NOI di CRAI

#CRAI per l'Ambiente

Gli Ambientini

Carapelli.
Dedicato agli artisti della buona tavola.

Oro Verde, Il Nobile, Bio e Rustico Non Filtrato celebrano l'arte olearia di Carapelli e la grande qualità della produzione italiana.

Oli extravergine d'oliva 100% italiani e tracciati, gusti unici e distintivi per ispirare i consumatori più esigenti, gli artisti della buona tavola.

CASA OLEARIA CARAPELLI® FIRENZE 1893

carapelli.it Olio Carapelli oliocarapelli

Mario La Viola
Direttore Marketing, Format, Rete e Sviluppo

Il periodo che stiamo vivendo non è dei più facili, l'incertezza che il Covid sta generando nella vita di tutti i giorni certamente ha cambiato il modo di affrontare i consumi.
Oggi la gente cerca sempre di più la sicurezza, la pulizia e l'igiene dei luoghi in cui si fanno le spese, cerca una sensazione di casa, di sentirsi in un luogo familiare.
Cerca anche una relazione diversa, più vera, dove ci si immedesima con il negoziante e si cerca solidarietà.

Siamo partiti a fine ottobre con un progetto molto bello e vicino ai nostri negozi – STORIE A KM VERO – dove diamo voce agli imprenditori del Gruppo CRAI che si sono particolarmente distinti in questi mesi in attività rilevanti a livello sociale, aiutando le altre persone, portando la spesa a casa delle persone impossibilitate magari a uscire.

Abbiamo realizzato 8 video, che sono in fase di pubblicazione sui mezzi digital social di CRAI (Facebook, YouTube, Sito Web).
E contiamo di girarne molti altri nel 2021. Nel prossimo numero di Noi di CRAI daremo ampio risalto a questo progetto di storie a km vero.

In questi mesi poi abbiamo visto l'esplosione delle spese online; mai come oggi la gente sta scoprendo e utilizzando sempre di più la comodità di poter fare la spesa da casa.
Noi come CRAI siamo protagonisti nel nostro settore con l'e-commerce, infatti da quando siamo partiti circa 2 anni fa abbiamo raggiunto la soglia di 200 negozi attivi. E il 2021 sarà un anno cruciale per lo sviluppo di questo canale e ci aspettiamo che ci saranno molti altri negozi CRAI che aderiranno al servizio Craispesaonline.

Come vedrete dai vari argomenti presenti in questo numero di Noi di CRAI le attività che CRAI sviluppa non si fermano, siamo concentrati a fare del nostro meglio e a mettere a terra attività che soddisfino i clienti e quindi tutti noi.

Grazie a tutte e tutti per il lavoro che fate ogni giorno.

Food

Drug

NOVITÀ

NELLO SCAFFALE BISCOTTI

Cereali G
GRANOLA E FROLLA

Galbusera
PERCORSO SALUTE®

IL BUONO DEI BISCOTTI CON I BENEFICI DEI 5 CEREALI

MENO DOLCI
(DI QUANTO CREDEVI)*

INZUPPA a colazione

SBRICIOLA nello yogurt

SGRANOCCHIA quando vuoi

RICCHI DI FIBRE
Le farine utilizzate sono
100% INTEGRALI

GRANOLA E FROLLA
CON ALBICOCCA,
ARANCIA E MANDORLE

GRANOLA E FROLLA
CON PEZZI DI CIOCCOLATO

FILIERA GRANO 100% ITALIANO Galbusera

* - 30% di zuccheri rispetto ai frollini più venduti
(Fonte: Unione Italiana Food; vedi www.galbusera.it)

20

62

04

26

68

42

Sommario

STORIA DI COPERTINA

04 Arrivano gli Ambientini... gli eroi del pianeta!

NEWS DALLA CENTRALE

12 Operazione Carta Più
16 Colora il tuo risveglio... con Crai!
20 Inarrestabile Acea Camp 2020!
24 CRAI Tirreno scende in campo
30 Fare formazione nel dopo emergenza
34 Back to school 2020
38 CRAI Spesa Online: Vi presentiamo la famiglia e-commerce

NEWS DAI CEDIS

42 Fratelli Ibba, eccellenza italiana
46 PiùMe: inaugurato il primo negozio

NEWS DAI PUNTI VENDITA

50 Novità in casa CRAI

MERCATI & PRODOTTI

62 Pizze surgelate, lievita l'offerta

SOTTO LA LENTE

68 Tesori del sottobosco

TREND

74 Negozi di vicinato, pronti alle sfide del new normal

APP & DINTORNI

78 LSMC, l'app anti-spreco alimentare dei negozi di quartiere

IN PILLOLE

80 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
Raffaele Mosca, Patrizia Moscato, Diego Negri, Chiara Pellegrino, Pietro Poltronieri, Monica Purificato, Emiliana Villa, Loretta Zecchin

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

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

N. 4/2020

MISTO
Carta da fonti gestite in maniera responsabile
FSC® C013389

Arrivano gli Ambientini... gli eroi del pianeta!

Gli Ambientini sono il nuovo importante progetto di marketing rivolto ai più giovani che segue il fil rouge della sensibilizzazione all'ecosostenibilità

La tutela dell'ambiente sta a cuore a CRAI, tanto da promuovere un numero sempre maggiore di iniziative a sostegno della causa. Con gli Ambientini si tocca la terza tappa di questo virtuoso **percorso di sostenibilità**, una tappa tutta dedicata ai bambini e alle loro famiglie. La parola d'ordine è sempre "riciclo" e, come nel precedente progetto, si è voluto affrontare il tema sensibile del **riciclo della plastica post-consumo.**

AMICI DEI BAMBINI E DELL'AMBIENTE

I protagonisti della short collection sono **otto simpatici peluche** ispirati alla natura e al pianeta Terra (fuoco, vento, fiori...). Ai bambini destinatari della raccolta questi personaggi sono presentati come **veri e propri eroi**, ciascuno con un potere unico e una missione specifica, che agiscono per rendere la Terra un posto migliore e per proteggerla da tutti gli elementi che la danneggiano come i rifiuti, la plastica, l'inquinamento.

Otto simpatici peluche ispirati alla natura e al pianeta Terra: sono arrivati gli Ambientini!

I peluche sono realizzati per l'85% in poliestere riciclato e forniti di **certificazione ufficiale TÜV Rheinland**, un

organismo di certificazione leader a livello internazionale. Inoltre, tutti sono muniti di un'etichetta in carta certificata FSC, legata da un cordino in cotone, che riporta il marchio **TÜV Rheinland Green Product**, mentre sui materiali di comunicazione viene anche riportato il numero di bottiglie che sono state riciclate per produrre ciascun peluche.

LA MECCANICA

I bambini e le famiglie che si appassioneranno agli Ambientini avranno 14 settimane di tempo per collezionarli tutti. L'iniziativa, con partenza il 16 novembre, proseguirà fino al **21 febbraio 2021**, mentre i premi potranno essere richiesti fino al 6 marzo 2021.
Basta raccogliere i bollini cartacei che vengono erogati facendo la spesa nei negozi CRAI che aderiscono al progetto: se ne ottiene uno **ogni 15 euro di spesa** e multipli in un unico scontrino.

#CRAI PER L'AMBIENTE

È il logo che contraddistingue queste iniziative e conferisce loro un'identità immediata, così come la comunicazione a esse collegata risulta coordinata e più efficace. A partire dal mese di marzo CRAI ha dato il via a una serie di progetti, prima aderendo, con tutti i negozi Food and Drug, alla campagna **M'Illumino di Meno 2020** e subito dopo lanciando l'esclusivo collezionamento di pentole in alluminio riciclato a marchio **Berndes**. A luglio è stata la volta del riutilizzo della plastica e del concetto di economia circolare con l'elegante linea di oggetti per la tavola **"Circle made in Guzzini"**.
Il logo #CRAI per l'Ambiente ha contribuito a rafforzare il ruolo del Gruppo in ambito CSR (Corporate Social Responsibility).

L'iniziativa parte il 16 novembre e prosegue fino al 21 febbraio 2021

I bollini adesivi vanno poi incollati sulle apposite schede consegnate alle casse e quando se ne raggiungono 12 il gioco è fatto! Con l'aggiunta di **2,90 euro**, o gratis con **850 punti cuore** scalati dalla propria Carta Più, si può ottenere l'Ambientino che si preferisce.
Grazie ad alcuni prodotti di **marchi partner** è possibile accelerare la raccolta: ogni referenza (indicata a scaffale e sui materiali promozionali in modo chiaro) consente di ottenere un bollino in più.

COMUNICAZIONE SU PIÙ FRONTI

In questo anno all'insegna di progetti marketing volti a sensibilizzare nei confronti del tema dell'ecosostenibilità, CRAI ha studiato proposte ben strutturate e di qualità. Con gli Ambientini rivolge l'attenzione al **target bambini e famiglie**, rafforzando il proprio ruolo in ambito CSR in modo coinvolgente ed educativo. I contenuti e il linguaggio di comunicazione della collezione

PREMI ECOFRIENDLY

Qualche dettaglio sulla composizione degli otto morbidi eroi:

Rivestimento: poliestere riciclato Certificato GRS

Tricot: poliestere riciclato Certificato GRS

Non sono presenti palline di plastica nei piedi del peluche

Etichetta in stoffa: 100% poliestere riciclato

Etichetta di carta: carta certificata FSC

Cordino etichetta: cotone

Imbottitura: poliestere riciclato Certificato GRS

Amadori

Passione di Famiglia

PRESENTA

QUALITÀ 10+

ORIGINE ITALIANA

POLLO E TACCHINO ALLEVATI A TERRA SENZA USO DI ANTIBIOTICI

AUT.MIN. IT001EA-UNAITALIA

www.amadori.it

#CRAI per l'Ambiente

Gli Ambientini sono fortemente orientati al mondo dei più piccoli, ai quali i personaggi dei peluche vengono presentati come eroi dotati di poteri e votati a una precisa missione, con messaggi che enfatizzano in modo chiaro e preciso i benefici del progetto.

Con gli Ambientini CRAI rafforza il proprio ruolo in ambito CSR coinvolgendo il target bambini e famiglie

Nel contempo il tema dell'ecosostenibilità è promosso con forza anche attraverso un'**importante pianificazione pubblicitaria** che, oltre ai media del Gruppo e newsletter CRM, coinvolgerà anche la televisione e i canali social. L'operazione è infatti supportata da cinque **telepromozioni su Rai1**, con testimonial Flavio Insinna in orario prime time durante il programma L'Eredità.
La programmazione e la comunicazione di questa short collection si avvalgono di un partner riconosciuto e autorevole, il **mensile per ragazzi Focus Junior**, la cui presenza rende il progetto più impattante ed educativo presso il pubblico.

Il tema dell'ecosostenibilità è promosso con forza anche attraverso un'importante pianificazione pubblicitaria

IMPARARE GIOCANDO!

I temi della collezione sono protagonisti di un progetto aggiuntivo studiato appositamente per il portale Craiweb, dove è stata inserita una sezione dedicata contenente delle **schede ludico-didattiche** – realizzate in collaborazione con **Focus Junior** – che i bambini possono scaricare e utilizzare in modo divertente ed educativo. In questo modo sono messi a disposizione online ulteriori contenuti che contribuiranno a rafforzare maggiormente il messaggio di ecosostenibilità dell'iniziativa.
Focus Junior, il media partner del progetto, supporterà CRAI non solo nell'ideazione e realizzazione dei contenuti online, ma anche nell'impostazione di un piano di comunicazione in sinergia sui mezzi stampa e digital.

I MAESTRI DELLA MORTADELLA

Da tre generazioni Felsineo vuol dire Mortadella di alta qualità, per la quale l'azienda è oggi leader nel mercato italiano

Genuinità, artigianalità e passione sono gli ingredienti che da sempre scandiscono la storia di **Felsineo, l'azienda di Zola Pedrosa (Bo) sinonimo di mortadella, nel rispetto della migliore tradizione gastronomica bolognese:** Felsina, infatti, è il nome con cui veniva chiamata Bologna in epoca Etrusca; da qui il forte legame con la città e il suo inimitabile prodotto. Nata nel 1947 come Salumificio Raimondi, nel 1963 l'azienda prende il suo nome attuale: oggi **Felsineo leader nel mercato della mortadella, l'azienda conta 120 dipendenti e un fatturato** generato attraverso i vari marchi (La Blu, La Sciccosa FDAI, La Sincera, 1963, Selezione Famiglia Raimondi, Amabile, Oro, Fior d'Emilia) e l'attività di private label. Illustrano dall'azienda: **"Con un'offerta di oltre 400 referenze, siamo in grado di soddisfare le più svariate esigenze dei consumatori.** Per quanto riguarda la parte magra, la carne viene sgrossata e macinata e unita agli altri ingredienti nell'impastatrice. Successivamente, l'impasto viene insaccato nel budello. Dopo questo passaggio, la mortadella viene cotta in stufe ad aria calda secca (fase governata e controllata da un sistema automatizzato) per un tempo e una temperatura predefiniti e specifici per classi di pezzatura. Dopo la cottura, la mortadella viene raffreddata e infine confezionata sottovuoto. L'etichettatura a fine linea permette il caricamento automatico dei dati e garantisce la tracciabilità di tutte le fasi di lavorazione, partendo dalle carni impiegate fino al prodotto finale.

LA QUALITÀ PRIMA DI OGNI ALTRA COSA

In questi anni il 'Sistema di Qualità Aziendale' interno ha permesso a Felsineo di **migliorare continuamente la propria offerta di prodotti e servizi, con un occhio di riguardo alle varie richieste ed esigenze dei consumatori in termini di sicurezza alimentare:** salubrità, allergeni, origine, rintracciabilità e genuinità di prodotto.

Coerentemente con questa filosofia, Felsineo ha ottenuto tutte le certificazioni in materia di igiene e sicurezza degli alimenti in conformità alla normativa vigente, oltre alle **più importanti certificazioni volontarie: UNI EN ISO 14001:2004, ISO 45001, IFS e BRC (GSFS).**

Tali certificazioni, unite al presidio verticale dell'intero processo produttivo, hanno consentito a Felsineo l'accesso ai principali mercati internazionali, tra cui: Stati Uniti, Giappone e Cina.

DOVE SIAMO

Via C. Masetti 8-10 Zola Pedrosa (Bo), 40069

info@felsineo.com

www.felsineo.com

+39 051 3517011

L'ALLEANZA CON CRAI

Per CRAI Felsineo produce la **Mortadella di Bologna Igp** in diversi formati disponibili **sia per il banco taglio delle gastronomie sia per il libero servizio** da 500 g e 350 g.

La rivista ha il proprio marchio visibile su tutti i materiali di comunicazione e firmerà i contenuti educazionali aggiuntivi pubblicati su Craiweb. Inoltre ospiterà due redazionali, oltre che sulle sue pagine, anche sulle altre riviste per bambini e ragazzi **Focus Pico** e **Wild**. Questa solida campagna marketing prevede anche un **piano editoriale congiunto su Facebook** più un comunicato stampa Mondadori.

GLI OBIETTIVI

e operazioni a premi #CRAI per l'ambiente non vogliono solo trasferire ai clienti dei vantaggi in grado di incidere sul loro comportamento di acquisto immediato, sollecitando la frequenza e l'aumento della spesa media, ma si mira soprattutto a supportare **l'immagine e il posizionamento dell'insegna** su tematiche di responsabilità sociale d'impresa, contribuendo a rendere più distintiva la sua offerta di servizi.

PRODOTTI SPONSOR

Ogni marchio partecipa con vari prodotti che diventano acceleratori della raccolta bollini. Verranno proposti in sequenza suddivisi in tre panieri, ciascuno della durata di circa 5 settimane: **dal 16 novembre al 19 dicembre, dal 21 dicembre al 23 gennaio 2021, dal 25 gennaio al 21 febbraio 2021.** Il primo periodo comprende:

- Mulino Bianco: Cioccofrolle, Cioccoavena, Pan di Yò, Zenzerini
- Buitoni: Pizza rotonda senza glutine, Sfoglia rotonda senza glutine
- De Cecco: Olio extra vergine di oliva classico da 1 litro
- Linea Carefree
- Linea Listerine
- Fairy Gel Limone 32 lavaggi

OROGEL®

Produzione Italiana

Il meglio dai nostri agricoltori.

Ogni giorno, dal lavoro della nostra terra,
nasce la qualità dei nostri prodotti
nel rispetto di tutta la filiera.

www.orogel.it

Operazione Carta Più

Sconti sulla spesa e progetti di solidarietà per i clienti CARTA PIÙ, con un'attenzione particolare al mondo della scuola

È partito lo scorso 21 settembre il nuovo programma loyalty "Operazione Carta Più", rivolto ai possessori della carta fedeltà CRAI e impostato su una meccanica di fidelizzazione di **lungo periodo**. Durerà un anno intero, fino all'11 settembre 2021.

PIÙ PUNTI HAI, PIÙ RISPARMI!

