



Se il cioccolato è di filiera

DOLCIARIO 4 min.

18 Agosto 2020

Tavolette e praline sono diventate prodotti per intenditori, intorno ai quali crescono gli investimenti dei produttori e i progetti di approvvigionamento sostenibile

La golosità è un must quando si parla di cioccolato, ma non tutti i tipi di cacao sono uguali.

Da tempo i consumi si sono spostati con decisione sulla fascia premium, dove sono premiati la qualità delle materie prime e le percentuali di cacao contenute. Meglio ancora se i prodotti nascono da progetti di filiera sostenibile.

Molti dei produttori italiani di cioccolato, infatti, puntano sulla filiera controllata, che parte dalle piantagioni nei paesi di origine, in America Latina e in Africa, dove si selezionano le migliori qualità di cacao e si lavora con le comunità locali. L'obiettivo è garantire la migliore qualità di tutta la filiera e le migliori condizioni di lavoro delle comunità locali, così come programmi di approvvigionamento sostenibile nel rispetto dell'ambiente.



PROGETTI 'FROM BEAN TO BAR'

Per il cioccolato fondente Cote d'Or, per esempio, Mondelez sostiene 'Cocoa Life', il suo programma di sostenibilità per il cacao che lavora direttamente con i coltivatori di cacao e le comunità e si concentra su cinque aree di intervento: l'agricoltura, le comunità, i mezzi di sussistenza, i giovani e l'ambiente. Nel 2019 il 63% dei volumi del cacao per i marchi di cioccolato Mondelez è arrivato da Cocoa Life e l'azienda intende raggiungere il 100% entro il 2025.

Per il cioccolato al latte Milka, invece, l'azienda utilizza 100% latte alpino prodotto da circa 800 piccole aziende agricole della regione alpina; da 120 anni Mondelez supporta gli allevatori di questa regione, oltre a collaborare con il Parco Nazionale Alti Tauri per proteggere e preservare la biodiversità delle Alpi.

In Venezuela Domori ha posto le basi di quella che è oggi considerata la più importante coltivazione al mondo di Criollo, la varietà più pregiata e delicata di cacao. Inoltre, è al fianco dei propri fornitori di cacao Trinitario e Nacional in otto diversi Paesi (Perù, Colombia, Madagascar, Venezuela, Tanzania, Ecuador, Costa d'Avorio e Brasile), dove collabora con una rete locale di Ong, cooperativi e autorità locali per garantire le migliori condizioni di lavoro e di qualità di tutta la filiera, dalla coltivazione all'importazione.

Icam, dal canto suo, lavora per trovare le qualità più pregiate di cacao e migliorarne le caratteristiche organolettiche direttamente nei paesi di origine. Dal 2010 in Uganda ha istituito un centro di raccolta, fermentazione ed essiccazione delle fave di cacao, per valorizzare la qualità del cacao, incrementare la redditività delle piantagioni e migliorare le condizioni di lavoro dei coltivatori locali.

Mentre Alce Nero, player di rilievo nel mondo del cioccolato biologico, utilizza cacao proveniente dall'America Latina per le tavolette da 100 g e per il 100% cacao e dal Perù per le tavolette da 50 g. Gli agricoltori fanno parte di Cooperativa Sin Fronteras, che promuove i principi di qualità, salubrità e sostenibilità e che in America Latina coinvolge più di 14.000 famiglie di produttori.

AVANZA IL FONDENTE

I segmenti più performanti del mercato cioccolato sono rappresentati dai prodotti da degustazione e dalle 'specialità' e il fondente è da tempo il principe dei consumi, soprattutto della categoria tavolette. Questa varietà è infatti declinata in molte proposte che si differenziano in base alla percentuale di cacao utilizzata e si arricchiscono con altri ingredienti, quali frutta o spezie.



Novi, il brand di Elah Dufour leader nel mercato delle tavolette, si sta focalizzando sulla linea Nero Nero, che interpreta il trend dei consumi di extrafondente da degustazione e a settembre presenterà le tavolette Nero Nero 80% cacao e Nero Nero 70% cacao con granella di pistacchio, un ingrediente che sta riscuotendo sempre più consensi.

