

TAVOLE DI NATALE

Il marchio nel menù

Per i pranzi di Natale e i cenoni gli italiani preferiscono scegliere prodotti con certificazioni di qualità e cresce l'interesse per gli alimenti etichettati bio

SONDAGGIO WINENEWS

Sotto l'albero Barbaresco e Barolo sono al top

In Enoteca la crisi non morde troppo. WineNews, a pochi giorni da Natale, ha fatto un sondaggio tra alcune delle enoteche più importanti d'Italia. «L'aria - spiega Francesco Trimani della famosa enoteca romana - non è delle migliori, ci preoccupa il calo di ottobre e novembre. Natale è partito in maniera meno frizzante degli anni passati, e ci aspettiamo un ridimensionamento, mentre cresce il livello conoscitivo nelle scelte dei clienti, orientate verso i grandi rossi e le bollicine». Per Francesco Bonfio dell'Enoteca Piccolomini di Siena e presidente di Vinarius, l'associazione delle enoteche italiane, «La situazione non è così negativa. In Sicilia le enoteche stanno andando bene e in Lombardia il livello è lo stesso del 2010. Al top, Barolo e Barbaresco al nord, Amarone in tutta Italia e Brunello di Montalcino soprattutto in Toscana». Per Roberto Canali, patron dell'Enoteca di Perugia, Berespere, «si tratta di festività segnate dalla crisi, ma qualcosa si sta muovendo, specie tra gli spumanti, a scapito dei grandi rossi».

A Milano, «cresciamo del 12% sul 2010 - spiega Giovanni Longo dell'Enoteca Longo - con le bollicine e i grandi rossi a tirare la volata, mentre i vini di prezzo medio sono in difficoltà». A Foggia, Pio Daniele De Lorenzo dell'Enoteca Nuvola, spiega come sia «un Natale in cui si acquista l'essenziale, e in questo senso sono penalizzati i grandi nomi e le denominazioni storiche, ad eccezione dell'Amarone».

Parlare di shopping natalizio in questi ultimi scampoli di 2011 fa venire immediatamente la parola crisi, risparmi, sacrifici. Il settore che, per ora, sembra tenere meglio è quello dell'agroalimentare ovvero quello dei prodotti che finiranno sulle tavole natalizie nei menù dei cenoni di Capodanno.

Il prezzo continua a essere uno dei fattori decisivi nella scelta di un prodotto ma la spinta dello sconto o del risparmio non è così forte da portare alla rinuncia della qualità. In tavola continuano ad andare soprattutto cose buone più facili - se si parla di prodotti della straordinaria tradizione italiana e non di spaciati d'importazione - da reperire a prezzi convenienti nelle periferie piuttosto che nelle città.

La conoscenza delle certificazioni è maggiore al Sud che nelle regioni del Nord

«Gli italiani a tavola - commenta Federico Grazioli, presidente di Accredia - non rinunciano mai alla qualità. Non lo fanno in tempi di crisi e non lo fanno in particolare modo durante le festività natalizie, come testimoniano i dati economici riguardanti il fatturato dei marchi DOP/IGP/BIO che è pari circa 5,5 Mld di euro e anche il giro d'affari degli organismi di certificazione, accreditati da Accredia, che raggiunge quota 41 Mln di euro l'anno». Sono le dichiarazioni dei vertici di Accredia che in base a una ricerca mostra come gli italiani si preparino a portare in tavola menu tipici e tradizionali, scegliendo sempre prodotti di qualità.

Secondo l'indagine svolta di Accredia e Conal, infatti, gli italiani attribuiscono grande importanza ai marchi di certificazione di qualità agroalimentare. DOCG, IGP e BIO sono sigle note al-



Il cibo di qualità italiano è protagonista in tutti i mercati natalizi del mondo

la maggior parte dei consumatori. Un intervistato su tre ne sa addirittura elencare le caratteristiche. Gran parte dei consumatori ricorda anche su quali prodotti li ha trovati e associa ad essi una garanzia di affidabilità.

Addirittura, i marchi di certificazione sono variabili importanti per l'acquisto di un prodotto e, nella considerazione dei consumatori, vengono subito dopo prezzo, marca, tipicità, aspetto nutrizionale, comodità d'uso e rispetto dell'ambiente.

I marchi sono valutati in modo più favorevole al Sud che al Centro e al Nord Italia, ma tra chi semplicemente li riconosce e chi ne sa elencare le principali caratteristi-

che la proporzione regionale è invertita: al Sud e nelle isole (84% di Sicilia e Sardegna) i consumatori dichiarano di conoscere i marchi più che nelle regioni del Centro Nord (51% di Lazio, 68% di Lombardia e 72% di Emilia Romagna), ma quando si chiedono le caratteristiche certificate dal marchio, scendono le percentuali di Sicilia (3%) e Sardegna (14%) mentre tendono a salire quelle delle regioni del Nord (33% della Lombardia, 51% del Lazio e 72% di Emilia Romagna).

