

LA RIVISTA DELLA DISTRIBUZIONE A 360°

DRINK *Style*



IL BERE E IL MANGIARE BENE DI



www.udial.it

In caso di mancato recapito inviare al CPO di Brindisi per la restituzione al mittente previo pagamento Resi

postatarget
creative

S1/BR328/2009

Posteitaliane

DRINK
Style

Anno 11

n° 66

Nov/Dic 2017



PERONI

GRAN RISERVA

BIRRA



Il tempo dà forma alla qualità

Doppio Malto, Rossa, Puro Malto. Ogni Peroni Gran Riserva ha un gusto unico e un denominatore comune: l'altissima qualità.

La qualità del Malto 100% Italiano, la qualità delle materie prime accuratamente selezionate, la qualità del processo produttivo di extra decozione.

È così che nasce una birra speciale, fatta in Italia e premiata nel mondo.



a cura di **Giuseppe Rotolo**

Verso il 2018

Che anno ci attende? Quei, se pur deboli, segnali di ripresa che si sono registrati nel 2017 continueranno a mantenere la loro vitalità? È sempre molto difficile fare previsioni, anche perché molto potrà dipendere da quelle che saranno le politiche del nuovo Governo, visto che a marzo si vota. Non che ci sia molto da attendersi da una classe politica che in questi anni ha dimostrato più di un limite: litigiosa, spaccata quasi su tutto quando, invece, lavorare di concerto per il bene del Paese doveva, e deve, essere la prima regola in un Paese civile. Se fosse per la politica o per le idee della politica saremmo già nello sprofondo. Meno male che c'è l'economia reale composta da quel tessuto di piccole e medie aziende che tiene in piedi le sorti economiche italiane, le sole in questo Paese capaci di creare ricchezza mettendosi continuamente a rischio, senza sovvenzioni né agevolazioni, anzi, vessate da una pressione tributaria della quale tutti ne conosciamo l'enorme gravame.

Fra le piccole imprese che in questi anni sono riuscite a tenere in piedi l'economia ci sono senz'altro gli operatori della distribuzione. Per loro sono stati anni molto duri, considerando anche il cambiamento e l'evoluzione del merca-

to del food e beverage. Ora, in funzione di quel briciolo di ripresa che s'intravede, potranno tirare un po' il fiato, ma non più di tanto e, quindi, senza tante illusioni visto che il mercato è cambiato, è sempre più complesso e competitivo e non ammette distrazioni di sorta. Assortimenti vincenti, (magari esclusivi), maggiore professionalità, una più spinta progettualità orientata al sell out sono questi i fari verso i quali muoversi. Gli stessi che ha ben in obiettivo il consorzio U.DI.AL. per il 2018, obiettivi precisi dedicati agli assortimenti esclusivi, come la gamma dei prodotti a marchio, una maggiore professionalità, qui U.DI.AL. si è impegnata al meglio con degli stage formativi molto apprezzati e, poi, iniziative dedicate al sell out sulla scia di progetti già lanciati negli anni passati che in ottica 2018 saranno meglio affinati. Obiettivi precisi a cui si aggiunge una precisa responsabilità che gli deriva dal fatto di essere, grazie alla crescita e alle tante cose ben fatte in questi anni, uno dei maggiori consorzi italiani. Ma, anche in questo caso, c'è poco da cullarsi, gli obiettivi raggiunti devono essere un nuovo punto di partenza, pertanto anche il 2018 sarà un anno di impegno e lavoro intenso. Per questo motivo a U.DI.AL., e a i tantissimi suoi soci, i migliori auguri per il nuovo anno.



Anno 11 - Numero 66
Novembre/Dicembre 2017

Rivista specializzata di:



72021 Francavilla Fontana (Br)
C.da Carlo Di Noi Inferiore
Via per Ceglie Km 1
Tel. 0831.815906 - Fax 0831.811050
www.U.DI.AL..it - info@U.DI.AL..it

Direttore Responsabile:
Giuseppe Rotolo

Editore:



Iscrizione al R.O.C. n°6648
V.le Aldo Moro, 44 - 70043 Monopoli (BA)
Tel. 080.9306460 - Fax 080.9373100
input@inputedizioni.it - www.inputsr.it

Testi e collaborazioni:

Marianna Iodice, Angela Svezia,
Maria Vittoria Petrosillo, Valeria Todisco.

Tutti i diritti di riproduzione di testi e foto, in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, sono riservati. Per qualsiasi utilizzo è necessaria un'autorizzazione scritta dell'editore.

Ai sensi dell'Art. 10 della L. 675/1996, le finalità del trattamento dei dati relativi ai destinatari del presente periodico consistono nell'assicurare un'informazione tecnica, professionale e specializzata a soggetti identificati per la loro attività professionale. L'Editore, titolare del trattamento, garantisce ai soggetti interessati i diritti di cui all'Art. 13 della suddetta legge.

Reg. Trib. Bari n°49 del 10/12/2007

La rivista Drink Style è di proprietà del consorzio U.DI.AL. - Consorzio fra distributori indipendenti di bevande. La pubblicazione ha il compito di trasferire e implementare, attraverso l'informazione puntuale, credibile e professionale, il sapere e la cultura del fuoricasa italiano. La rivista è edita bimestralmente e postalizzata in modo mirato verso i locali altovenditori ho.re.ca. e superhoreca, clienti dei soci del consorzio.



*Autorizzazione
Ministero della Salute*
con D.D. n° 3725
del 30 gennaio 2007

MAP Communication



nereia®

ACQUA MINERALE NATURALE
OLIGOMINERALE

L'acqua per crescere
...naturalmente!



Servizio Consumatori
Numero Verde
800-451.300

www.acquanereia.com





Editoriale

Verso il 2018



Udialito

12° Convegno U.DI.AL., a Bari il 1° Febbraio 2018



Focus

Si chiude un anno all'insegna del Fuori Casa



Udialito

Mosca e San Pietroburgo, il grande viaggio nella bellezza e nella cultura



Il Mercato del Beverage

Ottima salute per le bollicine



Per saperne di più

Voucher digitalizzazione: al via le domande



Udialito

Il valore della formazione



Speciale Retail

Il mercato Retail. Stili di vita ed evoluzione nei consumi



Speciale Retail

Le tendenze a tavola: salute e lusso si prendono il piatto



THE QUEEN IS BACK

in Black
SPECIAL EDITION 3 LITRI



BONAVENTURA
MASCHIO
www.primeuve.com

*La Regina delle Grappe ora anche in versione
"Edizione Limitata" da 3 litri rivestita in pelle.*

Tradizionale o Moderna: quale sarà la distribuzione del futuro?

È un punto di domanda provocatorio, ma che tiene conto della fortissima evoluzione alla quale il mercato dei consumi alimentari è sottoposto, un cambiamento che, inevitabilmente, si ripercuote lungo la filiera, che interessa e coinvolge chi si occupa di distribuzione e che si riflette anche sul mondo produttivo. Un'evoluzione che prefigura nuovi scenari e genera dei modelli distributivi dove il confine fra "tradizionale o moderna" sembra essere superato.

Pertanto le domande sono: Quale distribuzione per il futuro? Quanto la tecnologia, che sempre più regola e incide sui modus operandi, sta cambiando gestione e logistica? Il distributore del futuro deve avere solo una funzione logistica o essere qualcosa di più e di diverso?

