienda si è specializzata nel mondo delle private label:** "Tutte le principali catene italiane della Gdo ci hanno affidato la produzione di Crostatine, Crostate, Torte e Plumcake a loro marchio – confermano dall'azienda –. La sfida di ogni giorno? Provare a soddisfare il bisogno di 'dolce' del consumatore con prodotti sani e naturali".

L'ALLEANZA CON CRAI

Per Crai Industria Dolciaria Pattini produce la **Crostatina all'albicocca**, la **Crostatina al cacao**, la **Crostatina albicocca** e le tre **Torte** ai gusti di limone, cioccolato e croccante.





e Vienna. L'organizzazione di questo evento, in grado di coinvolgere milioni di spettatori in tutto il mondo, ha rappresentato l'occasione ideale per trasmettere anche un importante messaggio ambientale. A ricordare come **sport e sostenibilità** siano collegati, tutte le reti con cui sono stati allestiti i campi da gioco sono state prodotte grazie al riutilizzo di cime e reti da pesca recuperate dal mare.

Le reti dei campi da gioco sono state prodotte con cime e reti da pesca recuperate dal mare

In questo contesto il Gruppo si è inserito come **partner di primo piano in quanto Official Sponsor**, in esclusiva merceologica per la categoria Grande Distribuzione Organizzata. CRAI è stata orgogliosa di supportare questa importante **manifestazione di carattere internazionale**, dove migliaia di fans hanno potuto assistere ogni giorno a match di altissimo livello.

GRANDE VISIBILITÀ PER CRAI

Nella **Grand Stand Arena** del Foro Italoico, il principale hub dello sport italiano, con 6500 posti e un pubblico che non delude mai, era collocata la **lounge privata di CRAI**, dalla quale gli ospiti potevano accedere direttamente ai campi. Un ringraziamento a F.lli Ibba Valentina Lupo e Valentina Usai e Crai Tirreno Federica Privitera

NUMERI DA GIRO DEL MONDO

Dopo il grande successo delle Hamburg Finals nel 2018, a Roma si è cercato di replicare mettendo in atto un **progetto ambizioso e innovativo** dal punto di vista agonistico e comunicativo.

Le cifre lasciano intendere la portata dell'evento:

- **41 nazioni diverse in campo**
- **5 continenti coinvolti**
- **4400 partite**
- **50 location**
- **42 eventi maschili e 43 eventi femminili**
- **66 federazioni partecipanti**

che con impegno e passione hanno realizzato la Lounge Crai. In quanto Official Sponsor, il logo CRAI, con il suo inconfondibile payoff "Nel cuore dell'Italia", era presente nella **comunicazione ufficiale** della manifestazione, sul totem dell'area Vip, in una intera pagina pubblicitaria del programma ufficiale, sul backdrop delle interviste e delle conferenze stampa, nella zona riservata a CRAI e lungo il nuovo stadio polifunzionale del Foro Italoico, il **main court**, a rotazione condivisa durante i momenti chiave dei match.

Il logo CRAI è stato ben visibile in tutta la comunicazione ufficiale dell'evento

Garantita anche la **presenza online** del logo sul sito web e i canali social del torneo, accompagnato dalla denominazione Official Sponsor, che è stato poi inserito anche nella "strip" degli sponsor in tutte le attività nazionali e locali sul web.

Inoltre, a CRAI sono stati riservati 30 biglietti al giorno per le partite, per un totale di 150.





Tu.

Tu che non ne hai bisogno,
ma è in saldo.
Tu nella giungla della città.
Tu nella gioia dei piccoli momenti.
Tu nella bellezza del tuo silenzio.
Tu nella pace del tuo bagno.
Tu e la tua Spuma.
Di Sciampagna. E di bellezza.




**SPUMA DI
SCIAMPAGNA**

È naturale volersi bene.



Pedalata benefica

A Montebelluna (TV) si è svolta la 20ª edizione della manifestazione ciclistica amatoriale

Appuntamento a Montebelluna, alle ore 9 in Corso Mazzini, per la **20ª Pedalata Ecologica CRAI-8ª Memorial Sergio Facin**. Domenica 22 settembre si è rinnovato l'appuntamento su due ruote che coinvolge amatori di tutte le età in un'attività sana, divertente e inclusiva.

TUTTI IN SELLA!

Il tempo incerto e la concomitanza di altri eventi a Montebelluna non hanno sicuramente favorito le presenze delle scorse edizioni, ma non hanno nemmeno spento l'entusiasmo dei **quasi 500 iscritti** al percorso di **24 km** che si è articolato nel circuito Montebelluna-Crocetta-Cornuda-Maser-Caerano. La manifestazione ciclistica è stata organizzata dal Cedi **Ama CRAI Est** (che, nello splendido **parco di Villa Barbaro**, "Patrimonio dell'Unesco", ha offerto un

rinfresco ai partecipanti) con la collaborazione del **Gruppo Sportivo Olang** e il prezioso aiuto dei volontari della **Protezione Civile**. Anche quest'anno è stata vera festa mentre i clienti CRAI con le loro famiglie hanno pedalato con un ospite d'eccezione, il campione su due ruote **Marco Marcato**, membro del UAE Team Emirates. La partenza era stata fissata nella zona pedonale di Corso Mazzini, in corrispondenza della piazza,

con uno splendido colpo d'occhio. Gli iscritti hanno indossato la maglietta in omaggio e sono stati salutati anche dai partecipanti alla Festa dello Sport organizzata dall'Amministrazione Comunale di Montebelluna. Anche quest'anno l'evento è stato intitolato a **Sergio Facin** per ricordare lo storico e amato **Presidente del Cedi AMA CRAI EST**. I partecipanti hanno generosamente versato offerte che saranno devolute all'**Associazione "Via di Natale"** di Aviano (PN), la Onlus nata per dare assistenza ai malati e ospitalità gratuita ai familiari nel Centro oncologico della cittadina.