Con la linea 'Le nuove donne del cacao', Luigi Zaini offre tavolette nelle varianti 70%, 80%, 90%, 100% cacao, mentre la nuova linea Sfumature Leone di Pastiglie Leone si compone di ricette con diverse percentuali di cacao (70%, 80%, 90%) e sfumature di gusto (deciso e delicato) per ogni percentuale, grazie all'utilizzo di fave di cacao di differenti origini.

© Riproduzione Riservata

[CACAO](#) [CIOCCOLATO](#) [FILIERA](#) [LUIGIZAINI](#) [TAVOLETTE](#)

ALTRO IN DOLCIARIO

▼ MOSTRA TUTTI ▼

MERCATI	RETAIL	ABOUT	<p>Via Mazzini, 6 43121 - Parma (ITALY) P.IVA. 01756990345</p> <p>f in t</p> <p>ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER</p> <p>La tua e-mail <input type="text"/></p>
Salumi & Carni	EXPORT	Chi siamo	
Dairy	TECH	Abbonamenti	
Pasta & Riso	Attrezzature	Pubblicità	
Bakery & Snacks	Logistica	Privacy Policy	
Conserve	Packaging	Redazione	
Condimenti	PERSONE	Contatti	
Beverage	OPINIONI		
Caffè & Thè	EDICOLA		
Cereali & Legumi			
Dolciario			
Freddo			
Ortofrutta			
Vino			

Copyright © 2015-2020 FOOD S.r.l. - Tutti i diritti di riproduzione sono riservati

Industrie rampanti

Il food italiano fa ancora gola fondi e imprese a caccia di marchi

SARA BENNEWITZ

Nell'alimentare la pandemia non ha fermato le acquisizioni di produttori made in Italy. A comprare sono sia investitori internazionali che gruppi di casa. E se per ora le grandi manovre non passano dalla Borsa, in futuro gli esempi di società come Campari e Newlat potrebbero fare proseliti

L' Italia è famosa nel mondo per il cibo, la moda e la meccanica fine. Ma se le ultime due industrie stanno soffrendo per gli strascichi del coronavirus, l'alimentare non è mai stato così appetibile per gli investitori. «Il settore del *food and beverage* italiano è per definizione uno dei comparti a maggior vocazione internazionale - spiega Alberto Gennarini, partner di Vitale & Co., banca d'affari che nel 2020 ha già firmato 8 operazioni di M&a nel settore alimentare - e quelle aziende che distribuiscono i suoi prodotti tipicamente attraverso la grande distribuzione, quest'anno hanno registrato incrementi di fatturato a due cifre, ma in generale hanno dimostrato di avere una grande resilienza alla crisi». Farine, lieviti, legumi, pasta e sughi tra marzo e aprile hanno aumentato le vendite fino al 40%; non c'è da stupirsi, quindi, se i private equity sono alla ricerca di marchi su cui investire. Gli ultimi due sono la napoletana Nappi - ingredienti per pasticcerie e gelaterie, nel mirino di Stirling Square, Riverside e Blue Gem - e la pavese Roscio, che produce pasta fresca, lasagne e gnocchi ed è stata adocchiata dal fondo Idea Taste of Italy. Attraverso Clessidra, il gruppo Italmobiliare - che ha già puntato sul caffè Borbone - sta per investire sulla casa vinicola veneziana Botter, messa in vendita dalla famiglia e da Idea Taste of Italy, mentre il fondo Peninsula ha cercato di entrare in **Illy** Caffè. L'azienda triestina a sua volta cerca partner per aprire negozi negli Usa e per la sua divisione di marchi di eccellenza, come il cioccolato **Domori**. «Con la grande liquidità che c'è sui mercati - prosegue Gennarini - i private equity sono

a caccia di investimenti, e il bello delle aziende alimentari è che possono ancora spuntare multipli di mercato interessanti».