Sono aspetti fondamentali che, fra scenari di mercati, evoluzione dei consumi e dinamiche distributive, saranno affrontati in occasione del **12° Convegno del Consorzio U.DI.AL.** che vedrà sul palco relatori di livello internazionale. Un evento atteso che apre l'anno di lavoro e che, come ogni anno, conterà sulla numerosa e qualificata partecipazione dei soci U.DI.AL., insieme ai manager delle più importanti industrie italiane.

tradizionale o moderna quale **DISTRIBUZIONE!** per il mercato del futuro

PROGRAMMA

Ore 9,30 Accoglienza e registrazione ospiti

Ore 10,00 Inizio lavori

- Intervento del Presidente **Antonio Argentieri**
- Intervento del General Manager **Luigi Cetrangolo**

a seguire:

"Scenario e Analisi del Mercato"

a cura di primaria società di ricerca

- **Alberto Scola**, Resp. pianificazione strategica Progettica
"La funzione della distribuzione e il valore della logistica"

Ore 13,00 Pranzo

- Degustazione prodotti in esposizione

Ore 15,00 Ripresa lavori

- Testimonianze dei manager dell'industria

Ore 16,30 Fine lavori


PARCO DEI PRINCIPI
HOTEL CONGRESS & SPA
BARI

Prolungamento Viale Europa, 6
70128 Aeroporto Bari-Palese - Tel. +39 080 5394811



www.parcodeiprincipibari.it



Si chiude un anno all'insegna del Fuori Casa

Secondo FIPE, pare che il fast food stia prendendo il sopravvento sulla dieta mediterranea. Cresce, e di parecchio, il mercato del Take Away (+40%) che rappresenta una componente di business in più rispetto all'attività di ristorazione.

Per il mercato Horeca il 2017 è stato certamente un buon anno, almeno se confrontato a quelli del recente passato, dove la grave crisi partita nel 2008 ha creato più di un problema. Vi è anche da dire che il buon andamento dei consumi ha sfruttato al meglio una stagione estiva assoluta e, comunque, a chiusura di anno si stimano consumi extradomestici per almeno 78 miliardi di euro.

Sono circa 40 milioni gli italiani che dichiarano di consumare pasti fuori casa, un bella fetta di popolazione che offre l'immagine di un'Italia dinamica più di altri paesi europei, dove al contrario i consumi alimentari fuori casa hanno registrato una significativa contrazione del -4% (dato riferito al 2016). Entrando più nello spaccato dei numeri

sono circa 5 milioni gli italiani che hanno fatto colazione tutti i giorni fuori casa, con le donne che prediligono (65%) sedersi al bar o, meglio ancora, in una pasticceria. Ben 10 milioni ogni giorno, invece, quelli che hanno pranzato fuori, magari anche per uno spuntino veloce al bar; mentre, nel fine settimana, sono usciti a cena 7 milioni di italiani con una cadenza media di almeno 2 volte al mese. La spesa media non è molto alta, all'incirca 16 euro, segno che gli italiani prediligono format economici come ad esempio pizzerie, osterie e trattorie.

Solo un consumatore su 100 è disposto a pagare più di 50 euro per una cena (fonte FIPE). Interessante anche capire cosa e come mangiano gli italiani fuori dalle mura domestiche: sempre secondo FIPE, la dieta mediterranea perde colpi considerando la significativa contrazione dei consumi di frutta (-11,6%) e vegetali (-11%) negli ultimi 3 lustri. Insomma, pare che il fast food stia prendendo il sopravvento. Cresce, e di pa-

recchio, il mercato del Take Away (+40%) che rappresenta una componente di business in più rispetto all'attività di ristorazione.

A tutta birra

Nell'andare a guardare più nello specifico quelli che sono stati gli andamenti del beverage, i dati che sono emersi vedono vendite molto sostenute di acqua minerale, anche grazie a una stagione estiva assolutamente oltre le norme. Molto bene anche la birra che già nei primi cinque mesi del 2017 segnava aumenti del +5,6% a volume e +4,1% a valore, confrontato con lo stesso periodo dell'annata precedente.

Poi, è arrivata la magica estate e le cose sono andate ancora meglio. Indiscusse protagoniste le birre speciali, sempre più apprezzate dagli italiani le strong lager, birre di frumento, trappiste, birre d'abbazia e le birre ambrate.

Da sottolineare, poi, anche l'ottima tenuta delle lager e delle pils chiare a media gradazione (standard, premium ed economiche) che continuano ad occupare saldamente il segmento più ampio di mercato, rappresentando 4/5 dei volumi complessivi.

BioBoom

Ma il vero e proprio boom è stato registrato dai prodotti biologici. È ancora una nicchia, ma sta crescendo a doppia cifra anche al bar, questo perché gli italiani tengono in grande considerazione i prodotti salutistici. Siamo, infatti, di fronte a un consumatore sempre più attento alla qualità complessiva dei prodotti che acquista e consuma ed è sem-



pre meno interessato a prodotti che, apparentemente economici, hanno un pesante impatto sull'ecosistema. Molto bene anche le bevande funzionali nelle quali le aziende di produzione non smettono di investire e innovare. I player del settore hanno, infatti, arricchito il comparto con il lancio di alcune novità che strizzano l'occhio soprattutto al segmento salutistico.

È il caso di Gruppo Sant'Anna Fonti di Vinadio che nel 2017 ha ampliato il proprio assortimento con la linea Sant'Anna Karma in bicchierino, composta da tre varianti: Verde, Giallo e Rosso, tutte bevande a base di frutta e verdura in acqua Sant'Anna, arricchite ognuna da un ingrediente funzionale come Zenzero, Aloe e Basilico.

Anche il leader di mercato Conserve Italia tiene alta la bandiera del Bio con i marchi storici come Valfrutta e Yoga che ha manifestato tutta la sua vocazione verso il biologico proponendo nuovi e ricercati gusti.

Il vero e proprio boom è stato registrato dai prodotti biologici, ancora di nicchia, ma che stanno crescendo a doppia cifra anche nei consumi al bar.

• SAPORI INTENSI
• ORIGINE BIO
CONTROLLATA E CERTIFICATA

• SOLO PRODOTTI COLTIVATI
CON METODI NATURALI
E SOSTENIBILI

Valfrutta
COOPERATIVE AGRICOLE

BIO

DA AGRICOLTURA BIOLOGICA



LOGO
BIOLOGICO:
definisce
i prodotti
biologici



CCPB:
organismo di
controllo e
certificazione

• SEMPLICITÀ E GENUINITÀ
• SENZA CONSERVANTI
• SENZA COLORANTI (A NORMA DI LEGGE)

NOVITÀ

DA OGGI ANCHE
TUTTA LA BONTÀ
DEL MELOGRANO



U.DI.AL.

Mosca e San Pietroburgo

23-29 ottobre 2017

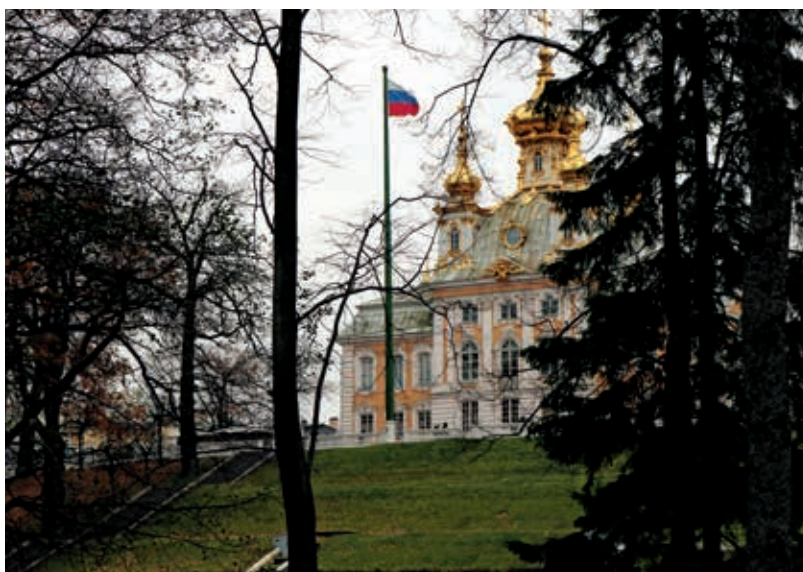
VIAGGIO-CONVENTION 2017

Mimmo
World
Travel
travel consulting & tour operator

Mosca e San Pietroburgo, il grande viaggio nella bellezza e nella cultura

Si è concluso con un grande successo il viaggio-convention 2017 del consorzio U.DI.AL.. Diciamo subito che è stato qualcosa di unico e probabilmente irripetibile, non certo la classica vacanza da villaggio turistico, ma qualcosa di molto più impegnativo e per questo affascinante ed esclusivo.