Più punti, più risparmio: questo è il cuore dell'offerta. I premi in palio sono infatti utilissimi buoni sconto, disponibili in diversi tagli, che rappresentano per i clienti un'ulteriore opportunità di risparmio sulla propria spesa, nonché un incentivo a tornare nel negozio di fiducia.
La meccanica dell'operazione è semplicissima e prevede l'erogazione di **1 punto elettronico**, denominato "punto cuore", **per ogni euro di spesa** con Carta Più.
I punti accumulati possono essere convertiti, oltre che in buoni sconti, anche in solidarietà, posando un mattone per Okapia, oppure come contributo alle scuole del proprio territorio. I premi possono essere richiesti fino al 25 settembre 2021.

I RAGAZZI SONO IL FUTURO

È sempre viva l'**attenzione di CRAI per le istituzioni educative**. Anche quest'anno è attivo il progetto **"CRAI per le scuole"**, che dà l'occasione ai clienti di essere vicini alle scuole del proprio territorio in modo semplice ed efficace.
L'iniziativa è rivolta alle **scuole dell'infanzia**, alle **primarie** e alle **secondarie di primo e secondo grado**, private, pubbliche e paritarie, con l'obiettivo di donare materiali didattici e attrezzature utili alle attività e all'educazione di bambini e ragazzi.
Per fare la propria parte bisogna richiedere un buono cartaceo, che si può ottenere presentando Carta Più e scaricando 850 punti cuore. I buoni scuola ottenuti possono essere **consegnati fisicamente all'istituto** che si intende sostenere, oppure, se la scuola è già iscritta all'iniziativa, caricati sul sito dedicato **craiperlascuola.it** selezionando

Alcuni premi per le scuole:

il plesso da una mappa e inserendo nell'apposito campo il codice segreto nascosto sotto la parte argentata del buono.
Più buoni ha la scuola, più premi potrà ottenere tra quelli disponibili.

COME SI ISCRIVONO LE SCUOLE?

La registrazione, gratuita e senza impegno, può essere effettuata solamente dal **Dirigente Scolastico** entro il 2 ottobre 2021 e l'iscrizione dell'Istituto Comprensivo comporta automaticamente anche l'iscrizione di tutti i plessi collegati. È necessario completare la procedura, attiva sul sito web **craiperlascuola.it**, inserendo le credenziali (codice meccanografico e password) ricevute via e-mail.
Per qualsiasi difficoltà riscontrata è attivo un Servizio Cortesia telefonico riservato.
Le scuole raccolgono buoni grazie alle donazioni delle famiglie dei propri studenti e hanno in più la possibilità di trasferire punti da un plesso all'altro, all'interno del medesimo Istituto Comprensivo, per rendere ancor più vantaggiosa e semplice la raccolta. Grazie ai buoni accumulati il Dirigente Scolastico, o un suo delegato, può richiedere i premi in catalogo tramite **craiperlascuola.it.**

DATE DA RICORDARE

- Partenza del progetto 2020-21 dedicato alle scuole: **21 settembre 2020**
- Termine per l'iscrizione delle scuole sul portale: **2 ottobre 2021**
- Termine per il caricamento dei buoni scuola: **11 ottobre 2021**
- Termine per la richiesta dei premi: **8 novembre 2021**

Un gesto concreto di solidarietà con Okapia

CRAI porta avanti il suo percorso di partnership e supporto con l'associazione Okapia.
Il nome della onlus è **ispirato all'*okapi***, un mammifero diffuso nelle foreste pluviali lungo il fiume Congo dall'aspetto singolare, con caratteristiche della zebra, del cavallo e della giraffa.
Okapia si rivolge in particolare ai giovani, insieme ai quali progetta interventi formativi per favorirne l'autonomia e contribuire a migliorarne le condizioni di vita.

L'associazione è orientata alla **promozione di iniziative di sviluppo sostenibile** nei Paesi in Via di Sviluppo (PVS) con i quali collabora, in un'ottica di compartecipazione progettuale. Attiva anche in Italia, porta avanti programmi interculturali e di integrazione nei settori "Educazione e formazione" e "Attività di sviluppo socio-economico".
In particolare **"Un mattone per ricominciare"** è volto a finanziare la casa di accoglienza, formazione e lavoro "Saint Joseph" a Bukavu, nella Repubblica Democratica del Congo, un edificio destinato ad accogliere donne vittime di violenza e abusi assieme ai loro bambini, per dare loro un aiuto a cominciare una nuova vita.
Per contribuire tramite "Operazione Carta Più" basta scaricare **850 punti cuore** dalla propria tessera fedeltà. In questo modo si ottiene gratuitamente una **cartolina da "attivare" inviandola a Okapia** completa dei dati del donatore, che verrà poi ringraziato dall'Associazione.

MOTTOLINI
Poggiridenti

MOTTOLINI, GLI ARTIGIANI DELLA BRESAOLA

Dal 1986 l'azienda è tra i primi produttori della Bresaola della Valtellina Igp, come tradizione comanda: dalla scelta dei tagli migliori della coscia di manzo alla rifilatura della carne, fino alla stagionatura

Presente sul mercato da oltre 30 anni, Mottolini ha sede a Poggiridenti (So), nel cuore della Valtellina. Da sempre **l'azienda è specializzata nella produzione di bresaola, ma negli anni ha ampliato la sua gamma di prodotto offrendo ai propri clienti anche il Fiocco e lo Speck della Valtellina.** Prima tra i soci fondatori del consorzio di tutela della Bresaola della Valtellina Igp, oggi propone anche prodotti di nicchia come la Bresaola La Fassona, prodotta con carne nazionale di razza piemontese, la Bresaola 4IT certificata ISO22005 e Bresaola punta d'anca Extra, ottenuta dalle migliori carni fresche. E sempre maggior successo riscontra anche con il prodotto fresco Carpaccio di Bresaola. "Abbiamo creato per passione la nostra azienda in **un luogo unico, vocato per tradizione all'agricoltura, alla viticoltura e alla produzione di salumi di qualità** – illustrano da Mottolini –. È da qui che nascono prodotti eccellenti che provengono da una sapienza antica come la nostra terra. Da gustare da soli o da abbinare in cucina ad altri ingredienti per inventare ricette, sapori e profumi".

DOVE SIAMO

Via Lozzoni 5 – 23020 Poggiridenti (So)

info@mottolini.it – qualita@mottolini.it – ordini@mottolini.it

www.mottolini.it

La produzione di bresaola è concentrata in uno dei due stabili che compongono il comparto produttivo. Il secondo, invece, è adibito prevalentemente alla produzione di prodotti stagionati a base di carne di suino. "**Il processo produttivo è ancora artigianale: la capacità e l'impegno degli operatori sono di fondamentale importanza – precisano da Mottolini –. Le fasi di selezione e rifilatura avvengono ancora manualmente,** così come i giri in zangola, ovvero il massaggio dei pezzi di carne durante la presa di sale, che viene effettuato a giorni alterni. Per l'insacco è presente una linea dedicata, anche in questo caso la manualità degli operatori è determinante. Dopo l'insacco prende il via il ciclo di stagionatura, che si svolge sui due piani dello stabile: a tempo debito la bresaola viene 'lavata' (privata della muffa esterna) e poi confezionata, pronta per essere spedita in Italia, come nel resto del mondo".

I marchi che rappresentano l'azienda sono **Salumificio Mottolini e Cascina Riter.** Per quanto riguarda la produzione di Bresaola della Valtellina Igp, Mottolini detiene una quota a volume di circa il 3,5% sulla produzione complessiva. Oltre alla certificazione Bresaola della Valtellina Igp, le altre attestazioni ottenute negli anni da Mottolini sono: **IFS Food, BRC, Biologico, Halal e ISO 22005,** quest'ultima relativa al 'sistema di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari'.

L'ALLEANZA CON CRAI

Per quanto riguarda le referenze Mdd a marchio CRAI, Mottolini produce la **Bresaola della Valtellina Igp punta d'anca e il Carpaccio di Bresaola.**

Colora il tuo risveglio... con Crai!

Una colazione variopinta e che trasmette buon umore per cominciare al meglio la giornata: ecco la nuova iniziativa dedicata ai clienti Crai e al mondo della scuola

Un autunno di ripartenze e ricco di novità, con il ritorno sui banchi in primo piano. Anche quest'anno non poteva mancare l'iniziativa "CRAI per la scuola", cui si è affiancata una **raccolta aggiuntiva** per dare modo ai clienti dei punti vendita di essere ancora più vicini alla comunità scolastica, soprattutto in questo anno difficile, attraverso un **maggiore accumulo di punti.** L'iniziativa con premio immediato a soglia di spesa ha consentito ai clienti di ottenere un colorato bicchiere per caffè o per tè/cappuccino a marchio Bormioli Rocco insieme a un buono del valore di 100 punti scuola da donare agli istituti del proprio territorio registrati sul portale **craiperlascuola.it.**

"Colora il tuo risveglio" è stata proposta dal 21 settembre al 17 ottobre 2020 sulla rete di punti vendita di Codè CRAI Ovest, dal 12 ottobre al 7 novembre 2020 per tutta la rete di vendita degli altri Cedi aderenti.

Per ottenere il premio immediato e il buono scuola cartaceo era sufficiente effettuare una **spesa minima di 20 euro** e multipli con unico scontrino e versare un **piccolo contributo in denaro.** Con questa attività il nostro

COLAZIONE IN ALLEGRIA

La linea colazione a marchio Bormioli protagonista della collezione è composta da due bicchieri in vetro opale temperato lavabili in lavastoviglie, entrambi contraddistinti da un accattivante design contemporaneo enfatizzato da luminosi colori pastello giallo o verde. Il **bicchiere da tè o cappuccino da 21,5 cl** e il **bicchiere caffeino da 9,5 cl** sono redimibili versando un piccolo contributo in denaro, rispettivamente di 1,50 euro e di 1 euro.
Ritirando uno dei premi, il cliente ha ricevuto anche un **buono cartaceo del valore di 100 punti scuola**, da consegnare all'istituto preferito o caricare direttamente sul sito ufficiale craiperlascuola.it entro il giorno 31 gennaio 2021. Il sito dedicato contiene tutte le informazioni necessarie a partecipare a "CRAI per la scuola" edizione 2020-21, le scadenze e l'offerta premi.

PARMACOTTO

L'alta qualità
È LA NOSTRA SPECIALITÀ

THE AD STORE ITALIA

Selezioniamo con attenzione le migliori materie prime, le cuociamo lentamente per non alterarne i sapori. Lavoriamo ogni giorno per garantire la massima sicurezza mettendo professionalità e passione in tutti i nostri prodotti. Per offrirvi la migliore qualità della salumeria italiana, sia nella versione per il banco taglio che in vaschetta.

parmacotto.com

Gruppo ha voluto presidiare attivamente il periodo autunnale che segue l'apertura delle scuole, cercando di ingaggiare i clienti con un vantaggio diretto (i premi), a cui si aggiunge il fine benefico rivolto alle scuole. Non ultimo l'obiettivo di stimolare un comportamento di acquisto che porti a innalzare la soglia scontrino e la frequenza di spesa nel periodo.

I SAPERI E I SAPORI DELLA
NOSTRA TRADIZIONE SOTTO UNA NUOVA VESTE.

FONTANAFREDDA

FONDATA DAL I° RE D'ITALIA NEL 1858

fontanafredda.it

Inarrestabile Acea Camp 2020!

CRAI non poteva mancare alla nuova edizione dei campi estivi coordinati da Carlton Myers che vedono giovani e giovanissimi impegnati in sane attività sportive

Acea Camp è una delle più importanti iniziative presenti sul territorio dedicata alle scuole e ai giovani. Nata con l'obiettivo di promuovere **un'estate educativa di sport e benessere**, si è svolta in questo difficile 2020 con lo stesso entusiasmo e voglia di stare assieme. Anche quest'anno doppio appuntamento: il campo della durata di 6 settimane si è tenuto al **Centro Sportivo Tor Pagnotta** dal 29 giugno al 7 agosto, mentre quello di 5 settimane si è svolto presso la storica sede del **Parco del Foro Italico** dal 6 luglio al 7 agosto.

UN SUCCESSO CRESCENTE

Acea Camp anima l'estate romana dei ragazzi durante la chiusura delle scuole **dal 2015 grazie a un'idea di Carlton Myers**, ex capitano della Nazionale Italiana di Pallacanestro.

Sport, divertimento e tanto entusiasmo sono gli ingredienti di Acea Camp dal 2015

L'idea era quella di realizzare un'offerta di attività diversa, dedicata allo sport a 360 gradi, quindi non a una sola disciplina. Bambini e ragazzi tra i 6 e i 16 anni hanno, infatti, la possibilità di scegliere tra **13 differenti sport in un contesto di eccellenza**, assistiti da tecnici federali professionisti e nelle migliori condizioni, sia per quanto riguarda le strutture sia per le attrezzature.
Questa la ricetta di successo, assieme a un costo sostenibile, che ha portato sempre più adesioni, dalle centinaia di partecipanti fino a superare gli 8000 iscritti, con in più il raddoppio di sede nel 2018.

DIVERTIMENTO IN SICUREZZA

La proposta sportiva e organizzativa 2020 è stata rimodulata con un progetto per forza di cose diverso dagli anni scorsi per fare fronte all'emergenza sanitaria Covid-19, adottando e seguendo le linee-guida contenute negli

ultimi decreti ministeriali per assicurare a tutti i ragazzi una partecipazione in piena sicurezza.
I principali cambiamenti strutturali hanno riguardato le **attività di base**, che sono state **suddivise in stazioni**. Ogni stazione poteva ospitare attività sportive, ludiche o ricreative la cui durata era di circa 50 minuti per ogni gruppo.

La proposta sportiva 2020 è stata rimodulata per fare fronte all'emergenza sanitaria Covid-19

Nell'arco della giornata ogni gruppo passava da una stazione all'altra con flussi di spostamento programmati.
Le attività sportive di questa edizione, pensate per poter garantire il distanziamento tra i ragazzi, sono state: mini golf, danza, atletica, tennis, piscina,

"Coinvolgere i ragazzi in un camp sportivo diverso da quelli tradizionali, fornendo la possibilità di trascorrere una settimana all'insegna dello sport di alta qualità e del divertimento."

Carlton Myers

tiro con l'arco, badminton, ping pong, bocce, freccette.
Connessi alle attività sportive, sono stati allestiti anche **momenti ludico-ricreativi** allo stesso tempo educativi e divertenti: biblioteca con lettura e/o attività su un libro portato da casa a scelta della famiglia, arte e pittura, calcio balilla.

ESPERIENZE ALLA PORTATA DI TUTTI

Acea Camp ha regalato 6 borse di studio per **poter proseguire l'attività sportiva durante l'anno.**
Le borse di studio sono state assegnate da un team di allenatori federali, guidati dalla direzione tecnica di Carlton Myers, ad altrettanti ragazzi che hanno mostrato una naturale predisposizione per un determinato sport, sia dal punto di vista tecnico sia per quanto riguarda attitudine, atteggiamento e passione.

ACEA CAMP E I CAMPIONI DELLO SPORT

Tutti i venerdì i ragazzi iscritti ad Acea Camp hanno avuto la possibilità di **conoscere un campione dello sport italiano**. Sono stati presenti atleti e paratleti che hanno raccontato la loro carriera sportiva intrattenendo i ragazzi anche con dimostrazioni dal vivo.
Gli atleti presenti quest'anno sono stati: Alice Volpi (scherma), Matteo Rivolta (nuoto) ed Elena Bertocchi (tuffi).

Gli manca la parola...

ma lui sa quello che vuole.

EXCELLENCE

ITALIAN SUPERPREMIUM

Scopri i nuovi sfilaccetti Lechat Excellence.
Ricette grain free, con vitamine e minerali: un'alimentazione completa e bilanciata che favorisce il benessere quotidiano del tuo gatto, senza coloranti e conservanti aggiunti.

CERCALI NEI NEGOZI TRADIZIONALI, SUPERMERCATI E IPERMERCATI.

MADE IN ITALY

NO CRUELTY TEST

MONGE
La famiglia italiana del pet food

CRAI Tirreno scende in campo

Una nuova avventura per CRAI al fianco di un premio di prestigio all'insegna del calcio, dell'internazionalità e della solidarietà

Giorgio Annis, Amministratore Delegato di Crai Tirreno, e Fabrizio Formichetti, Presidente A.S.D. Scopigno Cup

Il socio CRAI Tirreno è stato main sponsor del **28° World Football Tournament Under 17 Scopigno Cup-Memorial Manlio e Loris Scopigno**, un evento di portata internazionale e molto noto nel mondo del calcio, cui ha presenziato anche il **Dr. Giorgio Annis**, Amministratore Delegato.

Passione per il calcio, internazionalità e solidarietà in un unico evento

A causa dell'emergenza Covid-19 il torneo si è tenuto a Rieti e ad Amatrice dal 4 al 7 settembre anziché nel mese di aprile, ma questo non ne ha inficiato la buona riuscita. Con piacere CRAI ha voluto essere partner di un evento perfettamente in linea con i suoi valori e intenzioni, come il fair play, l'importanza del gioco di squadra, la valorizzazione del ruolo educativo dello sport e la promozione della solidarietà.