Questo vale in particolare modo per sigle come DOP, STG, DOC e IGT, mentre altri marchi, come IGP e BIO, sono noti in tutto il territorio in maniera costante.

LA POSIZIONE DI ACCREDIA «Garantire la qualità di tutta la filiera alimentare»

«Nel settore agroalimentare - dice Federico Grazioli di Accredia - le nostre competenze e responsabilità come ente italiano di accreditamento sono fondamentali per garantire non soltanto la qualità ma anche la sicurezza dell'intera filiera dei prodotti in stretta collaborazione con il Ministero delle Politiche Agricole».



Federico Grazioli



INSIEME A ME C'E' PIU' GUSTO

CAPSULA COSTADORO COFFEE LAB, per casa e ufficio.

PRENOTA SUBITO LA TUA DEGUSTAZIONE GRATUITA:

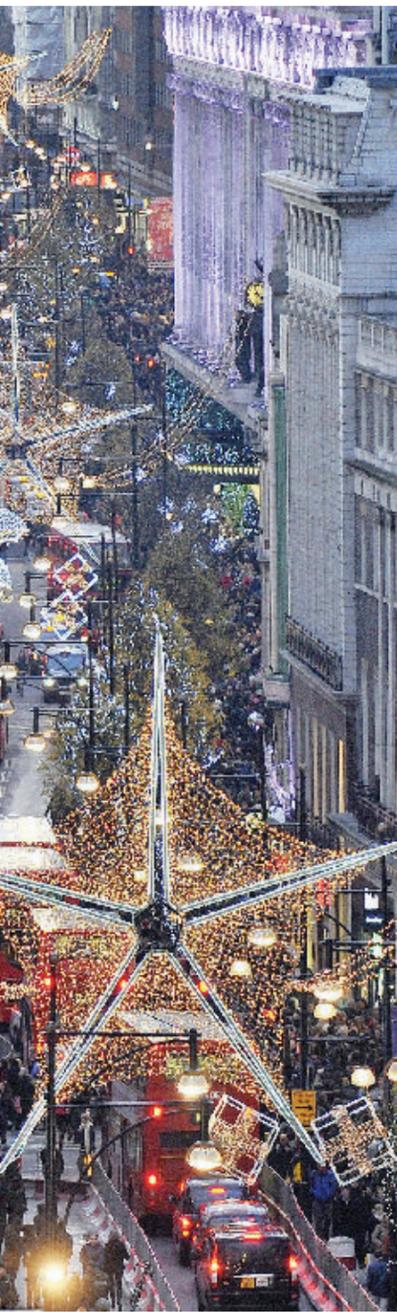
Numero ripartito
(848-887722)

WWW.COSTADORO.IT



CAFFÈ
COSTADORO





COSTADORO: "IL BAR RESTA IMBATTIBILE MA ANCHE SUL LAVORO SI PUÒ AVERE QUALITÀ"

Il buon caffè a portata di ufficio

Le nuove abitudini dei consumatori

Il caffè, oltre che a casa e al bar, viene consumato anche sul posto di lavoro, che sia una fabbrica o un ufficio. Questo settore commerciale viene chiamato in gergo Vending o OCS (Office Coffee Service).

Costadoro, leader da anni nel settore bar, sta acquisendo importanti quote di mercato anche in quest'area specifica nelle regioni del nord ovest.

«Inizialmente, spiega l'Amministratore Delegato della società Giulio Trombetta, - abbiamo contrastato il nascere di questo nuovo modo di consumare il caffè, per due motivi: da un lato volevamo salvaguardare una categoria, quella del bar, che da sempre rappresenta il nostro business principale; in secondo luogo eravamo critici verso questo sistema di somministrazione del prodotto perché fino a qualche tempo fa non c'erano sistemi tecnici che garantissero un'estrazione del caffè in linea con la nostra filosofia della qualità dell'Azienda, da sempre ai massimi livelli».

Lo start up, dunque, è avvenuto in ritardo rispetto ai concorrenti ma semplicemente per queste due ragioni. Il mercato però si evolve e la tendenza oramai è sempre di più quella di prendere il caffè fuori casa. Inoltre, per motivi di praticità e semplicità, non è detto che un domani in alcuni bar (come già succede in alcuni ristoranti) non si vedano comparire



La scheda

Cialde e capsule Costadoro Coffee Lab sono 100% qualità arabica. Tutte le macchine sono di produzione italiana

capsule e cialde di caffè di qualità al posto di macinadosatori e ingombranti macchine espresso. «Fatte queste premesse, dopo mesi di studi, prove e degustazioni meticolose anche Costadoro, intorno alla fine dell'anno 2008, è partita con il suo progetto cialde - capsule Costadoro Coffee Lab ma con una differenza sostanziale rispetto a tutti i concorrenti: ha optato per una miscela unica, la migliore possibile, 100% qualità arabica».