Condurre un gruppo di oltre 328 persone nei luoghi più belli e rappresentativi di Mosca, spostarsi in treno poi a San Pietroburgo, a 750 chilometri di distanza, vivere anche nella magica città che



LA NUOVA WEISS ALL'ITALIANA.



**BIRRA NON FILTRATA
CON MALTO DI FRUMENTO ITALIANO.**

Luigi Moretti



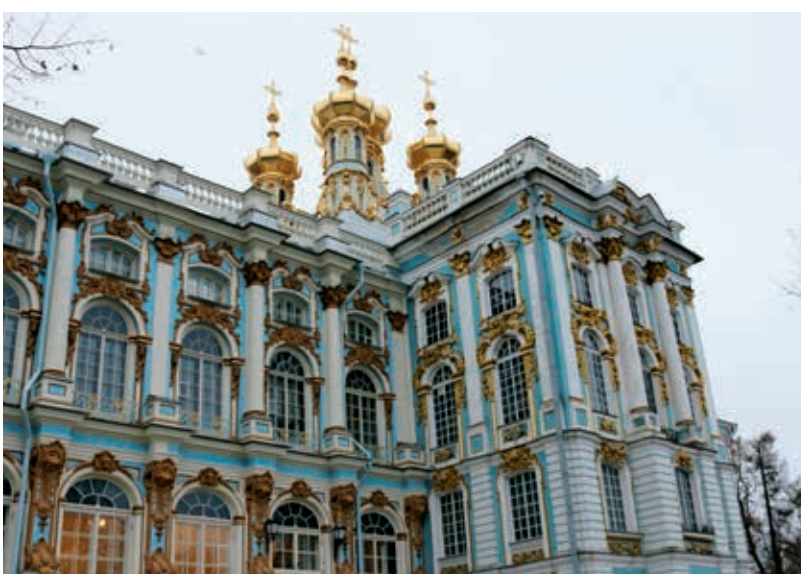
s'affaccia sul Baltico altri tre giorni intensi e indimenticabili, non è impresa da poco. Anzi non è impresa da tutti.

«Siamo molto contenti e soprattutto orgogliosi di aver compiuto questo fantastico viaggio - ha dichiarato **Antonio Argentieri** in occasione del suo saluto - devo ringraziare il direttivo che ha avuto l'intuizione e il coraggio di fare qualcosa di diverso e, permettetemi di dire, di difficile, ma di bellissimo. Devo dire un grazie a tutto lo staff U.DI.AL. che si è speso molto per l'organizzazione, all'agenzia Mimmo World Travel sempre attenta e presente in ogni momento di questo indimenticabile viaggio che passerà alla storia del nostro gruppo».

Molto positivo anche il giudizio del Direttore **Luigi Cetrangolo**: «È stato un grande viaggio, bellissimo, pienissimo, qualcosa di inimmaginabile. Ho ricevuto tantissime congratulazioni che attestano, oltre ogni dubbio, il successo di questa iniziativa. Torno a ringraziare tutti i soci che hanno deciso di prendere parte a questa nostra avventura, a tutti i manager delle aziende presenti. Tengo a ringraziare per l'occasione anche tutte le aziende che offrono il loro contributo per questi momenti dove si cimenta il nostro spirito di gruppo, si creano nuovi rapporti anche di amicizia e nello stesso tempo anche i presupposti per il business».

Una scoperta continua...

Non è possibile descrivere in poche righe la bellezza e il fascino dei luoghi che sono stati visitati. È stato di certo un viaggio nella bellezza: monumenti in-





PERLE IN TAVOLA



LavelliADV.it

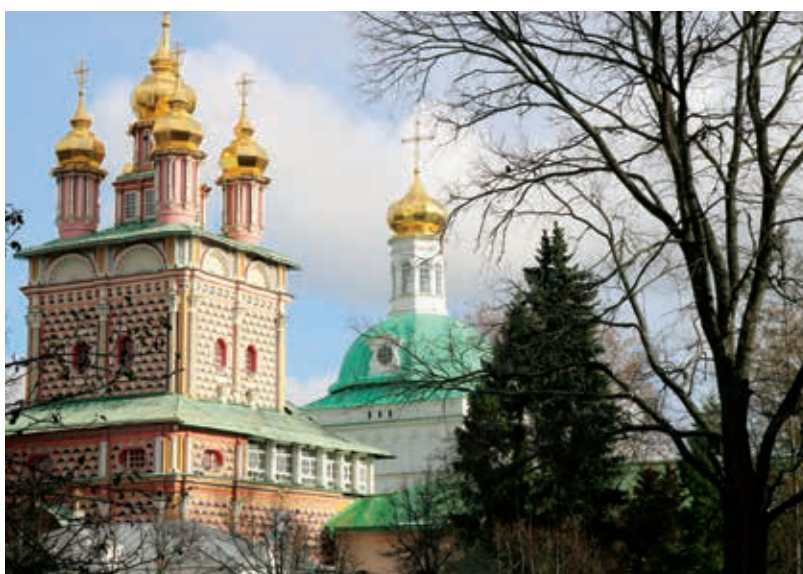
Prestige 75



credibili e splendide architetture che si possono ammirare a Mosca che raccontano secoli di storia, fra le quali il Cremlino, Patrimonio Mondiale dell'Umanità, la celebre Piazza Rossa dove spicca l'incredibile cattedrale di San Basilio con le sue originali cupole che ricordano dei coloratissimi bignè. Non meno affascinante è stata la visita al monastero di Sergiev Posad, un luogo magico che per i Russi rappresenta quello che per noi italiani può essere il Vaticano. Chiese, monasteri immersi nel verde dove fra altari, decori, stucchi dorati e icone la bellezza trionfa e il tempo pare essersi fermato. Bellissimo. Non meno entusiasmante è stata la visita guidata nelle stazioni della Metropolitana di Mosca. Che dire? Ogni stazione è un'opera d'arte, ogni stazione racconta un pezzo di storia di questa nazione che i soci U.DI.AL. hanno molto apprezzato.

San Pietroburgo

Poi, verso San Pietroburgo a bordo del treno ad alta velocità. Anche la scoperta dell'antica capitale del resto degli Zar è stata un'emozione continua. Basta dire che è chiamata la Venezia del Nord: teatrale, maestosa, che conserva intatta l'aura che gli vollero dare gli Zar che la fondarono e l'hanno resa unica. Le escursioni sono state una più bella dell'altra: da Peterhof, patrimonio dell'Unesco, che è considerata la Versailles Russa, con i suoi palazzi dorati, le fontane i giardini e, poi, il fascino del mar Baltico che s'intravede dietro una foresta di betulle. Magia pura. Come magia è stata la visita al museo Hermitage, uno dei più grandi al mondo dove sono esposti i più grandi artisti del mon-





AMARO AVERNA.

