

DRINK *Style*

La rivista del *Bere Bene* di **U.D.I.A.L.**



Bimestrale di informazione sul mondo del beverage

Anno 2 - n°12 - Nov/Dic 2008

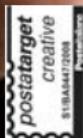
www.udial.it

REPORTAGE:
**IL GRANDE VIAGGIO U.D.I.A.L.
NELLA TERRA DEI FARAONI**

EDITORIALE
Anno nuovo, partita dura

UDIALITO
Verso il meeting 2009

MODE E TENDENZE
Lo Spritz dilaga



Realizzato da



REAL INTERNATIONAL TASTE

NEW YORK / SYDNEY / CAPE TOWN / LONDON / MILAN



LA BIRRA PREMIUM ITALIANA PIÙ AMATA NEL MONDO.

BEVI
RESPONSABILE.IT Ricorda, bevi in modo responsabile.

**NASTRO
AZZURRO.**

Anno nuovo, partita dura.

Che dire del 2008? Non è stato certo un anno indimenticabile.

Anzi forse da dimenticare al più presto, tranne qualche segnale positivo.

Vediamo cosa non ha funzionato.

Il mercato anzitutto, il riferimento è ovviamente a quello Ho.Re.Ca. i cui consumi si sono trascinati stancamente con gli operatori che, senza molta convinzione, lo hanno assecondato.

I più attivi hanno cercato un rilancio, un sbocco, un futuro prossimo che offrisse qualche certezza in più. Tentativi alquanto vani a dire il vero perché la situazione è veramente problematica: alla crisi economica si è sommata quella finanziaria generando ancor più negli addetti ai lavori e nei consumatori scoramento e sfiducia. Fattori questi che se non affrontati con tempestività e decisione per il prossimo anno potrebbero essere causa di ulteriori degenerazioni.

Cosa c'è di positivo? Poco. Ma quel poco vale.

Facciamo un paragone: il mercato

Ho.Re.Ca. somiglia a un calciatore che ha subito un fallaccio da tergo. Una di quelle entrate che lasciano i segni dei tacchetti sulle gambe e fanno davvero male. Ma nonostante tutto,

fortunatamente è ancora in campo. Si spera a questo punto nel prosieguo della partita (anno 2009) nel quale, nonostante le botte prese, le gambe molli e il fiato corto, cercare una rivale. Quantomeno non prenderle e portare a casa un pareggio.

Il match continua quindi - ed è questo uno dei fattori positivi - insieme al fatto che il nostro giocatore è un sicuro campione (rappresenta una colonna della fuoricasa italiano un protagonista della nostra economia) e conserva intatta la possibilità di rimontare e vincere. Deve però cambiare passo, mutare strategia, puntare alla porta e giocare d'attacco. Le stesse identiche mosse che ha già compiuto nell'anno appena trascorso il consorzio U.D.I.A.L. I suoi dati sono in controtendenza. In un mercato segnato da trend negativi i dati complessivi del gruppo hanno tenuto, anzi, in alcuni settori merceologici, sono in crescita. Anche l'attenzione intorno al gruppo e al suo progetto è aumentata, come dimostra l'allargamento della sua base sociale. Tutto ciò a conferma del fatto che il moderno mercato Ho.Re.Ca. continua ad aver bisogno dei distributori indipendenti che facciano

la loro partita, anche se la partita è di quelle dure. Il 2009 non sarà un anno facile, ma si può fare. E gli auguri, per l'occasione, sono più sentiti che mai.



U.D.I.A.L.
Distributori di Qualità

*A nome del Direttivo,
di tutti i soci e del suo staff,
augura un Sereno Natale
e Felice Anno Nuovo.*

antonio argentieri luigi cetrangolo



Anno 2 - Numero 12
Novembre/Dicembre 2008



Rivista specializzata di:
72021 Francavilla Fontana (Br) C.da
Carlo Di Noi Interiore
Via per Ceglie Km 1
Tel. 0831.815906 - Fax 0831.811050
www.udial.it - udial@libero.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.

Impaginazione:

Marinella Vinciguerra - grafica@inputedizioni.it

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.

