

AgraNews



N. 10 **Ottobre 2015** Periodico di informazione sulla filiera agroalimentare

Editoriale Antitrust: GranaParmalat no, Mondazzoli sì? **3**

Agricoltura & pesca **4**

- A34635 Il formaggio Silter diventa Dop **4**
- A34634 Un milione di firme sulla Carta di Milano presentata all'Onu **4**
- A34636 Una soluzione biologica per tutelare il mais dal rischio aflatossine **4**
- A34637 Eurasia: entro il 2015 un codice unico per il commercio del vino **5**
- A34638 Ogm: l'Italia notifica all'Ue la richiesta di divieto di coltivazione **5**
- A34639 Corso di formazione in "Riconoscimento e tutela dei prodotti tipici e del territorio" **6**
- A34640 Dalla Bei 50 milioni di euro all'Ismea a favore dei giovani agricoltori **6**
- A34641 Leonardo Di Gioia assessore all'Agricoltura della Regione Puglia **6**
- A34642 "I Buoni Frutti", primo progetto di franchising sociale in agricoltura **7**

Trasformazione & industria **8**

- I34647 Costituita Latte Italia, la prima associazione di Op lattiero-casearie **8**
- I34648 Pomodoro: Consorzio Casalasco e Agricoltori Riuniti Piacentini si fondono **8**
- I34649 Sarchio chiude il 2014 con una crescita del 25% **9**
- I34650 Amadori: piano di sviluppo da 250 milioni di euro in cinque anni **9**
- I34651 Muvit di Torgiano nella Top 10 dei musei del vino più belli del mondo **10**
- I34652 Bevande vegetali: mercato in crescita del 28% a volume nel 2015 **10**
- I34653 Pedon amplia la gamma dei Bioritmi surgelati **10**
- I34654 Cantina Tollo: aumentano ricavi (+5%) e bottiglie vendute (+3,4%) **11**
- I34655 Alla siciliana Poiatti l'ex stabilimento della pasta Gazzola di Mondovì **11**

Distribuzione, ristorazione & consumi **12**

- D34660 Food&Book: libri, cibo e vini dal 23 al 25 ottobre a Montecatini Terme **12**
- D34658 Spreco alimentare: partnership tra Gruppo V&G e Last Minute Sotto Casa **21**
- D34661 Le gelaterie Grom passano ad Unilever, ma la gestione resta ai fondatori **21**
- D34663 Raniera Sopranzetti presidente di Sigma **22**



FESTIVAL DEL LIBRO
E DELLA CULTURA
GASTRONOMICA

MONTECATINI TERME
23-25 OTTOBRE 2015

www.foodandbook.it

- D34659 "Reimpiatta il piatto", Pam Panorama lancia un concorso antispreco **22**
- D34664 Lidl amplia il centro logistico di Somaglia **23**
- D34662 Carrefour lancia la sua collezione moda autunno/inverno 2015 **23**

Europa & scenario internazionale **24**

- E34673 Si chiama San Francesco l'acqua minerale private label di Leclerc **24**
- E34672 Système U centralizza gli acquisti di vino **24**
- E34674 Francia: Carrefour acquisisce la piattaforma online ruedecommerce.fr **24**
- E34675 Russia: Magnit chiude il secondo trimestre 2015 con un +27,6% **24**
- E34676 Mercator in calo dell'1% nel primo semestre 2015 **25**
- E34677 Couche-Tard: fatturato in calo del 2,3% nel primo semestre 2015 **25**
- E34678 Negativo il primo semestre 2015 di Morrisons: -5,1% **25**
- E34679 John Lewis Partnership cresce del 2,1% nel primo semestre 2015 **25**
- E34680 Cora France: fatturato 2014 in calo del 6,3% **25**
- E34684 Amazon Francia lancia due canali di vendita per alimentari e alcolici **26**
- E34681 Ocado in crescita del 15,3% nel terzo trimestre 2015 **26**
- 34685 Walmart non guadagna nel secondo trimestre 2015 **26**
- E34682 Penny Market esce dalla Bulgaria **27**
- E34683 Francia: Carrefour e Leclerc consolidano le rispettive quote di mercato **27**

Rubriche

Libri **28**

Fiere **29**



Annuario **Distribuzione in Europa 2015**

pagine 460 - euro 100,00 (versione CD ROM euro 250 + IVA 22%)

tel. 0644254205, fax 0644254239, ordini@agraeditrice.com - www.agraeditrice.com

food & book

FESTIVAL DEL LIBRO & DELLA CULTURA GASTRONOMICA

MONTECATINI TERME
23-25 OTTOBRE 2015

SCRITTORI
CHEF
SOMMELIER
PRESENTAZIONI DI LIBRI
DEGUSTAZIONI
LABORATORI
SHOW COOKING
CENA DI GALA
BUFFET MEDIEVALE
CAMPER GOURMET CUP



24/10
PRESENTAZIONE DELLA GUIDA
SLOW WINE 2016
BANCHI DI ASSAGGIO
600 CANTINE PER 1000 VINI



Dal 23 al 25 ottobre 2015
a Montecatini Terme
terza edizione del festival
"Food&Book,
la cultura del cibo,
il cibo nella cultura"
con protagonisti scrittori
che nei loro romanzi
raccontano il cibo
e chef che lo presentano
nelle loro ricette e spesso
in libri di successo.

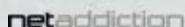
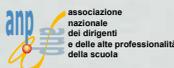


Informazioni
e prenotazioni
spazi espositivi
info@leggeretutti.it
tel. 0644254205
www.foodandbook.it

Organizzazione

Leggere tutti
associazione

In collaborazione con



Antitrust: GranaParmalat no, Mondazzoli sì?

L'operazione di acquisizione del settore libri di Rizzoli da parte di Mondadori, almeno stando all'entusiasmo della Borsa, è considerata cosa fatta. Si andrebbe così a creare un colosso con un fatturato di oltre 550 milioni di euro e una quota di mercato nei libri trade (narrativa, saggistica) pari a circa il 40%, al 25% nella scolastica e addirittura al 70% nei tascabili. Secondo quanto ha affermato Stefano Mauri del Gruppo Gems, in nessun Paese europeo esiste una concentrazione di queste dimensioni. Si aggiunga poi che il mercato editoriale in Italia si caratterizza per un'altra singolarità: le più grandi case editrici controllano, oltre alla produzione editoriale, i distributori e anche catene di librerie. Questo naturalmente crea difficoltà alle case editrici più piccole, che si trovano a competere in un mercato in cui le grandi controllano l'intera filiera.

Cosa farà l'Antitrust quando dovrà esaminare il dossier? I rumors danno per scontata l'approvazione, anche tenendo conto che in precedenza nulla ha obiettato rispetto al recente matrimonio tra i due distributori Messaggerie Libri e Feltrinelli Pde che vanno a detenere il 55-60% del mercato, con una clausola, che somiglia molto a un *flatus vocis*, subordinandolo "a misure idonee a sterilizzarne gli effetti anti-concorrenziali nei riguardi degli editori medio-piccoli". Non deve sfuggire, poi, la specificità del settore editoriale: in questo caso il pericolo non è solo la concentrazione del mercato ma è in gioco la diversità culturale, che può essere messa in discussione dalla nascita di monopoli nel settore.

Mentre l'Antitrust è stata larga di manica, come si è visto, nell'autorizzare l'operazione Pde-Messaggerie, stupisce il fatto che più volte si è pronunciata negativamente su operazioni che riguardavano il settore primario, come quando fu ipotizzata la fusione tra Granarolo e Parmalat (poi finita ai francesi di Lactalis), e quello distributivo imponendo il recente scioglimento di Centrale Italiana che associava Coop, Sigma, Il Gigante e Despar. Questi pronunciamenti nel tempo hanno prodotto una "condanna" al nanismo dell'industria alimentare e della Gdo con il risultato che, salvo rare eccezioni, le imprese non hanno la dimensione per svilupparsi sui mercati internazionali e spesso diventano preda dei grandi gruppi multinazionali.

Sergio Auricchio
auricchio@agraeditrice.com

A34635

IL FORMAGGIO SILTER DIVENTA DOP

Salgono così a 274 le Dop e Igp italiane

(AGRA) - È stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il Regolamento di esecuzione con l'iscrizione del formaggio Silter come nuova Denominazione di origine protetta (Dop). Salgono così a 274 le eccellenze agroalimentari italiane di qualità registrate in ambito comunitario, rafforzando, come sottolinea il ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, il primato dell'Italia in Europa.

Il formaggio Silter viene prodotto nei territori appartenenti alla Comunità Montana di Valle Camonica e parzialmente nei territori della Comunità Montana del Sebino Bresciano, in provincia di Brescia.

(riproduzione riservata)

A34634

UN MILIONE DI FIRME SULLA CARTA DI MILANO PRESENTATA ALL'ONU

Il diritto al cibo testimoniato dall'impegno di tanti cittadini sensibilizzati anche grazie all'Expo

(AGRA) - È stata firmata da 1 milione di persone la Carta di Milano presentata dal ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali, Maurizio Martina, lo scorso 26 settembre alle Nazioni Unite "a testimonianza dell'impegno consapevole di tanti cittadini che anche grazie a Expo sono oggi dei veri e propri ambasciatori del diritto al cibo".

"Cancellare la fame entro il 2030 - ha affermato Martina - è una sfida impegnativa, ma che non si può perdere. L'Italia, anche grazie all'Esposizione universale, ha dato un contributo importante per lo sviluppo di una global food policy, che oggi si traduce nelle decisioni dell'Assemblea generale dell'Onu nell'aggiornamento degli Obiettivi del Millennio. Nel mondo ci sono 795 milioni di persone che soffrono di povertà alimentare e a loro dobbiamo dare risposte immediate attraverso politiche più efficaci rispetto al passato. È il momento di costruire modelli di sviluppo nuovi, che siano sostenibili sotto il profilo ambientale, economico e sociale. Con l'evento di Milano abbiamo messo tasselli importanti nel confronto su temi cruciali come la riduzione degli sprechi alimentari, l'aumento della produttività attraverso l'innovazione tecnologica anche per i piccoli produttori, la tutela del reddito degli agricoltori, il sostegno al lavoro femminile e il contrasto al lavoro irregolare. Nel 2050 la popolazione mondiale conterà 9 miliardi di persone, alle quali dovremo garantire cibo sano, sicuro e sufficiente. A Milano come a New York

dobbiamo lavorare con costanza e concretezza per un obiettivo globale: fare di questa la generazione Fame zero. Su questa strada l'Italia - ha concluso il ministro - è pronta a giocare un ruolo guida anche oltre Expo. Siamo pronti a farlo con strumenti operativi, come quelli messi in campo in questi mesi di Expo. Penso al rafforzamento delle politiche di cooperazione internazionale, all'approvazione della legge sull'agricoltura sociale, agli interventi contro il caporalato e alle nuove norme per la salvaguardia della biodiversità, insieme ai due decreti urgenti per l'agroalimentare. L'eredità dell'Esposizione universale è già tangibile, ma abbiamo ancora tanto lavoro da fare".

(riproduzione riservata)

A34636

UNA SOLUZIONE BIOLOGICA PER TUTELARE IL MAIS DAL RISCHIO AFLATOSSINE

Frutto della collaborazione tra Università di Piacenza, DuPont Pioneer, Coldiretti e Consorzi Agrari

(AGRA) - Nasce da una ricerca tutta italiana il primo progetto di lotta biologica alle aflatoossine, classificate cancerogene, dannose sia per la salute, in quanto altamente nocive per uomini e animali, sia per l'economia, che risente negativamente della svalutazione dell'intera filiera del mais e delle produzioni casearie.

L'innovativa soluzione è stata presentata all'Expo di Milano da Università di Piacenza, DuPont Pioneer, Coldiretti e Consorzi Agrari d'Italia che hanno realizzato il progetto imperniato sulla lotta biologica grazie all'utilizzo di un particolare ceppo di *Aspergillus flavus* incapace di produrre le pericolose aflatoossine.

Le aflatoossine, che sono state trovate per la prima volta in Italia nei primi anni 2000, si riscontrano in occasione di condizioni stagionali inusuali per i nostri areali, come estati particolarmente calde, riconducibili ai cambiamenti climatici. La nuova soluzione biologica sviluppata da un team di ricercatori italiani si chiama AF-X1; il suo principio attivo è un ceppo atossigeno di *Aspergillus flavus* che compete con i ceppi tossigeni presenti nell'ambiente, impedendo loro di colonizzare e contaminare le piante di mais.

"È una soluzione preventiva per la salvaguardia del mais nostrano - ha sottolineato la professoressa Paola Battilani, coordinatrice del progetto per l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza - con la prerogativa che il ceppo *Aspergillus* è stato selezionato e isolato nei suoli italiani, pertanto è un fungo autoctono adattato ai nostri ambienti".

Giovanni Marzi, marketing manager di DuPont

Pioneer in Italia, ha spiegato che la collaborazione con l'Università di Piacenza per lo sviluppo del prodotto dura da quattro anni, un periodo in cui "gli agronomi di Pioneer hanno coordinato e gestito un'intensa attività di sperimentazione con l'obiettivo di valutare l'efficacia del trattamento, conseguendo risultati entusiasmanti che ne evidenziano inequivocabilmente l'efficacia".

Il supporto fornito da Coldiretti e da Consorzi Agrari d'Italia è stato fondamentale nel sostenere un progetto di ricerca innovativo fondato sulla naturalità dell'intervento ma anche per l'avanzamento del progetto a livello autorizzativo.

"All'inizio - ha illustrato Mauro Tonello, vicepresidente di Coldiretti e presidente di Consorzi Agrari d'Italia - la sperimentazione è stata condotta sulla base di particolari autorizzazioni che vincolavano a segregare o distruggere la granella durante la raccolta. Nel 2015, accertato che non esistono problemi di impatto sulla salute pubblica, né mezzi di controllo alternativi per le contaminazioni da aflatoxine, è stata rilasciata un'autorizzazione eccezionale alla commercializzazione".

Il ceppo atossigeno di *Aspergillus flavus* MU-CL 54911 è stato sottoposto a brevetto europeo dall'Università di Piacenza e Pioneer Italia ne ha acquisito i diritti di commercializzazione. Il prodotto commerciale AF-X1 consiste in un vettore inerte (semi di sorgo devitalizzati) su cui è stato inoculato il fungo atossigeno. In tal modo il prodotto può essere distribuito alla ricalzatura con normali spandiconcime aziendali. Consorzi Agrari d'Italia, al termine dell'iter di registrazione, si occuperà della fase di produzione del formulato commerciale. Nel 2015, nonostante la ristrettezza dei tempi abbia impedito di produrre e commercializzare il prodotto su larga scala, AF-X1 è stato però distribuito gratuitamente come campione in prova ad un cospicuo numero di aziende in diversi contesti ambientali.