IL TORNEO DEI FUTURI CAMPIONI

La Scopigno Cup è un torneo di calcio riservato alle **squadre professionistiche Under 17** a livello internazionale.
Si tratta di una manifestazione che gode dell'alto patrocinio del Parlamento Europeo e della Presidenza del Consiglio dei Ministri e divenuta con il passare degli anni tra le più prestigiose in Italia, in Europa e nel mondo per la categoria. Negli anni ha visto la partecipazione delle migliori squadre professionistiche del settore giovanile tra le quali A.F.C. Ajax (Olanda), Real Madrid (Spagna), F.C. Barcellona (Spagna), F.C. Juventus, F.C. Internazionale, S.S. Lazio, A.S. Roma, A.C. Milan e molte altre, oltre alla presenza di **numerosi personaggi celebri del mondo dello sport** come: Marcello Lippi, Claudio Ranieri, Giovanni Trapattoni, Bruno Conti, Massimiliano Allegri, Antonio Conte, Felice Pulici, Roberto Mancini. Sono, inoltre, numerosi

I MIGLIORI MOMENTI PER I DESSERT? I MOMENTI EMMI

Tutto sulla filiale italiana del primo player tra i trasformatori svizzeri di latte: dalla profondità dell'assortimento dei dessert ai plus della produzione

Parte del Gruppo Emmi (numero uno tra i trasformatori svizzeri di latte, con un fatturato di oltre 150 milioni di euro), **Emmi Dessert Italia nasce nel 2018 dall'unione di tre aziende storiche leader nel settore dei dessert freschi specialità:** A-27, I.F.F. e Rachelli. "Conosciamo i gusti dei consumatori e le tendenze del mercato – affermano da Emmi Italia – e siamo focalizzati sul servizio al cliente e sulla sua totale soddisfazione". Il Gruppo unisce oggi le sue conoscenze per offrire ai consumatori di tutto il mondo dessert al cucchiaio in cui gusto e tradizione si uniscono al meglio a creatività e ricerca.

In particolare, **Emmi Dessert Italia presenta una vasta gamma di dolci della tradizione nostrana e internazionale, proponendo ricette classiche, bio, vegan e free from in diversi formati:** dalle specialità proposte nel formato al vetro per i consumatori edonisti ai mini-dessert; dalle monoporzioni 'gourmet' ai formati famiglia, pronti da gustare o condividere. Tiramisù, profiteroles, cheesecake, panna cotta, babà, mousse e dessert alla frutta sono solo alcune delle tante specialità proposte da Emmi Dessert.

I MOMENTI DELLA PRODUZIONE

Emmi Dessert Italia dispone di tre siti produttivi: Gattico-Veruno (No), Pero (Mi) e Lasnigo (Co), per un totale **di 20 linee di confezionamento e una capacità produttiva di 2,3 milioni di unità al giorno. "La tecnologia di produzione riprende quella della tradizione del semifreddo all'italiana** – spiegano dall'azienda –, mutuando molti aspetti delle tecniche produttive del gelato, in particolare per quanto riguarda il confezionamento. Le fasi di processo comprendono, innanzitutto, il trattamento termico delle miscele, a cui fa seguito il confezionamento primario in camera bianca su macchine ad alta automazione, per fornire ogni garanzia dal punto di vista igienico-sanitario. Seguono il confezionamento secondario per soddisfare ogni esigenza di packaging, lo stoccaggio in magazzino e la distribuzione. Il tutto nell'assoluto rispetto della catena del freddo".

Il controllo qualità segue **elevati standard qualitativi per analizzare ogni fase della produzione, dalle materie prime al prodotto finito**. Emmi Dessert annovera le certificazioni: IFS Food, Iso, BRC Food, Bio e Fairtrade. I marchi aziendali sono due: Bontà Divina e Gildo Rachelli. In Italia la quota a valore nella categoria dessert freschi dell'azienda è pari al 16,7% (circa 260 milioni di euro).

DOVE SIAMO

Via Cascinetta 44, 28013 Gattico-Veruno (No)

www.emmidessert.it

0322 1918111

L'ALLEANZA CON CRAI

Emmi Dessert Italia produce per CRAI la linea coppette di **Tiramisù 2x90 g, Profiteroles 2x90 g e Panna cotta al Caramello 2x100 g.**

i calciatori che vi hanno partecipato e che attualmente militano in grandi team; fra tutti, i **campioni del mondo** Philipp Lahm, Fernando Torres, Gerard Piqué, Daniele De Rossi, Marco Amelia, Pedro Rodríguez, Sergio Busquets, a testimonianza dell'interesse che tale torneo riveste nell'ambito del panorama calcistico europeo e mondiale. Alla manifestazione è abbinato il **Premio Manlio Scopigno**, che ogni anno viene assegnato al miglior allenatore di serie A e di B, al Manager of the year, al miglior direttore di settore giovanile, al miglior allenatore di settore giovanile, al presidente dell'anno, al Platinum boy (promessa mantenuta) e, da quest'anno, anche al miglior giocatore di serie A e di B.

CAMPIONI DI BENEFICENZA

Uno degli aspetti più importanti della Scopigno Cup è il suo risvolto sociale e solidale, poiché ogni anno l'incasso delle partite delle fasi finali viene devoluto a favore della ONLUS **ALCLI "Giorgio e Silvia"**, impegnata da oltre 30 anni nella **lotta contro i tumori e le leucemie infantili.** Con questa edizione 2020 è anche stata organizzata una raccolta fondi dedicata alle persone della zona colpite dal violento **sisma del 2016**.

L'incasso delle partite finali è stato devoluto a favore di una Onlus impegnata da oltre 30 anni nella lotta ai tumori e le leucemie infantili

Inoltre, tutti i giocatori del torneo si sono impegnati a fare visita ai

UN PENSIERO DAL PRESIDENTE

"Cari amici,
è giunta la 28ma edizione della manifestazione che rappresenta un fiore all'occhiello per la Città e la Provincia di Rieti, ma soprattutto uno strumento di divulgazione dello sport, in particolar modo di quel gioco chiamato "calcio", il più diffuso e bello al mondo. Anche in questa edizione ci sarà il connubio sport-solidarietà, attraverso un'asta di beneficenza il cui ricavato andrà devoluto alle popolazioni colpite dal sisma del 24 agosto 2016 e in particolare ai ragazzi della Città di Amatrice, cui siamo molto legati sia affettivamente che organizzativamente, oltre alle visite che tutti i partecipanti effettueranno all'Ospedale Provinciale di Rieti, nell'intento di portare conforto e speranza alle persone che soffrono. Saranno effettuate visite guidate nei luoghi più ameni della nostra Città e Provincia di Rieti, all'insegna di un ulteriore connubio fra sport, turismo, cultura e solidarietà."
Cav. Fabrizio Formichetti, Presidente A.S.D. Scopigno Cup

Extravergine De Cecco.
Cuore caldo, estrazione a freddo.

ESTRATTO A FREDDO

Il primo ingrediente del nostro olio extravergine
è la passione, la stessa che mettiamo in ogni prodotto
che porta il nome De Cecco. La stessa che ci fa cercare,
in Italia e in Europa, stagione dopo stagione,
gli extravergini migliori. Tutti questi oli sono estratti
rigorosamente a freddo: l'unico metodo
che consente di preservare ogni sfumatura di profumo
e sapore delle olive. Preziose caratteristiche
che proteggiamo in bottiglie di vetro scuro,
per evitare che la luce alteri le qualità del prodotto.
Il risultato di questo processo produttivo di eccellenza,
tecnologicamente avanzato e certificato, è una gamma
di extravergini in grado di soddisfare ogni palato,
anche il più esigente. Per esempio:
il Classico, ideale per ogni piatto, o il 100% Italiano,
che nasce esclusivamente da olive nostrane.
È proprio vero: la passione dà sempre buoni frutti.

Olio Extravergine De Cecco.
Qualità senza compromessi.

DE CECCO
- dal 1886 -

di De Cecco ce n'è una sola.

www.dececco.com

ricoverati dell'**Ospedale di Rieti**, per fare compagnia regalando una giornata diversa e portare, così, un po' di spensieratezza.

CRAI IN PRIMO PIANO

In qualità di main sponsor, CRAI ha goduto di un'ottima visibilità, in virtù della copertura mediatica garantita dall'evento. Erano presenti **emittenti televisive** di primo piano come Rai Sport (che ha trasmesso in diretta la manifestazione), Sportitalia, Sky e Mediaset, le **emittenti radiofoniche** Radio Radio e Radio Sportiva, le **testate giornalistiche nazionali** Gazzetta dello Sport, Corriere dello Sport, Tuttosport e Guerin Sportivo. Il marchio era visibile non solo durante le messe in onda televisive, ma anche sul materiale promozionale prodotto, nel programma ufficiale del torneo, nelle attività di marketing sia digitale sia "on site".

I PREMIATI 2020

La giuria era composta da prestigiose firme del giornalismo sportivo ed ex calciatori: Roberto Beccantini, Xavier Jacobelli (Direttore Tuttosport), Andrea Di Caro (Vice Direttore Gazzetta dello Sport), Ivan Zazzaroni (Direttore Corriere dello Sport e Guerin Sportivo), Pierluigi Pardo (Giornalista Mediaset), Michele Criscitiello (Direttore Sportitalia), Stefano Agresti (Direttore www.calciomercato.com), Marco Lollobrigida (Rai, Domenica Sportiva), Paolo Condò (Giornalista Sky), Ilario Di Giovambattista (Direttore Radio Radio), Marco Amelia (ex calciatore e opinionista), Fabrizio Formichetti (Presidente Scopigno Cup), Alfredo Pedullà (Gazzetta dello Sport e Sportitalia) Francesco Vergovich (Radio Radio), Emiliano Grillotti (Direttore Rieti Life), Marco Ferroni (Il Messaggero).

Ecco a chi sono andati i riconoscimenti 2020:
Premi Manlio Scopigno:
– Miglior Allenatore di Serie A: Simone Inzaghi (S.S. Lazio)
– Miglior Allenatore di Serie B: Filippo Inzaghi (Benevento Calcio)
– Manager of the Year: Igli Tare (S.S. Lazio)
– Miglior Giocatore di Serie A: Ciro Immobil (S.S. Lazio)
– Miglior Giocatore di Serie B: Simeon Nwankwo "Simy" (Crotone Calcio)
– Presidente Dell'Anno: Ciro Vigorito (Benevento Calcio)
– Miglior Direttore Settore Giovanile: Maurizio Costanzi (Atalanta Calcio)
– Miglior Allenatore di Settore Giovanile: Antonio "Totò" Di Natale (Spezia Calcio)
Premi Felice Pulici:
– Miglior Portiere di Serie A: Gianluigi Donnarumma (A.C. Milan)
– Miglior Portiere di Serie B: Francesco Bardi (Frosinone Calcio)

Visita al monumento di Amatrice

ZONIN1821

GENNAIO - APRILE 2020

LA **CATEGORIA PROSECCO** NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE CRESCE DELL'**8,8%** NELLE UNITÀ VENDUTE RISPETTO ALLO STESSO PERIODO DEL 2019, MENTRE **ZONIN PROSECCO** MOSTRA UN **+34,4%**, CRESCENDO QUINDI CIRCA **QUATTRO VOLTE IL RISPETTO AL MERCATO**.

PER QUANTO RIGUARDA I **VINI FERMI** LA CATEGORIA È CRESCIUTA DEL **4,4%**, MENTRE **ZONIN1821** HA REGISTRATO UN **+16,4%**.

Fonte: panel IRI Infoscan

ZONIN 1821 è una storica famiglia di viticultori italiani riconosciuta nel mondo, che valorizza vini e territori con lungimiranza e continuità famigliare promuovendo un'eccellenza accogliente.

L'azienda è guidata ora da Domenico, Francesco e Michele, che promuovono attraverso le tenute di famiglia e i loro vini la biodiversità e la ricchezza culturale dell'Italia.

Sono 12 le tenute di famiglia, in cui vengono coltivate più di 50 varietà autoctone, protagoniste di vini di successo in diversi paesi del mondo. L'attenzione dell'azienda per il Canale Moderno e per la valorizzazione del vino al supermercato si è notevolmente rafforzata negli ultimi anni con la creazione di alcuni marchi regionali, ognuno guidato da agronomi ed enologi dedicati a valorizzare le differenze regionali che anche nel vino rendono meravigliosa la nostra penisola. Zonin è la sede principale del gruppo e dà il nome a una produzione che ha nel Veneto il suo cuore e le sue origini.

È **ZONIN PROSECCO**, in un'etichetta classica ed elegante, il vero ambasciatore del marchio. Decenni di esperienza nella spumantizzazione consentono di arrivare agli amanti del vino con un prodotto dal profilo freschissimo e moderno. Un piccolo lusso quotidiano, perché per godere delle bollicine non serve per forza un'occasione speciale.

CONTI BUNEIS è il nome di una collezione dedicata alla tenuta Piemontese, nel Monferrato Astigiano, che si estende per circa 180 ettari, di cui 160 coltivati a vite. Barbera, Dolcetto, Moscato e Brachetto sono i protagonisti di una selezione classica e prestigiosa.

Tenuta San Zeno è la casa della Bonarda Frizzante nell'Oltrepo' Pavese, ma anche della Barbera. Vini sinceri, immediati, senza fronzoli, in grado di rappresentare perfettamente la schiettezza dei luoghi da cui provengono.

Tenuta Ca' Vescovo si trova a Terzo d'Aquileia, tra le Alpi Carniche e l'Adriatico ed è la culla di vini autentici, profondamente legati al territorio d'origine. Ca' Vescovo è un nome che è entrato nel cuore del consumatore per la freschezza e la naturale eleganza dei suoi vini. Sauvignon Blanc, Pinot Grigio, Cabernet Sauvignon e Merlot sono solo alcuni degli ambasciatori del marchio.

La presenza dell'azienda in Toscana si concretizza invece nel nome Sant'Ilario, marchio che esprime diverse anime della regione: il Chianti Classico, terra di Sangiovese, e la Maremma, severa e suggestiva, affacciata sul Mar Tirreno. Un lavoro di altissimo profilo in due meravigliose tenute fa emergere tra gli altri il Chianti, il Chianti Classico e il Vermentino. Più recentemente è nato Elumé, rosato di Maremma, che conquista con il suo sorso estivo e leggero.

Masseria Settearchi dà il nome ai vini prodotti nella tenuta salentina: antichi e contemporanei, espressione di armonia mediterranea che si sprigiona da 130 ettari di vite. Primitivo e Negroamaro sono i varietali più conosciuti e apprezzati, ma anche i bianchi hanno trovato un loro stile riconoscibile.

Ricchezza sensoriale: questo è quello che viene in mente pensando alla Sicilia e ai suoi vini. La tenuta di famiglia si trova nella zona di Butera, là dove matura il Nero d'Avola migliore dell'isola. Feudo del Principe è un marchio che esprime un tratto di sicilianità ben preciso, grazie al Nero d'Avola, al Syrah, al Grillo e all'Insolia.

Casa Vinicola Zonin S.p.A., Via Borgolecco 9 36053 Gambellara (Vi)

Fare formazione nel dopo emergenza

Nei mesi di lockdown gli italiani si sono trovati davanti a uno schermo per comunicare, studiare, distrarsi e, come mai in passato, per lavorare. Ecco una panoramica nazionale e come si posizione CRAI in rapporto a essa

Sin dallo scoppio dell'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19 l'Italia ha cercato soluzioni e modi per superare gli ostacoli. In questo contesto la formazione, a detta di molti articoli e indagini, ha ricoperto ancora una volta un ruolo importante, nonostante le difficoltà e le necessità di riprogrammare tempi, modi e contenuti.

LA FORMAZIONE DURANTE IL CONFINAMENTO

Al riguardo sono state condotte diverse indagini da più testate giornalistiche (Il Sole 24 Ore, Corriere della Sera, Avvenire, fra le altre) e da enti di ricerca quali ISTAT, ASFOR, **InfoJobs**. Quest'ultimo, in particolare, su **un campione di 3000 intervistati tra aziende e dipendenti**, ha riportato i seguenti dati: il 52% delle aziende contattate ha dichiarato di avere offerto ai propri dipendenti corsi online, apprezzati dalla maggioranza di essi (66%).

CRAI risulta essere in linea con questa fotografia, poiché già dal 2019 ha stretto una collaborazione con The European House-Ambrosetti, sottoscrivendo un servizio di abbonamento per poter usufruire di "pillole formative", in presenza oppure online, su argomenti di varia natura. Quest'anno, in particolare durante il lockdown, soprattutto per la sede nazionale che non ha punti di vendita diretti, la frequenza e i collegamenti per i "webinar" (seminari tramite web) sono stati quasi giornalieri.