Per motivi dell'Art. 10 della L. 675/1996, le finalità del trattamento dei dati relativi ai distributori del presente periodo 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 il prodotto del consorzio U.D.I.A.L. - Consorzio dei distributori indipendenti di bevande. La pubblicazione ha il compito di monitorare e implementare, attraverso l'informazione puntuale, credibile e professionale, il sapere e la cultura del business italiano.

La rivista è edita trimestralmente e pubblicata in modo mirato verso i locali rivenditori, baristi e soprattutto, clienti dei soci del consorzio.

Questione di stile
...e di tempo

*Grappa Le Diciotto Lune
di Marzadro*

Dal Trentino con Passione dal 1949





L'U.DI.AL. in EGITTO

24 Novembre - 1 Dicembre
Dal Nilo a Il Cairo: un affascinante viaggio nella grande storia.

Vi sono dei viaggi che lasciano un segno indelebile, incancellabile, qualcosa che resta per sempre nel cuore e nella testa di chi la vissuto.

Quello che ha compiuto il consorzio U.DI.AL., dal 24 novembre al 1 dicembre in Egitto è proprio uno di questi. Navigare le acque nel Nilo attraversando e visitando terre e luoghi che sono state la culla di una delle più grandi civiltà, non lascia indifferenti. Ammirare con stupore opere ardite, create migliaia di anni orsono senza le conoscenze e le tecnologie di cui oggi l'umanità dispone, è qualcosa a cui si stenta a credere.

Ma c'è un altro aspetto che, in questo

percorso che ha compiuto il Gruppo U.DI.AL. nel cuore di una grande civiltà, vale la pena rimarcare: *«È stata la prima volta, in assoluto, che si è intrapreso un viaggio così impegnativo e allo stesso tempo suggestivo, - puntualizza con una punta di orgoglio Antonio Argentieri Presidente del consorzio - confesso che il pensiero di questa convention mi toglieva il sonno. Ero davvero preoccupato, specie considerando le ben note problematiche con i voli, soprattutto nei giorni prima della partenza. Tutto comunque è andato per il meglio, e di ciò va dato merito al lavoro svolto dall'agenzia Mr.Volare. Quasi sempre, i cosiddetti viaggi incentive si limitano a condurre gli ospiti in un qualche villaggio turistico in una località esotica, offrendogli una settimana di completo relax. Certo, nulla da dire, anche in quel caso la vacanza è*

Vi sono dei viaggi che lasciano un segno indelebile, incancellabile, qualcosa che resta per sempre nel cuore e nella testa di chi la vissuto.





Michela Pezzella è entusiasta: «Abbiamo visitato e vissuto una delle sette meraviglie del mondo, luoghi straordinari per fascino e bellezza. Un viaggio che mi ha regalato emozioni forti che non potrò mai dimenticare, - scrive in bacheca **Vito**

più che degna, anche U.DI.AL. ha operato negli anni passati in quella direzione. Ma permettetemi di sottolineare che la crociera sul Nilo, con la successiva tappa a Il Cairo, è qualcosa di profondamente, straordinariamente diverso. Un'esperienza unica, coinvolgente che almeno una volta nella vita va vissuta. E noi lo abbiamo fatto. Stanchi sì, ma molto più ricchi...di cultura e conoscenza».

A parte la leggera stanchezza che una trasferta nel cuore dell'Egitto lascia, tutto è ripagato per cento volte dalle suggestioni e dalle emozioni che un viaggio di tale portata offre. Ne abbiamo raccolte alcune fra i partecipanti.

A parte la leggera stanchezza che una trasferta nel cuore dell'Egitto lascia, tutto è ripagato per cento volte dalle suggestioni e dalle emozioni che un viaggio di tale portata offre.

Crocitto - ormai siamo ritornati al freddo dopo una settimana di caldo e di un indimenticabile viaggio nella storia dei faraoni. È vero, un viaggio difficoltoso ma noi soci U.DI.AL. non ci fermiamo davanti a nessun ostacolo. Nella mia mente rimarrà un'esperienza indimenticabile, ringrazio il Presidente e tutto il direttivo per l'ottima scelta».