IL GUSTO PIENO DELLA SICILIA

IL SAPORE E IL PROFUMO
DELL'AMARO AVERNA
RACCONTANO LA SUA TERRA D'ORIGINE.

ECCO PERCHÉ GLI ITALIANI
LO SCELGONO PER GUSTARSI
A PIENO LA VITA.

AVERNA®
IL GUSTO PIENO DELLA VITA





do e le loro straordinarie opere. Qualcosa d'immenso, descriverlo è impossibile. Ogni sala è uno splendore, una vertigine di bellezza, qualcosa che riempie gli occhi e quasi acceca, che lascia increduli, piccoli, estasiati. Va detto che San Pietroburgo è di una bellezza sfrontata. Tutta. Non c'è angolo banale o una costruzione fatta tanto per farla. No. Ogni pietra racconta una storia, ogni palazzo s'incastona perfettamente in una cornice fantastica. Come Tsarskoye Selo (Puškin), la residenza della famiglia imperiale russa che contiene una sala dorata definita l'ottava bellezza del mondo. Come anche le chiese splendide del Salvatore sul sangue versato e la Cattedrale di Sant'Isacco. Insomma, è stato un grande viaggio nell'arte, nella bellezza, vissuto con quello spirito di amicizia che è proprio del gruppo U.DI.AL.. Uno spirito che è emerso in tutta la sua forza in occasione della cena di gala tenutasi la sera del 27 ottobre, in uno storico e prestigioso palazzo di San Pietroburgo, il Suzor Palace. Un momento magico anche questo, dove, fra ottime portate, si sono esaltati i valori che compongono





U.DI.AL., l'epilogo più appropriato per un viaggio che è già... storia.

In giro per ristoranti

Ogni giorno, a pranzo e a cena, sempre ristoranti diversi, caratteristici, accoglienti. Dall'Hard Rock Cafè al ristorante tipico Georgiano fino, ovviamente, a quello russo. Posti unici, dove ogni volta era una festa e spesso si era accolti da cantanti e ballerini in abiti tipici. Di certo, ad accogliere gli ospiti, c'era posizionato con il coperto l'antipasto di

verdurine o insalata russa. Qualche ospite non ha apprezzato il cibo, poco male, gli italiani da questo punto di vista sono abbastanza viziati e spesso dimenticano che anche la scoperta di piatti nuovi è un viaggio nella cultura. Comunque, al netto di tutto, si è mangiato bene, come ad esempio gli indimenticabili piatti serviti in occasione della cena di gala. Non sono mancati i momenti di lavoro: diversi gli incontri con i collaboratori territoriali per mettere a punto i progetti per il 2018, come diversi sono stati gli incontri con i manager delle aziende presenti, che si ringraziano e si elencano doverosamente di seguito:

Si ringrazia



Per la cena di gala, special sponsor



Sant'Anna®

L'ACQUA. LA NOSTRA ORIGINE.



UN LITRO DI LEGGEREZZA DA PORTARE AL LAVORO.

Nella natura incontaminata delle granitiche vette Alpine di Vinadio, nasce l'unicità di Acqua Sant'Anna, una delle acque più leggere al mondo. Leggera anche nel nuovo formato da 1 litro: nato sia naturale che frizzante per essere con noi tutti i giorni, al lavoro, in viaggio e anche nello studio.



★ SORGENTE DI ALTA QUOTA



★ BASSISSIMO SODIO



★ IDEALE PER LA PREPARAZIONE DEGLI ALIMENTI DEI NEONATI



★ BASSISSIMO RESIDUO FISSO







Ferrarelle completa la sua GAMMA PREMIUM
di bottiglie in vetro bianco:

Ferrarelle, *acqua minerale effervescente naturale*

Natia, *acqua oligominerale liscia di origine vulcanica*

Ferrarelle Maxima, *effervescente naturale rinforzata
con il gas della sua sorgente*



**TRE REFERENZE Formato 0,75 It PER SODDISFARE
TUTTE LE ESIGENZE DELLA RISTORAZIONE.**

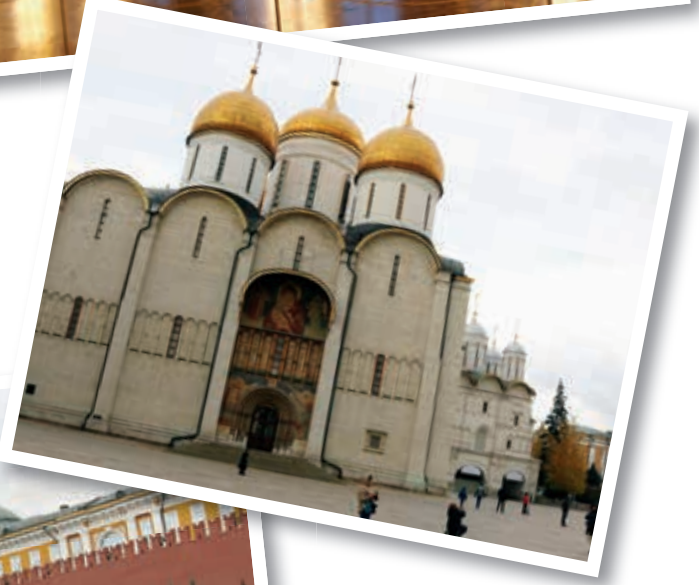














Corsi e ricorsi storici. Ecco tre personaggi “famosi” che non sono riusciti ad entrare in Russia



Un po' per ridere, ma anche per non piangere...

Non è facile entrare in Russia, lo racconta la grande storia, quella dei Napoleone e degli Hitler che furono clamorosamente sconfitti perché ebbero l'ardire di sfidare la Russia e, soprattutto, il Generale Inverno. Ma lo racconta anche la piccola storia (sempre più piccola, a dire il vero, del nostro mondo pallonaro) che ha visto la nazionale italiana agli ordini di Ventura restare fuori dal mondiale di calcio che si giocherà il prossimo 2018 in Russia.



Che delusione e che rabbia. L'unica consolazione, passateci la soddisfazione, è che U.DI.AL. in Russia ci è andata davvero con un gruppo molto numeroso (328 persone)!

A sapere della s-Ventura della nostra nazionale, una ventina dei nostri di gamba buona avremmo potuto lasciarli, sarebbero usciti al turno del girone, tanto pure se fosse, gli azzurri con stipendi a 6 zeri non avrebbero fatto di meglio.