(riproduzione riservata)

A34637

EURASIA: ENTRO IL 2015 UN CODICE UNICO PER IL COMMERCIO DEL VINO

Favorirà le esportazioni accelerando la burocrazia e garantendo la trasparenza delle operazioni

(AGRA) - Entro il 2015 il commercio del vino nei territori dei Paesi aderenti all'Unione Economica Eurasiatica sarà normato a parte con un codice unico e non resterà indistintamente confuso all'interno del settore agroalimentare. Lo ha dichiarato Anton Azarov, capo della sezione per le relazioni internazionali al Dipartimento Sviluppo

e Integrazione della Commissione Economica Eurasiatica, durante il convegno "Italia-Eurasia: il dialogo. Come il vino italiano può accedere ai mercati dell'Unione Economica Eurasiatica", organizzato da Business Strategies, Eurasiatx, Eurasian Communication Center, Pavia e Ansaldo Studio Legale, con la collaborazione dell'Associazione Conoscere Eurasia.

"Il provvedimento - ha spiegato Azarov - avrà ricadute rilevanti nelle politiche commerciali delle aziende vinicole italiane che guardano verso l'Eurasia, nelle strategie dei distributori che attualmente presidiano il mercato e soprattutto negli attori della grande distribuzione della Federazione Russa e del Kazakistan. All'interno del nuovo codice unico, che mira ad accelerare la burocrazia e a garantire la trasparenza delle importazioni, confluiranno pertanto anche le armonizzazioni relative alla comunicazione dei vini in tutto il territorio dell'Unione (Russia, Bielorussia, Kazakistan, Kirghizistan e Armenia). Attualmente le legislazioni nazionali (relative all'intero settore agroalimentare) consentono disparità normative che destabilizzano sia le politiche sul punto vendita che quelle relative all'intermediazione logistica, doganale e daziata".

Il nuovo codice in arrivo, che sarà approvato entro il 31 dicembre 2015, avrà inoltre un impatto rilevante sull'insieme delle singole normative nazionali dei Paesi aderenti, a favore di una maggiore trasparenza scongiurando l'insorgere di vie parallele per la commercializzazione del vino nelle regioni dell'Unione Economica Eurasiatica.

(riproduzione riservata)

A34638

OGM: L'ITALIA NOTIFICA ALL'UE LA RICHIESTA DI DIVIETO DI COLTIVAZIONE

In base ad una nuova Direttiva europea che consente agli Stati membri di vietarli sul proprio territorio

(AGRA) - Il ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali Maurizio Martina, di concerto con il ministro dell'Ambiente Gian Luca Galletti e il ministro della Salute Beatrice Lorenzin, ha inviato alla Commissione Europea le richieste di esclusione di tutto il territorio italiano dalla coltivazione di tutti gli Ogm autorizzati a livello europeo.

Le richieste sono state presentate in attuazione della nuova Direttiva europea 2015/412 dell'11 marzo 2015 che consente agli Stati membri dell'Ue di vietare al proprio interno la coltivazione degli organismi geneticamente modificati.

(riproduzione riservata)

A34639

CORSO DI “RICONOSCIMENTO E TUTELA DEI PRODOTTI TIPICI E DEL TERRITORIO”

Organizzato da Baicr per fornire un’approfondita conoscenza delle forme di tutela e valorizzazione

(AGRA) - Un corso di formazione in “Riconoscimento e tutela dei prodotti tipici e del territorio” è organizzato da Baicr Cultura della Relazione. Obiettivo del corso, di cui è responsabile il professor Orazio Olivieri, è fornire un’approfondita conoscenza interdisciplinare delle diverse forme di tutela e valorizzazione dei prodotti tipici con attenzione anche agli aspetti applicativi che spesso sono trascurati. Oggi le competenze in materia di qualità alimentare sono parcellizzate e organizzate “a compartimenti stagni”, mentre le nuove esigenze del mercato richiedono una visione d’insieme sulle tematiche coinvolte. Ad esempio è necessario acquisire la capacità di costruire tecnicamente un disciplinare produttivo e di scrivere una relazione storica sull’origine di un prodotto con un taglio appropriato.

Al termine del corso, al quale è possibile iscriversi fino al 1 novembre prossimo, i partecipanti saranno in grado di padroneggiare gli strumenti per esercitare sul territorio la professione di consulente e di promotore della qualità. Il corso si articola in 4 lezioni frontali, a cadenza settimanale, con lezioni, seminari, testimonianze ed esercitazioni, per un totale di 26 ore tenute da esperti del settore.

A agevolazioni sul costo di iscrizione per ex iscritti al Master “Cultura dell’alimentazione e delle tradizioni enogastronomiche” di Università Tor Vergata e Baicr cultura della relazione; soci Slow Food, Narratori del Gusto, Insor; dipendenti di Pubblica amministrazione, Federalimentare, Confagricoltura, Cia, Coldiretti, Confartigianato, Cna, Ismea, Camere di Commercio.

Per informazioni: segreteria organizzativa Baicr, tel. 06/68891410-11 - www.baicr.it.

(riproduzione riservata)

A34640

DALLA BEI 50 MILIONI DI EURO ALL’ISMEA A FAVORE DEI GIOVANI AGRICOLTORI

Per il finanziamento di start-up e l’ampliamento di aziende agricole di imprenditori under 40

(AGRA) - Il consiglio di amministrazione della Banca Europea degli Investimenti (Bei) ha autorizzato la concessione all’Ismea di una prima linea di credito di 50 milioni di euro.

La somma deliberata dalla Bei sarà utilizzata dall’Ismea per il finanziamento di iniziative start-

up e ampliamento di imprese agricole da parte di imprenditori under 40. Potranno essere finanziati, con una durata fino a venti anni, tra gli altri, il capitale circolante delle aziende nonché investimenti destinati al miglioramento dell’efficienza aziendale, all’internazionalizzazione e al commercio elettronico. Nell’arco di poche settimane, definiti i contratti di finanziamento tra Bei ed Ismea, si definiranno anche le modalità di intervento dell’Ismea e potranno essere avviate le prime istruttorie di fido.

“Si tratta di un’opportunità importante - ha dichiarato il ministro delle Politiche agricole alimentari e forestali, Maurizio Martina - per sostenere le idee innovative dei giovani che vogliono investire in agricoltura. Questi 50 milioni di euro costituiscono un patrimonio da utilizzare al meglio e si inseriscono nel piano di azioni del Governo per favorire il ricambio generazionale. Penso alle azioni di Campolibero come i mutui a tasso zero, le detrazioni del 19% per gli under 35 che affittano terreni, al credito d’imposta al 40% per gli investimenti nell’e-commerce fino a 50.000 euro. Nei mesi scorsi abbiamo aumentato del 25% gli aiuti diretti dei fondi comunitari per le aziende condotte da giovani e dato una corsia preferenziale agli under 40 con il nostro decreto TerreVive per affittare o acquistare i 5.500 ettari che lo Stato vuole far tornare all’agricoltura. Più del 65% delle prime assegnazioni sono andate a ragazzi. Vogliamo andare avanti, dobbiamo dare fiducia e credito ai nostri imprenditori under 40, sono loro a rappresentare il futuro del settore. Per questo voglio ringraziare la Bei del lavoro coordinato che in questi mesi stiamo portando avanti per il comparto agricolo nazionale”.

(riproduzione riservata)

A34641

LEONARDO DI GIOIA ASSESSORE ALL’AGRICOLTURA DELLA REGIONE PUGLIA

Ex assessore al Bilancio, sarà anche il coordinatore nazionale degli assessori regionali all’Agricoltura

(AGRA) - È Leonardo Di Gioia l’assessore all’Agricoltura della Regione Puglia. Il governatore Michele Emiliano gli ha affidato le deleghe relative ad agricoltura, risorse agroalimentari, alimentazione, riforma fondiaria, caccia e pesca, foreste.

Già assessore al Bilancio della precedente Giunta guidata dal governatore Nichi Vendola, Di Gioia è stato anche nominato coordinatore nazionale degli assessori regionali all’Agricoltura.

Priorità del neoassessore Di Gioia, il ritorno alla terra per i giovani, il potenziamento dell’innova-

zione in agricoltura e il riequilibrio del peso delle singole province pugliesi nella destinazione delle risorse. A questo proposito, ha subito convocato il partenariato economico e sociale per riprendere il percorso di concertazione sul Piano di sviluppo rurale 2014/2020.

(riproduzione riservata)

A34642

“I BUONI FRUTTI”, PRIMO PROGETTO DI FRANCHISING SOCIALE IN AGRICOLTURA

Lanciato da AiCare e Università di Pisa per sostenere innovazione e diffusione di pratiche e prodotti

(AGRA) - “I Buoni Frutti” è il primo progetto di franchising sociale in agricoltura a sostegno dell'innovazione sociale e della diffusione di pratiche e prodotti di agricoltura sociale. Nasce dalla collaborazione tra il Dipartimento di Scienze Veterinarie dell'Università di Pisa e AiCare (Agenzia italiana per la campagna e l'agricoltura responsabile e etica) ed è maturato in anni di ricerche e azioni condotte in agricoltura sociale.

In particolare, l'Università di Pisa ha studiato e promosso, in collaborazione con Enti, imprese, associazioni e territori, le valenze dell'agricoltura sociale come pratica di innovazione sociale, modellizzando i protocolli attuativi e definendo metodi di supporto allo sviluppo delle pratiche private e pubbliche, mentre AiCare ha svolto un'intensa attività di scouting e analisi di buone pratiche in agricoltura sociale e civica promuovendo la rete sul territorio nazionale tramite l'uso di strumenti innovativi.

Il progetto “I Buoni Frutti” ha l'obiettivo di valorizzare i prodotti realizzati all'interno di percorsi di agricoltura sociale e promuovere buoni progetti di agricoltura sociale mediante la diffusione di modelli di lavoro testati.

In Italia l'agricoltura sociale è un mondo relativamente nuovo che coinvolge attori diversi - imprese agricole, cooperative sociali di tipo B, associazione di volontariato, istituzioni pubbliche - e crea, allo stesso tempo, valori economici e sociali. Pur non esistendo ancora un censimento delle pratiche, sui territori si possono stimare centinaia di realtà che producono ogni giorno inclusione sociale, lavorativa, formazione e servizi innovativi alla persona in una fase di crisi del welfare pubblico e del sistema produttivo.

“Ad esempio - spiega Francesco Di Iacovo, professore di Economia Agraria dell'Università di Pisa - in provincia di Torino in tre anni, a seguito di un'azione coordinata da Coldiretti Torino e Università di Pisa, si è creata una rete di 35 imprese,

15 cooperative sociali, Consorzi dei servizi e Comuni dell'area che è riuscita, senza investimenti pubblici diretti, a includere al lavoro 38 persone a bassa contrattualità (con disabilità mentale, dipendenze, rifugiati, vittime di tratta) all'interno di un sistema produttivo che ha accresciuto la propria reputazione sul territorio e gli spazi di mercato”.

Una ricerca dell'Università di Pisa ha evidenziato che i prodotti di agricoltura sociale di processi correttamente gestiti creano valori pubblici (per ogni kg di prodotto un risparmio di spesa pubblica di 0,74 € rispetto al costo di servizi alternativi e 7 minuti di lavoro inclusivo di persone a bassa contrattualità con un'efficacia superiore rispetto a pratiche ordinarie), per i consumatori (0,70 € di risparmio rispetto a prodotti di pari qualità sui mercati ordinari) e valori privati (un margine di 0,30 €/kg per il progetto al netto dei costi).

La cooperativa agricola sociale La Sonnina di Genazzano, in provincia di Roma, parte del gruppo di imprese che hanno avviato l'affiliazione a “I Buoni Frutti”, ha sottolineato come sia spesso difficile comunicare il valore sociale dei propri prodotti e come l'utilizzo de “I Buoni Frutti”, marchio credibile e riconosciuto sul territorio, possa aiutarli in questo.

Ha, inoltre, affermato come oltre l'azione di riconoscimento dei prodotti “I Buoni Frutti” agisca in termini di servizi per le imprese, favorendo azioni di networking, confronto, formazione e apprendimento condiviso valorizzando anche la propria esperienza.

“I Buoni Frutti - ha dichiarato Francesca Durastanti, presidente di AiCare - vuole accelerare la diffusione delle buone pratiche di agricoltura sociale facilitando la diffusione regolata dell'innovazione e accompagnando processi di creazione di valore sociale ed economico utili per rispondere a parte dei bisogni oggi presenti nella società italiana”.

Lo strumento scelto è quello del franchising sociale, che utilizza la tecnica del franchising commerciale adattandolo a una funzione pubblica, capace di trasferire conoscenze ed esperienza da imprese e territori di successo verso nuovi interlocutori meno esperti. L'obiettivo è permettere alle persone di lavorare insieme in modo corretto e rapido su un'idea condivisa, guidati da uno scopo innovativo di civismo collaborativo, e assicurando, allo stesso tempo, nuove alleanze tra il variegato mondo produttivo agricolo e quello dei servizi alla persona.

(riproduzione riservata)

I34647

COSTITUITA LATTE ITALIA, LA PRIMA ASSOCIAZIONE DI OP LATTIERO-CASEARIE

Concentrerà 1 milione di tonnellate di latte puntando a raddoppiarle in un triennio e oltre 1.000 soci

(AGRA) - Il 9 settembre 2015 si è costituita Aop Latte Italia, la prima Associazione di Organizzazioni di produttori del settore lattiero caseario che concentrerà 1 milione di tonnellate di latte, pari a poco meno del 10% del latte italiano, di cui oltre 700.000 destinate a produzioni Dop (principalmente Grana Padano). Soci fondatori della Aop Latte Italia, che ha sede legale a Montichiari, in provincia di Brescia, sono le Op lombarde Agrilatte, Latte Indenne e Santangiolina, la Agri Piacenza Latte (Emilia Romagna) e Piemonte Latte.

Presidente della Aop Latte Italia è stato nominato Carlo Mizzi, amministratore di Santangiolina, che sarà coadiuvato dai tre vicepresidenti Michele Cerutti (Piemonte Latte), Guido Bardi (Agri Piacenza Latte) e Francesco Martinoni (Latte Indenne). Il consiglio di amministrazione sarà composto complessivamente da dieci allevatori. Alla direzione è stato chiamato per i primi tre anni Marco Ottolini, attuale direttore di Agrilatte.

“La Aop Latte Italia è la prima significativa aggregazione nel settore lattiero-caseario - commenta il presidente dell’Alleanza delle Cooperative Agroalimentari, Giorgio Mercuri - che ponendosi all’apice di una filiera di Op, in qualità di struttura di servizio strategica, avrà come principali obiettivi quello di ottimizzare i costi di produzione, che in Italia sono ancora troppo alti, di gestire i periodi di crisi e di elaborare strategie commerciali e di impresa”.

“La nostra Aop - sottolinea il presidente di Latte Italia, Carlo Mizzi - avrà un ruolo prettamente economico e cercherà in tutti i modi di valorizzare al meglio il latte dei suoi oltre 1.000 soci. Siamo aperti a tutte le Op italiane che decideranno di condividere il nostro percorso e contiamo di raggiungere entro il prossimo triennio almeno due milioni di tonnellate di latte gestito”.