SERGIO FACIN (1950-2009)

Presidente di Ama Crai Est per quasi 30 anni, Presidente di Crai Secom dal 2007 al 2009, Presidente del gruppo alimentare Conf-commercio e componente di Giunta per due mandati.

Era titolare di due punti vendita nel montebellunese. Un uomo con una fortissima carica umana, un grande lavoratore che alla propria modestia ha sempre affiancato determinazione, pragmatismo e visione nel perseguire i traguardi del Gruppo, dimostrando costantemente rispetto per tutti coloro che vi lavoravano. Rappresenta ancora un grande esempio di coraggio e tenacia.



Top House realizza delle collezioni di profumi, studiate per stuzzicare tutti i palati olfattivi, dai piu' tradizionali ai piu' frizzanti. Un elaborato sistema di purificazione dell'aria con essenze ricercate, rimpiazzando gli odori con una serie di piacevoli profumi.



Importante acquisizione in Sicilia per New FDM

New FDM chiude un'importante operazione acquisendo 14 negozi Simply e garantendo il posto agli ex dipendenti

Una buona notizia che vale doppio: con l'acquisizione dei punti vendita da un lato New FDM continua a consolidare la crescita sul territorio siciliano, dall'altro fa un'operazione di grande rilevanza sociale, risolvendo la delicata questione occupazionale dei 216 dipendenti dei negozi ex Simply, che è la cosa più importante e motivo di grande orgoglio. New FDM Spa nasce dall'intraprendenza della famiglia Radenza, protagonista nella GDO siciliana, giunta alla seconda generazione e che in soli tre anni è riuscita a raddoppiare la sua quota di mercato, superando nel 2019 il dieci per cento. Oggi è una solida e dinamica realtà imprenditoriale, con oltre **300** punti vendita, tra negozi di proprietà e affiliati, tutti a insegna CRAI.



LA SODDISFAZIONE DI DANILO RADENZA

“Siamo orgogliosi di questa operazione – dichiara l'**Amministratore Delegato di New FDM e Vicepresidente di CRAI Secom** – poiché contribuisce in maniera rilevante alla crescita di New FDM in Sicilia. Siamo altrettanto orgogliosi di essere riusciti a mantenere tutta la forza lavoro dei 216 dipendenti dei punti vendita. Questo per noi, famiglia di imprenditori, è l'elemento più importante, perché salvaguardare il lavoro dei dipendenti è una delle principali missioni dell'azienda. Questi risultati sono il frutto del lavoro di una grande squadra, composta da tutta la mia famiglia: Salvatore, Fabio e Ignazio, dalle collaboratrici e collaboratori di New FDM, nonché dagli imprenditori CRAI affiliati al Gruppo, dove tutti insieme siamo impegnati a dare il massimo e a contribuire alla crescita di New FDM e del territorio. Un grande in bocca al lupo ai nuovi colleghi e un caloroso benvenuto nella famiglia CRAI”.

I PUNTI DI VENDITA ACQUISTI

Nelle fasi preliminari di sviluppo dei lavori, tra luglio e agosto, in preparazione delle aperture dei 14 pdv sotto elencati, sono stati rilevanti anche il coordinamento e il supporto operativo della Centrale CRAI.

INDIRIZZO	EX INSEGNA	Mq
Catania, Via Muscatello 22	Simply	800
Catania, Via Carmelo Patanè Romeo 26	Simply City	480
Catania, Via Androne 2	Simply City	400
Catania, Viale Mario Rapisardi 244	Simply City	455
Catania, Via Fabio Filzi 8	Simply	990
Catania, Viale Vittorio Veneto 161/H	Simply City	700
Catania, Via Saverio Fiducia 29	Simply	750
Mascalucia (CT), Via Salvatore Giuffrida 451	Simply	910
Mascalucia (CT), Via Tremestieri 11/C	Simply	1000
Lentini (SR), Via Etnea	IperSimply	2486
Priolo Gargallo (SR), Via Tommaso Edison 3	Simply City	500
Palermo, Via Vittorio Alfieri 20/24	Simply City	600
Palermo, Via Emilio Greco 5/9	Simply	900
Palermo, Via Giuseppe Sciuti 110/A	Simply City	650



Ogni giorno scelgo Ace

con
molecola
NOVITA
BIANCO
PIÙ



Ace da sempre alleato contro le macchie
e per il vero pulito di casa e bucato.



