

FOOD

A stylized illustration of people in the sea. A woman in a pink swimsuit and goggles is at the surface, reaching up to hold a yellow bag of 'Biscotti'. Below her, several people are submerged, holding up various food items: a can of 'YOGURT', a can of 'PASSATA', a box of 'MINES ONE', a box of 'BROCCOLETTI', and a bottle of 'COLA'. The scene is set against a background of blue water and orange clouds.

ANNO 28 N°11
NOVEMBRE 2018



All'interno
DOSSIER
TOMATO

NUOVI LANCI LARGO A CHI EMERGE



CEREALITALIA SCOMMETTE SU INNOVAZIONE E TECNOLOGIA

L'azienda pugliese, specializzata nella produzione di cereali e cioccolato, investe a 360 gradi per rafforzare il posizionamento di partner del retail anche in ambito Mdd

 Leonardo Rastelli

"Continuare a investire per rafforzare il proprio posizionamento di partner per il trade nelle categorie in cui opera e di azienda in grado di rispondere agli emergenti bisogni di consumatori sempre più attenti e consapevoli". **Aldo Tollemeto, Direttore Commerciale di Cerealitalia Industrie Dolciarie**, sintetizza così la strategia dell'azienda pugliese, che nei suoi stabilimenti di Corato (Ba) e Frigento (Av), produce cereali e cioccolato a marchio proprio, per le private label e per importanti player del settore dolciario in Italia e all'estero. **"Una nuova strategia marchi, l'ottimizzazione del portafoglio prodotti, l'integrazione di novità in linea con i trend di mercato, sia nel mondo dei cereali che nel mondo del cioccolato"** – prosegue Tollemeto – oltre a un piano di investimenti industriali per il rafforzamento della capacità produttiva, hanno sostenuto il valore dell'offerta per il consumatore e consolidato il ruolo dell'azienda come partner, anche in ambito Mdd, conosciuto e apprezzato per specializzazione e qualità produttiva". **L'azienda, che chiuderà il 2018 con un fatturato (sviluppato per oltre un quarto in 33 paesi nel mondo) in crescita del 15% rispetto allo scorso anno**, ha lavorato al riposizionamento e alla



semplificazione del portafoglio brand, anche attraverso un restyling dei pack finalizzato a rafforzare l'identità e l'impatto a scaffale delle referenze. **Cerealitalia** è il master brand delle categorie cereali prima colazione e barrette ai cereali, declinato in **Cornflakes**, **Nature Mix** (prodotti a base multigrano, muesli, branstick) e **Cho&Co.**, la nuova gamma di prodotti dedicata al mondo dei bambini. **Duca Degli Abruzzi** è il master brand riservato alla categoria cioccolato, segmentata in tavolette, **Gran Nocciolato** nelle varianti fondente, latte

e bianco, **Macao** (torrone al cioccolato gianduia con nocciole o mandorle) e uova di Pasqua.

"Stiamo esplorando" – conclude il Direttore Commerciale – **la possibilità di diversificazione in nuove categorie in linea con la nostra mission**. Sia che si tratti di cereali che di cioccolato a proprio marchio, o di un prodotto sviluppato insieme a importanti player della grande distribuzione, materie prime selezionate e grande passione continueranno a essere sempre gli ingredienti di successo dell'azienda".

Cerealitalia in cifre

Dipendenti	100
Stabilimenti	2, Corato (Ba) e Frigento (Av)
Superficie	16.235 mq complessivi
Linee di produzione	7
Export	33 paesi (26% del fatturato)
Distribuzione	Gdo, Normal Trade, Discount, Horeca, Ingrosso

IMPIANTI

LA STRUTTURA PRODUTTIVA

Cerealitalia è attiva nella produzione di cereali prima colazione (nello stabilimento di Corato, in provincia di Bari), barrette di cereali, tavolette di cioccolato, uova di Pasqua e torroni al cioccolato (in quello di Frigento, nell'avellinese). **La società dispone di sette linee produttive, di un moderno impianto di aspirazione e raffreddamento adiabatico e di sistemi automatizzati per il dosaggio delle materie prime.** Entrambi gli stabilimenti sono di ultima generazione e caratterizzati da grande attenzione alla sostenibilità e al risparmio energetico, grazie a un impianto fotovoltaico da 360 kw per l'autoproduzione di energia elettrica.