“La grave crisi che ha investito tutto il mondo del latte europeo - conclude Mizzi - ha imposto un cambio di strategia e di passo fondamentale per invertire la tendenza. Riteniamo che l’aggregazione sia una delle strade fondamentali per cominciare a ragionare di alcuni progetti come i fondi mutualistici e le assicurazioni sui mancati redditi che richiedono grandi numeri. La nostra Aop si pone come capofila per sperimentare e cercare di far partire questi progetti che possano portare un po’ di sollievo ai nostri allevatori. Una delle prime iniziative che affronteremo insieme sarà quella di

gestire per conto dei soci i contratti di fornitura di latte che sono in scadenza”.

(riproduzione riservata)

I34648

POMODORO: CONSORZIO CASALASCO E AGRICOLTORI RIUNITI SI FONDONO

Con una produzione di oltre 550.000 tonnellate è il primo gruppo in Italia e il terzo in Europa

(AGRA) - Il Consorzio Casalasco del Pomodoro, cooperativa agricola specializzata nella produzione e trasformazione di pomodoro da industria, ha completato il processo di fusione per incorporazione di A.R.P. - Agricoltori Riuniti Piacentini, società che dal 1958 opera nella coltivazione, trasformazione e distribuzione dei derivati del pomodoro nella provincia di Piacenza.

Le assemblee dei soci delle due cooperative hanno approvato all’unanimità l’operazione decretando la creazione di una realtà che si posiziona come primo gruppo di produzione e trasformazione di pomodoro da industria in Italia e come terzo in Europa.

Il processo di unione è basato su criteri e valori da sempre condivisi dalle due aziende: la natura cooperativistica, che identifica lo stretto legame con il territorio attraverso la coltivazione e auto-trasformazione del pomodoro; gli alti standard qualitativi e i sistemi innovativi di tracciabilità per una filiera corta e sostenibile; il rafforzamento strategico sui mercati internazionali potenziando il valore aggiunto della base sociale.

La nuova realtà associa circa 370 aziende agricole, principalmente tra le province di Piacenza, Cremona, Parma e Mantova, con quasi 7.000 ettari di terreno coltivati a pomodoro, per una produzione complessiva di oltre 550.000 tonnellate. Il gruppo, che attualmente occupa circa 1.300 dipendenti tra personale fisso e stagionale, disporrà di oltre 50 linee di confezionamento installate presso gli stabilimenti di Rivarolo del Re, Fontanellato e Gariga di Podenzano (sede di A.R.P.), generando un volume d’affari di circa 270 milioni di euro.

Il piano industriale alla base dell’operazione prevede il raggiungimento di importanti sinergie gestionali, in particolare nel coordinamento dei servizi generali, della logistica e dell’organizzazione commerciale, con conseguenti benefici in termini di redditività, nonché di una maggiore flessibilità per soddisfare, in modo veloce, le esigenze dei clienti.

L’ampliamento del portafoglio prodotti e la definizione di nuovi canali di vendita garantiranno una presenza più forte sui mercati internazionali,

potenziando la distribuzione di prodotti sia a proprio marchio (Pomi) che private label. In termini di distribuzione l'obiettivo è infatti quello di abbinare alla gamma retail del Consorzio Casalasco anche la potenzialità dei formati food service di A.R.P. con una linea completa di prodotti destinata alla ristorazione collettiva.

“Questa operazione, che vede come protagonista la filiera agricola - ha commentato Costantino Vavia, direttore generale del Consorzio Casalasco del Pomodoro - rientra in un progetto strategico di espansione e consolidamento sui mercati internazionali.

Il completamento del portafoglio prodotti e l'opportunità di nuovi canali di vendita ci permetteranno una fase di ulteriore crescita e sviluppo soprattutto sulle produzioni a nostro marchio, rendendo in questo modo Pomi un brand ancora più forte. Inoltre le sinergie gestionali e l'ottimizzazione dei processi produttivi contribuiranno a migliorare i livelli di redditività”.

(riproduzione riservata)

I34649

SARCHIO CHIUDE IL 2014 CON UNA CRESCITA DEL 25%

Fatturato oltre i 10 milioni di euro per l'azienda di Carpi che ora ha anche una filiale in Spagna

(AGRA) - Sarchio, azienda di Carpi, in provincia di Modena, che dal 1982 lavora per un'alimentazione sana e naturale realizzando prodotti biologici, senza glutine e vegani, ha chiuso il 2014 registrando una crescita del 25% rispetto all'esercizio precedente, attestando il fatturato netto ad oltre 10 milioni di euro.

Risultati ottenuti attraverso il consolidamento dei canali di vendita storici, il completamento della rete di vendita diretta e l'espansione della distribuzione nazionale sia a livello di numerica che di ponderata, con un incremento del 23% dei punti vendita e del 27% di ponderata.

Alle buone performance hanno contribuito, inoltre, l'incremento della gamma di prodotti con il lancio di nuove referenze biologiche, senza glutine e vegane e l'internazionalizzazione, in particolare in Spagna dove è stata recentemente inaugurata, in provincia di Barcellona, la filiale Sarchio Iberia. Biscotti senza glutine, cereali per la colazione, semi del benessere, bevande vegetali e snack salati le referenze che hanno segnato un incremento superiore alla media del fatturato.

Per l'anno in corso Sarchio stima di consolidare ulteriormente il trend di sviluppo con un obiettivo di budget che dovrebbe superare i 12,5 milioni di

euro di fatturato. “Siamo decisamente soddisfatti dei risultati ottenuti - ha dichiarato Cesare Roberto, direttore generale di Sarchio - e l'obiettivo per il 2015 è continuare il trend di crescita anche attraverso il lancio di nuove referenze, consolidando la presenza in tutti i canali distributivi nazionali e internazionali”.

(riproduzione riservata)

I34650

AMADORI: PIANO DI SVILUPPO DA 250 MILIONI DI EURO IN CINQUE ANNI

Investimenti lungo tutta la filiera: dai mangimifici agli allevamenti, dagli stabilimenti alla logistica

(AGRA) - Amadori ha chiuso il 2014 con un fatturato complessivo pari a 1 miliardo e 284 milioni di euro, un risultato d'esercizio netto di 37,7 milioni di euro, un margine operativo lordo di 129 milioni di euro, che supera il 10% del fatturato, e una quota di mercato che si riconferma intorno al 30% sul totale delle carni avicole in Italia.

Nel 2014 Amadori ha realizzato investimenti per oltre 30 milioni di euro completando, tra l'altro, due nuove strutture nello stabilimento di Cesena (una per la lavorazione dei sottoprodotti e il biodigestore anaerobico).

Sempre a Cesena si sta realizzando una nuova sala taglio di circa 7.000 metri quadrati che sarà pronta nel 2016.

“Il 2014 - ha dichiarato Flavio Amadori, vicepresidente dell'azienda che conta circa 7.200 addetti in tutta Italia - è stato per noi uno degli anni più positivi dall'inizio della crisi economica generale. Con questi risultati vogliamo consolidare la nostra posizione e generare risorse per continuare nel nostro percorso di crescita: per questo abbiamo messo a punto un piano di sviluppo che prevede oltre 250 milioni di euro di investimenti nei prossimi cinque anni lungo tutta la filiera, dai mangimifici agli allevamenti, dagli stabilimenti alla logistica”.

“Visto il calo generale dei consumi di carne in Italia nel 2014 (-3% a volume, fonte Nielsen) e un mercato avicolo sostanzialmente stabile (+1%, fonte Unaitalia) - ha aggiunto Carlo Prevedini, consigliere delegato di Amadori - possiamo ritenere ancora più soddisfatti dei risultati raggiunti. Grazie a un importante gioco di squadra e a decisioni strategiche rilevanti siamo riusciti a raggiungere gli obiettivi che ci eravamo posti: migliorare e stabilizzare la redditività, ridurre i costi e l'indebitamento. I risultati ottenuti ci confermano che siamo sulla buona strada”.

(riproduzione riservata)

I34651

MUVIT DI TORGIANO NELLA TOP 10 DEI MUSEI DEL VINO PIÙ BELLI DEL MONDO

Segnalato da The Drinks Business, magazine inglese specializzato nel drink trade internazionale

(AGRA) - C'è anche il Museo del Vino di Torgiano (Muvit) della Fondazione Lungarotti nella Top 10 dei "best wine museum" del mondo. La segnalazione arriva dall'edizione online di *The Drinks Business*, magazine inglese specializzato nel drink trade internazionale, che per il nostro Paese seleziona il Muvit e l'esposizione piemontese a Barolo. È un vero e proprio giro del mondo nei musei del vino quello proposto da *The Drinks Business*, che inserisce nella sua Top 10 le altre capitali internazionali della cultura enologica: da Bordeaux (Francia) a Porto (Portogallo), da Briones-La Rioja (Spagna) a Santa Rosa (California, in apertura nel 2016), passando da Macau (Cina) fino a Santorini (Grecia). Di proprietà della Fondazione Lungarotti (nata nel 1987 per volere dei coniugi Giorgio e Maria Grazia Lungarotti), il Muvit (attivo fin dal 1974) - già recensito dal *New York Times* come "il migliore in Italia" per la qualità delle sue collezioni artistiche, presente anche a Expo 2015 con 27 opere presso il Padiglione del Vino italiano - narra cinquemila anni di storia attraverso oltre 3.000 reperti tra collezioni d'arte di coppe, boccali, anfore, vasi potori, vasellame, ceramiche medievali, rinascimentali e barocche fino a contemporanee in un'imponente collezione a tema, oltre a raccolte etnografiche.

(riproduzione riservata)

I34652

BEVANDE VEGETALI: MERCATO IN CRESCITA DEL 28% A VOLUME NEL 2015

Tra gennaio e luglio fatturato al consumo oltre i 100 milioni e si stima possa superare i 190 a fine anno

(AGRA) - Continua a crescere il mercato delle bevande vegetali. Tra gennaio e luglio 2015 ha segnato un +28% a volume (dati Iri) rispetto allo stesso periodo del 2014, con un fatturato al consumo che ha ormai superato i 100 milioni di euro. Si stima che in Italia entro fine anno il fatturato al consumo di questa categoria di prodotti possa arrivare a oltre 190 milioni di euro e, se sommato a panna da montare e panna spray alla soia, superare i 200 milioni di euro. Un settore dalle grosse potenzialità: basti pensare che in Italia il consumo pro-capite di bevande a base vegetale è ancora sotto la media europea: 0,85 litri contro 1,38 litri. "Per diverse ragioni la soia si sta rivelando sempre più protagonista del mercato delle bevande

vegetali in Italia - spiega il direttore pianificazione strategica e business innovation di TreValli, Federico Camiciottoli - con una quota al 70% e un incremento solo nell'ultimo anno di circa il 25%. Per questo TreValli ritiene che la sua nuova linea Hoplà Idee di Soia rappresenti un new business interessante e complementare ai suoi prodotti tradizionali".

Secondo l'indagine 2015 TreValli/GfK Eurisko sulle abitudini degli italiani a tavola, infatti, è in netta crescita la notorietà della soia, conosciuta da quattro italiani su cinque e consumata da almeno il 40% degli intervistati negli ultimi sei mesi. Un bacino in espansione ma selezionato, a giudicare dalla concentrazione, su aree metropolitane (13%), professionisti in posizione dirigenziale (25%) e laureati (17%). Chiudono il cerchio il leggero predominio delle donne (58%) e di adulti tra i 45 e i 54 anni (28%). Fra i prodotti preferiti spiccano i più noti panna vegetale (15%) e latte (14%), seguiti a breve distanza dai piatti pronti (12%).

"Cooperlat - aggiunge il direttore generale della stessa cooperativa lattiero casearia, Michele Falzetta - ha presentato una semestrale positiva, in linea con il piano industriale, con un incremento sul 2014 sia di Ebitda (+8,8%) che di Ebit (+20,5%). Tra le leve della crescita, il lavoro sull'internazionalizzazione, sull'eccellenza operativa e infine sull'innovazione, con la nascita tra i vari nuovi prodotti anche della nuova linea vegetale Hoplà Idee di Soia".

Per quanto riguarda i clienti esteri, grande attenzione i prodotti Hoplà la riscuotono in Turchia e in Grecia, con la Turchia che ha raggiunto nel primo semestre 2015 una crescita in fatturato dell'80% e la Grecia del 6%.

(riproduzione riservata)

I34653

PEDON AMPLIA LA GAMMA DEI BIORITMI SURGELATI

Due le nuove referenze: farro e quinoa rossa con broccoletti ed erbe e 5 cereali insalata fantasiosa

(AGRA) - Pedon - azienda leader del settore cereali, legumi e semi - ha presentato al Sana due nuove referenze dei Bioritmi surgelati, insalate preparate con cereali e verdure provenienti da agricoltura biologica confezionate in vaschette monoporzionate da 250 grammi, pronte in soli quattro minuti in padella o al microonde. Sono due le nuove referenze che vanno ad ampliare la gamma Bioritmi: farro e quinoa rossa con broccoletti ed erbe e 5 cereali insalata fantasiosa, con farro, orzo, grano



saraceno, mais, avena, legumi e verdure. Gli ingredienti, provenienti esclusivamente da agricoltura biologica, sono cotti con un filo di olio extravergine di oliva italiano e un pizzico sale marino e subito surgelati, mantenendo inalterate le proprietà organolettiche di cereali, legumi e verdure per un pasto leggero e salutare, ricco di proteine e fibre, a basso contenuto calorico, adatto anche a chi segue un regime alimentare vegetariano e vegano e ad un consumo veloce come quello della pausa pranzo.

(riproduzione riservata)

I34654

CANTINA TOLLO: AUMENTANO RICAVI (+5%) E BOTTIGLIE VENDUTE (+3,4%)

Per il 2015 previsto il consolidamento dei vini derivanti da viticoltura a basso impatto ambientale

(AGRA) - Cantina Tollo ha chiuso il bilancio 2014 con un incremento del fatturato del vino imbottigliato di quasi un milione di euro rispetto all'anno precedente, raggiungendo quota 19.455.000 euro (+5%). Una crescita non solo a valore, ma anche a volume (+3,4% per le bottiglie commercializzate e +1,9% dei litri venduti), dato che non si riscontra da sei anni.

“Lo sviluppo complessivo delle attività di vendita, gli investimenti tecnologici e l'impegno nella produzione della qualità - commenta il presidente di Cantina Tollo, Tonino Verna - ci hanno dato ragione”. Per quanto riguarda la vendemmia 2015, Verna afferma che “ci sono tutti i presupposti per una grande annata”.

Per il Montepulciano “le premesse ci sono tutte per una qualità eccellente. Le annate calde - così come lo sono state anche quelle del 2011, 2003 e il 2007 - favoriscono infatti un'ottima maturazione delle uve rosse”.

La protezione garantita dall'allevamento pergola tipico del territorio assicura, specie in occasione di annate torride come questa, la protezione del

frutto meglio di qualsiasi altro sistema.

“Ci aspettiamo - aggiunge il presidente di Cantina Tollo - una resa superiore rispetto allo scorso anno per i vitigni bianchi, le cui uve, che presentano un buon accumulo zuccherino, daranno vita a vini con un grado alcolico non particolarmente elevato e una acidità leggermente più bassa rispetto a quella dello scorso anno, per effetto di una minore escursione termica tra il giorno e la notte”.