Riguardo alle modalità di erogazione durante l'emergenza, i dati di InfoJobs dicono che il 48% delle aziende afferma di aver **trasformato i corsi già previsti in forma online**, dimostrando una pronta capacità di adeguamento alle necessità contingenti, mentre il 20% aveva già consolidato un proprio sistema di e-learning prima della pandemia. Il 16% delle aziende ha, invece, attivato ex

AL FIANCO DEL MERCATO E DELLA DISTRIBUZIONE

Da oltre 30 anni, Santex è l'unica azienda in Italia totalmente focalizzata sulla produzione di dispositivi per incontinenza

Santex nasce a Sarego (Vi) nel 1961 come azienda per la produzione di medicazione tradizionale da un'idea di Alberto Santurro. "Nel 1988 abbiamo acquistato la prima linea produttiva di ausili per incontinenza e da allora ci siamo ingranditi sempre più – raccontano dall'azienda –. **Oggi possiamo contare su 13 linee produttive con una produzione giornaliera di 1,2 milioni di ausili assorbenti.** I dispositivi vengono poi immagazzinati all'interno del nostro magazzino, completamente automatizzato, inaugurato due anni fa e che può ospitare fino a 18.000 unità pallet. Potendo seguire internamente tutto il ciclo produttivo, dall'arrivo delle materie prime fino al confezionamento del prodotto e immagazzinamento, **assicuriamo i più alti livelli di qualità grazie alle rigide norme di controllo interne".**

Santex ha in organico più di 400 dipendenti, con due sedi produttive a Sarego e Meledo, in provincia di Vicenza, e l'headquarter a Milano. L'azienda sviluppa un giro d'affari di oltre 80 milioni di euro, con una crescita del 27% negli ultimi quattro anni. **Le business unit sono due: l'incontinenza e la medicazione tradizionale e chirurgica.** "Teniamo molto sia alla nostra italianità sia al fatto che tutti i dispositivi vengono prodotti sul territorio nazionale, per garantire la miglior qualità – sottolineano da Santex –. Possiamo vantare alcune tra le più importanti certificazioni sia a livello produttivo sia a livello ambientale. Tra queste troviamo: Certificato CE, UNI EN ISO 9001, UNI ISO 45001:2018, LCA – Life Cycle Assessment, EPD – Environmental Product Declaration, FSC".

MOLTO PIÙ DI UN PARTNER

Al fianco del Sistema Sanitario Nazionale da quasi 60 anni,

DOVE SIAMO

Via San Giovanni sul Muro 1, 20131 Milano

patrizia.faravelli@santex.it

www.santex-care.com

+39 3404778113

Santex è riuscita a coniugare l'esperienza maturata sul campo all'utilizzo di tecnologie che le hanno permesso di creare ausili assorbenti sempre più rispondenti alle esigenze dei consumatori. Oltre ai tre brand **Egosan** (marchio storico di Santex nato per il canale istituzionale e poi ampliato alla Gdo), **Regenera** (in esclusiva al canale farmacia) e **Esily** (la proposta entry level), Santex è partner di diversi player nazionali e internazionali per le linee private label. "Essere il produttore della Mdd di un'insegna non significa essere un semplice fornitore, bensì un partner della distribuzione nella gestione della categoria – sostengono da Santex –. **Il nostro ruolo è quello di supportare il distributore, proponendo le referenze maggiormente alto rotanti e le novità in termini di prodotto e tecnologia,** che sviluppiamo grazie agli ingenti investimenti in Ricerca & Sviluppo, al monitoraggio continuo del mercato, alla conoscenza dei bisogni del consumatore e dello shopper, in costante evoluzione".

L'ALLEANZA CON CRAI

Santex produce la Mdd CRAI della categoria incontinenza. Le referenze dedicate all'incontinenza pesante sono: **Pannoloni mutandina in due taglie (M e L), pannolone rettangolare, traversa 60x90 cm.** Dallo scorso anno, sono state introdotte anche **tre referenze di incontinenza leggera:** Mini, Extra e Super.

novo opportunità su competenze hard e soft, per permettere ai dipendenti di investire sulla formazione nonostante la situazione del Paese. Chi non ha proposto corsi per il personale (48% delle aziende intervistate) imputa la causa alla chiusura forzata per l'emergenza in corso (32,5%), al prediligere il **contatto di persona** della formazione tradizionale (25,6%), oppure alla mancanza di politiche di formazione aziendale (21%).

Quest'anno, in particolare durante il lockdown, la frequenza e i collegamenti per i "webinar" sono stati quasi giornalieri

CRAI non rientra perfettamente in quest'ultimo scenario in quanto durante il confinamento **i punti vendita della rete hanno lavorato ininterrottamente**, mentre anche con la riapertura non avrebbe avuto occasione e modo per poter spingere la formazione. A settembre e ottobre era prevista la formazione in presenza, forma privilegiata nel sistema CRAI, almeno per alcune tipologie di attività più legate alla esperienza pratica; per altre attività, invece, è stata e sarà proposta di nuovo la formazione online, soprattutto per corsi incentrati su competenze più trasversali.

SCENARI FUTURI

In occasione dell'indagine di InfoJobs sui trend del mercato del lavoro 2020, condotta a gennaio, il 27% delle aziende ha affermato che il lockdown ha favorito la formazione continua e "tailor-made", creando **nuove figure professionali specifiche** che forse non esistono sul mercato e che possono essere formate solo "on the job". Questo aspetto viene ulteriormente confermato dalle imprese come fondamentale anche post Covid-19, perché il **focus della formazione futura sarà soprattutto sul "reskilling"** (20%), cioè la riqualificazione del personale finalizzata ad adattare le risorse interne alle diverse attività e necessità di business. **Anche CRAI, sensibile a questa area, nel prossimo futuro rimodulerà i propri piani formativi** orientandosi verso attività digitalizzate. Tale prospettiva potrà permettere di accompagnare, monitorare e accrescere figure formate in presenza, ma che potrebbero aggiornarsi continuativamente su alcune tematiche in evoluzione e di interesse.
Dalla stessa indagine è risultato che tra i dipendenti, rispetto alle aziende, il 54% preferisce operare in presenza, in virtù di fattori quali il confronto con gli altri (12,8%), il contatto umano (16%) e l'efficacia (15,6%).

CRAI rimodulerà i piani formativi orientandosi verso attività digitalizzate

Per quanto riguarda la formazione post emergenza, alle aziende **i lavoratori chiedono innanzitutto un piano personalizzato** per un percorso di crescita professionale (56%), un potenziamento di investimenti (21%), ma anche la possibilità di essere coinvolti attivamente nella scelta (13,3%).
Un altro dato importante emerso racconta che **il 63% delle aziende ha dichiarato di voler continuare a investire in formazione**, mentre il 23,3% che è pronto a dare ancora più spazio al miglioramento delle competenze interne, vedendo in esse un valore determinante per il business.
Si può concludere che se da un lato l'emergenza ha impattato sulle modalità di fruizione della formazione, dando una forte spinta all'adozione dell'online, dall'altro ne ha confermato l'importanza, posizionando di fatto la formazione come un asset vincente per la ripartenza.

LINES SETA® ultra

SCOPRI IL NUOVO LINES SETA ULTRA

Effetto InstantDry

Assorbe i liquidi in un istante per un asciutto IMBATTIBILE SULLA PELLE

- CUORE LINES SUPER ASSORBENTE
- CON MOLECOLA ATTIVA N·3® ZERO ODORI
- IPOALLERGENICO
- FILTRANTE SETA CON FORI A IMBUTO

Scopri tutte le novità su **www.lines.it**

Back to school 2020

Le insegne Drug del gruppo CRAI al fianco degli studenti e delle loro famiglie con il nuovo concorso "Viva la scuola!"

Settembre 2020 è stato segnato da un **ritorno a scuola fra entusiasmi e qualche incertezza**, ma con tanta voglia di ricominciare a imparare e confrontarsi. Il Gruppo sostiene da sempre i giovani con iniziative che vedono l'educazione al centro, come con questo concorso, attivo per tutto il mese di settembre.
Era in palio il necessario per un grande ritorno sui banchi, dopo mesi difficili di didattica a distanza, per essere vicini alle esigenze concrete delle famiglie.

OGNI ACQUISTO È UNA CHANCE

Per partecipare i clienti potevano contare su oltre 900 punti vendita **Caddy's, Caddy's Maxistore, IperSoap, Pilato, Proshop, Risparmio Casa, Saponi & Profumi, Shuki, Smoll,** dal 1° al 30 settembre.

Prevedere premi utili per la didattica a distanza è stato un modo per essere vicini alle esigenze concrete delle famiglie

È stato sufficiente effettuare una **spesa minima di 15 euro** con almeno **un prodotto dei brand sponsor** (nello stesso scontrino, multipli esclusi), conservare la ricevuta e collegarsi al sito web dedicato **www.wlascuola.it** inserendo i propri dati e le informazioni sull'acquisto. Il sito in automatico indicava le **vincite immediate a estrazione casuale** di buoni spesa e memorizzava i partecipanti che si erano registrati correttamente per ammetterli all'**estrazione finale**. Anche se il proprio scontrino risultava perdente all'assegnazione istantanea dei premi, si poteva tentare la fortuna successivamente con un nuovo scontrino.
Tutte le vincite e le modalità di ritiro e di utilizzo dei buoni sono state comunicate via mail.

ITALPIZZA

26X38
DIVIDILA CON CHI VUOI !

26X38
26X38
26X38
26X38
26X38
26X38
26X38
26X38

GRANDI SPONSOR

Con i prodotti di questi noti marchi, affidabili e di frequente utilizzo, partecipare al concorso è stato ancora più semplice: Ace, Fairy, Gilette, Johnsons, Pampers, Sensodyne, Sunsilk e Veet.

PREMI AL SERVIZIO DELL'ISTRUZIONE

Le estrazioni in **modalità "instant win"** hanno assegnato ben **500 buoni spesa** da 15 o 25 euro, da spendere nel proprio negozio Drug di fiducia, lo stesso dove è stata effettuata la spesa vincente, entro il 31 gennaio 2021.

Con la modalità "instant win" sono stati assegnati ben 500 buoni spesa da 15 o 25 euro da spendere nei negozi Drug

I superpremi finali saranno assegnati con estrazione entro il 30 novembre 2020. Si tratta di **10 kit "Dotazione scuola"** composti da computer, cuffie e stampante, per un ritorno alla didattica e alla scuola ancora più entusiasmante.

GLI OBIETTIVI

Questa semplice e coinvolgente iniziativa ha voluto comunicare al pubblico quanto i negozi Drug del gruppo CRAI siano sempre vicini alle esigenze dei propri clienti, soprattutto in un periodo di difficile "ritorno alla normalità". Si è voluto anche rafforzare l'identità distintiva delle singole insegne Drug e del Gruppo.

COMUNICAZIONE

Il concorso è stato supportato da un'**ampia operazione di comunicazione**, a partire dalla **campagna TV** sulle **reti Mediaset** (Canale 5, Italia 1, La 5, Mediaset Extra, Top Crime, Canale 20) con un messaggio promozionale caratterizzato da tre soggetti diversi, in onda dal 6 al 19 settembre.
Inoltre, attraverso le insegne Drug partecipanti, è stata predisposta anche una **comunicazione dedicata sia online sia in store**, grazie all'esposizione di locandine, evidenziatori da scaffale e volantini. Le **radio in store** delle diverse insegne hanno trasmesso per tutto il periodo un soggetto dedicato al concorso e personalizzato per ciascuna delle insegne.

GORGONZOLA
Gelmini
Buono. Da sempre.

IL GORGONZOLA SECONDO GELMINI

Tradizione e qualità sono i punti saldi dell'azienda che da tre generazioni porta avanti l'amore per questo formaggio

Gelmini nasce nei primi del '900 come azienda trasformatrice di latte, ma, con il passare degli anni e delle generazioni della famiglia Gelmini, si specializza nella produzione di gorgonzola. Oggi alla guida ci sono Marco e Chiara Gelmini, l'azienda conta 40 dipendenti e ha un giro d'affari di 15 milioni di euro. Il core business è il gorgonzola in tutte le sue forme: dolce, piccante e biologico.

"Lavoriamo circa 750 quintali di latte al giorno – spiegano da Gelmini – e produciamo circa 200.000 forme di gorgonzola. **Siamo i più grandi trasformatori italiani a livello artigianale: la manualità e l'esperienza dei casari sono fondamentali per la qualità del gorgonzola.** Lavoriamo il latte in vasche polivalenti e raccogliamo ancora la cagliata a mano per poi inserirla negli appositi stampi per il gorgonzola. Il formaggio poi segue il suo processo di stagionatura classico, con sosta nei camerini (le celle calde) e un periodo di 40/60 giorni nelle celle fredde. La vita minima del gorgonzola per il disciplinare di produzione, essendo una Dop, è 50 giorni per la tipologia dolce e 80 giorni per quella piccante. Successivamente, il prodotto viene tagliato e confezionato secondo le richieste dei clienti: dal banco taglio (mezza forma e ottavo) al libero servizio (pezzature più piccole, dai 180 ai 300 grammi). **Proprio per il libero servizio abbiamo una linea di confezionamento con lama a ultrasuoni che permette una maggiore igiene nell'operazione, ma anche un taglio più preciso.** La linea, inoltre, ci consente di utilizzare anche forme di gorgonzola più cremose, in modo da poter inserire anche in questa tipologia di confezionamento un prodotto più gustoso al palato".

DOVE SIAMO

Via Papa Giovanni XXIII 15, 20080 Besate (Mi)
info@caseificio-gelmini.it
www.caseificio-gelmini.it
☎+39 02 9050924

Il marchio Cinque Stelle è il top della gamma Gelmini: in questa linea l'attenzione all'artigianalità e alla stagionatura esaltano il particolare equilibrio tra gusto e cremosità. Il risultato è un gorgonzola premium confezionato in pezzature classiche e linee di preconfezionati sia a peso fisso che variabile. Oltre che in Italia, l'azienda è presente sui principali mercati internazionali: Svizzera, Germania, Francia e Spagna in Europa, ma anche Stati Uniti e Far East.

"Siamo leader nei settori delle gastronomie e dei banchi taglio della Gdo che vogliono dar risalto a un prodotto eccellente e alla portata di ogni consumatore – sottolineano da Gelmini –. Il nostro gorgonzola è riconosciuto per le sue qualità e per la cremosità. È per queste ragioni che CRAI ci ha scelto anche per il gorgonzola dolce preconfezionato da 200 g: un formato tipico da libero servizio in cui riusciamo a donare quel gusto e quella morbidezza che di solito si trovano solamente nel banco taglio".

L'ALLEANZA CON CRAI

Per CRAI **Gelmini produce tutta la linea dei prodotti a marchio Piaceri Italiani**, sia quelli per il banco taglio che per il libero servizio: gorgonzola dolce, piccante e il tronchetto gorgonzola con mascarpone.

Vi presentiamo la famiglia e-commerce

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

La famiglia e-commerce CRAI è un importante presidio per il Gruppo, che può così fornire un servizio ormai essenziale per molti consumatori, adeguandosi ai tempi con grande professionalità e senza tradire i valori fondanti dell'insegna.
A pochi minuti dal mare, alle porte di Siracusa, CRAI EuroMarket s.r.l, con un forte sostegno da parte del cedi New Fdm, ha fatto fronte alla pandemia aderendo al servizio di spesa online per essere più vicino ai propri clienti nelle settimane difficili del confinamento domestico.

Andrea Pisasale, titolare del pdv Euromarket Srl di Belvedere (Sr)

I PROTAGONISTI › CRAI EUROMARKET SIRACUSA

Presentati brevemente: chi sei, cosa fai?
Sono Andrea Pisasale. È da tre generazioni che la mia famiglia si occupa del nostro punto vendita.
Dov'è situato il vostro punto vendita?
La sede storica, inaugurata nel 1979, si trova a Belvedere, una frazione che dista soltanto 5 km dalla splendida città di Siracusa.
Perché avete deciso di aderire a CRAI Spesa Online?
Questa decisione è stata

ACQUA FIUGGI ON-THE-GO

È importante prendersi cura della propria salute, giorno dopo giorno. Ora puoi farlo ovunque tu sia.

Naturalmente buona e benefica Acqua Fiuggi grazie alla sua composizione, stimola la diuresi e purifica il tuo organismo. Provala nel nuovo formato riciclabile da 0,33L.

- Confezione riciclabile a prevalenza carta
- Carta certificata FsC
- Oltre il 70% dei materiali da fonti rinnovabili

consigliata da
UROP
UROLOGI OSPEDALITÀ GESTIONE PRIVATA

acquafiuggi.com

NEW LT. 0,33

BONSUCRO CERTIFIED SUSTAINABLE SUGARCANE
FSC FORESTS FOR ALL FOREVER

dettata da due ragioni: la prima è essenzialmente legata alla esigenza sempre più avvertita dal nostro punto vendita di adattarci alle linee guida dell'insegna CRAI che giustamente da qualche tempo a questa parte ha deciso di investire risorse ed energie nel progetto della spesa online.
La seconda ragione dipende, invece, dalla consapevolezza, acquisita durante le nostre azioni di monitoraggio delle esigenze della clientela, che soltanto attraverso un sempre più puntuale e completo servizio da offrire il punto vendita può realmente crescere.
Abbiamo percepito che i tempi erano ormai maturi per tenere a battesimo un progetto che solo qualche anno addietro sembrava futuristico, mentre oggi è divenuto di vitale importanza soprattutto durante il periodo del lockdown. Per poter soddisfare la nostra clientela, che durante il periodo di picco di Covid-19 non poteva recarsi al supermercato anche per semplice paura, abbiamo attivato in una prima fase un semplice servizio di consegna a domicilio. Dato l'apprezzamento riscontrato, di lì a breve abbiamo aderito al servizio CRAI Spesa Online.