antonio argenterieri



I Nostri Referenti

ANTONIO ARGENTIERI	Presidente	<i>argentieri.sas@libero.it</i>	0831 815906
LUIGI CETRANGOLO	Direttore Generale	<i>cetrangolo@udial.it</i>	0831 815906
RAFFAELE BIGLIETTO	Responsabile Iniziativa Horeca Organizzata	<i>horecaorganizzata@udial.it</i>	348 7073489
MASSIMO D'ANGELA	Responsabile Ufficio Amministrativo - Capo Ufficio	<i>info@udial.it</i>	0831 815906
LUIGI BUZZERIO	Ufficio Segreteria Commerciale Attività Promo e Co-marketing	<i>segreteria@udial.it</i>	0831 815906
COSIMO ALTAVILLA	Ufficio Dati e Statistiche Soci e Aziende - Gestione Area Riservata Web	<i>udial@libero.it</i>	0831 815906
GIUSEPPE ROTOLO	Responsabile Comunicazione Drink Style, Area News Sito, Consulente Eventi e Progetti Speciali	<i>marketing@udial.it</i>	0831 815906
PAOLO CIOLA	Responsabile GR.I.D.O., Prodotti a Marchio e Aziende Convenzionate U.DI.AL., Collaboratore Territoriale - Area Regione Puglia	<i>ciolapaolo@libero.it</i>	0831 815906
FRANCESCO ZULLINO	Segreteria Commerciale accordi GR.I.D.O. - Attività Promozionali GR.I.D.O. - Statistiche Dati di Vendita GR.I.D.O. e prodotti a marchio UDUE	<i>segreteria@retail@udial.it</i>	0831 815906
GIANNI DE VITA	Coll.re Territoriale - Area Regione Sardegna	<i>gianni.devita@aliceposta.it</i>	348 3011315
FRANCESCO GIAMBRONE	Coll.re Territoriale - Area Regione Sicilia (prov.: Palermo-Trapani-Caltanissetta-Agrigento-Enna)	<i>giambredrinks@libero.it</i>	337 966822
SERGIO DE MARCO	Coll.re Territoriale - Area Regioni Basilicata, Calabria, Sicilia (prov: Catania-Messina-Siracusa-Ragusa)	<i>sergio-demarco@libero.it</i>	340 7214887
MICHELE NADDEO	Coll.re Territoriale - Area Regione Campania	<i>naddeo.michele.58@gmail.com</i>	339 1867868
ELENA RUBINO	Coll.re Territoriale - Area Regione Campania	<i>rubinoelenaedma@libero.it</i>	339 4740801
ANIELLO CAMPANILE	Coll.re Territoriale - Area Regioni Lazio, Marche, Umbria, Abruzzo, Molise	<i>a_campanile@libero.it</i>	333 5784288

Un brindisi
per le più belle occasioni!
Freschezza, fiori, brio.

**Frizzante eleganza
carattere irresistibile.**



TERRE FORTI



In esclusiva da:



Via Convertite, 12 - 48018 Faenza (Ra) Italy
Tel. +39 0546 629111 - Fax +39 0546 629319
www.caviro.it - info@caviro.it



Ottima salute per le bollicine

Secondo Coldiretti, con 320 milioni di bottiglie stappate fuori dai confini nazionali si è bevuto più spumante italiano che champagne francese le cui esportazioni si sono fermate a 307 milioni di bottiglie.

Il mercato delle bollicine continua ad andare a gonfie vele. Secondo IRI gli spumanti italiani registrano, nei primi 7 mesi dell'anno, un fatturato in crescita dell'8,4% e un incremento dei volumi del +6,6%, conferme che arrivano anche da Coldiretti secondo la quale all'estero non sono mai state bevute così tante bollicine italiane.

La Gran Bretagna, infatti, nel 2016 è diventata il primo mercato mondiale di sbocco dello spumante italiano con le bottiglie esportate che hanno fatto registrare un aumento record del +32% consentendo il sorpasso degli Stati Uniti dove, comunque, si rileva un +13%, mentre in posizione più defilata si trova la Germania dove si registra una sostanziale stabilità delle vendite.

Lo spumante italiano di punta rimane il Prosecco che, grazie a un ottimo rapporto qualità-prezzo, si è fatto strada sui

mercati di tutto il mondo. Nella fascia di prezzo superiore c'è il Franciacorta, il metodo classico italiano che sfida il prestigioso Champagne francese.

Già lo scorso anno - evidenzia sempre la Coldiretti - con 320 milioni di bottiglie stappate fuori dai confini nazionali si era bevuto più spumante italiano che champagne francese le cui esportazioni si sono fermate a 307 milioni di bottiglie. Il risultato più significativo è, infatti - continua la Coldiretti - l'aumento del 186% delle bollicine Made in Italy spedite in Francia con i cugini d'oltralpe che nel 2016 hanno sostanzialmente triplicato il consumo di spumante italiano. Grandi soddisfazioni, quindi, per le bollicine Made in Italy, un trend che si riverbera ovviamente anche in quelle che sono le politiche commerciali italiane, alle quali presta sempre grande attenzione il consorzio U.DI.AL.

È d'uopo, quindi, ricordare il pregevole lavoro che lo stesso consorzio ha svolto con la **gamma Konè**, marchio di proprietà del consorzio, molto apprezzata e venduta da tantissimi soci in questi

anni e che ha dato grandi soddisfazioni, sia perché ha sfruttato i trend di crescita di questa categoria merceologica, ma anche e, soprattutto, perché i soci U.DI.AL. hanno da subito potuto contare su un brand impattante con prodotti dall'elevatissimo rapporto qualità-prezzo. I soci che trattano i prodotti Konè, quindi, oltre ad avere un prodotto unico ed esclusivo, a prova di concorrenza, hanno potuto contare su margini operativi davvero molto interessanti.

Per rendere ancora più forte il brand e completare la gamma, U.DI.AL. per il 2018 ha rivisitato tutte le etichette e il packaging: nuove ed eleganti le bottiglie con in più nuove e ricercate referenze per completare la gamma delle bollicine Made in Italy. La gamma Konè è composta da: Konè Blanc de Blancs Extra Dry Bianco Vino Spumante; Konè Prosecco DOC Treviso; Konè Prosecco Millesimato; Konè Extra Dry; Konè Brut; Konè Moscato; Konè Rosè Extra Dry. Il nuovo assortimento è già pronto e sarà



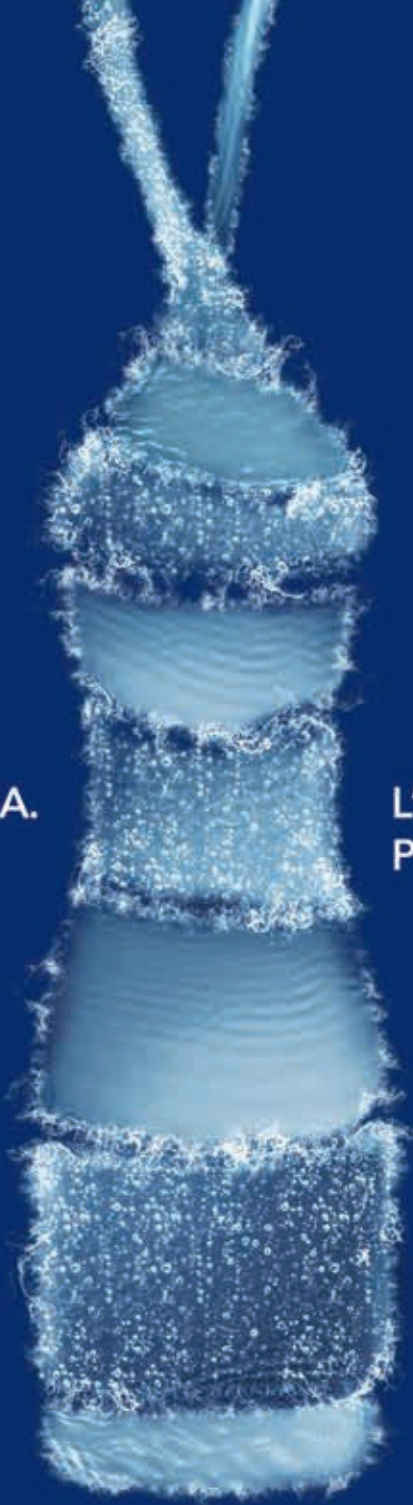
sostenuto da apposito materiale POP, come ad esempio degli esclusivi astucci regalo. Relativamente a tutte le linee delle bollicine sono state contrattizzate con i fornitori speciali condizioni di acquisto con quantitativi tarati sulle reali esigenze distributive.



Grandi soddisfazioni per le bollicine Made in Italy, un trend che si riverbera ovviamente anche in quelle che sono le politiche commerciali italiane, alle quali presta sempre grande attenzione il consorzio U.DI.AL.