C'è molto ottimismo quindi sull'annata 2015, lo stesso che si respira a livello nazionale, dove si prevede la produzione di 46,3 milioni di ettolitri di vino, in crescita del 10% rispetto al 2014. In particolare, per quanto riguarda l'Abruzzo si stima una produzione di 2,4 milioni di ettolitri (+5% rispetto al 2014; Fonte: Assoenologi).

“Per il 2015 - conclude Verna - prevediamo il consolidamento dei vini derivanti da viticoltura a basso impatto ambientale e salutistico, come i vini biologici e con soli solfiti naturali, che quest'anno hanno anche ottenuto la certificazione Vegan. Nel 2014, su 13 milioni di bottiglie commercializzate, 140.000 riguardavano vini biologici, raddoppiate rispetto allo scorso anno”.

La cooperativa agricola Cantina Tollo, fondata nel 1960, è una delle più grandi realtà abruzzesi del settore vitivinicolo con quasi 790 soci e oltre 2.870 ettari coltivati, con una media di 3,6 ettari per ogni socio.

(riproduzione riservata)

I34655

ALLA POIATTI L'EX STABILIMENTO DELLA PASTA GAZZOLA DI MONDOVÌ

Rilevato presentando un'offerta di 1 milione e 750mila euro dopo il fallimento della Monte Regale

(AGRA) - Presentando un'offerta di 1 milione e 750mila euro, il pastificio siciliano Poiatti ha acquisito l'ex stabilimento della pasta Gazzola di Mondovì, in provincia di Cuneo, i macchinari e il marchio. L'operazione è stata effettuata nell'ambito del fallimento della Monte Regale, chiusa nell'autunno del 2013.

L'Antico Pastificio Poiatti ha sede a Mazara del Vallo, nel Trapanese, ed è stato fondato nel 1946 da Domenico Poiatti. Oggi l'azienda, che grazie a molini di proprietà segue direttamente l'intera filiera produttiva, è gestita dai figli del fondatore, Giovanni e Maurizio Poiatti, e produce un centinaio di formati di pasta, da quella di semola di grano duro a quella all'uovo, dai trafilati in bronzo al Cous Cous, che esporta in tutto il mondo, in particolare nel mercato americano.

(riproduzione riservata)

Distribuzione, ristorazione & consumi

D34660

FOOD&BOOK: LIBRI, CIBO E VINI DAL 23 AL 25 OTTOBRE A MONTECATINI TERME

Tra i protagonisti, gli scrittori Maurizio De Giovanni e Marco Vichi e gli chef Giorgione e Renato Bernardi

(AGRA) - Da venerdì 23 a domenica 25 ottobre Montecatini Terme ospita la terza edizione di Food&Book, il Festival del libro e della cultura gastronomica organizzato dall'Associazione Leggere Tutti in collaborazione con Agra editrice e con il patrocinio del Comune e delle Terme di Montecatini. L'evento vedrà, come ogni anno, la partecipazione di scrittori che nei loro romanzi raccontano il cibo e di chef che lo esaltano nelle loro ricette e spesso in libri di successo.

Hanno assicurato la loro presenza a Food&Book Maurizio De Giovanni, Federica Bosco, Marco Vichi, Isabella Pedicini, Giorgione, Renato Bernardi, Roberto Perrone, Giulia Rizzi, Riccardo Clementi, Irene Rizzoli, Stefano Carboni, Marilena Toschi, Mario Liberto, Giuseppe Triolo, Graziella Picchi, Corrado Barberis, Riccardo Nencini, Giuseppe Nocca, Alessandra Giovanile, Roberta Morasco, Monica Chiocca, Francesca Secci, Graziella Casamenti, Chiara Lalli, Tiziana Rimmaudo, Carlo Spinelli, Pietro Migliaccio, Marcello Leoni, Valentina Tepedino, Piero Gonnelli, Cristina Galliti, Stefania Ruggeri, Ezio Santin, Fedora D'Orazio, Lina D'Ambrosio, Cristina Panizzuti, Andrea Pucci, Massimo Bernardi, Sara Porro, Silvia Macedonia, Irene Duranti.

Tra le molte proposte di Food&Book, la presentazione di "Slow Wine 2016", la guida dei vini di Slow Food, in programma sabato 24 ottobre al Teatro Verdi, alla quale seguirà, alle Terme Tettuccio, la degustazione dei vini premiati alla presenza di oltre 600 produttori provenienti da tutta Italia.

Da segnalare, venerdì 23 ottobre, la cena di gala al Grand Hotel La Pace, con lo chef Luigi Taglienti e ospite d'onore lo chef Ezio Santin.

Sempre venerdì 23 ottobre protagoniste delle cene con lo scrittore saranno Federica Bosco, autrice del libro "Il peso specifico dell'amore" (Mondadori), e Stefania Ruggeri, autrice del libro "La nuova dieta mediterranea e 70 ricette rivisitate da Chef Rubio" (Gribaudo); sabato 24 ottobre sarà la volta di Marco Vichi che presenterà "Il console" (Guanda), mentre domenica 25 ottobre l'appuntamento è con Maurizio De Giovanni, autore del libro "Anime di vetro. Falene per il Commissario Ricciardi" (Einaudi).

Showcooking sabato 24 a Montecatini Alto con Alessandra Giovanile del blog "Ricette di Cultura", che sarà seguito dalla presentazione del progetto

iFood.it, mentre quelli sulle erbe spontanee di Roberta Morasco del blog "Facciamo che ero la cuoca" e Monica Chiocca del blog "La pazza cucina di Monica" faranno seguito alla ricerca di erbe spontanee condotta dall'esperta Graziella Picchi. Domenica 25 sarà la volta delle foodblogger Tiziana Rimmaudo e Fedora D'Orazio.

In occasione dei 700 anni della battaglia di Montecatini, spazio al Medioevo: sabato 24, presso il Teatro delle Maschere di Montecatini Alto, sono previsti diversi appuntamenti, tra cui l'incontro con il viceministro Riccardo Nencini che presenterà il suo ultimo libro "La battaglia" (Mauro Pagliai). In programma anche una visita guidata al Borgo medievale di Montecatini Alto che sarà seguita da un Buffet medievale presso il Convento delle Benedettine.

Piatti degli chef saranno in degustazione al Caffè storico delle Terme Tettuccio, a partire dalla "Pasta alla Trapanese" proposta da Giuseppe Triolo, una specialità siciliana alla quale Mario Liberto ha dedicato un omonimo libro, per proseguire con "La lampuga di Ischia" con lo chef pescatore Pietro Migliaccio.

Il tema dell'edizione 2015 di Food&Book è l'Acqua. Una scelta che tiene conto sia della sede del Festival, le Terme Tettuccio, sia dell'importanza dell'acqua nel tema dell'Expo "Nutrire il Pianeta". In programma la presentazione della guida di degustazione acque "L'idrosommelier" e un banco di assaggio di acque minerali in collaborazione con Adam (Associazione Degustatori Acque Minerali). Grande attenzione anche alla pesca sostenibile grazie alle partecipazioni di "L'amo italiano", il progetto diretto da Valentina Tepedino che sostiene i pescatori e le tradizioni della cultura gastronomica della nostra Penisola.

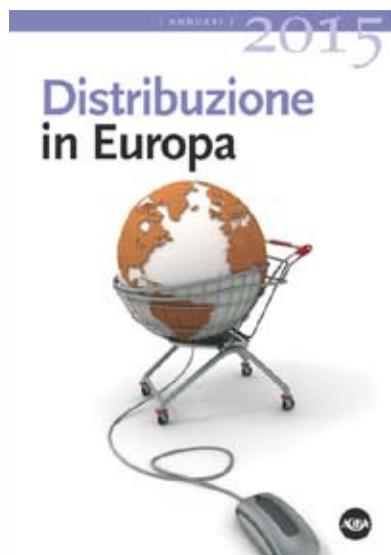
Food&Book ripropone anche la Camper Gourmet Cup, gara di cucina riservata ai camperisti lanciata, in collaborazione con *PlenAir*, a settembre a Parma durante il Salone del Camper dove sono già state raccolte numerose iscrizioni. I camperisti che in occasione di Food&Book arriveranno a Montecatini potranno partecipare preparando un primo piatto ispirato alla cucina del territorio. Una giuria presieduta dallo chef Renato Bernardi e composta da giornalisti enogastronomici assegnerà i premi ai primi tre classificati: la Camper Gourmet Cup al vincitore e tre grandi ceste di prodotti toscani.

In programma anche un workshop promosso dall'Anp (Associazione Nazionale Dirigenti e Alte Professionalità della Scuola) sul tema "La Buona Scuola: un esempio di alternanza nei laboratori del buon gusto". Interverranno il presidente

catalogoagraeditrice2015

Le pubblicazioni di Agra Editrice possono essere acquistate attraverso il sito www.agraeditrice.com, richieste tramite e-mail info@agraeditrice.com, telefono 0644254205, fax 0644254239 o direttamente nelle librerie elencate sul sito www.agraeditrice.com
Agra Editrice - Via Nomentana 257 - 00161 Roma





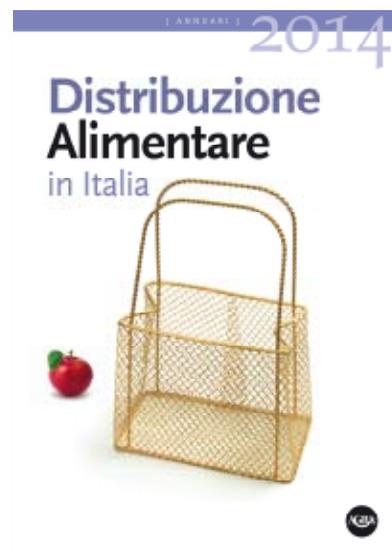
Distribuzione in Europa 2015

Con le schede dei distributori food e non food di 35 Paesi (Ue, Russia, Turchia, Svizzera, Croazia, Ucraina, Norvegia, Albania, Bosnia) Pagine 460
Euro 100,00 (volume) – 250+iva (cd-rom)
ISBN 978-88-6140-190-7



Distribuzione Non Food in Italia 2015

Con le schede di 800 aziende della distribuzione non food suddivise in 15 categorie Pagine 400
Euro 100,00 (volume) – 250+iva (cd-rom)
ISBN 978-88-6140-183-9



Distribuzione Alimentare in Italia 2014

Con le schede di 500 aziende della distribuzione (super, iper, discount, cash & carry) e 10000 pdv (super e iper) Pagine 1000 (2 volumi)
Euro 100,00 (volumi) – 250+iva (cd-rom)
ISBN 978-88-6140-165-5



Industria Alimentare in Italia 2013

Con le schede di 8000 industrie alimentari suddivise in 40 comparti Pagine 1.500
Euro 100,00 (volume) – 250+iva (cd-rom)



Catering & Ingrosso Alimentare in Italia 2012

Con le schede di oltre 300 aziende di ristorazione e di circa 5000 grossisti Pagine 552
Euro 100,00 (volume) – 250+iva (cd-rom)
ISBN 978-88-6140-118-1



Industria Alimentare in Europa 2012

Con le schede di circa 10.000 industrie alimentari europee Pagine 1.140
Euro 130,00 (volume) – 250+iva (cd-rom)
ISBN 978-88-6140-117-4



A CURA DI FRANCESCO G. LEONE
E GIOVANNI GHIGLIONE
**L'Industria Italiana delle Macchine
e delle Tecnologie Alimentari**
Pagine 200
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-013-2



A CURA DELL'ANCD-CONAD
**IX Rapporto sulla Legislazione
Commerciale**
Pagine 528
Euro 45,00
ISBN 978-88-6140-140-2



A CURA DI ADRIANO BARILE
Extravergine di Oliva
Pagine 284
Euro 30,00
ISBN 88-86850-56-5



A CURA DI ADAM - ASSOCIAZIONE
DEGUSTATORI ACQUE MINERALI
L'idrosommelier (Vol. 1)
Conoscere l'acqua a tavola
Pagine 88
Euro 15,00
ISBN 978-88-6140-187-7



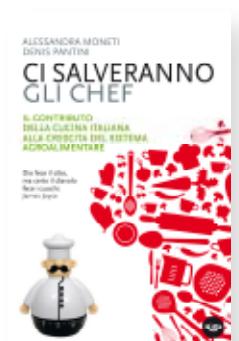
A CURA DI ADAM - ASSOCIAZIONE
DEGUSTATORI ACQUE MINERALI
L'idrosommelier (Vol. 2)
I sensi per degustare l'acqua
Pagine 104
Euro 15,00
ISBN 978-88-6140-188-4



A CURA DI ADAM - ASSOCIAZIONE
DEGUSTATORI ACQUE MINERALI
L'idrosommelier (Vol. 3)
Abbinamento e degustazione delle acque
imbottigliate
Pagine 80
Euro 15,00
ISBN 978-88-6140-189-1



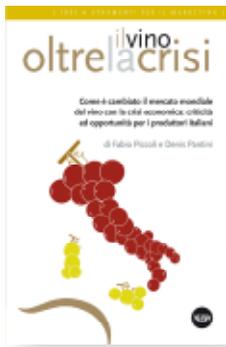
A CURA DELL'AI RI - ASSOCIAZIONE
ITALIANA PER LA RICERCA INDUSTRIALE
Le Innovazioni del Prossimo Futuro
Pagine 544
Euro 70,00
ISBN 978-88-6140-128-0



ALESSANDRA MONETI, DENIS PANTINI
Ci salveranno gli chef
Pagine 136
Euro 15,00
ISBN 978-88-6140-150-1



FRANCO POGGIANTI
Capra & Cavoli
Pagine 288
Euro 10,00
ISBN 978-88-6140-137-2



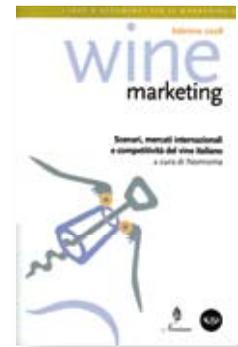
DENIS PANTINI
FABIO PICCOLI
Il vino oltre la crisi
Pagine 112
Euro 20,00
ISBN 978-88-6140-050-4



SERGIO AURICCHIO
Le Parole della Distribuzione
Pagine 250
Euro 25,00
ISBN 88-86850-51-4



METHOS
Big & Small - Restart the system, ripensiamo lo sviluppo
Pagine 176
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-139-6



A CURA DI NOMISMA
Wine Marketing 2008
Pagine 250
Euro 80,00
ISBN 978-88-6140-030-6



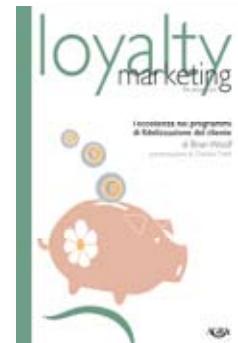
PAOLA CERANA
Il linguaggio segreto dei vegetali
Pagine 128
Euro 18,00
ISBN 88-86850-122-8



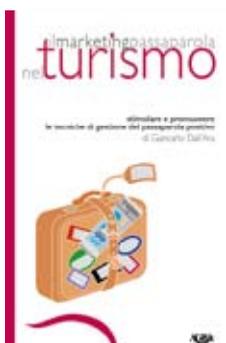
AA.VV.
Agriturismo & Marketing
Pagine 194
Euro 25,00
ISBN 88-86850-52-2