La signora **Loreta lafrate** non ha mezzi termini: «Un viaggio unico, indimenticabile. Il luogo che mi ha più affascinato è la grande sfilata con lo spettacolo di luci e suoni.

Un'esperienza fantastica seppur sia costata fatica, mi ha ripagata e appa-



*gata fino in fondo. Lo rifa-
rei».*

La signora **Maria Agrello** ammette: «Non è stata una vacanza relax, ma la bellezza di quello che si è visto e vissuto è stata di molto superiore al necessario impegno fisico che un viaggio richiede.

Quello vissuto sul Nilo e poi a Il Cairo insieme ai miei tanti colleghi, lo considero decisamente stupendo».

Gennaro Maiello: «Una meraviglia, le piramidi de Il Cairo, il museo Egizio con i suoi grandi tesori: di fronte a tanta grandezza ci si sente piccoli, ma felici».

Vito Coletta: «Viaggiare con questo gruppo è un piacere. In questo viaggio particolare poi, per il fascino dei luoghi, il piacere è stato doppio. Grazie U.DI.AL.».

Rosario Strippoli: «Qualcuno avrebbe preferito una vacanza con ombrellone e sedia a sdraio, ma il cammino nella grande storia, almeno una volta nella

vita, va vissuto senza mezzi termini».

Giosi Grillo: «Sicuramente bene, un viaggio con un taglio culturale che affascina e coinvolge.

Anche con il cibo tutto bene. Belle le motonavi, bellissimo l'Hotel a Il Cairo. Le serate evento poi, indimenticabili».

Questi i commenti raccolti al volo dalla viva voce dei partecipanti e non potevano essere diversi, perché in questi luoghi dove il tempo pare si sia fermato, o forse dove il tempo non conta per nulla, tutto appare maestoso ed eterno.

«Ti senti addosso il peso della storia - commenta **Luigi Cetrangolo** G.M. del



*Ti senti addosso
il peso della
storia, hai
proprio
l'impressione di
camminarci
dentro.*



Ad ogni tappa un'emozione in regalo. Le numerose visite ed escursioni hanno regalato ai "viaggiatori" momenti magici e la conoscenza di una antica civiltà che continua stupire.

Ogni tappa ha riservato un'emozione, ricordiamo le più rappresentative.

All'arrivo a Luxor dopo aver preso dimora nelle Motonavi, il mattino successivo la primissima tappa è stata la Valle dei Re, la visita del Tempio di Hatchepsute, dei Colossi di Memnon, dei Templi di Luxor e Karnak.

Il secondo giorno è stata la volta della città di Edfu con la visita al famosissimo Tempio di Horus.

Con l'attracco a Kom Ombo i viaggiatori hanno visitato un altro importante tempio, quello di Sobek e Haroeris. Molto piacevole il tragitto con

carrozza e cavalli che ha trasportato il gruppo in un corteo fino ai templi. Poi è venuto il giorno di

Aswan con lo spettacolo della grande diga. A seguire il Tempio di Philae, il Giardino Botanico, il

Mausoleo dello Agha Khan e l'Isola Elefantina, ammirata a bordo delle caratteristiche feluche. Il

quinto giorno l'intera giornata è stata dedicata ad un completo giro nella città di Aswan. Molto apprezzata la visita ad Abusimbel, uno spettacolare

tempio che ha avuto la "ventura" di essere smontato pezzo per pezzo, per effetto della

realizzazione della grande diga, per poi essere ricostruito tale e quale in un altro sito. Straordinario.

Poi è giunto il soggiorno a Il Cairo. In questa grande metropoli, tantissime le perle che hanno

affascinato i visitatori: il Museo Egizio, la Moschea d'Alabastro, il coloratissimo mercato di

Khan el Khalili e poi lo scenario mozzafiato del "cimitero abitato". Una cosa da non credersi, in

questa sterminata metropoli, che conta 24 milioni di anime, vi è un cimitero abitato anche dai vivi.