LETE E SORGESANA.

L'ECCELLENZA
PRENDE FORMA.



Lete e Sorgesana: l'effervescente naturale più amata dagli italiani e l'oligominerale leggera e delicata, adesso in edizione Premium sulle tavole dei migliori ristoranti.

Voucher digitalizzazione: al via le domande

COS'È

È una misura agevolativa per le micro, piccole e medie imprese che prevede un contributo, tramite concessione di un "voucher", di importo non superiore a 10 mila euro, finalizzato all'adozione di interventi di digitalizzazione dei processi aziendali e di ammodernamento tecnologico. La disciplina attuativa della misura è stata adottata con il decreto interministeriale 23 settembre 2014.

- bilità del lavoro, tra cui il telelavoro;
- sviluppare soluzioni di e-commerce;
- fruire della connettività a banda larga e ultralarga o del collegamento alla rete internet mediante la tecnologia satellitare;
- realizzare interventi di formazione qualificata del personale nel campo ICT.

Gli acquisti devono essere effettuati successivamente alla prenotazione del Voucher.

LE AGEVOLAZIONI

Ciascuna impresa può beneficiare di un unico voucher di importo non superiore a 10 mila euro, nella misura massima del

PER SA
PERNE
DI PIÙ



COSA FINANZIA

Il voucher è utilizzabile per l'acquisto di software, hardware e/o servizi specialistici che consentano di:

- migliorare l'efficienza aziendale;
- modernizzare l'organizzazione del lavoro, mediante l'utilizzo di strumenti tecnologici e forme di flessi-

50% del totale delle spese ammissibili.

COME FUNZIONA

Con decreto direttoriale 24 ottobre 2017 sono state definite le modalità e i termini di presentazione delle domande di accesso alle agevolazioni.

Le domande potranno essere presentate



FRUIT PASSION



Tutto quello che aggiungiamo alla buona frutta di stagione è solo un pizzico di fantasia, tanta passione e la voglia di stuzzicare ogni palato con specialità uniche e ricche di natura. Nasce così la **Frutta Spiritosa Toschi**, i **Liquori alla frutta Toschi** come Fragoli, Mirtilli, Lemoncello e tanti altri e la vasta gamma di **Sciroppi concentrati Long Drink**, con più di 50 diversi gusti, perfetti per cocktail e drink.

dalle imprese, esclusivamente tramite la procedura informatica che sarà resa disponibile in questa sezione, a partire dalle ore 10:00 del 30 gennaio 2018 e fino alle ore 17:00 del 9 febbraio 2018.

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Già dal 15 gennaio 2018 sarà possibile accedere alla procedura informatica e compilare la domanda.

A tal fine, per l'accesso è richiesto il possesso della Carta Nazionale dei Ser-

imprese in contabilità ordinaria, per quelle in contabilità semplificata indicazione dei principali dati patrimoniali;

- numero medio dipendenti ultimo esercizio;
- elenco delle partecipazioni dell'impresa e/o dei singoli soci ad altre imprese/società;
- preventivo di spesa, con riferimento alle spese ammissibili di cui agli art. 2 e 7 del DM 23/09/2014.

PER SA
PERNE
DI PIÙ

Art. 2.

(Ambito e finalità di applicazione)

1. Al fine di favorire la digitalizzazione dei processi aziendali e l'ammodernamento tecnologico delle micro, piccole e medie imprese, il presente decreto stabilisce, ai sensi dell'articolo 6, comma 3, del *Decreto-legge*, lo schema standard di bando e le modalità di erogazione dei contributi di cui all'articolo 6, comma 1, del medesimo *Decreto-legge*.

2. L'intervento previsto dal presente decreto è finalizzato a sostenere, tramite contributi in forma di Voucher di valore non superiore a 10.000,00 euro, l'acquisto di software, hardware o servizi che consentano:

- a) il miglioramento dell'efficienza aziendale;
- b) la modernizzazione dell'organizzazione del lavoro, tale da favorire l'utilizzo di strumenti tecnologici e forme di flessibilità, tra cui il telelavoro;
- c) lo sviluppo di soluzioni di e-commerce;
- d) la connettività a banda larga e ultralarga;
- e) il collegamento alla rete internet mediante la tecnologia satellitare, attraverso l'acquisto e l'attivazione di decoder e parabole, nelle aree dove le condizioni geomorfologiche non consentano l'accesso a soluzioni adeguate attraverso le reti terrestri o laddove gli interventi infrastrutturali risultino scarsamente sostenibili economicamente o non realizzabili;
- f) la formazione qualificata, nel campo ICT, del personale delle suddette piccole e medie imprese.

vizi e di una casella di posta elettronica certificata (PEC) attiva e la sua registrazione nel Registro delle imprese.

Inoltre sarà necessario dotarsi di:

- documento di identità del rappresentante legale/titolare;
- visura camerale con indicazione impresa ATTIVA;
- ultimo bilancio d'esercizio per le

Entro 30 giorni dalla chiusura dello sportello il Ministero adoterà un provvedimento cumulativo di prenotazione del Voucher, su base regionale, contenente l'indicazione delle imprese e dell'importo dell'agevolazione prenotata. Nel caso in cui l'importo complessivo dei Voucher concedibili sia superiore all'ammontare delle risorse disponibili

PER SA PERNE DI PIÙ

(100 milioni di euro), il Ministero procede al riparto delle risorse in proporzione al fabbisogno derivante dalla concessione del Voucher da assegnare a ciascuna impresa beneficiaria. Tutte le imprese ammissibili alle agevolazioni concorrono al riparto, senza alcuna priorità connessa al momento della presentazione della domanda. Ai fini dell'assegnazione definitiva e dell'erogazione del Voucher, l'impresa iscritta nel provvedimento cumulativo di prenotazione deve presentare, **entro 30 giorni dalla data di ultimazione delle spese** e sempre trami-



te l'apposita procedura informatica, la richiesta di erogazione, allegando, tra l'altro, i titoli di spesa.

Dopo aver effettuato le verifiche istruttorie previste, il Ministero determina con proprio provvedimento l'importo del Voucher da erogare in relazione ai titoli di spesa risultati ammissibili.

Art. 7.

(Attività e spese ammissibili)

1. Con riferimento agli ambiti di attività di cui all'articolo 2, comma 2, lettera *a*), sono ritenute ammissibili le spese per l'acquisto di hardware, software e servizi di consulenza specialistica strettamente finalizzati alla digitalizzazione dei processi aziendali.

2. Con riferimento agli ambiti di attività di cui all'articolo 2, comma 2, lettera *b*), sono ritenute ammissibili le spese per l'acquisto di hardware, software e servizi di consulenza specialistica strettamente finalizzati alla modernizzazione dell'organizzazione del lavoro, con particolare riferimento all'utilizzo di strumenti tecnologici e all'introduzione di forme di flessibilità del lavoro, tra cui il telelavoro.

3. Con riferimento agli ambiti di attività di cui all'articolo 2, comma 2, lettera *c*), sono ritenute ammissibili le spese per l'acquisto di hardware, software, inclusi software specifici per la gestione delle transazioni on-line e per i sistemi di sicurezza della connessione di rete, e servizi di consulenza specialistica strettamente finalizzati allo sviluppo di soluzioni di e-commerce.

4. Con riferimento agli ambiti di attività di cui all'articolo 2, comma 2, lettera *d*), sono ritenute ammissibili, purché strettamente correlate agli ambiti di attività di cui alle lettere *a*), *b*) e *c*) del medesimo articolo 2, comma 2, le spese di attivazione del servizio sostenute una tantum, con esclusivo riferimento ai costi di realizzazione delle opere infrastrutturali e tecniche, quali lavori di fornitura, posa, attestazione, collaudo dei cavi, e ai costi di dotazione e installazione degli apparati necessari alla connettività a banda larga e ultralarga.