Novità in casa CRAI

1

QUATTRO SRL

*Indirizzo*Via Budapest Snc
Sassari*Intervento*

Nuova apertura

Cedi appartenenza

Quattro Srl

Ubicazione pv

Quartiere semi-centrale

Tipologia pv

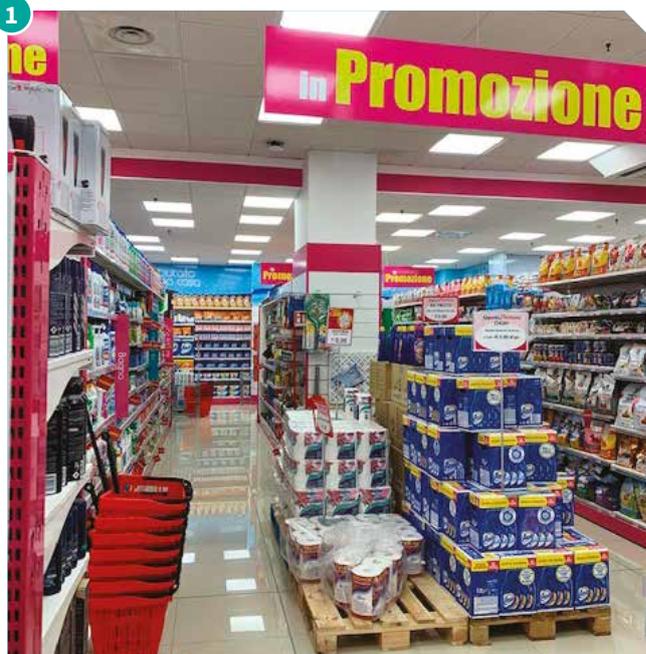
Saponi&Profumi

400

3

2

1



2



2

QUATTRO SRL

*Indirizzo*Viale Italia 12
Sassari*Intervento*

Nuova apertura

Cedi appartenenza

Quattro Srl

Ubicazione pv

Quartiere centrale

Tipologia pv

Saponi&Profumi

230

3

2



Sir Winston Tea

FINEST TEA



TRADITION

UNA NUOVA ESPERIENZA DI TÈ

Nella più raffinata tradizione Sir Winston Tea





3 SMOLL ITALIA

Indirizzo
Via Luca Della Robbia 9
Città di Castello (PG)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Meloni Walter

Ubicazione pv
Semi-centrale

Tipologia pv
Smoll

250

3

2



4 GENERAL SRL SUCC. TORINO-CIBRARIO

Indirizzo
Via Cibrario 47
Torino

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
General Srl

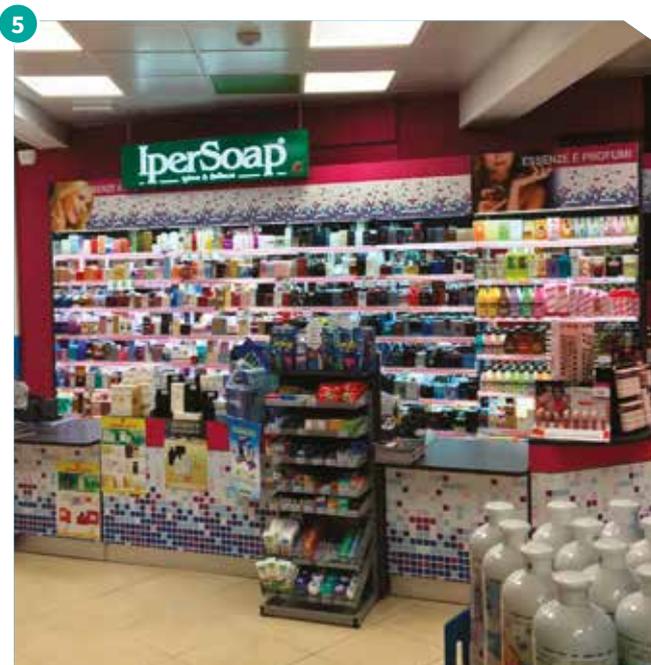
Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
IperSoap

150

2

2



5 GENERAL SRL SUCC. GENOVA

Indirizzo
Via Canepari 14R, 16R
Genova

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
General Srl

Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
IperSoap

200

2

2



Una rivoluzione nel mondo della colazione e della pausa.

È nata la nuova linea di Galbusera BELLEBUONE che unisce la bontà dei mirtilli, dei fichi, delle mandorle e delle nocciole ai benefici dei semi. Oltre ad essere ricca di fibre, è fonte di proteine ed è realizzata con un impasto rustico di farine poco lavorate.

BELLEBUONE fette spesse, ideali per la colazione.
BELLEBUONE snack, sottili e croccanti, perfette per la pausa.

Per vivere una nuova gustosa esperienza in ogni momento della giornata.


Galbusera
PERCORSO SALUTE®

Scopri di più su galbusera.it



C'è sempre più pesce sulle tavole degli italiani

Il Belpaese è il primo consumatore di prodotti ittici in Europa.

E l'offerta della Gdo si amplia per soddisfare una domanda in continua evoluzione



Con 11,2 miliardi di euro all'anno, gli italiani si confermano al **primo posto in Europa** per la spesa destinata all'acquisto di pesce fresco.