Che dire? Il Cairo, oltre i suoi straordinari monumenti è anche questo! Sempre a Il Cairo poi le

indimenticabili ultime due serate con lo spettacolo "Suoni & Luci" e l'evento finale della

celebrazione di "El Mouldid".



consorzio - hai proprio l'impressione di camminarci dentro. È stata un'emozione ininterrotta vissuta dal Gruppo, un'esperienza che ritengo lo abbia ancora più unito e rafforzato. Il viag-

gio poi è stato ben organizzato ed è doveroso dare una nota di encomio al T.O. Mr Volare che ha lavorato con grande professionalità ed esperienza».



«Certo - aggiunge Argentieri - scegliendo la Crociera sul Nilo e il conseguente soggiorno a Il Cairo, ci rendevamo conto di aver scelto un viaggio complesso, con tanti spostamenti e tappe, quindi anche per questo problematico da organizzare. Ma U.DI.AL. alle sfide complicate, è abituata. E questa l'abbiamo vinta, tutti insieme: la Crociera sul Nilo e il soggiorno a Il Cairo è stato un grande successo per partecipazione e coinvolgimento emotivo».

I numeri del successo sono evidenti: 215 parteci-

I numeri del successo sono evidenti: 215 partecipanti fra soci, accompagnatori e rappresentanti delle aziende industriali.



La serata “El Moulid” ha offerto un’atmosfera magica e momenti irripetibili che resteranno a lungo nella memoria di tutti i partecipanti.

panti fra soci, accompagnatori e rappresentanti delle aziende industriali, 5 diversi collegamenti aerei, due motonavi impavesate con il logo e i colori di U.DI.AL. per solcare il Nilo. 5 pullman sempre disponibili per spostare condurre il gruppo alle diverse destinazioni. Decine di diverse escursioni, una più affascinante e bella dell’altra. Dove, perle fra le perle, le indimenticabili serate di “Suoni & Luci”, vissuta nel complesso ove riposa da millenni e millenni la grande sfin-ge. Uno spettacolo indescrivibile che

ha ricondotto lo spettatore direttamente nell’antico Egitto, facendogli vivere tutta la magia di quei tempi. E poi l’evento finale dedicato alla celebrazione di “El Moulid”.

Una grandissima festa, tutta per il gruppo U.DI.AL., organizzata sulle sponde del Nilo: musica, giocolieri, danzatrici, spettacoli di ogni genere, insieme al tipico cibo egiziano e a tanta allegria.

Un’atmosfera magica, momenti irripetibili che resteranno a lungo nella memoria di tutti i partecipanti.

Si ringraziano tutte le aziende che hanno contribuito alla realizzazione dell’evento: Alvin, Ferrarelle, Acqua Sant’anna, Peroni, Gaudianello, Parmalat, Acqua Nerea, San Pellegrino, Sorgenti Santo Stefano, Liquori Argia, Bosca, Campari, Castello di Selvole, IBG PEPSI, Red Bull, San Benedetto, Pago Italia, Zuegg e Vinicola del Sannio. Un grazie particolare alla Heineken Italia per il contributo alla realizzazione della speciale serata Suoni & Luci. E inoltre, un grazie particolare alle aziende Conserve Italia con i loghi Yoga e Derby, Acqua Sant’Anna e Peroni per il prezioso contributo concesso per la realizzazione della grande serata evento la celebrazione di “El Moulid”.

Foto e riprese video di **Pasquale Liguori**.

Il viaggio è stato organizzato dal **T.O. Mr.Volare - www.mrvolare.it**

Dal cuore dell'Alta Murgia

Orsinella

Acqua Oligominerale* di Puglia

L'acqua oligominerale naturale Orsinella è particolarmente leggera e viene estratta dalla profondità della Murgia pugliese (fonte di Poggiorsini) a oltre 500 mt.



È disponibile nelle varianti oligominerale naturale, leggermente frizzante e frizzante, in bottiglie da lt. 2/ lt. 1,5/ lt. 1/ lt. 0,5.



per info: poggiorsiniacqua@libero.it





nereia®

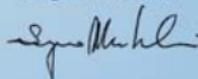
ACQUA MINERALE NATURALE
OLIGOMINERALE

DECRETO DEL
Ministero della Salute

L'acqua per crescere
... naturalmente!