5. Con riferimento agli ambiti di attività di cui all'articolo 2, comma 2, lettera *e*), sono ritenute ammissibili, purché strettamente correlate agli ambiti di attività di cui alle lettere *a*), *b*) e *c*) del medesimo articolo 2, comma 2, le spese relative all'acquisto e all'attivazione di decoder e parabole per il collegamento alla rete internet mediante la tecnologia satellitare.

NATURALE ARMONIA



Con l'armonia dei suoi elementi,
Santa Maria, ogni giorno sulla tua tavola

La buona acqua di Sicilia

www.acquasantamaria.it



IS THE NEW STYLE

Ottocentorosa, l'aperitivo che ama
la leggerezza, le nuove amicizie,
il piacere di uno stile unico.

ALBINEA CANALI
VINICOLTORI DAL 1934



#800ROSA



OTTOCENTOROSA



Il valore della Formazione

Ritornano a grande richiesta gli stage formativi U.DI.AL.. In questa tornata il focus è andato su una categoria di fondamentale importanza che offre notevoli opportunità di lavoro e di business: parliamo del vino, un prodotto strategico con il quale, grazie ad assortimenti giusti e alla migliore conoscenza del prodotto, si può fare davvero la differenza sul mercato e presso i punti di consumo dove, riguardo al vino, hanno certamente molto da apprendere.

Gli stage dedicati al vino - dal titolo emblematico "Un Mondo di Vino" - sono stati condotti da due grandi professionisti del settore: **Lucio Gilli** esperto di marketing e di mercato e **Mauro Catena**, un autentico guru in materia viste le sue competenze di enologia, chimica, agronomia, oltre che alla completa conoscenza del mondo vitivinicolo. Le sedute dei due professionisti che lavorano con **Cantine Riunite & CIV**, sono state strutturate in due distinte sessioni: la prima a cura di Lucio Gilli che ha tracciato le dimensioni del mercato ed evidenziato tutte le notevoli opportunità di mercato della categoria vino in tutte le sue molteplici varianti.

La seconda, molto più tecnica, condotta da Catena, ha approfondito tutti gli aspetti tecnico merceologici fino a giungere alle degustazioni finali per una maggior conoscenza del prodotto stesso. Un percorso di conoscenza essenziale che potrà sicuramente offrire ai soci U.DI.AL., che in gran numero hanno partecipato agli stage, di offrire pro-



Lucio Gilli - Responsabile Trade Marketing, Cantine Riunite&Civ



Mauro Catena - Enologo, Agronomo e Ricercatore



Monopoli, aula Ristorprof

dotti e soprattutto consulenza preziosa ai propri clienti ristoratori. Gli stage si sono tenuti a Monopoli per tutti i soci della Puglia e Basilicata il 9 novembre; a Nola, sia per i soci della Campania che del Lazio, Abruzzo, Molise e Marche in data 16 novembre, e ad Oristano

BENTORNATA EFFERVESCENZA



L'Acqua Minerale Cutolo Rionero nasce nel Vulture, dove un vulcano dorme su un cuscino d'erba. Lì risiede il segreto della sua purezza, grazie alle rocce vulcaniche che le donano un'effervescenza naturale e un'equilibrata composizione di minerali. Con Acqua Minerale Cutolo Rionero, porti in tavola il piacere di un gusto unico.





Monopoli, aula Ristoprof

per i soci della Sardegna il 19 novembre. Mentre andiamo in stampa con la rivista Drink Style non si è ancora svolta la sessione per i soci della Sicilia che si terrà a Cefalù il prossimo 13 dicembre 2017. Ricordiamo che gli stage formativi sono interamente finanziati dal consorzio e nascono in forza a una precisa volontà della dirigenza consortile che crede fortemente nel processo formativo come crescita del consorzio e dei suoi soci. La formazione per U.DI.AL. è fondamentale, infatti, a suo tempo, quando partirono gli stage il presidente **Antonio Argentieri** ebbe a dire: *«la cultura è l'anima di ogni cosa che facciamo nella vita, siamo consapevoli dell'importante ruolo che riveste la distribuzione per lo sviluppo dell'economia e per dare sbocco e sviluppo alle produzioni. Siamo un anello fondamentale e abbiamo il dovere di compiere il nostro lavoro di distributori con il massimo grado di formazione e preparazione professionale. È questo lo spirito con il quale organizziamo i percorsi formativi a favore dei nostri soci»*. Con queste iniziative U.DI.AL. conferma la sua vocazione finalizzata alla crescita dei soci, mettendo a loro disposizione gli strumenti più idonei per competere su un mercato sempre più difficile dove formazione, competenza preparazione professionale avranno un ruolo sempre più rilevante.



Nola, Hotel Ferrari



Nola, Hotel Ferrari



Oristano, Hotel Mistral 2



SAN BENEDETTO
OLIGOMINERALE

clafm.benedetto.it



PRESTIGE ROSE EDITION

Freschezza e purezza. Classe e stile. La raffinatezza della **nuova** San Benedetto Prestige Rose Edition sboccia nel mondo della ristorazione.



Nola, Hotel Ferrari



Oristano, Hotel Mistral 2

L'importanza della Formazione

Perché è importante la formazione per i distributori? Perché distributori ben formati potranno supportare meglio i propri clienti sul mercato. Infatti, da recenti indagini, è emerso che gli esercenti hanno ancora molto da lavorare per professionalizzarsi al meglio, un dato di fatto che si riscontra dai numeri della mortalità che registrano i pubblici esercizi. Negli ultimi 5 anni 48 imprese su 100 hanno chiuso i battenti, la natalità ha sopperito le mancanze ma il turn over che si registra resta altissimo.

Le carenze formative sono evidenti sia per quanto riguarda amministrativi, legali e commerciali. Il compito dei distributori, oltre a fornire prodotti, deve poter essere anche quello di supportare il mondo dei pubblici esercizi della ristorazione attraverso un percorso che unisce competenza, innovazione e cultura di prodotto e di business. Il distributore moderno assume per i propri clienti un ruolo consulenziale a tutto tondo, in un mercato sempre più competitivo in cui è essenziale comprendere, e ancor più anticipare, le esigenze del consumatore.



STOCK

**SORPRENDENTEMENTE INVECCHIATO,
SORPRENDENTEMENTE NUOVO.**



**STOCK 84 XO,
INVECCHIATO 8 ANNI**

**STOCK 84 ORIGINAL,
EXTRA MORBIDO**

Il mercato Retail

Stili di vita ed evoluzione nei consumi



Questo numero di **Speciale Retail** è dedicato alle tendenze e alle numeriche che si sono registrate in questo 2017, prendendo come spunto una ricerca **IRI Infoscan** leader mondiale nelle informazioni di mercato per il Largo Consumo, il Retail e lo Shopper.

I numeri sono buoni per i prodotti confezionati di Largo Consumo: +1,6% gli acquisti e +2% la spesa. Secondo il comunicato stampa di IRI, nel 2017 fattori climatici (l'intenso freddo dell'inverno scorso e l'estate molto calda) hanno stimolato una significativa crescita dei volumi di alimentari e bevande che porta un'eredità positiva sul bilancio atteso per l'anno in corso.

Sempre Alimentari e Bevande hanno trainato la crescita a valore del comparto, mentre i Reparti Chimici, in

particolare il Cura Casa, segnano il passo.