Un settore che è sempre più protagonista dei nuovi stili alimentari legati alla ricerca del salutismo, grazie alle sue indiscusse proprietà nutrizionali, pienamente riconosciute dalla comunità scientifica internazionale. Secondo la Fao, a livello globale il consumo di pesce raggiunge in media i 20 kg pro-capite, mentre in Italia supera i 28 kg, tre in più del dato europeo. Negli ipermercati e supermercati del Belpaese questo mercato vale circa 36,5 milioni di euro, con una crescita del +8,5% rispetto allo

scorso anno. Merito anche della disponibilità, da parte della distribuzione, a introdurre novità all'interno della categoria, rispondendo alla maggiore attenzione degli shopper nei confronti delle certificazioni di freschezza e provenienza del pescato. Gli operatori, del resto, mettono sempre più spesso in campo strategie che accorciano la filiera e puntano a presidiarla integralmente, migliorando anche le tecnologie legate alla catena del freddo. Un impegno portato avanti con la consapevolezza che ogni minuto risparmiato nel delivery diventa **garanzia di qualità e integrità del pesce**. Tutti sforzi poi premiati dai consumatori, che si mostrano

Tenderly®

Naturalmente morbida

Grazie all'esclusiva
formulazione Soft Care,
Tenderly Kilometrika
si arricchisce degli
estratti naturali di
malva e calendula.
Morbidezza e
lunghezza senza fine



NEW
+40%*
RIUTILIZZI

- **CARTA IDEALE PER ALIMENTI**
- **SPUGNA EXTRA ASSORBENTE**
- **PANNO STRIZZABILE E RIUTILIZZABILE**

* espresso in cicli di lavoro eseguibili prima del disfaccimento del singolo strappo, rispetto alla versione precedente



consapevoli e disposti a pagare un sovrapprezzo per assicurarsi plus in termini di qualità, sicurezza e sostenibilità.

SERVIZIO E SOSTENIBILITÀ FANNO LA DIFFERENZA

A livello di prodotto, il focus è sempre più sulla trasformazione e sul valore aggiunto del servizio, vere e proprie parole d'ordine per competere sul banco del pesce della Gdo. Nel contempo, la pressione promozionale non si dimostra così efficace come invece accadeva in passato, mentre il packaging attrae molti investimenti da parte dei principali player del settore, che si affidano a confezioni meno impattanti sull'ambiente, spesso garantite anche da enti terzi. Non a caso, alla certificazione Msc per una pesca sostenibile che traccia il prodotto lungo l'intera filiera, se ne aggiungono altre, come quella sui materiali presenti all'interno del pack. Proprio le innovazioni in termini di pack sono al centro di nuovi studi e proposte. Il **confezionamento sottovuoto Skin**, ad esempio, permette di allungare i tempi di conservazione; di ridurre gli spazi di ingombro in frigorifero e di mantenere inalterate le

caratteristiche organolettiche del prodotto per più giorni. Si tratta di una tipologia di confezionamento che sta prendendo sempre più piede e che verrà utilizzata per la sezione di prodotti La pescheria di CRAI. Intanto, tra i vari segmenti che compongono l'offerta, il merluzzo mostra le migliori performance di crescita, avanzando del 44,2% a valore, davanti alle mazzancolle (+28,2%). Sugli scudi c'è anche il salmone, primo segmento del mercato, che

CURIOSITÀ

La Fao stima che il consumo globale annuo di pesce sia pari a circa 153 milioni di tonnellate, di cui 67 milioni riguardano il fresco o refrigerato, 44 milioni quello surgelato e 19 quello conservato. Secondo le previsioni, i numeri tenderanno a crescere in maniera significativa nei prossimi anni, aggiungendo almeno ulteriori 31 milioni di tonnellate entro il 2025. Intanto, uno studio del **Norwegian Seafood Council** ha svelato che attualmente solo la metà della popolazione mondiale consuma la quantità di pesce raccomandata. Tra i giovani dai 18 ai 34 anni appena il 49% dichiara di mangiare pesce due o più volte la settimana. Un'abitudine, quest'ultima, radicata soprattutto in Italia (43%), Portogallo (70%) e Giappone (53%).