Carissime mamme, dal Parco Nazionale dei Monti Sibillini sgorga la nostra acqua NEREA. Purissima, con solo 1.5 mg/L di nitrati, può essere utilizzata per la preparazione degli alimenti del neonato, laddove non sia possibile l'allattamento al seno, tanto da ricevere l'autorizzazione del Ministero della Salute con D.D. n° 3725 del 30 gennaio 2007. Indicata per diete povere di sodio, con solo 1.6 mg/L, aiuta a ridurre la ritenzione idrica. Può avere effetti diuretici. In veste di Amministratore Delegato la garantisco.

Sergio Mandorlini



www.acquanerea.com



Servizio Consumatori

800-451.300



Verso il Meeting 2009

Non c'è che dire: lo scenario che ospiterà il terzo meeting U.DI.AL. è sicuramente uno dei più belli al mondo, la data è già fissata per il 29 gennaio 2009.

La struttura che accoglierà gli ospiti è di quelle che non si dimenticano. Il Lloyd Baia Hotel, a Vietri sul Mare - Salerno, si adagia su uno sperone di roccia proprio all'imbocco della costiera amalfinata. Il panorama che si ammira dalle sue terrazze è decisamente da mozzare il fiato.

Ma oltre la bellezza del luogo - che pure garantirà un prezioso momento di relax nel contesto di una giornata di lavori - il meeting che U.DI.AL. prepara per il prossimo anno si ripropone nuovamente come l'indispensabile momento di relazione e conoscenza fra i protagonisti del mondo

Horeca, i distributori associati al consorzio e le aziende di produzione, per le quali questo specialistico appuntamento è diventato irrinunciabile occasione di incontro, confronto e riflessione.

Un evento di grande valore

Il meeting conta di bissare il successo della seconda edizione (7 febbraio 2008 - Hotel Riva del Sole - Giovinazzo). Al convegno parteciparono 227 operatori di cui circa la metà in rappresentanza dell'industria del beverage.

Ricordiamo fra i relatori **Mauro Lamparelli** della Tradelab che impostò la sua relazione con un'analisi attenta e compiuta che metteva a nudo le problematiche del canale Ho.Re.Ca. e al contempo valutava le prospettive e soprattutto faceva emergere le oppor-



La platea del Meeting U.DI.AL. 2008 dello scorso 7 febbraio.

Il 3° Meeting U.DI.AL. si terrà presso il Lloyd Baia Hotel, a Vietri sul Mare - Salerno

L'ESPERIENZA DEI NOSTRI MASTRI BIRRAI.
LA SELEZIONE DEI MIGLIORI INGREDIENTI.
COSÌ NASCE UN CAPOLAVORO.



BIRRA MORETTI BAFFO D'ORO. ARTE ITALIANA DELLA BIRRA.

Certi capolavori non nascono a caso. Creata per celebrare un eccezionale raccolto di orzo, questa grande birra è tuttora prodotta per mezzo di uno speciale processo che permette di estrarre delicatamente le componenti del malto. La particolare varietà di luppolo, esclusivamente Spalt coltivato in Baviera, le conferisce una tipica nota di fiori e di agrumi. Il risultato è una lager di grande equilibrio: una birra di puro malto profumata, dal corpo rotondo e dall'inconfondibile colore Oro vivo. Birra Moretti Baffo d'Oro la si trova solo nei ristoranti e nei migliori locali birrari.

WWW.BEVIRESPONSABILE.IT - WWW.BIRRAMORETTI.IT - NUMERO VERDE 800.1859.00



2005 Superior
Taste Award
OTB (Bruxelles)



2006 Australian Beer
Awards International
Copper Medal

tunità che lo stesso canale Ho.Re.Ca. poteva garantire agli operatori.

La giornata vide anche gli interventi di **Antonio Argentieri**, Presidente U.DI.AL. e **Luigi Cetrangolo** nel suo ruolo di General Manager del consorzio. Altra apprezzata relazione quella di **Bepi Cuzziol**, Presidente Italgrob che incentrò il suo intervento sul ruolo innovativo che può avere e compete al distributore di bevande.



Una vista suggestiva quella che si può godere al Lloyd Baia Hotel, scolpito nelle rocce della Costiera Amalfitana.