Quali risultati avete ottenuto grazie a CRAI Spesa Online?
I risultati ovviamente sono andati oltre le più rosee aspettative. A fronte di un elevato numero di richieste durante il periodo del lockdown, ancora oggi proseguono le richieste di spesa online. In pratica buona parte della clientela CRAI si è affezionata a questa modalità di spesa e continua ad acquistare così.
Il punto vendita ha avuto una ottima visibilità in città, essendo stato il primo ad avere attivato il servizio.

Siete soddisfatti? E perché?
Siamo quindi molto soddisfatti per aver centrato un bisogno molto avvertito tra la nostra clientela. Ogni nostra azione è finalizzata a innalzare la qualità dell'esperienza d'acquisto "in store", ed essendo riusciti a venire incontro ai nostri clienti anche attraverso questo progetto, siamo ancora più soddisfatti.

COSA ASPETTI?

- Concorso -

Vinci con

parodontax

ACQUISTA
2 prodotti Parodontax
di cui un dentifricio

INVIA
un messaggio Whatsapp
con la foto dello scontrino
o **un SMS** con i dati
di acquisto al numero
320.20.42.318
dalle ore 9 alle 21

SCOPRI SUBITO
se hai vinto

OGNI ORA
IN PALIO FINO A
100€
IN BUONI SPESA*

Concorso a premi valido dal 05/10/2020 al 29/11/2020. Montepremi pari ad Euro 12.120 IVA esente. Regolamento completo su www.oradivincere.it. Conserva lo scontrino in originale.

*Ogni ora - dalle 9 alle 21 - puoi vincere un buono spesa tra quelli in palio da 10€, 20€, 50€ o 100€ (in particolare vengono messi in palio complessivamente n.30 buoni da 100€, n.50 da 50€, n.70 da 20€, n.522 da 10€).

Marchi di GSK o sue licenzianti. © 2020 GSK o sue licenzianti.
PM-IT-PAD-20-00036.

Fratelli Ibba, eccellenza italiana

Il Cedi, socio storico del gruppo CRAI, è stato premiato da Deloitte per il terzo anno consecutivo fra le "Best Managed Companies"

Per il terzo anno consecutivo l'edizione italiana del **prestigioso riconoscimento internazionale Deloitte Private** dedicato alle Best Managed Companies ha premiato Fratelli Ibba Srl. La società, guidata dal **Presidente di CRAI Cooperativa Giangiacomo Ibba**, ha dimostrato di aver raggiunto livelli di eccellenza in vari ambiti metodologici, considerati determinanti dalla giuria indipendente composta da esperti del mondo istituzionale, accademico e imprenditoriale italiano. Per questo Deloitte ha deciso di includerla tra le 59 migliori realtà in territorio nazionale vincitrici di questo premio.

IL SUCCESSO 2020

La terza edizione ha visto premiate **59 aziende** che si sono distinte nell'ambito di **6 *pillar***, fattori fondamentali per essere considerati un'azienda gestita al meglio del suo potenziale: **strategia, competenze e innovazione, CSR (responsabilità sociale d'impresa), impegno e cultura aziendale, governance e misurazione delle performance, internazionalizzazione.** Tutte qualità che noti esponenti della

UN PREMIO DI LIVELLO INTERNAZIONALE

Nato nel 1993 in Canada, è cresciuto anno dopo anno, coinvolgendo sempre più aziende partecipanti e Paesi promotori. Nel 2018 l'iniziativa è stata istituita anche da Deloitte Italia. Qui il premio è sostenuto da **ALTIS-Università Cattolica, ELITE** – il programma del **London Stock Exchange Group** che supporta lo sviluppo e la crescita delle imprese ad alto potenziale – e da **Confindustria**, ed è destinato ad appoggiare e premiare le aziende italiane che spiccano nel panorama nazionale per capacità organizzativa, strategia e performance.

Citrosil
Home Protection

La disinfezione incontra il profumo

Elimina fino al 99,99% dei batteri lasciando un piacevole profumo

PRESIDIO MEDICO CHIRURGICO
Leggere attentamente le avvertenze
Autorizzazione del 18/03/2019

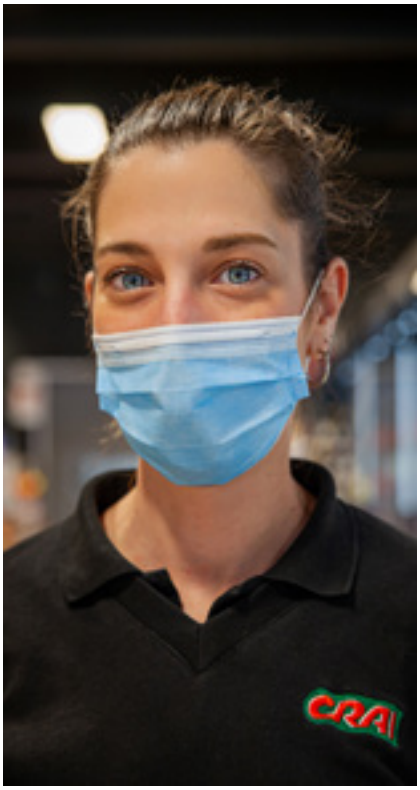
business community italiana, del mondo accademico e istituzionale, quali la dottoressa Francesca Brunori, l'ingegnere Maurizio Costa e il professore Lorenzo Ornaghi, hanno rilevato anche nella società **Fratelli Ibba** che, a pieno diritto e **unica tra le aziende sarde**, si può fregiare per la terza volta dell'esclusivo marchio **Best Managed Company** (BMC), sinonimo di solidità ed eccellenza che può competere oltreconfine.

UN FIORE ALL'OCCHIELLO DEL GRUPPO

Fratelli Ibba è un'azienda storica del Gruppo CRAI e rappresenta in modo esemplare la realizzazione di una strategia perseguita a livello nazionale. Opera in Sardegna e nel Lazio con una rete di **oltre 300 negozi**, con punti vendita a **insegna CRAI** suddivisi in tre formati: l'ultra prossimità con i negozi Cuor di CRAI fino a 250 mq, i supermercati CRAI da 300 a 800 mq e il format più grande, oltre 800 mq, denominato CRAI Extra. Oltre ai negozi e supermercati alimentari, è protagonista anche nel canale cash & carry con quattro strutture a **insegna Centrocash.** Attiva anche nell'**e-commerce** attraverso i punti vendita aderenti al servizio CRAI Spesa Online, è oggi un'azienda multicanale a tutti gli effetti. Fratelli Ibba da sempre ha attuato una politica commerciale volta a valorizzare in modo efficace il proprio territorio, in sinergia con i produttori locali, tenendo in considerazione allo stesso tempo tradizione e sviluppo economico e sociale della comunità.

COSA DICONO I PROTAGONISTI

Giangiacomo Ibba, Presidente di CRAI Cooperativa e di Fratelli Ibba s.r.l., ha dichiarato: "*Siamo orgogliosi di aver ricevuto questo prestigioso riconoscimento per la terza volta. Siamo sempre più convinti che il percorso intrapreso verso una crescita aziendale basata sui valori di eccellenza e qualità, che CRAI esprime, e fortemente incentrata sulle comunità locali, è la via giusta. Il mio ringraziamento va a tutte le persone che, con passione e dedizione, lavorano ogni giorno in Fratelli Ibba e al grande supporto che riceviamo dalla Centrale CRAI*".



PIZZE E FOCACCE IN TUTTE LE DECLINAZIONI

La Pizza +1 è costantemente impegnata per garantire l'eccellenza: dalla selezione dei fornitori alle tecniche di produzione, fino al confezionamento, per garantire un prodotto fragrante più a lungo

Unire la bontà e la cura del prodotto da forno di filiera corta lavorato artigianalmente alla sua diffusione su larga scala: è con questo intento che nel 1996 è stata fondata La Pizza+1, a Gariga, in provincia di Piacenza. Oggi l'azienda sviluppa un giro d'affari di oltre 25 milioni di euro e può contare sul lavoro di 150 dipendenti nel rinnovato sito produttivo di 14.322 metri quadri, che quotidianamente sforna pizze e focacce fresche di ogni tipo. "Il nostro obiettivo – affermano da La Pizza +1 – è quello di stabilire procedure certe e controllate per assicurare un miglioramento continuo del prodotto, nella massima soddisfazione del cliente. Questo perché **ci teniamo a riprodurre le nostre specialità con lo stile e la cura del piccolo artigiano, senza mai perdere di mira la continua innovazione:** a partire dallo studio e dalla conoscenza delle materie prime e degli impasti, spesso anticipando le esigenze di mercato. Un esempio? la nostra focaccia è vegana. È solo grazie alla costanza, all'impegno e alla passione per il nostro lavoro se ancora oggi, pizza dopo pizza, siamo ancora su questa strada".

La Pizza +1 è in grado di offrire una vasta gamma di prodotti: pizze, focacce, crostini, focaccia genovese croccante; dai formati 60x40 (2.200 g) ai formati monoporzione con grammature inferiori a quelle già presenti nell'assortimento 'pre-Covid' (80 g, 70 g, 50 g). "**Le focacce monoporzione che proponiamo con il marchio CRAI sono un'ottima soluzione:** pratiche, igieniche e sigillate singolarmente; garantiscono la massima sicurezza ed evitano la contaminazione derivante dalla manipolazione e dal contatto con le superfici. In generale, **la nostra pizza nasce solo in condizioni ambientali perfette: l'ambiente è controllato in modo costante,** l'aria viene filtrata con un sistema che garantisce la sua purezza e l'assenza di insetti volatori; il prodotto viene lavorato con una tecnologia che non danneggia la struttura della pasta, per ottenere pizze e focacce soffici e digeribili. Infine, il confezionamento di tutti i prodotti avviene in atmosfera protettiva, così rimane fresco, senza bisogno di conservanti o altri additivi chimici".

DOVE SIAMO

Via Galileo Galilei, 11/13 – 29027 Gariga di Podenzano (Pc)

commerciale@lapizzapiuuno.it

www.lapizzapiuuno.it

ASSORTIMENTO COMPLETO

Oltre alle linee private label, La Pizza +1 propone al mercato una serie di marchi: **la Pinsa**; l'autentica focaccia genovese croccante de **'Il Borgo'** (realizzata secondo l'antica ricetta e la migliore tradizione ligure nel laboratorio artigianale di proprietà a Campo Ligure (Ge)); la linea di focacce e pizze '**Forno Ludovico'**; la linea **'Pasta per pizza'**, con l'esclusivo lievito LPZ+1 studiato e brevettato in azienda; le focacce e le pizze **'Tostami'**, sfiziose e naturali, per chi vuole uno spuntino rapido; **'Pizza Time'**, la gamma di prodotti realizzata per la cottura nel forno a microonde.

L'ALLEANZA CON CRAI

Per CRAI La Pizza +1 produce **una serie di referenze confezionate in flowpack:** Focaccia tradizionale con olive 170 g; Focaccia tradizionale con pomodorini 170 g; Focaccia tradizionale 135 g. E a breve è previsto un ampliamento di gamma.

PiùMe: inaugurato il primo negozio

CRAI festeggia il nuovo traguardo del marchio del consorzio Promotre 2.0. È partito da Torino il format innovativo che punta a diventare player di riferimento del canale Drug a livello nazionale

PiùMe

COCCOLE PER TE E LA TUA CASA

Era il 2019 quando il **Consorzio Promotre**, realtà più che ventennale nel panorama Drug italiano, è evoluto in Promotre 2.0, dando avvio a un progetto di unificazione delle proprie insegne IperSoap, Saponi&Profumi, Smoll e Shuki in una unica: PiùMe.

Format innovativo che punta a diventare player di riferimento del canale Drug a livello nazionale

Con questa operazione si persegue l'obiettivo di presidiare il canale Drug con una distribuzione omnichannel. Fin da subito è stata avviata l'**attività di e-commerce** tramite il sito www.piumeshoponline.com, mentre dall'estate sono partite la conversione della rete dei punti vendita fisici e l'espansione della nuova insegna sull'intero territorio italiano.

LA PRIMA APERTURA

Il primo punto vendita che espone la **nuova insegna PiùMe** è stato inaugurato a **Torino** il 9 luglio in Via Rieti 30/D, all'angolo con Via Vandalino. Si trova in una zona residenziale a ovest del centro e vanta una superficie di circa 200 mq.
La finalità del format, da declinare in ogni suo negozio, è di rendere la spesa confortevole, facile e conveniente.
L'assortimento prevede il 65% di articoli dedicati alla persona e il 35% di articoli dedicati alla casa; i prodotti trattati sono orientati a soddisfare i bisogni dei clienti in termini di **bellezza, pulizia e benessere**, senza mai perdere di vista la **convenienza**. Il tutto è pensato, inoltre, nella salvaguardia e nel totale rispetto dell'ambiente, un valore importante per il Consorzio. All'evento presso il capoluogo piemontese sono ben presto seguite le aperture di altri due negozi: uno a Cesena e uno a Sestu (CA).

UN PROGETTO IN ESPANSIONE

Questo importante traguardo è stato raggiunto anche grazie

alla **costituzione di una newco, Sviluppo Sud s.r.l.**, che avrà lo scopo di completare la distribuzione su tutto il territorio nazionale, saturando i territori del Centro-Sud Italia e stringendo accordi per condividere know-how, investimenti, politiche commerciali e politiche di relazione industriale della nuova insegna PiùMe.

L'assortimento prevede il 65% di articoli dedicati alla persona e il 35% di articoli dedicati alla casa

Sviluppo Sud è stata fondata coinvolgendo nel Consorzio Promotre due società già Consorziate CRAI: **Ingromarket e Regina**. Ingromarket s.r.l. è una realtà fortemente radicata nel Mezzogiorno con sede a Pastorano (CE) e guidata da Giuseppe De Martino.

L'obiettivo è completare la distribuzione su tutto il territorio nazionale, saturando i territori del Centro-Sud Italia

La società porta in dote un Cedi di oltre 15.000 mq di superficie commerciale, con un fatturato di oltre 50 milioni di euro e con una diversificazione del business che la vede gestire, attraverso la società Demar Shop, una catena di 16 punti vendita di proprietà a marchio Shuki (in Campania) nell'attività di commercio al dettaglio di prodotti per la cura

L'ENTUSIASMO DEL GRUPPO

"*Il nuovo progetto del Consorzio Promotre* – dichiara **Marco Bordoli, Amministratore Delegato di CRAI Secom S.p.A.** – *rappresenta in modo concreto la brillante visione imprenditoriale di alcuni poli Drug and Food facenti parte della Centrale CRAI Secom, ed è la testimonianza delle capacità di chi è alla guida di tali gruppi di fare sistema e mettere a fattor comune le sinergie reciproche*".

della persona e della casa, con un fatturato alle casse di oltre 10 milioni di euro.
HRG Regina s.r.l. ha sede legale a Roma, in Via Nizza 152.
È la holding che controlla società attive nella distribuzione organizzata con **140 punti vendita** affiliati nel segmento retail a insegna CRAI, di cui 6 di proprietà e 7 cash & carry con insegna Elefante C&C, che può contare su oltre 210.000 clienti attivi e oltre 18.000 referenze trattate. HRG attraverso le controllate copre commercialmente tre regioni con oltre 68.000 mq di negozi vendita (di cui oltre 30.000 mq dei cash & carry) e sviluppa un fatturato alle casse di oltre 180 milioni (2019) con un tasso annuo di crescita composto degli ultimi 10 anni che supera il 20%.

LA CARTA D'IDENTITÀ DEL PRIMO PUNTO VENDITA CON INSEGNA PIÙME

GENERAL SRL SUCC.TORINO-RIETI

Indirizzo
Via Rieti 30/D,
Torino (TO)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
General S.r.l.

Ubicazione pv
Quartiere periferico

Tipologia pv
PiùMe

186	4	2

LEGENDA Superficie mq pv Addetti Casse

NOVITÀ!