FILETTO DI SALMONE



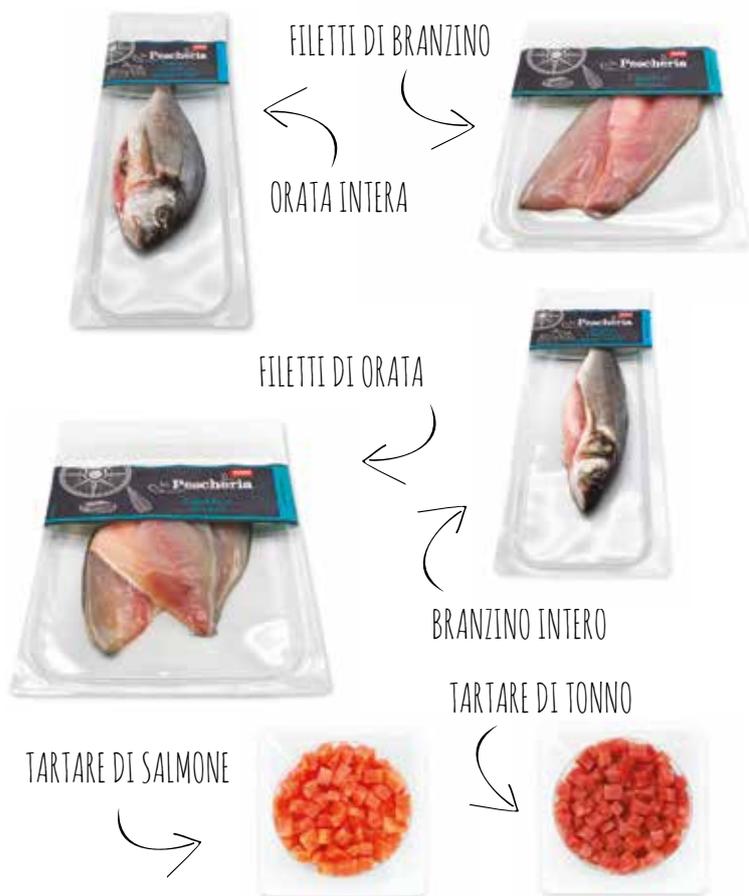
TRANCIO DI TONNO



TRANCIO DI SPADA



FILETTI DI TROTA SALMONATA



incrementa il giro d'affari del 19,5%, raggiungendo quota 8,4 milioni di euro. Seguono cozze e fasolari, che invece riscontrano una battuta d'arresto del 9%.

I PRODOTTI CRAI

La proposta di pesce in Skin pack targata La Pescheria di Crai è composta da **13 referenze**. Arrivano tutte dal fornitore Finpesca e puntano su elevati standard qualitativi e di servizio, coprendo varie esigenze in termini di prezzo, tipologia di prodotto e destinazione d'uso. La gamma comprende 2 tranci, uno di tonno a pinne gialle da 200 g e l'altro di spada da 250 g. Ci sono poi 4 filetti: salmone, orata, branzino e trota salmonata, tutti da 200 g e con una shelf life di otto giorni. L'offerta poi prevede 2 prodotti interi eviscerati, l'orata e il branzino, nonché due varianti di tartare, al tonno e al salmone, entrambe da 100 g. Infine, cozze sbissate da 1 kg, vongole veraci da 500 g e code di mazzancolle da 125 g.

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA



CASACETO, RIVOLUZIONE DI CATEGORIA

Un prodotto 100% naturale e dalla grande versatilità, in tavola come nella pulizia

Nel 2013 **De Nigris ha dato una scossa al mercato lanciando Casaceto**: il primo aceto di alcol multifunzione che ha realmente allargato la categoria. L'azienda ha colto in pieno le necessità di un consumatore che utilizzava l'aceto di vino prevalentemente per gli usi domestici e che si domandava: perché sprecare l'aceto di vino per i milleusi domestici? Oggi **Casaceto è leader indiscusso del segmento alcool, con una quota a volume che supera il 70% e oltre 7 milioni di litri** (fonte: Dati Nielsen, at W8 2019).

CASACETO, IL PRODOTTO IDEALE PER:

- Condire;
- conservare verdure sottoaceto;
- detergenza domestica, per tutte le superfici in acciaio, vetri, specchi, ma anche per igienizzare il frigorifero, il forno, per lucidare posate, pentole e argenti o come anticalcare;
- cucinare, preparare carni macerate o condimenti agrodolci.

L'ALLEANZA CON CRAI

La partnership De Nigris-CRAI si basa su due prodotti: **la glassa all'Aceto Balsamico di Modena Igp**, dall'alto contenuto di servizio, che ha esteso a nuovi consumatori l'utilizzo dei condimenti all'aceto balsamico e **l'aceto di mele biologiche**, la referenza a maggior sviluppo negli aceti.

DOVE SIAMO

📍 Via Fornaci, 12 - 41012 Carpi (MO)

✉️ giovanni@denigris.it

🌐 www.denigris1889.com

☎️ +39 059 664777

Superfood, le novità più trendy

La lista dei cosiddetti super-cibi che conquistano l'attenzione mediatica è in continua crescita e accoglie tante novità esotiche. Ma non senza qualche contraddizione



Dai mirtilli al tè verde, fino all'alga sibirulina, alla quinoa e alle bacche di goji, solo per citare alcuni tra i più popolari. L'elenco dei superfood che lasciano lo status di nicchia per salire repentinamente alla ribalta del mass market è in continuo aggiornamento. Un effetto, dicono gli analisti, del trend salutista e di una crescente consapevolezza sul

ruolo dell'alimentazione per il benessere personale. Ma, allo stesso tempo, anche di una maggiore apertura ai cibi insoliti e provenienti da luoghi lontani, se ritenuti in grado di aiutare il corpo a prevenire alcune malattie. L'identikit del super-cibo ideale, infatti, comprende prodotti capaci di rafforzare le difese immunitarie, stimolare la produzione

ormonale, combattere le infiammazioni, frenare i processi d'invecchiamento e molto altro ancora. Tutte proprietà benefiche che, tuttavia, non sempre vengono pienamente riconosciute dalla comunità scientifica. È il caso per esempio del sedano, protagonista di un boom dei prezzi senza precedenti nel mercato canadese, perché eletto

CARAPELLI

L'ARTE DELL'EXTRA VERGINE



ORO VERDE E NATURA VITA:
UN'OPERA D'ARTE 100% ITALIANA.

carapelli.it  Olio Carapelli  oliocarapelli

CASA
OLEARIA
CARAPELLI[®]
FIRENZE
1893 



mediaticamente a superfood, nonostante le perplessità degli accademici. Dietro il rincaro c'è infatti soprattutto Anthony William, guru del benessere, che nei suoi libri pubblicati con il *New York Times* sulle proprietà curative degli alimenti ha menzionato più volte il sedano, e in particolare il succo di sedano, definendolo un toccasana per una dieta detox e per rimettersi in forma. Così l'ortaggio, ricco di sodio, vitamina K, calcio e antiossidanti, ma non più di tanti altri vegetali, **è rapidamente diventato una sorta di elisir per tanti consumatori** canadesi e americani. Tanto che, su Instagram, l'hashtag #celeryjuice ha superato i 180mila post, con schiere di utenti che raccontano vere o presunte guarigioni ottenute appunto grazie al succo di sedano.