La prima volta in Campania

Una delle novità del Meeting '09 è appunto rappresentata dalla location: dopo le prime due edizioni organizzate in Puglia, il Gruppo dirigente del Consorzio ha ritenuto necessario delocalizzare l'evento in considerazione del fatto che U.DI.AL., pur contando un rilevante numero di soci che operano in Puglia, è diventato, in questi ultimi due anni, un gruppo ramificato in tutto il Centro Sud Italia, con un'importante presenza di distributori anche in Campania. Ad oggi i numerosi soci coprono tutte le regioni del Sud: Puglia, Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia, Molise, Abruzzo con delle presenze nel Lazio e in Sardegna.

Tornando al meeting, si è già al lavoro a quelle che saranno le tematiche oggetto di relazione e discussione che non potranno non toccare i temi più

scottanti e sentiti dagli operatori del settore. Come tutti ben sanno, attualmente il mercato attraversa una fase molto delicata e incerta, con sullo sfondo una crisi economica e finanziaria senza precedenti.

In tale contesto, il meeting U.DI.AL. assume per certi versi un ruolo decisivo, quello di confrontare e chiarire, svelare e mettere in luce e far nascere magari, attraverso le relazioni dei prestigiosi relatori che ospiterà, un pensiero che vada alto, capace di superare la mera contingenza e prefigurare gli scenari imminenti e soprattutto offrire soluzioni plausibili.

L'appuntamento vuole dunque essere una sorta di cortocircuito fra i protagonisti della filiera distributiva, un'occasione unica e irripetibile dove mescolare le conoscenze, liberare idee e proposte utili per far fronte alle criticità che incombono sul mercato dell'Horeca. Un appuntamento da non perdere.

Il meeting U.DI.AL. assume per certi versi un ruolo decisivo, quello di confrontare e chiarire, svelare e mettere in luce.

a cura di **Marianna Iodice**

Grappa, sempre più apprezzata



Secondo l'Istituto Nazionale della Grappa, la produzione attuale conta 40 milioni di bottiglie vendute, con una crescita a valore che oscilla dal 3 al 5%.

Grappa. Nata tra i monti, sorseggiata in inverno, apprezzata dagli uomini. Questi concetti ormai fanno parte di un luogo comune, sono idee sorpassate. Oggi la realtà delle grappe è in Italia, come all'estero, molto differente. Secondo l'Istituto Nazionale della Grappa, la produzione attuale conta 40 milioni di bottiglie ven-

dute, con una crescita a valore che oscilla dal 3 al 5%.

Il consumo di grappa s'è sdoganato dal mondo alpino, montanaro, o comunque nordico. Oggi è un prodotto apprezzatissimo, sebbene di nicchia, amato in purezza. È difficile da mixare, ma tale aspetto lo rende immune dalle mode passeggere. La grappa si afferma nelle preferenze e nelle abitudini dei buongustai tanto a Nord che nel Centro e al Sud. Il formato di bottiglia che va per la maggiore nel mondo della ristorazione è quello da 0,70 cl, dal packaging lussuoso.

La grappa sta anche varcando i confini dell'Italia. Il 90% dei consumi sono sì nel Bel Paese, ma il restante 10% riguardano la Germania, gli U.S.A., il Regno Unito, Paesi nelle cui enoteche

e nei cui ristoranti, qualche tempo fa di grappa non si sentiva neppure parlare.

San Benedetto Energy Saving: "Plastica+Natura"

Acqua Minerale San Benedetto si conferma una Energy Saving Company, cioè un'azienda attenta alla salvaguardia delle risorse energetiche e ambientali. L'esempio concreto, oggi sul mercato, è la bottiglia Eco-friendly. Il nuovo logo "Bottiglia Eco-friendly: -plastica + natura" sulle bottiglie di acqua minerale, segnala il nuovo packaging ecosostenibile, frutto di ricerca e innovazione. Le nuove bottiglie Eco-friendly hanno un ridotto contenuto di PET, una riduzione che però non altera le proprietà del contenitore che protegge al meglio la qualità dell'acqua. La riduzione della materia prima, inoltre, agevola il



THE BIG FAMILY



ARGIA

THE RIGHT WAY OF DRINKING

Argia srl - Viale Lincoln - Z.I. 81100 Caserta - Italia

tel +39 081 0823 279022/498499 fax +39 0823 456074

www.argia.it - info@argia.it



DERBY BLUE PRESENTA UNA GAMMA COMPLETA ED ESCLUSIVA

IDEALE PER TUTTI I LONG DRINK A BASE FRUTTA

CON TAPPO
DOSATORE



BOTTIGLIA 1500 ml
ARANCIA, POMPELMO
ANANAS, PERA,
PESCA.