Se il gluten free è anche bio

Lo scaffale dei prodotti gluten free si è notevolmente ampliato negli ultimi anni, ma sono poche le referenze che offrono il plus di essere anche biologiche. Gruppo MangiarsanoGerminal, che da più di 40 anni produce prodotti biologici, vanta un'offerta molto ampia nel segmento senza glutine, con **oltre 50 referenze che spaziano dal dolce al salato, dedicate a chi soffre di celiachia o intolleranza al glutine.**

"I prodotti Germinal Bio Senza Glutine sono frutto di un'approfondita ricerca sulle materie prime e sulle formulazioni

del laboratorio R&D – spiega **Paolo Pisano, Direttore Commerciale del Gruppo MangiarsanoGerminal** -. In particolare, grazie al lavoro di ricerca sui cereali, **sono state sostituite le comuni farine di riso e mais con altre farine, per dare ai prodotti caratteristiche nutrizionali specifiche.** Nel 2016 il nostro stabilimento è stato ampliato ed è stata installata una nuova linea produttiva che permette la realizzazione di prodotti salati da forno biologici, vegan e senza glutine. Presto saranno lanciate nuove referenze in questo comparto".

NUOVI LANCI

PROBIOS, GAMME CERTIFICATE

I Crispy Crackers con ceci di Probios hanno vinto i BioAwards 2018 e si aggiungono alle ultime novità: il Panino per Burger senza glutine Panito, la Bio Piadina Mix Legumi di Altricereali, le Fette Biscottate senza glutine Rice&Rice e le Ciambelline senza glutine Rice&Rice. **Questi ultimi tre prodotti, in particolare, sono stati presentati al Sial Innovation 2018 e sono entrati nella speciale 'Selection'.**

"La nostra offerta – dice **Silvia Rossi, Ufficio Marketing & Comunicazione di Probios** – propone una vasta scelta di alimenti biologici e senza glutine pensati nel rispetto della salute e dell'ambiente: abbiamo **più di 830 referenze certificate biologiche, per la prima colazione, gli snack, i pasti principali, di cui fanno parte i 420 prodotti senza glutine fra cui più di 170 mutuabili dal Sistema Sanitario Nazionale.** Sono invece oltre 140 i prodotti senza latte, e tanti anche

senza lievito. Moltissime le referenze a base di farro, di cereali alternativi e legumi. Attualmente siamo molto concentrati sull'offerta free-from e continueremo a lavorare sui prodotti privi di derivati animali e garantiti vegan. Nonostante il mercato si sia allargato a nuovi players, manteniamo la nostra posizione come azienda leader di prodotti biologici e free from dove l'uno non esclude l'altro, coprendo i principali canali distributivi. La nostra capacità di innovazione e i nostri 40 anni di esperienza ci portano ad avere obiettivi ambiziosi di posizionamento e quote di mercato".

Al fine di mantenere alti standard qualitativi, l'azienda opera conformemente alla severa normativa europea e nazionale e nel 2017 ha raggiunto tre nuove certificazioni: IFS Food Standard, BRC Global Standard for Food Safety e UNI EN ISO 9001:2015.

Sul fronte dell'informazione al consumatore, **etichetta e pack evidenziano le caratteristiche nutrizionali e organolettiche e consentono la completa tracciabilità del prodotto.** Con il recente lancio della nuova visual identity dell'azienda, frutto del redesign del brand a cui si affianca un restyling completo del packaging, sono state implementate alcune informazioni sul prodotto come il suo utilizzo, le valenze nutrizionali o la modalità di smaltimento dell'imballo.



*Semplici
piaceri
quotidiani.*



**Cereali
prima colazione
e barrette di cereali**

Senza olio di palma



Cereali



Cioccolato