AVOCADO E LUCUMA, ARRIVANO I SUPERFRUIT

Tra le tendenze globali più interessanti degli ultimi anni nell'ambito dei superfood spicca sicuramente l'avocado-mania. Il frutto esotico, del resto, vanta un mix tra sapore accattivante, versatilità e proprietà salutistiche che spaziano dai rimedi antinfiammatori e anti-stress fino al controllo degli zuccheri e alla prevenzione dell'Alzheimer. Ma, dietro al suo successo planetario, si nasconde anche un lato oscuro non certo trascurabile. Le coltivazioni di avocado, del resto, richiedono enormi quantità d'acqua per l'irrigazione, in zone, come il Sudamerica, dove la piovosità

è già scarsa. Occorrono, infatti, oltre 2mila litri per ricavare un solo chilogrammo, cioè quattro volte in più rispetto alle arance e dieci volte il fabbisogno dei pomodori.

Avocado-mania, una tendenza che ha però un forte impatto ambientale

Nel novero dei nuovi superfood peruviani, le cui proprietà nutritive erano già note alle popolazioni precolombiane, c'è invece la lucuma, chiamata non a caso anche *Oro degli Inca*. Esternamente ricorda un po' il mango, ma una volta aperta somiglia più all'avocado. Vanta una polpa 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. Secondo gli esperti di Fona International, insomma, avrebbe le carte in regola per diventare il prossimo superfruit nel mercato americano, imitando il boom del kale, cavolo riccio reso trendy dalle star hollywoodiane più salutiste. Magari puntando sul suo utilizzo in polvere, come dolcificante naturale, sostitutivo dello zucchero raffinato, e impiegandola per preparare biscotti, torte, frullati, gelati, creme e budini.

LA LENTICCHIA D'ACQUA SOSTITUTA DELLA CARNE

Nelle ultime settimane ha conquistato l'attenzione mediatica la pianta acquatica Mankai, conosciuta anche come "polpetta vegetale" per il suo elevato contenuto proteico. Si tratta di una lenticchia d'acqua originaria del sud-est asiatico, già coltivata in diverse aree del mondo per dodici mesi all'anno grazie alla tecnologia idroponica, con un minimo impatto ambientale. È ricca di polifenoli, aminoacidi essenziali, proteine delle uova, ma anche fibre alimentari, vitamina A, vitamina B, ferro, zinco e vitamina B12, quest'ultima generalmente difficile da trovare nei prodotti vegetali. Secondo i ricercatori dell'Università Ben-Gurion del Negev che hanno pubblicato una ricerca su *Diabetes Care*, la rivista dell'American Diabetes Association, la lenticchia Mankai sarebbe utile anche per tenere a bada i livelli glicemici, mantenendo ferro e acido folico all'interno dell'organismo. In più, un altro studio pubblicato all'inizio di quest'anno dai ricercatori della BGU sul *Journal of Nutrition* aveva confermato che l'assunzione di lenticchie Mankai all'interno di una dieta mediterranea può incrementare i livelli di ferro e acido folico, anche a fronte di uno scarso consumo di carne rossa. Negli ultimi tempi, intanto, la mensa della facoltà di salute pubblica dell'Università di Harvard ha deciso di servire, all'interno dei propri menu, milkshake a base di lenticchie Mankai.



Garofalo



**LA QUALITÀ GAROFALO
HA UN NUOVO GUSTO INTEGRALE
CON GRANO DURO
DA AGRICOLTURA BIOLOGICA**

**Una selezione di formati per esaltare con un gusto ricco
e unico il piacere integrale della pasta.**

Garofalo
www.pastagarofalo.it

Aromatici sapori dal mondo

In polvere, in grani, in baccello, in pistilli, in stecca, in bacche... quello delle spezie è un mondo dalle mille forme e colori, tutto da scoprire e assaporare

Come sarebbe il risotto alla milanese senza zafferano? E lo strudel di mele senza cannella? Riusciamo ad immaginare la cucina indiana senza il cumino? E quella giapponese senza il rafano?