BOTTIGLIA 1000 ml
ARANCIA 100%,
POMPELMO 100%,
ANANAS 100%.



riciclaggio delle bottiglie. Per rendersi conto della rivoluzione eco sostenibile della tecnologia usata dall'azienda, basta tenere conto di alcuni dati: nel 1983 occorre 31 grammi di plastica per una bottiglia da mezzo litro. Oggi San Benedetto ne impiega solo 13 per una bottiglia della stessa capacità. Tradotti in pratica questi dati significano meno energia per la produzione, dunque risparmio, meno acqua usata nel ciclo produttivo, dunque tutela delle risorse comuni, e meno emissioni di anidride carbonica nell'aria.

Lo Spritz dilaga

Fino a qualche tempo fa lo Spritz era una tradizione veneta, mentre adesso è diventato una moda tra tutti i giovani. Gli studenti di Sociologia della comunicazione dell'Università di Verona gli hanno dedicato persino una ricerca. Sebbene non vi sia una ricetta unica, lo studio ha identificato alcune regole comuni alla preparazione dello Spritz: 40% di vino bianco, 30% di acqua minerale gasata, meglio se gassatissima, e il restante 30% scelto tra liquori il cui spettro varia dal Gin alla Crema Marsala, senza disdegnare nuovi mix che però devono garantire allo Spritz un vivace colore, possibilmente rosso. Il tocco finale è l'aggiunta di una fettina di limone o di



Il Gratta & Vinci di

Yoga

Derby

Da Novembre '08 a Gennaio '09 baristi ed esercenti potranno "grattare" e vincere fantastici iPhone messi in palio da Conserve Italia. Partecipare è molto semplice, basta grattare 7 caselle delle 35 presenti sull'iPhone disegnato sulla scheda; se si trovano le "6 I" si vince il telefono...e lo vince anche il venditore del distributore di bevande. E se non vinci riprova sul sito www.promobor.it avrai la possibilità di vincere nuovamente, basta registrarsi e inserire il codice univoco presente sulla scheda.



arancia. La gradazione alcolica è molto variabile, tra i 12 e i 45 gradi. Le 906 interviste realizzate in 5 città del Veneto (Verona, Vicenza, Padova, Venezia e Treviso) in diversi momenti della giornata, nei giorni in cui è più alto il consumo di Spritz, mostra che il pubblico di consumatori è composto da giovani e studenti fra i 19 e i 29 anni.

In quanto agli snack di accompagnamento, nell'83,6% dei casi lo Spritz è servito con patatine e nel 41,2% con stuzzichini o tartine. Ma le patatine sono le meno gradite (12%), più apprezzati stuzzichini (29%), pizza (19%) e crostini con affettati (16%).

Il consumo di Spritz, mostra che il pubblico di consumatori è composto da giovani e studenti fra i 19 e i 29 anni.

C'è chi parla tanto di natura.
Noi la rispettiamo.

bottiglia *eco* friendly

- plastica
+ natura



Da San Benedetto, "eco-friendly", la linea di bottiglie prodotte con meno plastica, meno energia e più amore per l'ambiente. Un grande risultato frutto di costanti investimenti in ricerca che dal 1983 hanno permesso di ridurre almeno del 30% la quantità di plastica impiegata* e quindi di risparmiare energia.

Per questo quando scegli Acqua Minerale San Benedetto scegli la natura ed un futuro migliore per te ed i tuoi figli.

San Benedetto, The Energy Saving Company.


SAN BENEDETTO
Risorse per la Vita

* Effettive riduzioni di PET rispetto alle bottiglie prodotte nel 1993 per formato: 2L -43%, 1,5L -32%, 0,5L -58%.