CHANTECLAIR

Vert

Efficacia & Rispetto

LA GIUSTA DOSE PER UN BUCATO PERFETTO

Per un bucato impeccabile fin dalle basse temperature prova le nuove **Monodosi per Lavatrice Vert di Chanteclair** che nascono dalla perfetta unione tra **Efficacia e Rispetto**, per te e l'ambiente. La loro formula concentrata, creata con il 100% di tensioattivi di origine vegetale, è ipoallergenica e metal tested per essere delicata sulla tua pelle. Ogni dose racchiude la giusta quantità di ecodetergente per prenderti cura dei tuoi capi in modo pratico e veloce, senza spreco di prodotto e di acqua. Disponibili in due varianti: classica al profumo di **Eucalipto** e **Igienizzante** con Bicarbonato.

vertdichanteclair.it - seguici su

Novità in casa CRAI

1

1 GASTRÒ SRLS

Indirizzo
Via Delle Nazioni 117/119,
Lamezia Terme (CZ)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Regina

Ubicazione pv
Quartiere periferico

Tipologia pv
Cuor di Crai

90	1	10

2

2 ECCELLENZE CALABRESI SRLS

Indirizzo
C.So Garibaldi Snc,
Torretta Di Crucoli (KR)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Regina

Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
Crai

450	2	20

3 2EMME SRL (RAGUSA)

Indirizzo
Via Carducci 182,
Ragusa (RG)

Intervento
Ristrutturazione

Cedi appartenenza
New Fdm

Ubicazione pv
Corso principale

Tipologia pv
Crai

Reparti
Ortofrutta, macelleria, surgelati, secco, gluten free

390	8	2

3

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

PANEANGELI®

Crostata con crema namelaka e castagne

INGREDIENTI:

Per l'impasto:

- 190 g farina
- 30 g **Cacao amaro PANEANGELI**
- 75 g **Zucchero al Velo PANEANGELI**
- 1 uovo intero
- 1 **Vaniglia in Bacca PANEANGELI**
- 125 g burro freddo di frigorifero
- mezza bustina di **LIEVITO PANE DEGLI ANGELI**

Per la crema:

- 6 g **Gelatina in Fogli PANEANGELI**
- 150 ml latte
- 1 **Vaniglia in Bacca PANEANGELI** (la stessa usata per la frolla)
- 250 g cioccolato bianco sciolto
- 300 g panna

Per farcire e decorare:

- 3 cucchiai di crema di castagne
- Decorazioni al gusto cioccolato
- 6 marron glacé

PREPARAZIONE:

1. Per la crema, metti ad ammollare la gelatina in fogli in acqua fredda per 10 minuti.
2. Scalda il latte insieme alla bacca di vaniglia e poi aggiungi la gelatina strizzata.
3. Unisci al composto di latte il cioccolato bianco precedentemente fuso, la panna liquida e amalgama il tutto con un mixer ad immersione. Lascia riposare in frigorifero per 12 ore, coprendo con pellicola a contatto.
4. Prepara la frolla, setaccia la farina e il cacao sul piano del tavolo. Al centro del mucchio pratica una buca e aggiungi lo zucchero a velo, i semi della bacca estratti dalla bacca conservata dalla crema, l'uovo, il burro e, per ultimo, il LIEVITO PANE DEGLI ANGELI setacciato. Impasta fino ad ottenere un impasto liscio.
5. Stendi l'impasto in uno stampo quadrato oppure rotondo (diametro di 26 cm) con il fondo unto, formando un bordo alto 2 cm circa.
6. Copri la pasta frolla con un foglio di carta forno bagnata e strizzata, riempila di legumi e cuoci per 30 minuti circa nella parte bassa (media per forno a gas) del forno preriscaldato (elettrico: 180°C, ventilato: 170°C, a gas: 190°C).
7. Lascia raffreddare la base di frolla, sformala delicatamente e distribuisci sul fondo la crema di castagne.
8. Con uno sbattitore elettrico monta leggermente la crema namelaka e, una volta montata, con l'aiuto di una tasca da pasticciere con bocchetta liscia, farcisci la base di frolla.
9. Termina la decorazione della torta con le decorazioni di cioccolato ed i marron glacé.
10. Conserva la torta in frigorifero e consumala entro 24 ore.

CON TAPPO DOSATORE

Il nuovo cacao Paneangeli

Perfetto per tutti coloro che amano fare dolci in casa, da chi impasta a chi decora!

Come ingrediente o come tocco finale per le tue creazioni, il **cacao amaro Paneangeli** ti garantisce gusto e praticità in un solo prodotto.
Grazie all'innovativa confezione con tappo dosatore e alla chiusura salva freschezza, basteranno pochi e facili gesti per setacciare o dosare! Agita bene il tubo prima dell'uso, scorri il tasto centrale per scegliere l'apertura che preferisci e crea il tuo dolce.

4

4 GSG SRL

Indirizzo
Via Noce 6,
Scicli (RG)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Fdm

Ubicazione pv
Area urbana

Tipologia pv
Crai

Reparti
Ortofrutta, macelleria, surgelati, secco, gluten free

330	5	2	25

5

5 S.&S. SRL

Indirizzo
Via Cappuccini 3d,
Taormina (ME)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Fdm

Ubicazione pv
Corso centrale

Tipologia pv
Cuor di Crai

Reparti
Ortofrutta, surgelati, secco

150	6	1	3

6 SM MANAGEMENT SRL

Indirizzo
Via Mineo 30,
Catania (CT)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Fdm

Ubicazione pv
Area urbana

Tipologia pv
Superstore

Reparti
Ortofrutta, gastronomia, macelleria, pescheria, surgelati, secco, gluten free

500	6	4	40

6

casArrigoni
storie di formaggi

LA CASA DEI FORMAGGI

Forte di un'esperienza di quasi 40 anni, CasArrigoni insiste nel continuare a seguire i principi e i valori che da sempre l'hanno contraddistinta nel mercato caseario

CasArrigoni viene fondata nel 1982 a Peghera (Bg) per mano di Tina Arrigoni, il fratello Marco e il marito Alvaro Ravasio. Ad oggi l'azienda casearia conta circa 20 dipendenti e un fatturato annuo di circa 12 milioni di euro; è ubicata in Valtaleggio, a circa 900 metri di altitudine, dove sono collocate sia le cantine di stagionatura sia gli uffici. **CasArrigoni è specializzata nella stagionatura manuale e tradizionale delle specialità locali: formaggi a pasta molle e crosta lavata.** "Il nostro lavoro – spiegano dall'azienda – è altamente artigianale: non sono previsti macchinari in fase di stagionatura, né in quelle di selezione e confezionamento. Selezioniamo personalmente e stagioniamo formaggi ad altissima qualità. **Siamo specializzati nelle lavorazioni manuali e nelle stagionature naturali, in ambienti scavati dentro la montagna e completamente interrati.** Abbiamo recuperato prassi e metodi di lavoro della tradizione riproponendole in modo innovativo, ad esempio prolungando le stagionature oltre il consueto. Siamo inoltre specializzati nelle produzioni biologiche e a latte a crudo. Per queste ragioni oggi possiamo presentarci sul mercato, ancor prima che con una gamma di prodotti unici, con **una filosofia aziendale che dimostra con i fatti l'impegno attento e costante nel far crescere questa impresa sotto un alto profilo qualitativo ed etico**, intessendo relazioni sincere con il territorio che la ospita".

Con il marchio CasArrigoni l'azienda produce un ampio numero di referenze: si va dai formaggi 'unici', che raccontano la storia di questa azienda (Strachitunt Dop, Rosso e Nero Imperiale, Roccolo Divino), ai 'tradizionali' (Rocco Valtaleggio, Taleggio Dop, Gorgonzola Dop, Quartirolo Lombardo Dop stagionato), fino a formaggi freschi come crescenza, stracchino o robiola caprino.

DOVE SIAMO

Fraz. Peghera 575, 24010 Peghera di Taleggio (Bg)
adele.ravasio@casarrigoni.it
www.casarrigoni.it
034547421

LE CERTIFICAZIONI

Poter parlare di qualità significa anche confrontarsi con standard produttivi certificabili e certificati. In questi anni **CasArrigoni si è impegnata per ottenere alcune delle più importanti certificazioni di settore: Brc e IFS Food** per la qualità e sicurezza alimentare, oltre all'affidabilità aziendale; **Bio e Bio Suisse**, che testimoniano il rispetto verso la terra, oltre all'impegno per non compromettere le possibilità delle generazioni future; **Demeter**, certificazione rilasciata dall'omonima associazione alle aziende che, dopo aver ottenuto l'attestazione biologica, dimostrano di seguire e rispettare gli standard produttivi prescritti dall'agricoltura biodinamica; **Nop**, che permette di esportare e commercializzare i prodotti biologici negli Stati Uniti.

L'ALLEANZA CON CRAI

Per Crai CasArrigoni produce due formaggi tipici lombardi prodotti con latte vaccino: **il Taleggio Dop e il Quartirolo Dop.**

7

7 SICILIA SUPERMERCATI SRL (POZZALLO)

Indirizzo
Via Mario Rapisardi 132,
C.Da Scaro Pozzallo (RG)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Fdm

Ubicazione pv
Area urbana

Tipologia pv
Superstore

Reparti
Ortofrutta, gastronomia, macelleria, pescheria, surgelati, secco, gluten free

800	12	5	100

8

8 SICILIA SUPERMERCATI (VITTORIA)

Indirizzo
C.Da Gaspanella 30,
Vittoria (RG)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Fdm

Ubicazione pv
Area urbana

Tipologia pv
Superstore

Reparti
Ortofrutta, gastronomia, macelleria, surgelati, secco, gluten free

400	7	2

9 DREAM FOOD SRL (V.LE M. RAPISARDI)

Indirizzo
Viale Mario Rapisardi,
Catania (CT)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Fdm

Ubicazione pv
Corso centrale

Tipologia pv
Superstore

Reparti
Ortofrutta, gastronomia, macelleria, pescheria, surgelati, secco, gluten free

1000	15	4	50

9

Polpa di cellulosa | Carta | Bio-Plastiche | Biodegradabili | Compostabili | Certificati

Questo prodotto è realizzato in polpa di cellulosa in Europa ed è certificato "Ok Compost".

Il Gruppo DOpla è una realtà italiana leader in Europa, con stabilimenti industriali in Italia, Spagna e Repubblica Ceca e presenza commerciale diretta anche in Francia, Portogallo, Polonia e Regno Unito.

Piacevole_Sicurezza

www.doplagroup.com

1

1 SMOLL ITALIA SRL

Indirizzo
Viale Marconi 444,
Cesena (FC)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Meloni

Ubicazione pv
Quartiere semi centrale

Tipologia pv
PiùMe

230	2	3

2

2 RISPARMIONE DI COLALOVO

Indirizzo
Via della Madonna Alta 49-51,
Perugia (PG)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Meloni

Ubicazione pv
Zona residenziale

Tipologia pv
Beauty Tù

100	2	1

3 QUATTRO SRL

Indirizzo
Via Vittorio Veneto 147,
Sestu (CA)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Quattro srl

Ubicazione pv
Quartiere semi centrale

Tipologia pv
PiùMe

300	3	2

3

100%LA SCELTA NATURALE

Dal 1962 la multinazionale opera nel settore del frozen e fonda la sua mission su valori etici come la sostenibilità ambientale e la trasparenza dei processi produttivi

Naturalità e qualità al servizio del consumatore sono i driver di Frosta, il player del sottozero nato nel 1962 in Germania che ha come core business la produzione di ittici elaborati e naturali. Nel 1989 è stata aperta anche la filiale italiana: "Il nostro obiettivo – racconta **Gianluca Mastrocola, General Manager di Frosta** – è produrre **cibo surgelato di qualità e 100% naturale, proponendo una filiera trasparente e sostenibile.** Ogni giorno ci impegniamo a fare sempre meglio, lanciando packaging sostenibili e definendo nuovi standard industriali volti a una maggiore sostenibilità. Infatti, **siamo convinti che ci sia un modo etico, responsabile e sostenibile di fare business e della necessità di produrre cibo sano e completamente naturale.** Per questo Frosta scende quotidianamente in campo con azioni concrete, per un futuro migliore, attraverso il rispetto e la promozione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, concordati dagli Stati membri delle Nazioni Unite nell'ambito dell'Agenda Globale 2030". Il business della filiale italiana è ripartito tra **l'attività di co-packing e i marchi Frosta, Valle degli Orti, Mare fresco.** L'azienda è attiva anche nel canale Food service, Frosta è la business unit che si occupa della gestione dei marchi, mentre Copack è la divisione addetta allo sviluppo della pl. "In Italia – continua Mastrocola – deteniamo una quota a valore del 2,9% sul totale mercato frozen: nel segmento pesce la share è 3,9% con Frosta, mentre nei vegetali è del 3,2% con La Valle Degli Orti. Se, invece, guardiamo i dati di penetrazione per l'anno 2019, sul pesce con Frosta siamo al 9% (+3% vs 2018), mentre sui vegetali con Valle Degli Orti siamo sul 20% (fonte dati sell out: Iri, H+S+LSP; dati consumer Nielsen)".

AZIONI CONCRETE PER IL PIANETA

Tutto il pescato Frosta **è certificato MSC (Marine Stewardship Council) e ASC (Aquaculture Stewardship Council):** metodi di allevamento e pesca responsabile che tutelano l'ecosistema marino e contrastano la pesca illegale. **Frosta è l'unica società in Italia che può vantare queste certificazioni su tutta la gamma,** frutto di un percorso intrapreso da ormai diversi anni. "Del pesce, sfilettato e surgelato a bordo, in etichetta vi diciamo proprio tutto – sottolineano dall'azienda –: zona di pesca, metodo di produzione, attrezzo di pesca. Usiamo energia verde, non abbiamo serre e nei campi (alcuni di proprietà, altri di agricoltori di fiducia) vicini agli stabilimenti tra la raccolta e il surgelamento dei prodotti passano in media meno di due ore. **Così garantiamo la tutela della biodiversità e il controllo sulla tracciabilità delle coltivazioni, minimizzando al massimo gli sprechi".**

Dal 2012 l'azienda impiega esclusivamente **materie prime certificate FSC per tutti gli imballaggi di carta e cartoncino pieghevole.** Nel 2020 Frosta ha lanciato sul mercato il **primo packaging sostenibile, realizzato a ridotto impatto ambientale e riciclabile nella carta:** una busta a base di carta che, nel freezer, è in grado di conservare al meglio le proprietà, il gusto e la qualità del prodotto finale.

DOVE SIAMO

Via Palestro,1 – 00185 Roma
info@frosta.it
www.frosta.it
+39 06.6871749

L'ALLEANZA CON CRAI

Oggi Frosta produce per CRAI: **Bastoncini di Merluzzo, Bastoncini di Verdure, Cuori di Nasello e Merluzzo al Gratin** a base di pomodoro e basilico.

Drug

4 V-STORE SRL UNIPERSONALE

Indirizzo
Via Trieste e Trento Snc,
Alberobello (BA)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
A&G Vitulano

Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
Risparmio Casa

400	3	2

5 BLAZAK EWA

Indirizzo
Borgo XX Settembre 44,
Appignano (MC)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
Meloni

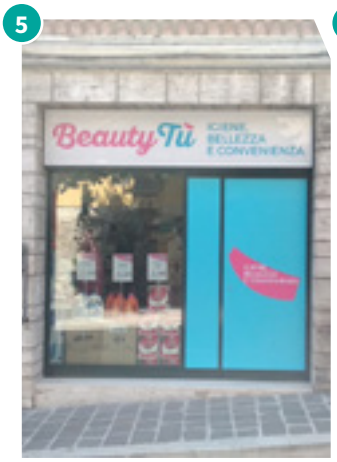
Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
Beauty Tù

100	2	1

4

5



6

7

6 GR COMPANY SRL

Indirizzo
Via A. Manzoni 63,
Grottammare (AP)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Grieco

Ubicazione pv
Quartiere semi centrale

Tipologia pv
Proshop

230	2	1

7 RIFUGIO SRL

Indirizzo
Via Nazionale 87,
Montepaone (CZ)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Grieco

Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
Proshop

205	2	1

e lavoro meno

Baleno

SMACCHIATORE SPRAY A SECCO

LO SMACCHIATORE PIU' USATO PER FESTE, ANNIVERSARI, MATRIMONI, LAUREE, BATTESIMI, COMPLEANNI, ONOMASTICI ED ALTRO.

CSC

MADE IN ITALY

Praticità, convenienza e innovazione.

Via della Meccanica, 1 - 41018 San Cesario S.P. (MO) - Tel. +39 059 7473800 - www.csc-italy.com

8 V-STORE SRL UNIPERSONALE

Indirizzo
Via Roma 238,
Carmiano (LE)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
A&G Vitulano

Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
Risparmio Casa

260	2	2

9 V-STORE SRL UNIPERSONALE

Indirizzo
Via del Basento,
Potenza (PZ)

Intervento
Nuova apertura

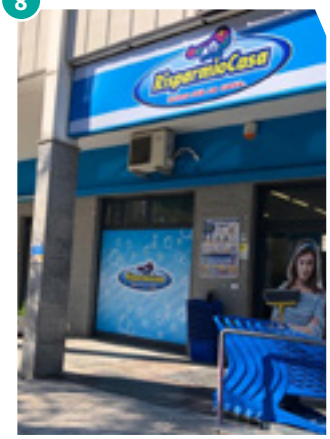
Cedi appartenenza
A&G Vitulano

Ubicazione pv
Quartiere periferico

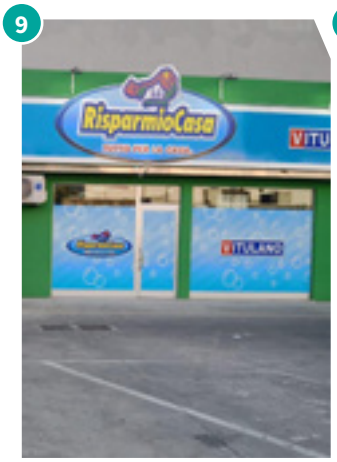
Tipologia pv
Risparmio Casa

400	2	1

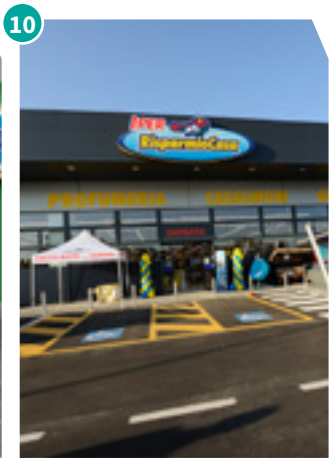
8



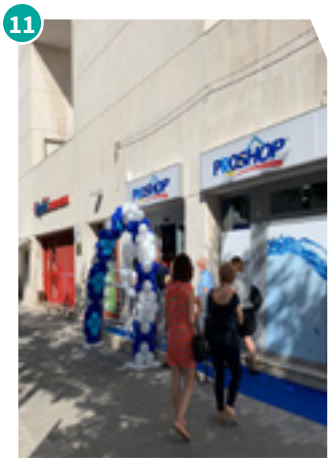
9



10



11



10 RICA GEST S.R.L.

Indirizzo
Strada Padana Est,
Magenta (MI)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
RICA DISTRIBUZIONE

Ubicazione pv
Quartiere periferico

Tipologia pv
Risparmio Casa

2500	20	6

11 GR COMPANY SRL SOCIO UNICO

Indirizzo
Via Tribuna 71,
Manfredonia (FG)

Intervento
Nuova apertura

Cedi appartenenza
New Grieco

Ubicazione pv
Quartiere centrale

Tipologia pv
Proshop

245	2	2

BioPratico.