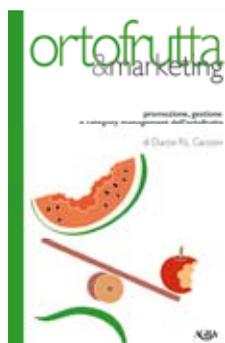
BRIAN WOOLF
Customer Specific Marketing
Pagine 240
Euro 30,00
ISBN 88-86850-35-2



BRIAN WOOLF
Loyalty Marketing
Pagine 244
Euro 30,00
ISBN 88-86850-42-5



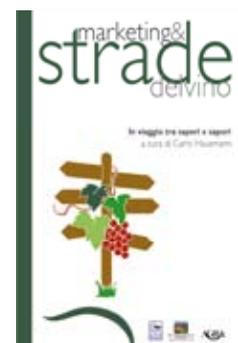
GIANCARLO DALL'ARA
Il Marketing Passaparola nel Turismo
Pagine 106
Euro 16,00
ISBN 88-86850-63-8



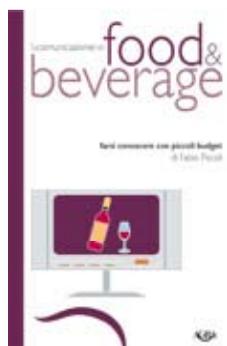
DUCCIO R.L. CACCIONI
Ortofrutta & Marketing
Pagine 236
Euro 22,00
ISBN 88-86850-64-6



MAURO LOY
Il Fenomeno Discount
Pagine 104
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-031-03



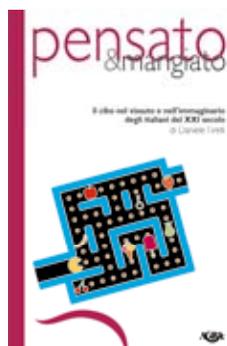
CARLO HAUSMANN
Marketing & Strade del Vino
Pagine 212
Euro 25,00
ISBN 88-86850-66-2



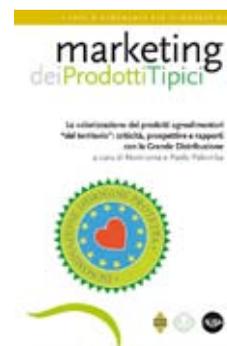
FABIO PICCOLI
**La Comunicazione
nel Food & Beverage**
Pagine 138
Euro 22,00
ISBN 88-86850-65-4



GIUSEPPE OREFICE,
MARGHERITA RIZZUTO
Fattoria Didattica
Pagine 200
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-062-7



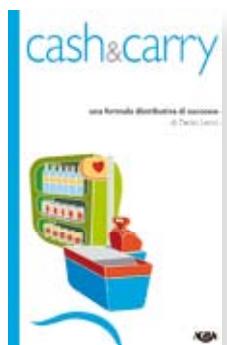
DANIELE TIRELLI
Pensato & Mangiato
Pagine 686
Euro 35,00
ISBN 88-86850-53-0



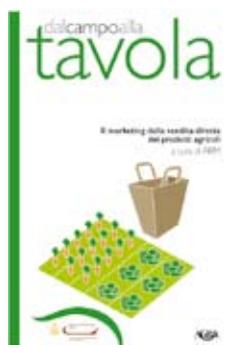
A CURA DI NOMISMA
E PAOLO PALOMBA
**Marketing dei Prodotti
Tipici**
Pagine 168
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-098-6



GIORGIO LO SURDO
**Il marketing delle nuove
vacanze**
Pagine 118
Euro 18,00
ISBN 978-88-6140-125-9



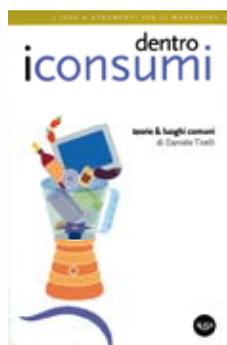
PAOLO LENZI
Cash & Carry
Pagine 320
Euro 30,00
ISBN 88-86850-72-7



A CURA DI ARM - AZIENDA
ROMANA MERCATI
Dal Campo alla Tavola
Pagine 182
Euro 25,00
ISBN 88-6140-014-0



DONATELLA CINELLI
COLOMBINI
**Il Marketing del Turismo
del Vino**
Pagine 160
Euro 20,00
ISBN 88-6140-006-X



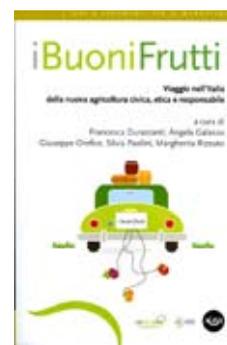
DANIELE TIRELLI
Dentro i Consumi
Pagine 276
Euro 19,00
ISBN 978-88-6140-016-7



A CURA DI ARM
AZIENDA ROMANA MERCATI
**Voglio Aprire
un Agriturismo**
Pagine 340
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-015-9



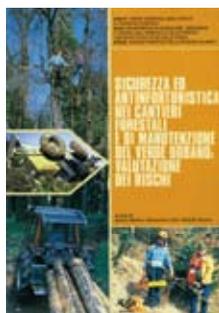
A CURA DI ARM
AZIENDA ROMANA MERCATI
Azienda Agrituristica
Pagine 324
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-084-9



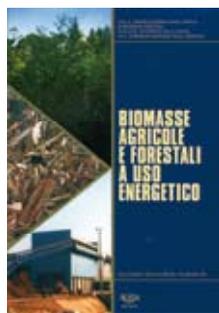
FRANCESCA DURASTANTI,
ANGELA GALASSO, GIUSEPPE
OREFICE, SILVIA PAOLINI,
MARGHERITA RIZZUTO
I Buoni Frutti
Pagine 228
Euro 15,00
ISBN 978-88-6140-107-5



AA.VV.
Viabilità forestale: aspetti ambientali, legislativi e tecnico-economici
Pagine 260
Euro 26,00
ISBN 88-86850-28-X



AA.VV.
Sicurezza ed antinfortunistica nei cantieri forestali e di manutenzione del verde urbano: valutazione dei rischi
Pagine 102
Euro 26,00
ISBN 88-86850-43-3



AA.VV.
Biomasse agricole e forestali a uso energetico
Pagine 400
Euro 26,00
ISBN 88-86850-27-1



AA.VV.
Rischi e protezione nella filiera legno
Pagine 398
Euro 26,00
ISBN 88-86850-19-0



AA.VV.
Interazione fra selvicoltura & meccanizzazione forestale nei Paesi del Mediterraneo
Pagine 236
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-090-0



AA.VV.
Tecniche di ripristino dei boschi percorsi da incendio
Pagine 134
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-088-7



AA.VV.
Gestione forestale sostenibile
Pagine 188
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-089-4



A CURA DELL' A.N.A.R.F.
Sicurezza & antinfortunistica nei cantieri forestali
Pagine 466
Euro 35,00
ISBN 978-88-6140-087-0



AA.VV.
La gestione sostenibile della filiera foresta-legno-ambiente
Pagine 264
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-040-5



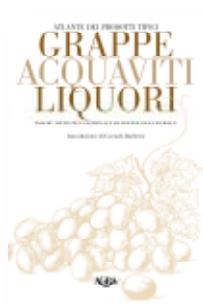
A CURA DELL'ARM
AZIENDA ROMANA MERCATI
Coltivare energia
Pagine 272
Euro 20,00
ISBN 978-88-6140-049-8



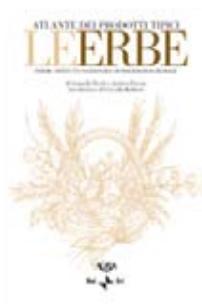
A CURA DELL'ARM
AZIENDA ROMANA MERCATI
Trasformare
Pagine 272
Euro 20,00
ISBN 978-88-6140-108-2



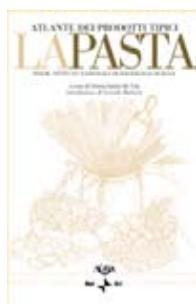
A CURA DELL'ARM
AZIENDA ROMANA MERCATI
Progettare il cibo e la qualità
Pagine 216
Euro 20,00
ISBN 978-88-6140-127-3



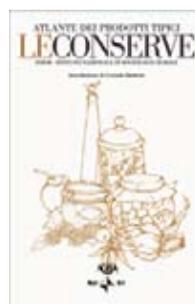
LUIGI ODELLO,
MANUELA VIOLONI,
ARMANDO COLLIVA
MARSIGLI
**Grappe, Acquaviti,
Liquori**
Pagine 272
Euro 18,00
ISBN 978-88-6140136-5



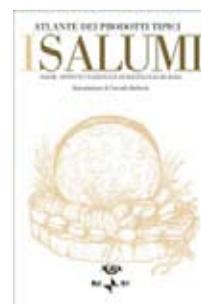
GRAZIELLA PICCHI
ANDREA PIERONI
Le erbe
Pagine 424
Euro 25,00
ISBN 88-397-1354-9



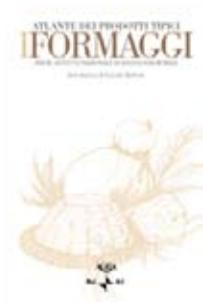
ORETTA
ZANINI DE VITA
La pasta
Pagine 522
Euro 30,00
ISBN 88-397-1334-4



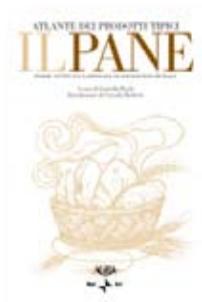
GRAZIELLA PICCHI
Le conserve
Pagine 500
Euro 30,00
ISBN 88-397-1300-X



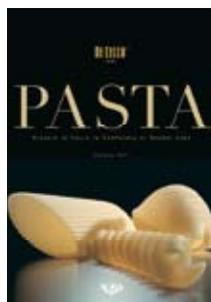
AA.VV.
I salumi
Pagine 684
Euro 30,00
ISBN 88-397-1194-5



CORRADO BARBERIS
I formaggi
Pagine 710
Euro 30,00
ISBN 88-397-1129-5



GRAZIELLA PICCHI
Il pane
Pagine 340
Euro 18,00
ISBN 88-397-1090-6



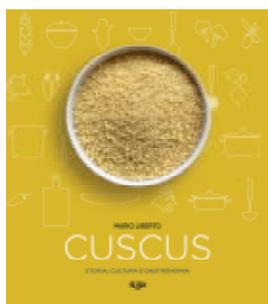
A CURA DI
CARLO G. VALLI
Pasta
Versioni in italiano,
inglese e tedesco
Pagine 114
Euro 30,00
ISBN 88-86850-82-4



A CURA DI
TESTI GIANNA MELIS
FOTOGRAFIE
JANEZ PUKSIC
Pasta d'Autore
Versioni in italiano,
inglese e tedesco
Pagine 112
Euro 30,00
ISBN 978-88-6140-046-7



LUIGI CREMONA,
DANIELE TIRELLI,
NICOLA SORRENTINO
Pasta Damare
Con le ricette di 16
grandi chef
Pagine 156
Euro 30,00
ISBN 978-88-6140-147-1



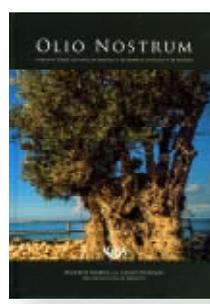
MARIO LIBERTO
CUSCUS
Storia, cultura e
gastronomia
Pagine 96
Euro 18,00
ISBN 978-88-6140-141-9



A CURA DI
VALENTINA CANALI
Il valore del cibo
Pagine 200
Euro 15,00
ISBN 978-88-9893-502-4



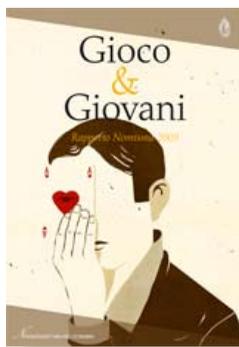
MARIO PACELLI
GIAMPAOLO SODANO
Il valore dell'olio
Pagine 196 + 296
(2 volumi)
Euro 25,00
ISBN 978-88-6140-185-3



MANFREDO BARBERA
CARLO OTTAVIANO
Olio Nostrum
Pagine 160
Euro 18,00
ISBN 978-88-6140-184-6



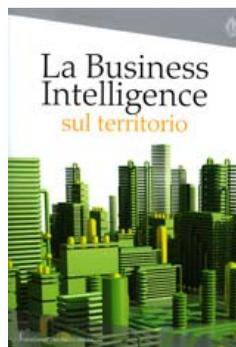
A CURA DI
CARLO OTTAVIANO
Montecatini di gusto
Pagine 96
Euro 15,00
ISBN 978-88-9893-500-0



A CURA DI NOMISMA
Gioco & Giovani
 Pagine 156
 Euro 24,00
 ISBN 978-88-6140-066-55



RAPPORTO NOMISMA 2014
La professione medico veterinaria
 Pagine 156
 Euro 18,00
 ISBN 88-86850-167-9



3° RAPPORTO NOMISMA
La Business Intelligence sul territorio
 Pagine 114
 Euro 18,00
 ISBN 978-88-6140-153-2



A CURA DI NE NOMISMA ENERGIA
Centrali a Carbone Suolo e Agricoltura
 Pagine 190
 Euro 22,00
 ISBN 978-88-6140-085-6



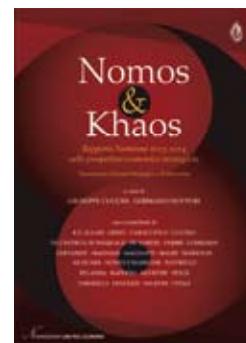
A CURA DI NE NOMISMA ENERGIA
Centrali elettriche e qualità dell'aria
 Pagine 198
 Euro 22,00
 ISBN 978-88-6140-037-5



A CURA DI NOMISMA
La sfida delle bioenergie
 XII Rapporto Agricoltura
 Pagine 292
 Euro 20,00
 ISBN 978-88-6140-109-9



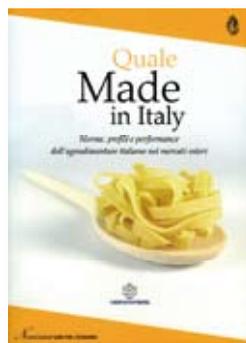
A CURA DI NOMISMA
Distretti Commerciali in Italia
 Pagine 152
 Euro 18,00
 ISBN 978-88-6140-073-3



A CURA DELL'OSSERVATORIO SCENARI STRATEGICI E DI SICUREZZA DI NOMISMA
Nomos & Khaos
 Rapporto Nomisma 2013-2014
 Versioni in italiano e inglese
 Pagine 428 - Euro 20,00



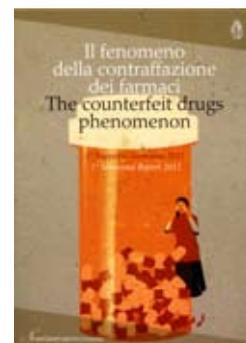
ISBN 978-88-6140-145-7
 A CURA DI NOMISMA
La Piattaforma Logistica in Italia
 Pagine 148
 Euro 18,00
 ISBN 978-88-6140-018-4



A CURA DI NOMISMA
Quale Made in Italy
 Pagine 78
 Euro 18,00
 ISBN 978-88-6140-096-2



A CURA DI NOMISMA
La contraffazione delle sigarette in Italia
 Pagine 116
 Euro 18,00
 ISBN 978-88-6140-055-9



A CURA DI NOMISMA
Il fenomeno della contraffazione dei farmaci
 Pagine 96
 Euro 18,00
 ISBN 978-88-6140-105-1

Distribuzione, ristorazione & consumi

dell'Anp Giorgio Rembado e il sottosegretario all'Istruzione Gabriele Toccafondi.