Le spezie contribuiscono in maniera consistente a definire l'identità culinaria delle diverse culture e tradizioni, a connotare i piatti e a conferirgli tratti del tutto caratteristici. Ma cosa si intende veramente con la parola "spezie"? La parola pare derivare dal latino "species", nel senso di merce speciale o di valore. In effetti, all'epoca dei Romani le spezie erano sottoposte a un dazio d'importazione molto elevato e venivano commerciate da ricchi mercanti. Un tempo molto preziose per la lontananza dei loro Paesi d'origine, per gli alti costi e i rischi del trasporto, ma anche per la loro funzione di preservare i cibi e di confondere i cattivi odori mano a mano che si deterioravano, le spezie, tuttavia, non sono tutte di provenienza esotica. Dello zafferano, ad esempio, troviamo tracce già dal Duecento all'Aquila e dal 1550 in Sardegna, dove era coltivato con successo per le condizioni ideali di terreno sassoso e arido (non a caso lo zafferano dell'Aquila e quello di Sardegna sono diventati entrambi DOP). Che dire poi del ginepro, arbusto tipico della macchia mediterranea e ingrediente fondamentale di tradizionali arrostiti e carni "alla cacciatora". Non si può negare, tuttavia, che i profumi e i colori evocati dalla parola "spezie" ci facciano un po' viaggiare con la mente e ci riportino a quei bazar da *Mille e una notte*, emblema dell'Oriente. Da sottolineare, poi, come una cucina speziata permetta di ridurre la quantità di sale nelle preparazioni, sfruttando al massimo tutto il sapore e gli aromi che questi preziosi ingredienti sanno regalare.



ANICE



Utilizzata molto in confetteria e in liquoreria. Ricordiamo almeno la Sambuca, l'Anisetta e l'Anicione emiliano romagnolo.

CANNELLA

Dal profumo forte, caldo e gradevole, è usata in cucina per insaporire frutta cotta, cioccolata calda, budini e tè.



CHIODI DI GAROFANO



Si impiegano interi, soprattutto in pasticceria e per la preparazione di liquori, tisane e tè.

CUMINO



Carum carvi: i semi si usano per dolci, pani, verdure e liquori. Le foglioline ricordano l'anice e sono ottime in insalate.

CURCUMA

Ricavata da una pianta erbacea, va utilizzata in piccole quantità altrimenti si rischia di alterare troppo il gusto delle pietanze.



CURRY



Miscela di spezie indiana; a seconda della formulazione si può ottenere un curry "mild", mediamente piccante, o "sweet", molto piccante.

GINEPRO



Le bacche hanno sapore intenso e resinoso; aggiungono un tocco di leggerezza ai piatti pesanti, alle carni stufate e al cavolo.

LIQUIRIZIA

Dopo essere state estratte dal terreno, le radici vengono sbucciate e fatte essiccare sotto forma di bastoncini.



NOCE MOSCATA



Ha un aroma dolce e piccante insieme. Si usa per insaporire besciamella, torte, ripieni di carne, ecc.



PEPERONCINO



Venduto intero, in polvere, essiccato o fresco ne esistono moltissime varietà più o meno piccanti e dalle forme molto diverse tra loro.

PEPE NERO

Immancabile su qualsiasi tavola, se macinato al momento conserva maggiormente il suo aroma speziato.



RAFANO



O cren la parte commestibile è la radice: cilindrica e di colore giallastro, ha un sapore piccante.

SEMI DI PAPAVERO



Piccoli, duri e rotondi, hanno un forte aroma, quasi affumicato, vagamente simile alla noce.

SENAPE

I semi di senape si ottengono dall'omonima pianta. La senape è un ottimo condimento per insalate o uova bollite.



SESAMO BIANCO



Ha un gusto vagamente simile a quello della noce. Dai semi si ottiene un olio usato anche nell'industria alimentare.

VANIGLIA



Dall'aroma intenso, è una delle spezie più usate, soprattutto in pasticceria. Oltre ai semi si utilizza la stecca intera.

ZAFFERANO

In pistilli; è questa la forma ritenuta più pura di zafferano. Ideale in risotti e primi piatti in genere.



ZENZERO



Commercializzato principalmente fresco, in polvere o candito si distingue per il sapore fresco ma anche piccante.

ORIGINAL®
Dr. Beckmann

Lo Specialista del bucato



IL PROFUMA BIANCHERIA

Il Profuma Biancheria è studiato per donare ai capi una fragranza fresca e duratura, giorno dopo giorno. Grazie a speciali fragranze incapsulate, gli abiti profumeranno non solo subito dopo il lavaggio, ma anche mentre vengono indossati. L'unico adatto anche per asciugatrice.

LA SFERA PER ASCIUGATRICE

La Sfera per asciugatrice, grazie alla sua speciale tecnologia con spirale dentellata, garantisce sempre un bucato piacevolmente morbido e profumato, riducendo i tempi di asciugatura e il consumo di energia. Il Profuma Biancheria può essere facilmente versato all'interno della Sfera per asciugatrice, per un bucato profumato più a lungo.





Eat.life, arriva l'app di delivery per vegani

Tra pochi mesi debutterà a Londra la prima applicazione dedicata alla consegna a domicilio di cibo 100% vegan. L'obiettivo è espanderla in tutta Europa

I fondatori, Craig de Gouveia e Alison Engel, sono attualmente impegnati nelle attività di crowdfunding, riscuotendo notevoli successi grazie alla semplicità della loro intuizione. All'inizio del prossimo anno contano quindi di lanciare in pompa magna eat.life, la prima app di consegna di alimenti vegani al mondo. Un'idea che i due giovani imprenditori hanno avuto viaggiando per l'Europa e accorgendosi in prima persona di quanto sia spesso difficile trovare cibo vegano mentre si visitano nuove città, magari con poco tempo a disposizione. Del resto, i tanti servizi di delivery