Il sacco in mais 100% biodegradabile approvato da madre natura.

Dall'amido del mais nasce un capolavoro: un sacco ultra resistente e antigoccia che non pesa sull'ambiente. BioPratico è completamente biodegradabile e compostabile: bastano 3 mesi per farlo diventare compost. E con le maniglie estraibili si riempie fino all'orlo, si chiude in un attimo e si trasporta con facilità. Wow.

MATER-BI Licenza NOVAMONT n. 001

virosac.com

virosac
SPECIALISTI DI ECOLOGIA DOMESTICA

Pizze surgelate, lievita l'offerta

Gli italiani le scelgono per velocità e comodità di preparazione. Ma chiedono anche qualità, nuovi abbinamenti sfiziosi, elevati stand di gusto e digeribilità. Proprio come in pizzeria

Vivace e in continua ascesa. Ma anche capace di interpretare le nuove tendenze di consumo, dal salutismo fino alla soddisfazione visiva e palatale. I numeri delle pizze da freezer confermano il dinamismo di un mercato che appassiona sempre più gli italiani, superando in maniera definitiva vecchie diffidenze. Ad acquistarle, del resto, sono sei famiglie su dieci, con un consumo totale che nel 2019 ha raggiunto quota 78.500 tonnellate, segnando un incremento del +2,4% rispetto all'anno precedente, per un giro d'affari superiore ai 300 milioni di euro. Durante il primo quadrimestre di quest'anno, poi, complice anche il cambiamento delle abitudini di consumo determinato dall'emergenza Covid-19, le vendite della categoria hanno registrato un exploit del +12,5%, richiedendo quindi alle aziende produttrici uno sforzo organizzativo senza precedenti. "Le pizze surgelate – commentano dall'**Istituto Italiano Alimenti Surgelati** – si sono confermate una proposta particolarmente gradita, grazie alla loro

SALE MARINO IODATO: UNA SCELTA DI QUALITÀ

CIS offre una linea completa di prodotti a marchio Gemma di Mare e per la Mdd, per portare tutti i giorni in tavola gusto, salute e benessere.

Un sale marino arricchito di iodio con le quantità necessaria per coprire il fabbisogno quotidiano dell'organismo è la scelta giusta per chi vuole portare in tavola un sale dal gusto tradizionale, che lasci **inalterati colore e sapore dei piatti ma che, in più, integri lo iodio, prezioso alleato del benessere e della salute.** Proprio perché alimento di base utilizzato da tutti, il sale è stato scelto come miglior vettore per la diffusione dello iodio. La giusta quantità per coprire il fabbisogno raccomandato dall'OMS si trova in 5 grammi di sale iodato, corrispondenti al consumo medio giornaliero consigliato.

Compagnia Italiana Sali (CIS) è stata la prima azienda in Italia a produrre e inserire in GDO e nel canale industria il sale marino iodato, in collaborazione con il Ministero della Salute. Negli anni l'azienda (oggi leader di mercato in Italia con il marchio Gemma di Mare, 63 dipendenti e un fatturato in continua crescita che raggiunge i 34 milioni di euro) ha proposto **una linea di prodotti sempre più ricca e varia,** caratterizzata da una materia prima di qualità e da un processo di iodatura capace di mantenere inalterate tutte le proprietà organolettiche di questo prezioso oligoelemento.

COMUNICARE IL VALORE

CIS utilizza la comunicazione per veicolare al pubblico, sempre più attento e consapevole di ciò che acquista e porta in tavola, **l'importanza del consumo di questo tipo di sale per la salute dell'intera famiglia. Innovazione e sostenibilità** sono i cardini su cui si basa l'attività dell'azienda: "Anche durante il periodo di emergenza di marzo-aprile siamo sempre stati presenti – raccontano da CIS –, garantendo al mercato la disponibilità del prodotto e tramutando la crisi in un punto di forza. **La fase di lockdown è stata per noi uno stimolo a cercare nuove idee e soluzioni: dalla comunicazione, sempre più digital, alla sostenibilità**, con un ampliamento del parco impianti e un rinnovamento costante della nostra officina produttiva di Porto Viro (Ro); dal costante sviluppo di nuovi prodotti e formati che rispondano ai trend di mercato e alle varie esigenze dei consumatori in termini di gusto, salute e praticità di utilizzo al sostegno a chi era in difficoltà, con la donazione di un grande quantitativo di sale alla Croce Rossa di Chioggia (Ve). In un momento in cui la parola d'ordine era 'distanziamento', siamo rimasti vicino alle necessità di tutti i nostri clienti, fornitori e distributori, confermandoci come un punto di riferimento solido, affidabile, sicuro".

DOVE SIAMO

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

egallana@salins.com – apedrazzini@salins.com

www.gemmadimare.com www.compagniaitalianasali.com

+39 02 57595959 – 02 57595216

L'ALLEANZA CON CRAI

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

enorme varietà: sottili o spesse, tonde o quadrate, piccole o grandi, a legna o in teglia, e con qualsiasi farcitura. La più richiesta rimane la Margherita, cui seguono Vegetariana, Capricciosa, ai funghi, al prosciutto. Ma non mancano le nuove tendenze: senza glutine, al kamut, con farine alternative. Il tutto con una qualità sempre più elevata, grazie a processi di lievitazione e cottura spesso paragonabili a quelli dei più esperti pizzaioli".
In cima alle richieste dei consumatori, dunque, c'è sempre la Margherita, preferita soprattutto dalle donne, che ne apprezzano in particolare la semplicità, unita a un gusto piacevole, e la facilità nella digestione. Gli uomini, invece, si orientano più frequentemente verso le tipologie farcite, perché rappresentano un pasto completo e, allo stesso tempo, attraggono per versatilità e varietà della proposta. Per tutti, insomma, la pizza surgelata evoca la spensieratezza mentale di una cena già risolta, proponendosi in molteplici occasioni di consumo, spesso più rituali che emergenziali. Negli ultimi anni, inoltre, si fanno velocemente largo anche i formati studiati ad hoc per il target dei bambini, con dimensioni ridotte e gusti

CURIOSITÀ

Dietro al successo della pizza surgelata c'è una svolta produttiva avvenuta negli anni '90. Fondamentale, infatti, è stato il passaggio dal sistema di preparazione tipico dei panificatori, che prevedeva una temperatura del forno compresa tra i 250 e i 280° C e un tempo di cottura di 20-25 minuti, a quello dei pizzaioli. Quest'ultimo si basa sulla tecnica dell'high temperature, short time. Dunque, temperatura del forno a 400° e un tempo di cottura dai due ai quattro minuti.

PIZZA RUCOLA E POMODORINI SURG. 225 G CRAI

PIZZA WURSTEL E PATATINE SURG. 240 G CRAI

stufferofficial

VORREI ESSERE LA TUA DOLCE METÀ!

Cuciniamo insieme! È splendido collaborare per dar vita a piatti fantastici che regalino un sorriso agli altri membri della famiglia. ... e proprio per questo è nata la linea Stuffer Crea.

Scopri tante gustose ricette su www.stuffer.it

STUFFER
Crea . . .

sfiziosi. Secondo una ricerca commissionata a **Doxa** da Iias, del resto, per sei mamme su dieci i prodotti surgelati sono equivalenti a quelli freschi.

LE SFIDE DELL'EXPORT

Nel complesso, le pizze rappresentano ormai ben il 14% del valore totale del mercato dei surgelati. "Le aziende produttrici – spiegano da **Iri** – attraverso la continua innovazione, sostengono il mercato segmentando l'offerta e arricchendola di nuovi gusti e forme. Anche le marche del distributore propongono oggi un'offerta ricca, rivolgendosi sempre più ai consumatori attenti al proprio benessere e completando il proprio portafoglio con referenze biologiche, integrali, senza glutine. In questo processo il ruolo dei distributori è ed è stato determinante. L'evoluzione dello scaffale negli ultimi anni ne è una dimostrazione". Sotto i riflettori ci sono anche le grandi opportunità legate all'esportazione della pizza surgelata made in Italy nei mercati internazionali, a cominciare da quello statunitense. "L'export italiano delle pizze surgelate – illustrano da Iias - ha oltrepassato nel 2019 le 150mila tonnellate, con un incremento di oltre il 10% rispetto al 2018 e un valore stimabile in 500 milioni di euro. Ancora migliori appaiono, a partire da quest'anno, le prospettive sul mercato Usa, a seguito di un importante accordo concretizzatosi lo scorso marzo. L'operazione interessa in prima battuta quattro aziende di pizze surgelate aderenti a Unione Italiana Food, ma la sua portata è ben più vasta, in quanto apre una strada che potrà essere seguita da altre aziende del settore surgelati che volessero esportare negli Stati Uniti prodotti surgelati con carne suina, in qualità di ingrediente, da stabilimenti situati nelle regioni settentrionali del nostro Paese".

I PRODOTTI CRAI

L'assortimento a marchio Crai si apre al presidio della nuova categoria delle pizze surgelate alla pala. L'offerta, infatti, si arricchisce di due proposte del fornitore Svila. Si tratta della pizza würstel e patatine, in confezione da 240 g, e della pizza rucola e pomodorini da 225 g. Entrambe le referenze vantano una lievitazione di 24 ore e la cottura su pietra, proponendosi quindi a un consumatore attento ai livelli qualitativi del prodotto e ai plus in termini di bontà e appagamento.

Quello che tu trovi semplice,
noi lo troviamo difficile.
Troviamo duro lavorare la terra
con tutto il rispetto che merita.
Troviamo duro coltivare, potare,
tagliare e raccogliere i suoi frutti.
Troviamo duro aspettare la pioggia
se non arriva, bruciare la pelle
se c'è troppo sole.
Siamo in tredicimila,
raccogliamo il nostro
lavoro in 30 cantine,
in tutto il paese.
Senza mai risparmiare sul tempo.
Che un vino nasce dalla generosità.
Ma anche dall'orgoglio.
Quello che ti fa battere il cuore.
Quello che ti fa diventare
il più grande produttore
italiano di vini,
che ti fa portare
nelle tavole di tutta Italia
un vino vero, forte, di casa.
Dalle nostre cantine
nasce questo dono
della terra color rubino
o color dell'oro.
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 cosi facile.
Noi di Caviro,
la più grande cantina d'Italia.
Tavernello.
Semplice non vuol dire Facile.
TAVERNELLO
CAVIRO
www.tavernello.it
Bevi responsabilmente - Dati IRI, volumi GDO Italia 2018
Lorenzo Marini Group
TAVERNELLO
TAVERNELLO
Made in Caviro.

Tesori del sottobosco

Dai Babilonesi ai Romani funghi e tartufi sono da sempre considerati un cibo degno degli dei

Già in tempi antichi il fungo era considerato un alimento raro e prelibato, in Cina era definito "cibo degli dei" e vantava un posto d'onore sulle mense degli antichi Egizi e dei Babilonesi. I funghi appartengono a un regno a sé stante, i "Fungi o Mycetae", stimati come un alimento delizioso, sono da sempre un classico della cucina popolare e contadina. Oggi sono facilmente reperibili ma c'è chi non rinuncia a lunghe passeggiate nei boschi alla ricerca di qualche prelibatezza. Il territorio italiano ospita, infatti, centinaia di specie ma bisogna saperle riconoscere perché, tra queste, molte sono velenose. Il "fungo per eccellenza" è sicuramente il Porcino che si nasconde tra faggi e castagni e con il quale si preparano ricette davvero deliziose. Altrettanto buoni e meno rari sono le mazze di tamburo e i finferli, i primi perfetti alla brace o in padella, i secondi adatti a qualsiasi preparazione. In padella, fritti, trifolati, in umido, al cartoccio o arrosto… i funghi si prestano davvero a moltissime modalità di cottura, abbinamenti e piatti. Che dire poi dei tartufi, veri e propri gioielli nascosti sotto terra. Vantano una storia longeva e di eccellenza e sono una vera chicca culinaria. Alcuni studiosi ritengono che questi rari regali del bosco fossero già conosciuti, e consumati, al tempo dei Sumeri. I tartufi sono "funghi ipogei", ovvero crescono sotto terra come i tuberi e, anche per questo, non sono semplici da trovare. Tra le specie più pregiate in Italia troviamo: il Tartufo bianco d'Alba, il Tartufo nero di Norcia e Spoleto, il Tartufo bianchetto, il Tartufo estivo e infine il Tartufo invernale. Il loro profumo è inconfondibile e regalano ai piatti aromi intensi e avvolgenti. Per apprezzarli appieno l'ideale è abbinarli con alimenti dai sapori neutri come pasta, vellutate o crostini.

LORIANA
LA PIADINA

LA SPECIALISTA DELLA PIADINA

DA SEMPRE, FACCIAMO UNA COSA SOLA: LA PIADINA ROMAGNOLA... MA FATTA BENE!

LE TRADIZIONALI

LE FUNZIONALI

NOVITÀ

la prima piadina che si piega, ma non si spezza!

IDEALE PER IL REPARTO GASTRONOMIA

LE SPECIALI

SCOPRI LORIANA: **www.piadinaloriana.it**

Chiodino

Ha carne biancastra e di sapore amarognolo. Non va consumato crudo poiché può risultare tossico.

Finferla

Uno fra i funghi più ricercati nella stagione autunnale. È molto versatile, tuttavia è ideale preparato sott'olio.

Funghi di Borgotaro IGP (PR)

Comprendono le quattro specie di "Boletus" commestibili ("edulis", "aestivali", "phinophilus" e "aereus").

Gambesecche

Presentano uno spiccato profumo di mandorle. Il sapore è molto marcato, dolciastro, quasi nocciolato.

Leccino versipelle

Crescendo, il cappello si allarga nella classica forma a ombrello. Va scartato il gambo, che è fibroso e duro.

Mazza di tamburo

Ha gambo fibroso e non commestibile, e un sapore nocciolato che lo rende ottimo alla brace o in padella.

Ovolo

Molto raro, va raccolto quando è ancora immaturo e chiuso. È molto prelibato nonostante il profumo debole e delicato.

Pinarolo

Non è molto pregiato, ma è diffuso nei boschi di pini o aghifoglie. Il gusto è discreto, tendente al dolciastro.

Piopparello

Comune nelle pianure dove sono presenti pioppeti, ha carni biancastre, tenaci ed elastiche, che odorano di mosto.

NOI di Crai 70

Dual Power professional

ELETTO® PRODOTTO DELL'ANNO
I Consumatori Premiano l'Innovazione
2020

I DETERGENTI LAVATRICE
SENZA MICROPLASTICHE

PERCHÈ SCEGLIERE DUAL POWER ?

SIAMO SENZA MICROPLASTICHE
Tutti i nostri detergenti lavatrice NON contengono microplastiche, evitando quindi di inquinare l'ambiente

100%

PACK MONOMATERIALE!
Composti interamente in plastica i prodotti Dual Power possono essere smaltiti comodamente nel medesimo bidone. come indicato nel retro etichetta

6 MESI DI BUCATO

LAVAGGI GARANTITI
1 sola tanica da 5kg di lavatrice offre fino a 6 mesi di bucato considerando una media di 3/4 lavatrici settimanali

-35%

FLACONE CON MENO PLASTICA
Considerando il rapporto di plastica per dose del formato tradizionale dello stesso prodotto Lavatrice Dual Power.

LINEA CLASSICA DETERGENTI LAVATRICE ELETTA PRODOTTO DELL'ANNO

Ricerca PdA©/IRI 01/2020 su 12.000 consumatori italiani, su selezione di prodotti venduti in Italia. prodottodellanno.it cat. Detersivi Bucato

Porcino

Ha una polpa bianchissima, che non prevede mutazioni di colore al taglio, soda e dall'aroma delicato. È il fungo più ricercato.

