

bargio **ornale**

ANNO 41° NUMERO 06



Il nostro talento è scoprire
i migliori ingredienti nel mondo,
il tuo è cucinarli.



robo.1938  



HI FOOD CONQUISTA LE CITTA'



PROTAGONISTA DEL SETTORE DEGLI SNACK
DOLCI, CEREALITALIA ID LANCIA LA NUOVA
LINEA A BASE DI LEGUMI E ACQUISISCE
IL MARCHIO DOLCI PREZIOSI

di Rodolfo Guarnieri

In pochi anni Cerealitalia ID (Industrie Dolciarie) è diventata un'azienda protagonista del settore dei prodotti a base di cereali e di cioccolato. Il motivo va ricercato in un'accurata strategia di mercato, con la proposta di un ricco portafoglio prodotti e la presentazione di specialità in linea con i trend di mercato, a cominciare dall'utilizzo di materie prime da agricoltura biologica.

Trasformata in spa, l'azienda di Frigento (Avellino) utilizza il marchio principale "Cerealitalia" per le confezioni di cereali da prima colazione e per le barrette, mentre il marchio "Duca degli Abruzzi" è dedicato a prodotti a base di cioccolato come tavolette, torroni e prodotti da ricorrenza come le uova di Pasqua. Di recente Cerealitalia ID ha lanciato due nuove proposte salate a base di legumi con il marchio Nature Snack. Inoltre è presente anche nel canale Gdo con una serie di private label.

Dotati di certificazioni internazionali di qualità come Brc (Global Standard for Food Safety) e Ifs (International Featured Standards), i prodotti Cerealitalia sono sviluppati nei moderni stabilimenti tecnologici di Corato (Bari) per gli snack salati e i cereali a fiocchi per la prima colazione, e di Frigento (Avellino) per la produzione di barrette di cereali e prodotti a base di cioccolato (cavi e duri), su una superficie totale di oltre 16mila mq in cui operano un centinaio di dipendenti.

Organizzati su 7 linee produttive, entrambi gli stabilimenti sono dotati di moderni laboratori di controllo qualità degli ingredienti e dei prodotti finiti, oltre ad impianti ecologici di aspirazione e raffreddamento adiabatico (senza

LO SNACK PIÙ SANO È A BASE DI LEGUMI

In alto, i nuovi Nature Snack Cerealitalia, Lenticchie di Altamura Igp aromatizzate con pomodoro e basilico e i Ceci della Murgia al rosmarino. A lato, il secondo stabilimento a Corato (Bari)

A lato, Aldo Tollemeto, direttore commerciale di Cerealitalia. Laureato in Economia Aziendale, arriva in Cerealitalia dopo alcune esperienze di management in aziende multinazionali del settore alimentare e non.



scambi di calore all'esterno), oltre che di sistemi automatizzati per dosaggio e stoccaggio delle materie prime.

Tipici prodotti rompidigiuno, gli snack secchi, dolci e salati, stanno vivendo un momento di grande creatività. Tipico prodotto d'impulso, in buste o sacchetti, da porre vicino alla cassa del bar, gli snack dolci provano a soddisfare il bisogno (vero o psicologico) di calorie dei clienti. Viceversa gli snack salati, una volta aperti (se non sono in piccole confezioni monodose) possono essere anche serviti direttamente dal barista in ciotole o tazze in abbinamento ad aperitivi e long drink.

Anche se le classiche patatine chips o le olive rimangono i protagonisti di un aperitivo classico (e veloce), i nuovi snack salati come gli innovativi Nature Snack Saperi Mediterranei di Cerealitalia sollecitano le nuove abitudini di consumo dei clienti salutisti. E possono così essere offerti come un'alternativa motivata.

Realizzati in collaborazione con l'azienda Terre di Altamura (Ba) in buste da 70 g, i due Nature Snack utilizzano specialità locali tutelate come le Lenticchie di Altamura Igp e i Ceci della Murgia da Filiera controllata. Entrambe riuniscono le caratteristiche salutari delle proteine vegetali dei legumi, unitamente a una lavorazione speciale che non ricorre alla frittura con olio e senza aggiungere aromi, in modo da risultare a basso contenuto di grassi. Ma senza rinunciare al gusto: le Lenticchie di Altamura Igp sono aromatizzate con pomodoro e basilico, mentre i Ceci Neri della Murgia sono invece "passati" con un profumato rosmarino di macchia mediterranea. *

Come è nata l'idea di creare una nuova linea di snack secchi salati salutisti?

Il progetto Lenticchie e Ceci Saperi Mediterranei Nature Snack nasce dalla nostra naturale propensione a lavorare e trasformare materie prime semplici della terra, dai cereali ai legumi. Per questo abbiamo combinato due fattori come semplicità e autenticità dei legumi Igp del territorio pugliese, per soddisfare il bisogno del consumatore alla ricerca di un prodotto autentico e insieme particolarmente gustoso che ha una shelf life di 9 mesi.

Oltre che soddisfare i bisogni dei clienti, quali altri effetti si possono realizzare?

Siamo convinti che l'impiego di questi straordinari legumi in un'ampia gamma di prodotti alimentari sia un'operazione doverosa e giusta per aprire la

strada a nuovi consumi salutisti e incrementando e valorizzando la produzione locale.

Le vostre proposte "funzionano" anche all'estero?

Oggi oltre un quarto del nostro fatturato di oltre 14 milioni di euro è realizzato con le esportazioni, dirette verso 33 Paesi. Un risultato ottenuto solo in pochi anni. Questo vuol dire che il nostro stile italiano riguardo i prodotti snack, dolci e salati, è sempre più conosciuto e apprezzato anche in terre lontane dalla nostra cultura alimentare.

Quali altre iniziative avete in cantiere?

Con l'acquisizione, il gennaio scorso, del ramo d'azienda costituito dai prodotti dolciari Preziosi Food a marchio Dolci Preziosi, allargheremo il nostro pubblico anche a quello formato da bambini e ragazzi. Un marchio già forte nel settore, da valorizzare ulteriormente, molto legato a gadget del mondo tv e dell'animazione con personaggi noti e amati come Peppa Pig.

Un'acquisizione che rientra nel vostro piano strategico?

L'accordo siglato con Preziosi Food rientra in un investimento industriale per il rafforzamento della nostra capacità produttiva e la costruzione di un portafoglio marchi riconoscibile e di valore per clienti di ogni età ed esigenze. In questo modo pensiamo di accrescere la nostra presenza distributiva e moltiplicare in pochi anni il nostro attuale fatturato.