Durante il 2017 i prezzi hanno risentito in parte delle pressioni provenienti dalle cosiddette componenti volatili (costo materie prime, eventi climatici anomali, ecc.) che hanno spinto soprattutto gli Alimentari, mentre i reparti Chimici sono rimasti in deflazione a causa del rientro delle tensioni di costo sul fronte internazionale (indebolimento del dollaro e del costo delle materie prime energetiche).

Ciò nonostante lo sviluppo degli acquisti Alimentari è stato positivo grazie anche al sostegno del clima favorevole e dai nuovi trend di domanda. La spesa reale per i comparti "Chimici" è evoluta positivamente, ma la perdurante deflazione ha impedito la crescita dei

	2016	2017 Previsione	(*) 2018 Previsione
Largo Consumo Confezionato	+1,0	+1,6	+0,7
Alimentari + Petcare	+1,5	+1,4	+0,9
Bevande	-0,5	+3,4	+0,1
Casa	+0,5	+0,7	+0,5
Persona	+0,4	+1,5	+0,7

fatturati prezzi al pubblico.

Da sottolineare che il comportamento delle famiglie è ancora un attore principale dell'andamento dei prezzi medi che salgono grazie al maggior valore dei prodotti inclusi nel proprio basket di spesa.

Il quadro generale del comparto resta, infatti, dominato dall'evoluzione del mix di consumi verso le proposte coerenti con i nuovi stili di vita. Per quanto concerne il 2018, le attese sono buone, anche se i risultati saranno probabilmente più modesti rispetto alla chiusura del 2017. Infatti, difficilmente si potrà riproporre

un clima altrettanto favorevole ai consumi stagionali e questo attenerà probabilmente un po' la crescita.

Per quel che riguarda i fattori di fondo, essi beneficeranno della continuazione di una congiuntura complessivamente positiva. Il bilancio atteso è, quindi, per un andamento delle vendite a volume pari al +0,7%. L'andamento previsto per la spesa è, invece, pari al +1,1% grazie ad un ulteriore spunto dei prezzi stimato in circa mezzo punto.

Fonte IRI Infoscan

	2016	2017 Previsione	2018 Previsione
Largo Consumo Confezionato	+0,7	+2,0	+1,1
Alimentari + Petcare	+1,3	+2,2	+1,3
Bevande	-0,4	+3,8	+1,1
Casa	-0,9	-0,5	-0,1
Persona	-0,6	+0,2	+0,4

Note: Le previsioni IRI sono aggiornate al 26 Ottobre 2017 e sono realizzate considerando il Totale Largo Consumo Confezionato in Italia nei seguenti canali di vendita: Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio Piccolo + Drugstore + Discount.

Le tendenze a tavola: salute e lusso si prendono il piatto

*La salute prima di tutto e il cibo
come elisir e terapia oltre che come piacere*



È questo quanto emerge negli ultimi tempi fra gli italiani a tavola: il 46% pensa, infatti, che anche con il buon cibo si possano trattare e prevenire le malattie. Anzi, per 1 intervistato su 3 la loro assunzione è addirittura alternativa alle medicine tradizionali e più di 1 italiano su 3 si fa dettare la dieta alimentare direttamente dal proprio medico (o dal naturopata) piuttosto che dal produttore o distributore.

Quindi, magari, il distributore dovrà diventare anche un po' dottore nel comporre i suoi assortimenti. I "cibi terapeutici", se così vogliamo chiamarli, valgono ormai il 10% dei consumi alimentari e crescono il doppio della media (+5% l'ultimo anno), mentre i superfood salgono dell'8%. Per superfood si intendono alimenti nuovi e insoliti, come la polvere di maca (il 100% ritiene che abbia proprietà salutistiche), i semi di chia (75%), le bacche di acaj (69%) e di goji (68%). Dunque, i prodotti salutari viaggiano alla grande e

questo vale anche quando si ha a che fare con i prodotti della tradizione, così cede terreno il latte UHT (-4,6%) in favore di quello ad alta digeribilità (+174,4%) o le uova di galline allevate in batteria (-8,2%) a favore di quelle allevate a terra (+15%).

E, scorrendo la lista, è tutto un surplus di prodotti considerati benefici: crescono gli integrali, i senza glutine, i senza lattosio. Se consideriamo solo il "senza olio di palma", diventato anche un caso mediatico, il giro d'affari registra un più che promettente +13,5%, mentre siamo arrivati a mangiare la stessa quantità di carni rosse e bianche chiudendo un divario fino ad oggi storico: 19 Kg pro-capite annui. Ed è anche grazie a queste nuove tendenze che torna maggior valore nel carrello della spesa degli italiani.

Il 2017 è l'anno della fine del downgrading della spesa e la maggioranza degli italiani si è lasciata alle spalle il tempo delle rinunce alimentari e della caccia



alle promozioni; torna la voglia di qualità e la sperimentazione. Il 70% degli italiani, primi in Europa, dichiara di essere disposto a pagare di più per avere più qualità e il carrello del lusso, forte dei suoi filetti di pesce, funghi, caffè in capsule e vini doc, supera l'8% di crescita nel primo semestre dell'anno.

Nelle fasi più recenti la qualità è diventata sinonimo di sicurezza, oltre che di proprietà organolettiche e di gusto. Si spiega così quel 56,4% di consumatori che legge in modo quasi maniacale le etichette dei cibi. Ma se il cibo torna di moda mutua proprio dal fashion altre caratteristiche: diventa così esperienza da vivere, estetica da condividere (130 milioni i risultati indicizzati su Instagram alla parola #foodporn), rappresentazione della propria identità individuale (vegan e non solo...) e sperimentazione (le scelte alimentari sono sempre più fluide e stagionali).

A proposito di stagionalità, il positivo andamento delle vendite food della grande distribuzione (sfiora il 3% nel primo semestre) è concentrato proprio nei settori che hanno subito le temperature estreme sia della stagione calda che di quella fredda e potrebbero ridurre la loro esuberanza con un (auspicabile) ritorno alla normalità "metereologica".



Tutto questo scenario trova anche conferma nelle valutazioni che stanno facendo i giganti della GDO, ad esempio COOP nel suo rapporto annuncia: "in linea con i cambiamenti importanti nella composizione del carrello degli acquisti degli italiani, descritti nel Rapporto, abbiamo assortimenti più ampi della media del mercato nei segmenti free from, rich-in, vegan, etico-sostenibile e, non a caso, le vendite di queste categorie di prodotti in COOP sono in crescita significativa".

ACQUE MINERALI D'ITALIA

SANGEMINI

acqua alimento

idratata, reintegra, nutre

+ CALCIO
per rafforzare le ossa e
proteggere i muscoli

BIODISPONIBILE
Il Calcio di Sangemini
è altamente assimilabile

**+ BICARBONATI
- SODIO**
per aumentare la
resistenza alla fatica



eng/ve

LA GEMMA
DELLE TERRE
DI ASOLO.

L'UNICITÀ DELLE COLLINE,
IL PARTICOLARE MICROCLIMA E
UN RACCONTO ENOLOGICO
PORTATO AVANTI CON PASSIONE
E ORGOGLIO DA CINQUE GENERAZIONI:
SONO QUESTI GLI INGREDIENTI
CHE DANNO VITA ALL'ASOLO PROSECCO
SUPERIORE DOCG MONTELVINI.
UN MILLESIMATO EXTRA BRUT
DAL GUSTO INCONFONDIBILE,
INDISSOLUBILMENTE LEGATO ALLE TERRE
DI STORIA E BELLEZZA
IN CUI HA ORIGINE.



MONTELVINI

Alleati in Vigna



MONTELVINI

Collezione Serenitatis

**ASOLO PROSECCO
SUPERIORE DOCG**

Millesimato - Extra Brut



montelvini.it