L'area Food&Book Junior, anche quest'anno a cura di Giodò, riservata a bambini e ragazzi, ospiterà laboratori, degustazioni di prodotti, percorsi sensoriali e attività ludiche, presentazioni di libri.

Alle Terme Tettuccio ci sarà anche uno spazio espositivo e di vendita di prodotti tipici, bevande e specialità alimentari.

Tutti gli aggiornamenti e il programma sono pubblicati sul sito www.foodandbook.it, dove è anche possibile prenotare gli alberghi convenzionati e le cene con chef e scrittori.

(riproduzione riservata)

D34658

SPRECO ALIMENTARE: PARTNERSHIP TRA GRUPPO VÉGÉ E LAST MINUTE SOTTO CASA

Il retailer entra nel circuito del portale che favorisce la vendita di prodotti prossimi alla scadenza

(AGRA) - Partnership tra Gruppo Végé e Last Minute Sotto Casa (Lmsc), il portale nato per mettere in contatto "in tempo reale" esercizi commerciali che si trovano a smaltire generi alimentari prossimi alla data di scadenza e consumatori interessati ad acquistare beneficiando di consistenti sconti sui prezzi al pubblico.

Con questa collaborazione, la prima attivata su scala nazionale tra un'organizzazione della moderna distribuzione e Last Minute Sotto Casa - si spiega in una nota - Gruppo Végé mette in atto un'iniziativa estremamente concreta nella lotta allo spreco alimentare, piaga che ogni anno nel mondo degrada a scarto circa 1,3 miliardi di tonnellate di cibo ancora perfettamente edibile per un valore di 750 miliardi di dollari, provocando un grave danno economico e ambientale, ma soprattutto una distorsione inaccettabile nella redistribuzione delle risorse alimentari del pianeta.

La collaborazione virtuosa tra Gruppo Végé e Last Minute Sotto Casa inizia sotto i migliori auspici. Gruppo Végé, infatti, può far valere il radicamento e lo strettissimo rapporto di vicinanza che da sempre legano le 24 imprese mandanti e le loro reti di vendita ai rispettivi territori per sensibilizzare la clientela sullo spreco alimentare e comunicare localmente la fruibilità di un nuovo servizio etico e utile.

Allo stesso tempo, il portale Last Minute Sotto Casa sarà agevolato nel suo ruolo di tramite tra il singolo punto vendita aderente e i consumatori residenti nel bacino territoriale potenzialmente interessati a prodotti freschi e freschissimi, sicuri

e di alta qualità, disponibili per brevissimo tempo a prezzi particolarmente convenienti.

"Iniziamo questo percorso di collaborazione - ha dichiarato Giorgio Santambrogio, amministratore delegato di Gruppo Végé - consapevoli di poter offrire un contributo limitato rispetto alle dimensioni globali del problema, ma anche convinti dell'importanza sociale e ambientale di compiere gesti concreti che portino distribuzione e consumatori a fare fronte comune nella lotta allo spreco alimentare. Il progetto sarà avviato a breve in via sperimentale in alcuni punti vendita, con l'obiettivo di estendere la collaborazione con Last Minute Sotto Casa al nostro network nazionale ovunque ciò sia fattibile". "Siamo lieti che un'organizzazione con la tradizione storica di Gruppo Végé - ha affermato Francesco Ardito, fondatore di Last Minute Sotto Casa - abbia deciso di aderire al progetto.

Il nostro obiettivo è quello di creare un network che copra tutto il territorio nazionale e l'accordo con il Gruppo Végé, di cui apprezziamo l'impegno costante all'innovazione e l'attenzione concreta al sociale, rappresenta un importante tassello per il raggiungimento di questo risultato".

(riproduzione riservata)

D34661

LE GELATERIE GROM AD UNILEVER, MA LA GESTIONE RESTA AI FONDATORI

La cessione motivata dall'esigenza di favorire l'accesso a nuovi mercati e la crescita dell'azienda.

(AGRA) - La multinazionale anglo-olandese Unilever ha acquisito Grom, catena di gelaterie affermatasi per la qualità del proprio gelato artigianale fondata nel 2003 a Torino da Federico Grom e Guido Martinetti e arrivata oggi a contare 67 negozi in tutto il mondo.

Grom e Martinetti sottolineano che la gestione resterà autonoma e a Torino e che la qualità del gelato resterà la stessa perché le materie prime continueranno ad arrivare dalla loro azienda agricola biologica Mura Mura e dai fornitori di fiducia. L'operazione, della quale non sono stati comunicati i dettagli economici, è finalizzata a consentire economie, favorire l'accesso a nuovi mercati e la crescita dell'azienda.

Il gruppo Unilever, presente in 190 Paesi e con un giro d'affari che sfiora i 50 miliardi di euro, detiene marchi quali Algida, Knorr, Lipton, Mentadent, Svelto e Cocolino. In Italia Unilever è attiva da oltre 50 anni e ha quattro stabilimenti produttivi nei quali lavorano 3.000 dipendenti.

(riproduzione riservata)

Distribuzione, ristorazione & consumi

D34663

RANIERA SOPRANZETTI PRESIDENTE DI SIGMA

È la prima donna al vertice del gruppo che con oltre 2.200 punti vendita fattura 5,2 miliardi di euro

(AGRA) - Una donna alla presidenza di Sigma. È Raniera Sopranzetti, socia Coal, storica realtà della distribuzione organizzata del centro Italia entrata nel 2007 nella centrale distributiva.

Preso atto delle dimissioni per motivi di carattere personale di Eros Magnanini, in carica dal 2012, il consiglio di amministrazione di Sigma ha nominato presidente Raniera Sopranzetti che del gruppo era già vicepresidente.

In una nota Sigma sottolinea che la nomina è nel segno della continuità - confermata anche dall'insediamento alla vicepresidenza di Francesco Del Prete, consigliere di amministrazione di CeDi Sigma Campania, altro socio storico che vanta una presenza molto forte sul proprio territorio - ma anche della novità, rompendo gli schemi tradizionali del panorama distributivo nazionale. Raniera Sopranzetti è infatti la prima donna ad aver raggiunto il vertice di Sigma e tra le pochissime al vertice nel panorama della Gdo. Il consiglio di amministrazione ne ha premiato le doti manageriali e la grande esperienza. Socia storica di Coal - titolare di un maxistore e di un superstore - Raniera Sopranzetti ne è stata presidente nel triennio 2004-2007 guidandone di fatto il passaggio da Interdis a Sigma. Coal, tra l'altro, ha scritto una pagina importante nello sviluppo della distribuzione moderna in centro Italia. La società, con sede a Camerino, in provincia di Ancona, è attiva fin dagli Anni 60 e ha saputo costruire in mezzo secolo di attività una capillare rete di circa 400 punti vendita distribuiti principalmente nelle Marche, ma anche in Umbria, Abruzzo, Romagna, Lazio e Molise. Il retailer opera con le insegne Coal e Sigma nel canale supermercati, presidiando sia le città che i piccoli centri.

“Sono molto felice - ha affermato la neopresidente Sopranzetti - dell'incarico affidatomi dal consiglio di amministrazione, che coincide con una fase di grande impegno su tutti i fronti per Sigma: uno sforzo premiato da una crescita del 2,2% del fatturato di gruppo nel progressivo a giugno 2015, che sale al 2,4% se consideriamo solo l'ultimo mese. Risultati che ci spronano a continuare sulla strada intrapresa in questi anni, che ci vede impegnati ad un costante ascolto delle esigenze dei consumatori e delle realtà del nostro territorio, e che sono merito anche dell'impegno del presidente Eros Magnanini, che ringrazio personalmente



per il lavoro svolto in questi ultimi tre anni”. Nel 2014 il Gruppo Sigma ha fatturato 5,2 miliardi di euro attraverso una rete di oltre 2.200 punti vendita presenti capillarmente su tutto il territorio nazionale.

(riproduzione riservata)

D34659

“REIMPIATTA IL PIATTO”, PAM PANORAMA LANCIA UN CONCORSO ANTISPRECO

Premia le migliori ricette ottenute con il riciclo degli avanzi attraverso un contest gastronomico online

(AGRA) - Dare una seconda vita alle proprie ricette, stando attenti agli sprechi alimentari: questo l'obiettivo di “Reimpiatta il piatto”, il concorso web lanciato da Pam Panorama dedicato agli amanti della cucina pronti a sfidarsi ai fornelli per reinventare piatti e ricette, riutilizzando quanto avanzato ed evitando così ulteriori sprechi di cibo. Per un mese, fino al 4 novembre 2015, accedendo al portale dedicato reimpiattailpiatto.pampanorama.it, tutti coloro che vorranno cimentarsi nel contest online dovranno caricare l'immagine e il nome di un piatto - la cosiddetta “ricetta originaria” - e successivamente l'immagine e il procedimento della “ricetta di recupero”, ovvero la ricetta ottenuta utilizzando come ingrediente principale gli avanzi della ricetta originaria.

I piatti saranno valutati da una giuria di esperti e dal giudizio popolare mediante votazione sul sito. I migliori cinque si aggiudicheranno il montepremi di 5.000 euro in buoni spesa: 2.500 euro al primo classificato, 1.000 euro al secondo, 750 euro al terzo, 500 euro al quarto, 250 euro al quinto.

Il concorso è aperto a tutti i possessori di Carta Per Te Pam Panorama iscritti, o che si iscriveranno per l'occasione, al sito pampanorama.it. Ogni partecipante potrà caricare un solo contenuto (ricetta) per tutta la durata del concorso. Chi vorrà partecipare al concorso votando una ricetta potrà accedere al portale dedicato nella sezione “Vota”, senza necessariamente essere iscritto al sito, e potrà votare fino a tre contenuti differenti al giorno.

(riproduzione riservata)

D34664

LIDL AMPLIA IL CENTRO LOGISTICO DI SOMAGLIA

Primo del gruppo in Europa ad adottare tecnologie e standard gestionali estremamente avanzati

(AGRA) - Richiederà un investimento di 40 milioni di euro l'ampliamento del centro logistico Lidl di Somaglia, nel Lodigiano. Un progetto che, a partire dallo scorso giugno, bloccherà l'attività della struttura per due anni con il conseguente trasferimento dei 168 dipendenti in altre sedi italiane del gruppo distributivo tedesco.

Il progetto prevede la demolizione parziale del capannone di testa, la realizzazione di un nuovo edificio per lo stoccaggio intensivo delle merci con un sistema di distribuzione meccanizzato che richiede la sopraelevazione da 12 a 30 metri di una sezione di circa 8.000 metri quadrati del magazzino stesso, la demolizione e la ricostruzione in un'altra posizione della palazzina uffici, la riorganizzazione del magazzino, la realizzazione di una guardiola per il controllo dei flussi veicolari, la riorganizzazione dei parcheggi, una nuova viabilità che consenta di entrare e uscire dal polo logistico con maggiore facilità.

Il centro logistico Lidl di Somaglia sarà il primo del gruppo in Europa ad adottare tecnologie e standard estremamente avanzati in ambito progettuale, gestionale e ambientale.

Il protocollo d'intesa relativo alle opere da realizzare nell'ambito delle perequazioni e mitigazioni ambientali per l'ampliamento del centro logistico prevede opere compensative che saranno realizzate da Lidl entro il 2016: una rotatoria sulla Strada Provinciale Mantovana n. 234 in prossimità del casello autostradale di Ospedaletto; una pista ciclabile tra Casalpusterlengo e l'insediamento Ceva per garantire maggiore sicurezza ai lavoratori dello stesso centro logistico che si spostano in bicicletta; la messa in sicurezza della Strada Provinciale Orio Litta-Senna Lodigiana.

Nell'ambito degli interventi di mitigazione ambientale dell'impianto, il Comune di Somaglia provvederà alla piantumazione di circa 20.000 metri quadrati nei pressi della frazione di San Martino Pizzolano e all'allargamento della Strada Provinciale 141, nel tratto tra San Martino Pizzolano e la Strada Provinciale Mantovana 234.

Presente in Italia dal 1991, Lidl ha costituito nel corso degli anni nel nostro Paese una catena discount arrivata a contare oltre 570 punti vendita con più di 11.000 dipendenti e 10 centri distributivi.

(riproduzione riservata)

D34662

CARREFOUR LANCIA LA SUA COLLEZIONE MODA AUTUNNO/INVERNO 2015

Creata per proporre una linea di abbigliamento "Total Look" di qualità e stile ad un prezzo attrattivo

(AGRA) - Carrefour ha presentato "Total Look", la nuova collezione autunno/inverno 2015 creata per proporre alla clientela una linea di abbigliamento di qualità e stile ad un prezzo attrattivo.

La collezione - si spiega in una nota - si caratterizza per capi moderni e grintosi, adatti a una donna contemporanea che non vuole rinunciare al comfort e allo stile in ogni momento della giornata. Ha un animo rock espresso con una proposta in cui prevalgono il denim e l'ecopelle accanto a capi dalle tonalità decise con nuance del nero e del grigio accompagnati da tocchi di bianco, in linea con le tendenze del prossimo autunno/inverno. I modelli casual possono essere tra loro combinati per riproporre gli outfit più trendy della stagione, gonne e parka sono presentati accanto a camicie Oxford dal taglio maschile, camicia in denim e jeans skinny permettono di realizzare un total look blue jeans.

Carrefour gioca la versatilità senza tralasciare il mood elegante riproposto negli abiti dalle forme morbide e dai toni accesi: spiccano il blu cobalto, il prugna e il rosso nei mini dress completati da zip o tasche.

La proposta city è contemporanea ed essenziale, di ispirazione urban chic e offre un'ampia scelta di maglieria nei toni cammello, off white, nero e blu, pantaloni dal taglio dritto e una proposta di accessori che completano il look. L'innovazione che Carrefour ha pensato per questo settore si esprime anche nel rinnovo del merchandising, fattore chiave per rendere l'esperienza di acquisto piacevole. Il look del reparto ricalca l'ambientazione delle boutique specializzate: uno spazio aperto e una disposizione dei capi di abbigliamento per universi concettuali (casual, urbano, sport...).

"In Carrefour osserviamo le evoluzioni della società - spiega Sébastien Jan, direttore tessile di Carrefour Italia - e vediamo emergere nuovi bisogni da parte di una clientela attenta alla qualità ma anche alla convenienza.

La differenziazione e l'innovazione sono punti chiave strategici per noi e la nuova campagna total look esprime completamente lo spirito di Carrefour. Siamo certi che vi siano molti spazi di crescita e pensiamo che la nuova collezione sia un primo passo per lo sviluppo del gruppo in questo settore.