già esistenti offrono in genere una o più opzioni vegan, ma non di rado accade di imbattersi in etichettature errate o difficoltà nel comprendere gli effettivi ingredienti dei piatti. Per questo la loro applicazione promette di facilitare notevolmente le operazioni, garantendo ai vegani un elenco completo e aggiornato dei ristoranti che hanno menu dedicati, così da scegliere tra numerose proposte, ordinare con pochi clic e ricevere a domicilio in piena tranquillità. Inoltre, l'app raccoglierà le recensioni e i consigli degli utenti, offrendo anche l'opportunità di creare una propria lista dei locali preferiti

e di monitorare in tempo reale la tempistica delle consegne. Il tutto permettendo anche ai ristoranti specializzati di contare su una piattaforma per rendersi più visibili alla clientela di riferimento e crescere così nel giro d'affari. Eat.life sarà disponibile inizialmente a Londra, non a caso considerata una delle città più vegan friendly d'Europa. Ma, se i risultati saranno in linea con le aspettative, nel breve e medio termine potrebbe essere riproposta anche a Berlino, Parigi, Vienna, Amsterdam e Lisbona, nonché in altre grandi città europee, comprese ovviamente quelle italiane.



mister Magic®

IL TUO ALLEATO IN CASA

MISTER MAGIC® è la soluzione perfetta per la cura e la deodorazione della tua casa.



Deodorazione - Assorbiodori

Lavastoviglie



Area stiro

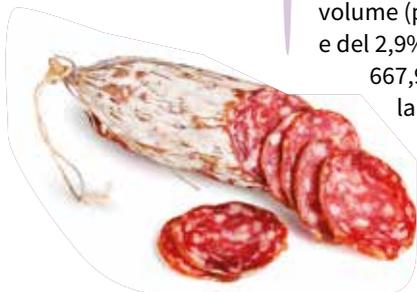
Pulitori specifici



News in breve

I Il salame riprende quota

Dopo la brusca flessione dello scorso anno, il mercato del salame (peso imposto + peso variabile) torna a registrare trend positivi: la categoria cresce dell'1,2% nelle vendite a volume (per 46,5 milioni di kg complessivi) e del 2,9% a valore, raggiungendo quota 667,9 milioni di euro. A livello di canali, la miglior performance a valore è quella dei super: +7.9%. (fonte: Nielsen)



L'Italia è pet friendly

2

Secondo il Rapporto Assalco-Zoomark 2019 ammontano a ben 60 milioni e 227mila gli animali domestici che vivono nelle case degli italiani. In questo contesto, il mercato dei prodotti per l'alimentazione dei cani e dei gatti nel 2018 ha sviluppato un giro d'affari complessivo pari a 2.082 milioni di euro, con una crescita del +1,5% al 2017. Gli alimenti umidi valgono il 48,1% del settore e mantengono un fatturato stabile; tra gli altri segmenti gli alimenti secchi crescono nel sell out del 2,5% e gli snack funzionali del 5,4%.



4 Facciamo merenda

Una recente indagine Doxa-Unione Italiana Food illustra come le merendine siano consumate da 31 milioni di italiani: i maggiori estimatori sono i Millennials (il 70% di loro le consuma) e in sei famiglie su dieci gli adulti mangiano le stesse merendine dei propri bambini. I dati sulle motivazioni di consumo sono ancora più interessanti: praticità (59%) e gusto (34%) restano in testa, ma 6 milioni di italiani (19%) continuano a consumare questi prodotti perché sono migliorati nel profilo nutrizionale e perché hanno saputo innovarsi.

3 Estratti, che passione!

Della crescente passione degli italiani verso l'healthy food ne ha beneficiato anche il comparto degli estratti vegetali, che nell'anno terminante ad aprile 2019 ha segnato +7,2% nelle vendite a valore (oltre 22,8 milioni di euro il valore totale di mercato) e +6,7% in quelle a volume. È boom per le referenze arricchite con zenzero: +73,3% a valore. (fonte: Nielsen)

5 Il business aumenta quando gli zuccheri diminuiscono

Dall'ultima edizione dell'Osservatorio Immagino Nielsen GS1 Italy si apprende che il trend 2018 degli alimenti free from è stato sì positivo ma ridotto rispetto a quello del 2017: rispettivamente +0,1% (6,8 mld di euro di sell out) vs 2,3%. È lo stesso Osservatorio Immagino a chiarire che la 'somma zero' è frutto di due fenomeni opposti: l'andamento è positivo per i prodotti che comunicano in etichetta di essere privi o a ridotto contenuto di zuccheri e additivi, negativo per quelli accompagnati dai claim 'tradizionali' del free from considerati ormai maturi, vale a dire 'senza conservanti', 'senza coloranti', 'senza grassi idrogenati'.



Una rivoluzione nel mondo della colazione e della pausa.

È nata la nuova linea di Galbusera BELLEBUONE che unisce la bontà dei mirtilli, dei fichi, delle mandorle e delle nocciole ai benefici dei semi. Oltre ad essere ricca di fibre, è fonte di proteine ed è realizzata con un impasto rustico di farine poco lavorate.

BELLEBUONE fette spesse, ideali per la colazione.

BELLEBUONE snack, sottili e croccanti, perfette per la pausa.

Per vivere una nuova gustosa esperienza in ogni momento della giornata.


Galbusera
PERCORSO SALUTE®

Scopri di più su galbusera.it

Pan di Stelle Crema



Prova
la bontà
stellare!

CON GRANELLA
DI PAN DI STELLE®



SENZA OLIO DI PALMA