Rosito

Rinomato quello della Sila. Ha carni molto apprezzate, pur non essendo troppo conosciuto. Ideale alla griglia.

Tartufo bianco d'Alba

Si tratta del "tuber magnatum Pico", il più prezioso sia dal punto di vista gastronomico sia commerciale.

Prataiolo

La sua carne si presenta soda e bianca. Ha profumo gradevole e mandorlato, a volte dolce, a volte leggermente piccante.

Spugnola

La carne di questo fungo ha sapore dolce e piacevole. È un ottimo fungo ma può essere consumato solo cotto bene.

Tartufo bianchetto o marzuolo

Liscio, non più grosso di un uovo di gallina, ha polpa chiara, dal fulvo al violaceo-bruno.

Prugnolo

È una specie molto ricercata soprattutto come "primizia". Ha carne soda e un tipico odore di farina lievitata.

Trombetta

È ritenuto un fungo pregiato e si utilizza spesso come ingrediente per sughi per la pasta, ma anche trifolato o essiccato.

Tartufo nero estivo o scorzone

Ha scorza ruvida e si distingue dal nero pregiato perché la gleba non è scura, ma tende al giallo scuro.

ALAMA
PROFESSIONAL

Per te,
per i tuoi capelli,
per il nostro pianeta.

La linea Repair di Alama Professional è il rituale di bellezza del capello N°1* scelto dai consumatori per il perfetto connubio tra performance, innovazione ed eco-sostenibilità!

EARTH
FRIENDLY

*Trattamento n°1 in base dati sell-in tra i trattamenti Alama Professional

alamaprofessional.it
ITALIAN PROFESSIONAL QUALITY

Negozi di vicinato, pronti alle sfide del new normal

Il 2020 è stato l'anno dell'e-commerce ma anche degli store di quartiere, che hanno ritrovato una nuova centralità nella spesa degli italiani. E ora guardano al futuro puntando su digitalizzazione e rapporto umano

Che si tratti di una riscoperta, oppure di una vera e propria rivincita rispetto alle grandi superfici, di sicuro l'emergenza Covid-19 ha contribuito a cambiare il ruolo e le prospettive dei negozi di vicinato. Comodità, qualità dell'offerta, riduzione del rischio assembramenti, insieme alla capacità di costruire una relazione diretta con la clientela, sono stati i plus che hanno determinato la riscossa del canale durante il lockdown. Dati alla mano, del resto, **IRI** stima che solo nella prima metà di aprile la crescita di questo format distributivo abbia raggiunto il +30% rispetto all'anno precedente. **Nielsen**, inoltre, calcola che nei 70 giorni di quarantena, ma anche nelle settimane successive, ben il 21% degli shopper italiani ha cambiato negozio di riferimento,

ORPHEA®

IL SISTEMA COMPLETO

PER PRENDERTI CURA DEI TUOI CAPI IN LANA, LINO, COTONE E SETA.

DETERGENZA

il profumo che protegge

SCOPRI DI PIÙ
SU WWW.ORPHEA.IT

scegliendo molto spesso gli store di quartiere. Nei primi mesi della crisi, insomma, la competizione del retail si è spostata dai metri quadri ai livelli di servizio offerti, in un contesto che ha favorito, forse come mai in passato, il channel shift. Una dinamica che, secondo gli analisti, è destinata a confermarsi nel medio e lungo termine, pur con trend più contenuti. Quanto basta, comunque, per spalancare nuove prospettive allo sviluppo del canale di vicinato, anche in termini di investimenti mirati a interpretare i cambiamenti nelle abitudini di acquisto e, in particolare, l'affermazione su larga scala del digitale. Secondo l'**Osservatorio della Fida**, realizzato in collaborazione con **Format Research**, dall'inizio della pandemia ben il 47,3% dei punti vendita di prossimità ha registrato un aumento dell'affluenza. Si tratta ovviamente di una tendenza innescata dalla cautela negli spostamenti, dal distanziamento sociale e dalle altre misure per arginare la diffusione del virus, che hanno indotto i consumatori a comprare maggiormente vicino casa. Ma, allo stesso tempo, i negozi di vicinato hanno cominciato velocemente ad adeguarsi alle mutate esigenze, ponendo così le basi per fidelizzare la vecchia e nuova clientela. Non a caso, il 40,7% degli esercizi ha iniziato a fare consegne a domicilio, mentre il 32,2%, di quelli che già proponevano questo servizio lo ha intensificato ulteriormente, in alcuni casi avviando anche la possibilità di asporto. Sul fronte del digitale, invece, cresce il numero dei player che hanno ampliato le opzioni disponibili, come la prenotazione della spesa tramite email (13,1%) e social network (per il 9%), oppure il click & collect (per il 7,1%) e la vendita tramite piattaforme online (4,7%).

LE PROSPETTIVE DEL CANALE

Se la crisi ha messo tutti gli attori del food&grocery di fronte alla necessità di accelerare la propria trasformazione digitale, i negozi di quartiere possono certamente beneficiare di questo nuovo scenario, ottenendo importanti vantaggi. Gli shopper, d'altronde, si mostrano sempre più attratti da un profilo multicanale, in grado di abbinare l'e-commerce all'esperienza concreta. Non tutti, infatti, sono disposti ad acquistare beni di prima o seconda necessità sui grandi siti di commercio elettronico multiprodotto e continuano invece a preferire il rapporto più amichevole e diretto del negozio di quartiere, così come una maggiore velocità nelle consegne. "Durante l'emergenza Covid-19 – ha spiegato **Stefano Cini, Marketing Analytics Director di Nielsen Connect Italia** – è come se il tempo avesse ricevuto un'accelerazione, facendoci atterrare in un'era futura dove ogni esigenza, dagli acquisti alimentari alla fruizione dei media, viene declinata secondo la tecnologia digitale, struttura portante e punto di non ritorno del nuovo umanesimo. Nulla rimane cristallizzato in compartimenti stagni. L'uomo, per esempio, shifta da un canale di vendita all'altro, cosicché, se il digitale è tutto, non tutto è solo digitale. Due fenomeni opposti, come quello dell'e-commerce e del ritorno al negozio fisico di prossimità, si trovano a convivere lanciando sfide inedite a manufacturer e retailer. L'omnicanalità diventa così la chiave interpretativa adeguata dello scenario di mercato post-Covid". Nel futuro dei negozi di vicinato, dunque, potrebbe esserci sempre più un'alleanza strategica tra digitalizzazione e cura dei rapporti umani. Un nuovo concetto di spesa ampiamente confermato da un recente sondaggio di **Gfk**. Secondo questo studio, superata la fase emergenziale legata alla pandemia, il 51% degli shopper italiani chiede che i retailer si impegnino per recuperare il valore del rapporto umano, mentre il 49% cercherà più di prima l'integrazione con la tecnologia. Per quanto riguarda invece le tematiche che i distributori dovranno enfatizzare nei prossimi mesi, spicca il sostegno ai consumi per far ripartire l'economia (39%), davanti alla tutela sanitaria (38%), al supporto alle famiglie più colpite dalla crisi (33%), alla salvaguardia del posto di lavoro (33%) e all'impegno per la tutela dell'ambiente (21%).

SALUMI
VILLANI
arte di famiglia dal 1886
Nobilitare il salume è la nostra missione, da più di 130 anni.
Salumi speciali nel gusto e curati nell'aspetto, prodotti con la garanzia e i controlli di un'impresa moderna, attenta all'ambiente e alla sostenibilità.
Scopri la nostra gamma completa e le nostre ricette su
www.villanisalumi.it

LSMC, l'app anti-spreco alimentare dei negozi di quartiere

L'applicazione lanciata quattro anni fa da Up Day è stata aggiornata con nuove funzioni e servizi. Così lo shopper risparmia e il pianeta ringrazia

Gli ideatori la considerano a tutti gli effetti una soluzione win-win-win. A vincere, insomma, sarebbero in tre: i clienti, i negozianti e il pianeta. L'app Last Minute Sotto Casa, che già conta su oltre 100 mila utenti, ed è stata recentemente aggiornata con nuovi servizi, permette ai punti vendita alimentari di offrire prodotti freschi prossimi alla scadenza, a prezzi fortemente scontati, spesso anche oltre il 50% e comunque non meno del 40%. Gli shopper vengono informati in tempo reale tramite un servizio di notifiche push live sviluppato in collaborazione con le digital agencies Archibuzz e Synesthesia. Un approccio che valorizza ulteriormente il ruolo strategico dei negozi di vicinato, sempre più centrali nella vita quotidiana delle famiglie italiane. I residenti del quartiere, infatti, ricevono informazioni sulle attività specifiche del punto vendita di riferimento, gli orari e le referenze disponibili, ma anche aggiornamenti sui servizi aggiuntivi proposti, come per esempio la possibilità di avere la spesa pronta e imbustata, oppure consegnata direttamente a domicilio. Tutte funzioni, quest'ultime, implementate dall'inizio dell'emergenza Covid-19, proprio allo scopo di facilitare le operazioni e contribuire alla prevenzione del contagio. Se quindi per i commercianti il vantaggio è quello di ottenere ricavi economici da merce ancora in perfette condizioni che altrimenti finirebbe in discarica, i clienti hanno l'opportunità di ottenere risparmi considerevoli, sostenendo nel contempo la piccola e media distribuzione locale. Un circolo virtuoso che ovviamente ha anche l'effetto di incidere concretamente nella lotta agli sprechi alimentari, che a livello globale coinvolgono circa un terzo del cibo commestibile, per circa 1,3 miliardi di tonnellate.

SAN DANIELE E OLTRE

Da quattro generazioni la famiglia Morgante è protagonista di una storia di passione per il territorio: dagli affettati stagionati e i cotti ai prodotti di salumeria tradizionale

Luigi Morgante, seconda metà dell'Ottocento, commerciante di salumi fra i mercati dell'alto Friuli: è questo l'incipit della storia di Morgante. Passano gli anni e Cesare Morgante apre una macelleria a Tarcento, la stessa viene portata avanti dal figlio Olvino e lasciata in eredità ai figli Cesare e Giuseppe che, nel secondo dopoguerra, la trasformeranno in una delle prime industrie italiane nella produzione dei salumi. **Oggi la quinta generazione della famiglia rappresenta un'impresa moderna con un solido patrimonio di conoscenza ed esperienza, con due impianti produttivi:** il prosciuttificio di San Daniele del Friuli, dove risiede la produzione del crudo Dop (con i reparti di disosso e affettamento interni), e salumificio a Romans d'Isonzo (Go), dove vengono realizzati prosciutti cotti legati a mano, affumicati con e senz'osso, arrosti, pancette stufate e affumicate, würstel (anche in budello naturale), salami, crudi sgambati, speck tradizionali e doppia fesa. **"L'impianto di San Daniele ha una capacità certificata per 250.000 pezzi Dop/anno, mentre l'impianto di Romans d'Isonzo, avendo diverse linee produttive e diverse peculiarità, ha una capacità produttiva di circa 10.000 tonnellate/anno** – spiegano da Morgante –. Oltre all'iscrizione al Consorzio del Prosciutto di San Daniele (settembre 1985) e alle principali autorizzazioni export per i mercati degli Stati Uniti, l'Australia, il Giappone e la Cina, possediamo le seguenti certificazioni: FSSC 2000 per la sicurezza alimentare, Bio, prodotti senza glutine (tutte le referenze sono iscritte al prontuario AIC degli alimenti 'a minor rischio' e alcuni prodotti sono licenziatari del marchio 'Spiga Barrata').

DOVE SIAMO

Via Aonedis, 3 – San Daniele del Friuli

info@morgante.it

www.morgante.it

☎+39 0481 966511

LE SPECIALITÀ DELLA CASA

Le marche aziendali sono due: **Morgante e Salsamentaria Olvino Morgante. Il brand omonimo comprende una linea ampia e completa di tutti i tradizionali prodotti della salumeria per il largo consumo,** realizzati con attenzione e sicurezza nel rispetto della qualità che contraddistingue l'azienda. **Salsamentaria Olvino Morgante,** invece, è la gamma proposta per i banchi specializzati di salumeria e gastronomia. Una scelta di qualità, tradizione e professionalità per chi vuole distinguersi nell'offerta di salumi italiani. "**Sicuramente il Prosciutto di San Daniele Dop è il prodotto che ci rappresenta maggiormente sul mercato** – precisano da Morgante –, ma siamo anche specializzati nella produzione del prosciutto cotto tradizionale e degli arrosti legati a mano, oltre al cotto Praga, che decliniamo in diverse tipologie fino all'alta qualità nazionale con e senz'osso. Tutti i nostri prodotti cotti vengono preparati con un'infusione tratta da una ricetta esclusiva di famiglia. **Un'altra specialità è il Grossen Speck** (doppia fesa) ben stagionato e leggermente affumicato: una peculiarità della nostra esperienza aziendale è senz'altro l'uso dell'affumicatura naturale sui prodotti cotti e crudi, il profumo in più che enfatizza il gusto degli stagionati e degli arrosti".

L'ALLEANZA CON CRAI

Per CRAI Morgante produce il **Prosciutto di San Daniele Dop** con osso e disossato a marchio Piaceri Italiani, nonché il **San Daniele Dop affettato 90 g** (stagionatura minima 18 mesi).

News in breve

1 L'italianità nel carrello

Non accenna a diminuire la predilezione degli italiani verso i prodotti alimentari di origine nazionale/regionale. Anzi: l'Italia sugli scaffali della distribuzione moderna, i prodotti che riportano sulla loro confezione una dicitura d'origine che rimanda al nostro Paese, è un fenomeno in crescita che oggi coinvolge oltre 20mila referenze, ossia il 25% del paniere di 79.838 prodotti alimentari analizzati dall'Osservatorio Immagino di GS1 Italy realizzato in collaborazione con Nielsen. Stiamo parlando di un business da oltre 7,4 miliardi di euro di fatturato nei soli supermercati e ipermercati.

2 Il "fatto in casa" premia le uova

Vuoi per esigenza, vuoi per passione, la riscoperta della cucina domestica durante il periodo di lockdown è stata un acceleratore di vendite senza eguali per numerose categorie merceologiche del f&b. Tra queste ci sono le uova: nel mese di aprile sono state vendute 400 milioni di uova, il segmento ha registrato un aumento del 57% a valore e del 46% a volume rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (fonte: Ismea).

3 Salumi: ripartenza tra luci e ombre

Rispetto al resto d'Europa, la suinicoltura italiana si caratterizza per l'allevamento di animali pesanti (da e superiori ai 50 kg), che sono destinati alla produzione di salumi e in particolare dei prosciutti. Nel 2019 la popolazione suinicola complessiva ha raggiunto circa 8,5 milioni di capi (fonte: Istat), un dato in calo del 2,2% rispetto al 2014, che conferma un trend negativo che dura ormai da 10 anni. Tra il 2009 e il 2019 la flessione del numero dei capi è stata del 7,3%, principalmente per la contrazione degli allevamenti dei suini leggeri e lattonzoli, che scontano la forte concorrenza di Danimarca e Olanda: Paesi che lavorano a costi di produzione più bassi. L'annata 2020 (caratterizzata già nel periodo pre-Covid da una forte volatilità dei prezzi) sarà condizionata dagli effetti della pandemia sulla domanda, con il lockdown che ha rallentato l'export nel canale Horeca, imprescindibile per lo sviluppo del comparto.

4 Quarantena ai fornelli

Secondo una recente ricerca di Bva Doxa, il 73% degli italiani ha considerato il tempo trascorso "forzatamente" a casa come un'opportunità per stare con la propria famiglia, spesso condividendo hobby e passatempi. A cominciare dalla cucina: il 46% ha ammesso di cucinare le solite ricette; il 21% ha imparato a cucinare nuove pietanze e messo a punto altre ricette che già conosceva; il 18% ha scoperto nuovi piatti; il 15% ha perfezionato alcune preparazioni.

5 Conserve vegetali, viva la naturalità

Quello delle conserve vegetali è un mercato in salute che evidenzia una crescita rilevante: nell'anno terminante il 26 aprile 2020 la categoria ha fatto segnare un aumento dell'8% delle vendite a valore (circa 447 milioni di euro il totale giro d'affari) e del 7,2% delle vendite a volume (circa 256 milioni di chili). Dai fagioli al mais, passando per ceci, piselli e altri vegetali, c'è un comun denominatore: la richiesta sempre più spinta da parte dei consumatori di prodotti sani e naturali, che spinge le aziende a puntare su processi produttivi sempre meno "invasivi" (vedi la cottura a vapore) per preservare sapore e proprietà nutritive degli alimenti.

Amadori

Passione di Famiglia

LE NOSTRE SPECIALITÀ

CON POLLO E TACCHINO 100% ITALIANI, PRONTE IN POCHI MINUTI

WWW.AMADORI.IT

MULINO BIANCO

Barilla

PlumCake
Classico

-71%
di grassi saturi*

SENZA ADDITIVI CONSERVANTI

SENZA OLIO DI PALMA

Per una soffice colazione che ci rende felici da sempre.

*Rispetto alla media delle merende più vendute.
Fonte Aidepi Mercato Italia