(riproduzione riservata)

Europa & scenario internazionale

E34673

SI CHIAMA SAN FRANCESCO L'ACQUA MINERALE PRIVATE LABEL DI LECLERC

Con un posizionamento premium e una bottiglia da un litro dall'aspetto volutamente vintage

(AGRA) - Nell'ambito della strategia di sviluppo della propria offerta private label, per quanto riguarda l'acqua minerale frizzante il retailer francese Leclerc si è allineato alla San Pellegrino, marchio italiano di proprietà del gruppo Nestlé Waters tra i leader di mercato. E italiana è anche la denominazione dell'acqua minerale frizzante private label di Leclerc, San Francesco, dal nome della fonte di Caslino al Piano, a Sud del Lago di Como, dove è imbottigliata da Refresco. Con un posizionamento premium e una bottiglia da un litro dall'aspetto volutamente vintage, l'acqua minerale frizzante San Francesco è in vendita ad un prezzo di 0,47 euro al pezzo.

(riproduzione riservata)

E34672

SYSTÈME U CENTRALIZZA GLI ACQUISTI DI VINO

Responsabile per i vini stranieri resta Céline Saint-Marc, affiancata da Bertrand Decré e Jerome Prunet

(AGRA) - Il retailer francese Système U riorganizza gli acquisti di vino concentrandoli nella centrale nazionale di Rungis, superando così la precedente struttura organizzata a livello regionale attraverso capi prodotto.

La nuova squadra, operativa dal 1° novembre prossimo, sarà guidata da Jean-François Rovire e composta da tre responsabili di prodotto che si suddivideranno i vigneti francesi, ognuno dei quali sarà affiancato da un associato Système U.

Céline Saint-Marc, product manager vini frizzanti e champagne, marche nazionali e vini stranieri, si occuperà anche di Languedoc-Roussillon e vini comuni; Romain Thomas, ex responsabile dello sviluppo delle vendite e del merchandising, diventa product manager responsabile delle bevande aromatizzate a base di vini tranquilli e dei vigneti della metà orientale della Francia, dall'Alsazia alla Provenza-Corsica; lo stesso Jean-François Rovire gestirà l'interim delle funzioni del terzo product manager finché non sarà reclutato, seguendo Bordeaux, Loira e Sud-Ovest della Francia. Inoltre, Annabelle Fisson, che si occupava di châteaux e della gamma Club Vins et Terroirs, lavorerà allo sviluppo delle vendite e al merchandising. Nessun cambiamento per i vini a marchio U che restano sotto la responsabilità di Xavier Mimiague, che sarà comunque affiancato dall'associato Système

U de La Tranche-sur-Mer Gérard Brégeon.

Gli altri soci che affiancheranno i capi prodotto sono: Bertrand Decré di Fontenay-le-Fleury (Bordeaux e vini stranieri); Roger Patrosso di Veynes (Languedoc-Roussillon e vini comuni, Rodano, Provenza-Corsica e Sud-Ovest); Jean-Luc Houdayer di Eysines (Bordeaux); Richard Marchand di Murs-Erigné (Loira); Jerome Prunet di Le Port Marly (vini stranieri, Languedoc-Roussillon, vini comuni e Bordeaux); Vincent Bacquet di Sundhouse (Alsazia, Giura, Savoia, Borgogna, Beaujolais, Rodano e bevande aromatizzate a base di vini tranquilli); Thibault Dubus di Flassans-sur-Issole (Provenza-Corsica); Yann Hily di Plobannalec (Loira e Sud-ovest); Laurent Dierick di Chatou (champagne e spumanti); Pierre Alves di Talant (champagne e spumanti).

(riproduzione riservata)

E34674

FRANCIA: CARREFOUR ACQUISCE LA PIATTAFORMA RUEDECOMMERCE.FR

Frequentata da 5 milioni di utenti al mese, vende articoli high tech, per la casa e per il fai da te

(AGRA) - Il retailer francese Carrefour investe nel commercio online acquisendo la piattaforma ruedecommerce.fr, attiva dal 2007, che nel 2014 ha fatturato 316 milioni di euro, una dozzina in meno rispetto al giro d'affari realizzato nel 2013 (-3%). L'offerta di ruedecommerce.fr è composta da 3 milioni di articoli high tech, per la casa e per il fai da te che attira mensilmente 5 milioni di utenti. Il valore della transazione, che previa autorizzazione dell'autorità Antitrust francese dovrebbe concludersi nei primi mesi del 2016, non è stato comunicato. A cedere è Altarea Codegim che aveva acquistato ruedecommerce.fr nel 2012 per 100 milioni di euro, non riuscendo però a svilupparne l'attività. La mossa di Carrefour è opposta a quella di Auchan che si è liberata di Grosbill cedendola per 109 milioni di euro a Mutares, proprietaria di Pixmania, ma in linea con la strategia di Casino che ha investito in Cdiscount.

(riproduzione riservata)

E34675

RUSSIA: MAGNIT CHIUDE IL SECONDO TRIMESTRE 2015 CON UN +27,6%

Nella prima metà dell'anno fatturati 3,2 miliardi di euro con 10.728 punti vendita

(AGRA) - Il gruppo distributivo russo Magnit ha chiuso il secondo trimestre 2015 con un incremento del giro d'affari del 27,6% rispetto allo stesso periodo del 2014 fatturando 236 miliardi

Europa & scenario internazionale

di rubli, pari a circa 3,2 miliardi di euro. Il maggiore apporto al fatturato arriva dal canale convenience store che con 175,8 miliardi di rubli (2,3 miliardi di euro) registra una crescita del 24,7%. Gli ipermercati hanno totalizzato 40,6 miliardi di rubli (553 milioni di euro) segnando un +18,1%, i negozi di cosmetici 8,3 miliardi di rubli (113 milioni di euro) con un +102%, i Magnit Family 10,7 miliardi di rubli (119 milioni di euro) con un +90%.

Nel secondo trimestre 2015 Magnit ha aperto 608 nuovi punti vendita portando la propria rete a 10.728 unità: 8.890 convenience store, 201 ipermercati, 1.527 negozi di cosmetica e 110 Magnit Family.

(riproduzione riservata)

E34676

MERCATOR IN CALO DELL'1% NEL PRIMO SEMESTRE 2015

Con un fatturato di oltre 1,2 miliardi di euro in Slovenia, Serbia, Croazia e Bosnia Erzegovina

(AGRA) - Nel primo semestre 2015 il gruppo distributivo sloveno Mercator ha registrato un fatturato complessivo pari a 1,287 miliardi di euro, segnando un calo dell'1% rispetto allo stesso periodo del 2014.

In particolare, in Slovenia Mercator ha segnato una diminuzione del giro d'affari dell'1,8%, in Serbia un +70,8%, in Croazia un -75,9%, in Bosnia Erzegovina un -84,2%. Al 30 giugno 2015 il gruppo distributivo operava con 63 ipermercati, 229 supermercati, 602 negozi di quartiere, 1 comfort, 1 mini, 26 cash & carry e 231 in franchising.

(riproduzione riservata)

E34677

COUCHE-TARD: FATTURATO IN CALO DEL 2,3% NEL PRIMO SEMESTRE 2015

Il gruppo distributivo canadese conta oltre 13.000 convenience store nel mondo

(AGRA) - Il retailer canadese Alimentation Couche-Tard ha chiuso il primo semestre 2015 con un fatturato pari a 8,98 miliardi di dollari, segnando una flessione del 2,3% rispetto allo stesso periodo del 2014.

Couche-Tard è uno dei maggiori retailer mondiali del canale convenience store che presidia con più di 13.000 punti vendita distribuiti tra Canada, Stati Uniti, Europa, Messico, Giappone, Cina e Indonesia. Gli Usa sono il primo mercato del gruppo distributivo fondato dall'attuale presidente Alain Bouchard, con un apporto di 6,2 miliardi di dollari, mentre 1,74 miliardi di dollari arrivano dall'Eu-

ropa e 1,032 miliardi di dollari dal Canada.

(riproduzione riservata)

E34678

NEGATIVO IL PRIMO SEMESTRE 2015 DI MORRISONS: -5,1%

Fatturati poco più di 8 miliardi di sterline.

Annunciata la cessione dei minimarket M Local

(AGRA) - Nel primo semestre dell'esercizio 2015, chiuso il 2 agosto scorso, il retailer britannico Morrisons ha fatturato 8,064 miliardi di sterline, registrando una riduzione del giro d'affari del 5,1% rispetto allo stesso periodo del 2014. Le vendite retail sono ammontate a 6,388 miliardi di sterline, segnando un calo dell'1,1%, quelle dei carburanti sono scese a 1,583 miliardi di sterline (-16,7%). L'utile netto si è fermato a 107 milioni di sterline (-42%). Anche a fronte di questi negativi risultati, Morrisons ha annunciato la cessione della catena di minimarket M Local (140 punti vendita) a Greybull Capital, una società di private equity "a conduzione familiare", per 25 milioni di sterline.

(riproduzione riservata)

E34679

JOHN LEWIS PARTNERSHIP CRESCE DEL 2,1% NEL PRIMO SEMESTRE 2015

Grazie a un giro d'affari che ha superato quota 5 miliardi di sterline

(AGRA) - Il gruppo distributivo britannico John Lewis Partnership ha registrato un incremento di fatturato del 2,1% nel primo semestre 2015 grazie a vendite per 5,116 miliardi di sterline. Le rete John Lewis ha totalizzato 1,935 milioni di sterline (+3,8%), mentre i punti vendita Waitrose hanno fatturato 3,180 miliardi di sterline (+1,1%). Al 1° agosto 2015 il retailer operava con 31 John Lewis department store, 11 John Lewis at Home e 340 punti vendita Waitrose.

(riproduzione riservata)

E34680

CORA FRANCE: FATTURATO 2014 IN CALO DEL 6,3%

Gli ipermercati Cora hanno realizzato vendite per 4,58 miliardi, i supermercati Match per 1,15 miliardi

(AGRA) - Sono negativi i risultati dell'esercizio 2014 comunicati dal gruppo distributivo Cora France. Il fatturato della rete di ipermercati Cora si è fermato a 4,58 miliardi di euro, segnando un calo del 6,3% rispetto all'anno precedente, mentre l'utile operativo e l'utile netto sono rispettivamente scesi del 17,3% e del 28%. Il giro d'affari dei

Europa & scenario internazionale

supermercati Match è ammontato a 1,15 miliardi di euro (-6,2% rispetto al 2013) con un risultato operativo migliorato del 60,8% a 7 milioni di euro e un risultato netto che ha raggiunto quota 17 milioni di euro. Alla fine del 2014 il gruppo Cora contava in Francia una rete composta da 129 punti vendita al netto di quattro chiusure ed una apertura realizzate nel corso dell'intera annata.

(riproduzione riservata)

E34684

AMAZON FRANCIA LANCIA DUE CANALI DI VENDITA PER ALIMENTARI E ALCOLICI

Rispettivamente con in assortimento oltre 30.000 e più di 4.000 referenze

(AGRA) - Amazon Francia ha lanciato il 23 settembre scorso due nuovi canali di vendita online per i prodotti alimentari e gli alcolici.

La sezione "Groceries" propone oltre 30.000 referenze di bevande, legumi secchi, riso, dolciumi, cioccolato, alimenti per bambini, biscotti, condimenti e spezie, ingredienti per la cucina e per la pasticceria, prodotti salutistici; la sezione "Beer, Wine and Spirits" ha in assortimento oltre 4.000 referenze di birre, vini e liquori.

(riproduzione riservata)

E34681

OCADO IN CRESCITA DEL 15,3% NEL TERZO TRIMESTRE 2015

Il numero medio degli ordini settimanali è aumentato del 16,6% passando da 163.000 a 190.000

(AGRA) - Il retailer britannico online Ocado, specializzato nell'alimentare, ha chiuso il terzo trimestre dell'esercizio 2015 con una crescita del 15,3% grazie a vendite che hanno raggiunto i 252 milioni di sterline dai 218,5 milioni di sterline dello stesso periodo dell'anno precedente. Il numero medio degli ordini settimanali è aumentato del 16,6% passando dai 163.000 del terzo trimestre 2014 ai 190.000 del terzo trimestre 2015. La dimensione media degli ordini ha invece segnato una diminuzione dell'1,1% attestandosi a 110,46 sterline rispetto alle 111,64 sterline del terzo trimestre 2014.

(riproduzione riservata)

E34685

WALMART NON GUADAGNA NEL SECONDO TRIMESTRE 2015

Fatturati 120 miliardi di dollari (+0,1%).

Crescono Nordstrom (+9,2%) e Fred's (+11%)

(AGRA) - Nel secondo trimestre 2015 il retailer statunitense Walmart ha realizzato un giro d'affari complessivo pari a circa 120 miliardi di dollari,

fatturando appena lo 0,1% in più rispetto allo stesso periodo del 2014, anche se escludendo l'effetto cambi l'incremento sarebbe del 3,6%. Negli Stati Uniti Walmart ha fatturato 73,9 miliardi di dollari (+4,8%), nei numerosi altri Paesi in cui è presente 30,6 miliardi di dollari (-9,6%, che diventa +2,8% a costanti tassi di cambio). Al 30 giugno 2015 Walmart operava con 4.576 punti vendita negli Stati Uniti e con altri 6.282 nei mercati esteri. Kroger ha chiuso il secondo trimestre 2015 con un fatturato di 25,5 miliardi di dollari, registrando una crescita dello 0,9% che senza considerare i carburanti sarebbe invece del 5,7%.

Un risultato che ha portato il fatturato del primo semestre (compresi i carburanti) a 58,5 miliardi di dollari (+0,5%) con un utile lordo di 12,7 miliardi di dollari (+5,8%), un utile operativo di 1,8 miliardi di dollari (+19,2%) e un utile netto 1 miliardo di dollari (+24,1%). Sempre nel secondo trimestre 2015, Macy's ha fatturato 6,10 miliardi di dollari (-2,6%) portando il fatturato semestrale a 12,33 miliardi di dollari (-1,7%). Al 1° agosto 2015 Macy's disponeva di 885 punti vendita in 45 Stati Usa. Nordstrom ha invece incrementato il giro d'affari trimestrale del 9,2% raggiungendo i 3,59 miliardi di dollari. Il fatturato di Limited Brands è ammontato a 2,76 miliardi di dollari, segnando un incremento del 3% che ha portato il totale del primo semestre a 5,27 miliardi di dollari (+4,2%). Limited Brands conta 2.976 punti vendita negli Stati Uniti, in Canada e nel Regno Unito.