"Quando ci chiedono", continua Trombetta, «perché non abbiamo una gamma con caffè di qualità o prezzo diversificati rispondiamo che abbiamo un solo prodotto, quello che per noi è il massimo e se ce ne fosse uno ancora mi-

gliore cercheremmo sicuramente di farlo. Questa è la nostra filosofia aziendale: sempre alla ricerca dell'eccellenza».

"Il mercato, oggi, soprattutto per aziende della nostra dimensione è molto severo e selettivo. Bisogna assolutamente essere specializzati. E' impensabile poter far tutto, bisogna fare delle scelte, spesso costose ma che devono sempre essere assai ben indirizzate.

La nostra è stata quella della qualità a 360°. Dal prodotto, che è soggetto ad un'infinità di controlli, al servizio che è reso a domicilio praticamente in tempo reale, fino all'immagine, assolutamente innovativa e al passo con i tempi e all'assistenza tecnica capillare e puntuale.

I risultati ci stanno dando ragione e a tre anni dalla partenza le cialde e le capsule distribuite sono diversi milioni. Possiamo annoverare tra i nostri clienti i migliori studi professionali, agenzie e negozi che hanno cambiato e non sono mai più tornati indietro.

L'idea è quella di continuare in questo settore, investendo e cercando di ingrandirsi per sfruttare le economie di scala, senza trascurare minimamente la categoria Bar che è e rimane quello principale. Siamo convinti, infatti, che anche quest'ultimo ne potrà beneficiare. L'importante è che il marchio sia sempre sinonimo di eccellenza e di qualità e che il consumatore cerchi le nostre insegne sia in ufficio come al bar. [G. M.]

LA RICETTA DI BONIFANTI

Nel lievito il segreto del panettone

Ai piedi del Monviso, dove la pianura padana lambisce le Alpi, racchiuso tra il fiume Po ed il torrente Pellice c'è Villafranca Piemonte cerniera tra Cuneese e Torinese, dove è nata ed ha tuttora sede una storica realtà dell'eccellenza dolciaria piemontese: si tratta della Bonifanti, una realtà italiana di valore che da oltre ottant'anni, sollecita il palato dei più raffinati buongustai, grazie alla sua produzione di panettoni e colombe di altissima qualità.

Nello stabilimento di Villafranca Piemonte, le migliori materie prime trovano la loro massima espressione in un lento processo di lavorazione, realizzato nel rispetto della migliore tradizione della pasticceria italiana, utilizzando impianti all'avanguardia, in grado di garantire igiene e costanza qualitativa.

La lavorazione di oltre tre giorni, con il solo impiego di lievito naturale da madre bianca che conferisce al panettone l'esclusiva tipicità di gusto, senza l'aggiunta di lievito di birra e con ricercate materie prime, rende i prodotti Bonifanti opere dell'arte dolciaria che hanno reagito all'azienda tre premi al Concorso Internazionale del Gusto: Great Taste Award di Londra.

Con discrezione tipicamente piemontese, Bonifanti è più nota al popolo dei gourmet ed agli specialisti della gastronomia di tutto il mondo, che al grande pubblico. «Come tutte le cose buone - spiegano alla Bonifanti - i nostri prodotti vanno scovati, passandosi uno con l'altro l'indirizzo del punto vendita più vicino, ma in cambio offriamo prodotti realmente in grado di illuminare la tavola natalizia con un piccolo capolavoro dell'arte dolciaria Italiana, elegantemente racchiuso in raffinate confezioni realizzate a mano».

I prodotti Bonifanti si trovano nei migliori negozi Italiani ed internazionali di specialità dolciarie e nei punti vendita aziendali di Villafranca Piemonte e nel nuovo negozio recentemente aperto nel centro di Pinerolo.



Panettone Gourmet
Autentici capolavori dell'arte dolciaria, proposti in raffinate confezioni realizzate a mano, garantiscono eleganza e prestigio ai vostri regali



Londra, 6 Settembre 2010

Selezionato da una giuria internazionale di esperti, tra oltre 6000 diversi prodotti, con degustazioni effettuate alla cieca, il Panettone Bonifanti Gran Milanese ha ottenuto il riconoscimento: **GREAT TASTE AWARD 2010**, con il massimo punteggio delle tre stelle oro, attribuito solo a dieci specialità dolciarie di tutto il mondo.

BONIFANTI s.r.l. Via Vigone 51, Villafranca Piemonte (TO)
Tel: +39 011 98 00 718 www.bonifanti.com