Nel secondo trimestre 2015 Gap ha registrato un calo di fatturato del 2%, con un giro d'affari di 3,9 miliardi di dollari realizzato con 3.751 punti vendita (1.418 Gap, 1.064 Old Navy, 673 Banana Republic, 111 Athleta, 43 Intermix e 442 in franchising). Best Buy ha invece incrementato leggermente il fatturato dello 0,8%, attestandosi a 8,52 miliardi di dollari. Al 1° agosto 2015 il retailer disponeva di 1.433 punti vendita negli Stati Uniti e di 215 in altri mercati esteri. Fred's ha chiuso il se-



Europa & scenario internazionale

condo trimestre 2015 con un fatturato di 546 milioni di dollari (+11%) portando il totale del primo semestre a 1,055 miliardi di dollari (+6,6%). Al 1° agosto scorso Fred's operava con 662 discount e 3 farmacie nel sudest degli Stati Uniti. Nel secondo trimestre 2015 Rite Aid ha fatturato 7,7 miliardi di dollari (+17,5%) con una rete di 1.859 punti vendita. Chiudendo, il 1° agosto scorso, il quarto trimestre con un fatturato di 1,16 miliardi di dollari (+4,9%), Neiman Marcus ha portato il fatturato dell'intero esercizio 2015 a 5,09 miliardi di dollari registrando un incremento del 5,3% rispetto all'anno precedente.

(riproduzione riservata)

E34682

PENNY MARKET ESCE DALLA BULGARIA

La catena discount del gruppo Rewe si concentrerà in Austria, Repubblica Ceca, Ungheria, Italia e Romania

(AGRA) - Il gruppo distributivo tedesco Rewe ha annunciato per la fine del mese di ottobre la chiusura della rete di 49 discount Penny Market di cui dispone in Bulgaria. Nel Paese dell'Europa orientale Rewe continuerà invece a sviluppare i supermercati Billa che sul territorio bulgaro attualmente sono 92. Alcuni punti vendita Penny Market e

il centro logistico di Stolnik passeranno proprio a Billa. Il gruppo Rewe concentrerà i suoi discount Penny Market in Austria, nella Repubblica Ceca, in Ungheria, in Italia e in Romania.

(riproduzione riservata)

E34683

FRANCIA: CARREFOUR E LECLERC CONSOLIDANO LE QUOTE DI MERCATO

In crescita anche Casino, Système U, Intermarché, Louis Delhaize, Leader Price e Lidl

(AGRA) - Secondo i rilevamenti di Kantar Worldpanel, nelle quattro settimane comprese tra il 10 agosto e il 6 settembre 2015 Carrefour ha mantenuto la sua posizione di leader della distribuzione in Francia, seguito da Leclerc che è cresciuto portando la sua quota di mercato al 20,4%. Lidl ha segnato il dodicesimo consecutivo mese di crescita arrivando ad una quota del 4,6% (+0,3%). Segni positivi anche per Casino (+0,2% che l'ha portato all'11,6%), Système U (+0,1%, al 10,8%), Intermarché (+0,2%, al 14,7%), Louis Delhaize (3,9% di quota di mercato), Leader Price (+0,2%, al 2,7%). Le vendite online hanno raggiunto una quota di mercato del 4,9% (+0,8%).

(riproduzione riservata)

Abbonati subito ad AgraNews!

Sì, desidero abbonarmi:

- Abbonamento annuale Italia € 75 Abbonamento annuale cumulativo (15 copie, stesso indirizzo) € 200
 Abbonamento annuale estero UE € 150 Abbonamento annuale extra-Ue € 250

nome cognome azienda

via città cap prov

e-mail tel fax

p. iva c. fiscale

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali nell'ambito delle leggi vigenti in materia di privacy

firma

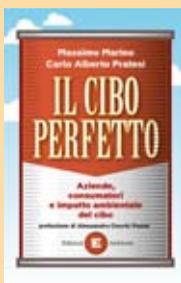
Invio..... euro tramite:

- C/C postale 61767000 intestato ad A.G.R.A. srl, Via Nomentana 257, 00161 Roma
 Bonifico bancario intestato ad A.G.R.A. srl, c/o Poste Italiane Spa - Codice Iban IT 83 0 07601 03200 000061767000
 Tramite carta di credito (barrare il tipo di carta) Visa Diners American Express

numero cvv2 nome cognome

scadenza firma

**Ritagliare o fotocopiare e spedire via fax o in busta chiusa a:
Agra, Via Nomentana 257, 00161 Roma, fax 06 44254239**



Massimo Marino e Carlo Alberto Pratesi

IL CIBO PERFETTO

Aziende, consumatori e impatto ambientale del cibo

Edizioni Ambiente

Pagine 168, euro 20,00

Inquina di più l'insalata in busta o quella fresca? Sotto il profilo ambientale sono meglio le galline allevate all'aperto o quelle in gabbia? I prodotti a Km 0 hanno sempre gli impatti più ridotti? Quale carne scegliere se si vuole alleggerire l'impatto sul pianeta? E che dire del cibo biologico o degli Ogm? Ogni giorno milioni di consumatori si fanno domande come queste e spesso le risposte a cui arrivano sono basate su dati parziali o inesatti. Scritto da uno specialista di valutazione del ciclo di vita dei prodotti (Massimo Marino) e da un esperto di marketing (Carlo Alberto Pratesi), *Il cibo perfetto* vuole fare chiarezza in un settore in cui il dibattito spesso assomiglia a una guerra ideologica tra schieramenti opposti. Gli autori analizzano con la metodologia Lca (Analisi del ciclo di vita) tutte le fasi di produzione degli alimenti e ne definiscono, secondo un rigoroso procedimento scientifico, gli impatti ambientali. Non esistono ricette facili e ogni produzione o scelta di consumo ha conseguenze complesse, con vantaggi e controindicazioni tanto per gli individui consumatori parte di una collettività quanto per l'ambiente. Alla fine, a definire la qualità di un cibo o di un modello alimentare è in gran parte il livello di consapevolezza con cui lo si produce, trasforma, commercializza e consuma. Se non esistono "filosofie" alimentari o produttive valide sempre, ovunque e per chiunque, c'è però - sottolineano gli

autori - un dato estremamente solido a cui fare riferimento, un dato che emerge proprio dalle molte storie raccontate nel volume: il sistema agroalimentare italiano, dai processi di produzione fino alla distribuzione e al confezionamento, dalla trasparenza nella comunicazione alla certificazione, presenta degli standard di qualità e sostenibilità tra i più elevati al mondo.



Andrea Cappelli

COL D'ORCIA - UNA STORIA

SECOLARE DI BRUNELLO

Edizioni Effigi

Pagine 144, euro 30,00

Il conte Francesco Marone Cinzano è l'erede di una tradizione familiare di attività legate al mondo del vino, che egli vuole continuare, facendo della vitivinicoltura d'altissima qualità una scelta di vita. Cinzano, infatti, è un nome molto celebre nella storia vitivinicola e industriale piemontese e italiana, essendo stata una famiglia produttrice di vino che, per quasi cinque secoli, ha dato gran lustro al territorio in cui è nata e poi si è sviluppata e ramificata, con un'impronta d'innovazione e internazionalizzazione fuori dal comune per l'epoca in cui è stata intrapresa. L'avventura a Montalcino inizia nel 1973 con l'acquisto da parte del conte Alberto Marone Cinzano della Tenuta Col d'Orcia di ben 580 ettari, già produttore storico di Brunello fin dagli Anni Venti, la cui grande intuizione - forte di un'esperienza familiare che affonda le radici nel Cinquecento - fu che il futuro sarebbe stato dei grandi vini di qualità e

da invecchiamento. Dal 1992 il timone è nelle mani del figlio Francesco, che negli ultimi vent'anni ha accresciuto gli ettari vitati fino agli attuali 142, di cui 106 a Brunello, conseguendo nel 2013 un altro ambizioso traguardo: Col d'Orcia diviene la più grande azienda biologica certificata della Toscana. In poco più di vent'anni d'intensa attività, Francesco Marone Cinzano ha concretizzato la grande intuizione del padre, facendo di Col d'Orcia il terzo produttore di Brunello di Montalcino.



Pasquale Piccirillo

IL FICO

Coltivazione e gestione della pianta

Edagricole

Pagine 112, euro 14,00

Il fico è tra le piante più coltivate dall'uomo sin dall'antichità e anche oggi è diffuso in tutta Italia, soprattutto per l'autoconsumo o per le produzioni tradizionali di qualità, con interessanti tipicità locali e un'elevata biodiversità. La produttività del fico, tuttavia, dipende dai fattori climatici, dall'umidità e dal suolo dove viene coltivato e chi vuole avere buone soddisfazioni dalla pianta, molto longeva, deve imparare a gestirne le particolarità. In questo libro di Pasquale Piccirillo, membro del Consiglio per la ricerca e sperimentazione in agricoltura nell'Unità di ricerca per la frutticoltura di Caserta, ci sono tutti i consigli indispensabili per una gestione efficiente e produttiva della pianta e i richiami alle varietà più adatte per i vari territori.

Leggere:tutti

il mensile del libro
e della lettura **OGNI MESE**
in edicola a 3,00 euro
www.leggeretutti.it

NOVEMBRE 2015

ITALIA

3-6 Rho (FieraMilano).

Sime - 26° Salone Internazionale delle Macchine per Enologia e Imbottigliamento.

Organizzazione: Unione Italiana Vini, Via San Vittore al Teatro 3, 20123 Milano, tel. 02/72222825 - 02/72222826 - 02/72222828, fax 02/866226, e-mail info@sime.it - www.sime.it

5-8 Verona.

Fieracavalli - Fiera Internazionale dei Cavalli e Salone delle Attrezzature e Attività Ippiche.

Organizzazione: Veronafiere Spa, Viale del Lavoro 8, 37135 Verona. Help desk: tel. 045/8298119, e-mail fieracavalli@veronafiere.it
Responsabile di manifestazione: Armando Di Ruzza, tel. 045/8298329, e-mail diruzza@veronafiere.it
www.fieracavalli.it

5-8 Udine.

Good - Tutti i Piaceri della Buona Tavola.

Organizzazione: Udine e Gorizia Fiere Spa, Via Cotonificio 96, 33030 Torreano di Martignacco (Ud), tel. 0432/4951, fax 0432/401378, e-mail info@udinegoriziafiere.it
www.goodexpo.it

13-15 Arezzo.

Agrietour - 14° Salone Nazionale dell'Agriturismo e dell'Agricoltura Multifunzionale.

Organizzazione: Arezzo Fiere e Congressi, Via Spallanzani 23, 52100 Arezzo, tel. 0575/9361, fax 0575/383028, e-mail info@agrietour.it
www.agrietour.it

13-16 Cremona.

Il BonTà - XII Salone delle Eccellenze Enogastronomiche Artigianali e delle Attrezzature Professionali.

Segreteria organizzativa: CremonaFiere Spa, Piazza Zelioli Lanzini 1, 26100 Cremona, tel. 0372/598011, fax 0372/598222
e-mail info@ilbonta.it - www.ilbonta.it

14-17 Vicenza.

Cosmofood - Food, Beverage & Technology.

Per informazioni: Mantova In Srl, Via Zanaboni 56, 25010 Isorella (Bs), tel. 030/9523919, fax 030/9958441, e-mail info@cosmofood.it - www.cosmofood.it

14-17 Rimini.

Gluten Free Expo - Salone Internazionale dedicato ai Prodotti e all'Alimentazione Senza Glutine.

Segreteria organizzativa: S-Attitude Group, Via Conciliazione 1, 25039 Travagliato (Bs). Responsabile: Mariapia Gandossi, tel. 030/6862302 - 030/7776209 - 345/3937678, fax 030/7771408, e-mail info@glutenfreeexpo.it
mapy@s-attitude.com
Coordinamento di produzione: Juri Piceni, tel. 338/5843544, e-mail info@s-attitude.com
www.glutenfreeexpo.it

20-22 Bologna.

Food & Pastry - The Creative Show.

Organizzazione: BolognaFiere Spa. Show Office: Via Maserati 18, 40128 Bologna, tel. 051/282811, fax 051/282810, e-mail info@foodandpastry.it
www.foodandpastry.it

27-29 Lanciano (Ch).

Agroalimenta - 17ª Fiera Nazionale dei Prodotti Tipici.

Organizzazione: Lanciano Fiera,

Loc. Iconicella, 66034 Lanciano (Ch), tel. 0872/710500, fax 0872/44261, e-mail info@lancianofiera.it
www.lancianofiera.it

ESTERO

5-11 Cina. Hong Kong.

Vinality International Hong Kong.

Organizzazione: Veronafiere-Vinality International, Viale del Lavoro 8, 37135 Verona, tel. 045/8101447, fax 045/8298288, e-mail staff@vinalitytour.com
www.vinalityinternational.com

16 Russia. Mosca.

Vinality International Russia.

Organizzazione: Veronafiere-Vinality International, Viale del Lavoro 8, 37135 Verona, tel. 045/8101447, fax 045/8298288, e-mail staff@vinalitytour.com - www.vinalityinternational.com

18-20 Cina. Pechino.

World of Food Beijing powered by Anuga.

Per informazioni: Koelnmesse Italia, sales & marketing manager Alessandra Cola, tel. 02/86961325, fax 02/89095134, e-mail alessandra.cola@koelnmesse.it; sales manager Silvia Baracetti, tel. 02/86961339, fax 02/89095134 e-mail silvia.baracetti@koelnmesse.it - Fiere di Parma, Elda Ghiretti, Cibus Brand Manager, tel. 0521/996206, fax 0521/996270, e-mail cibus@fiereparma.it; sales manager Enrico Canuti, tel. 0521/996234, fax 0521/996270, e-mail e.canuti@fiereparma.it - Federalimentare Servizi, Giovanni Delle Donne, Area Promozione e Internazionalizzazione, tel. 06/5993343, fax 06/5903342, e-mail delledonne@federalimentare.it - http://www.koelnmesse.it/wofb/home/index.php

Agra - Agricoltura e Ambiente Settimanale di informazione sulla filiera agroalimentare | ISSN 1121 - 905X | Anno XXXIX 2015
Direzione: Via Nomentana 257 | 00161 Roma | tel. 0644254205 | fax 0644254239 | www.agraeditrice.com | info@agraeditrice.com
Direttore responsabile: Giancarlo Dosi | Progetto grafico: Blu omelette | Stampa: CSR Roma
Pubblicità: pagina intera: 1.000 euro | per pagine pubblicitarie speciali e inserti contattare: pubblicita@agraeditrice.com
Abbonamento annuo: 75,00 euro (include la newsletter settimanale AgraNewsMail) | Costo copia: 0,50 euro | Numeri arretrati: 4,00 euro
c/c postale: AGRA Srl n. 61767000 | Registrazione Tribunale di Roma n. 17004 del 10.11.1977



Moltiplica le tue opportunità di business



ma[®]ca

by  **BolognaFiere**
PRIVATE LABEL CONFERENCE AND EXHIBITION

L'unica manifestazione dove la Distribuzione Moderna espone

BOLOGNA 2016 **13-14**
GENNAIO

MARCA 2016 SPONSORSHIP



an event by



MILANO 2015

Official Partner

With the Patronage of



ethicsGO

L'istituto di comunicazione etica

**Analizziamo e tuteliamo il tuo
messaggio in ogni sua forma e mezzo.
In 35 lingue e 60 paesi, per 100 categorie di
prodotti food e 99 di prodotti consumer goods**

Costruiamo contenuti
efficaci per
comunicare eticamente,
scientificamente
e legalmente



AFFISSIONI



STAMPA E
EDITORIA



LABELING



RADIO



TV E
AUDIOVISIVI



WEB

www.ethicsgo.com

Via Albere, 8 - 37138 Verona - Tel. 045 8538760