La Newlat della famiglia Mastrolia in pieno Covid è riuscita a portare avanti l'offerta pubblica di acquisto e scambio sulla Centrale del Latte d'Italia (padrona del latte fiorentino Mukki e del torinese Tapporosso) e adesso che l'offerta è finita con successo, raccogliendo il 67% delle adesioni, si prepara a nuove acquisizioni. «Newlat è un caso di scuola di cui abbiamo discusso anche in Bocconi - prosegue l'esperto di Vitale - è stata la prima operazione di M&a gestita tutta da remoto a causa del virus, e la dimostrazione che per i progetti interessanti il mercato c'è anche nei momenti peggiori. Angelo Mastrolia è poi il tipico imprenditore che si è fatto da solo e spinge sulla crescita, tanto da ripetere sempre che è meglio avere una piccola quota di Nestlé che il 100% della Newlat».

COLAZIONE ADDIO

Il problema e il bello delle aziende alimentari è che, essendo per lo più familiari, tendono a rimanere di piccole dimensioni, e anche i big come Barilla e Ferrero preferiscono restare fuori dalla Borsa. Inoltre gli imprenditori hanno dimostrato di saper andare all'estero, costruendo stabilimenti in tutto il mondo, come ha fatto la pasta Giovanni Rana, che sta raddoppiando la capacità produttiva negli Stati Uniti, in breve tempo diventati il maggiore mercato di sbocco. «Date le restrizioni sulle importazioni di insaccati, nel 2015 i Beretta hanno costruito in soli 11 mesi uno stabilimento di salami negli Stati Uniti, investendo 65 milioni di dollari - ricorda Gennarini; - oggi generano 200 milioni di dollari di ricavi».

Se le famiglie italiane sembrano ancora allergiche ai mercati dei capitali, con l'andare avanti delle generazioni, aumentano le chance che cambi la mentalità. Del resto lo stesso Luca Garavoglia di Campari, dopo le perplessità iniziali, è solito ripetere che la quotazione è stata una grande esperienza per l'azienda, che la scorsa settimana ha sorpreso in positivo il mercato con i risultati semestrali. «Per chi come Campari è esposto anche sul canale bar, il lockdown è stato un grosso freno - spiega l'esperto di Vitale -. Anche i colossi come il tedesco Metro o l'italiana Marr hanno bruciato due quinti della capitalizzazione per colpa del virus. Tuttavia se il *retail* alimentare soffrirà ancora per alcuni mesi, nascono anche nuove forme di business, come le *dark kitchen*, ovvero "cucine" prive di ristorante, che producono per la sola consegna a domicilio, o esperienze di insegne di lusso come Giacomo o Langosteria, che ora utilizzano con grande successo le consegne a domicilio».

Del resto all'interno della vasta categoria della ristorazione si stanno creando figli e figliastri. Soffrono i punti ristoro come Autogrill, Piadineria, Old Wild West, che puntavano su studenti, uffici e pausa pranzo, e quei bar che vivevano di colazioni. Per l'aperitivo e la cena invece bar e ristoranti stanno gradualmente tornando alla normalità. «L'abitudine di fare colazione a casa potrebbe rimanere nei consumatori, determinando una riduzione dei consumi di latte, caffè e prodotti da forno - conclude Gennarini - ma il calo degli affitti delle *location* della ristorazione, e le difficoltà di alcune insegne specifiche, potrebbe portare a una nuova e salutare ondata di consolidamento nel settore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Inumeri



**DALLA FRUTTA SECCA AGLI HAMBURGER VEGANI
LE ACQUISIZIONI NEL SETTORE ALIMENTARE IN ITALIA NEL 2020**

AZIENDA ACQUISITA*	SETTORE	ACQUIRENTE
•V. BESANA	FRUTTA SECCA	•IMPORTACO SA
•ROBERTO INDUSTRIA ALIMENTARE	PANE E GRISSINI	•MORATO PANE
•MASTER INVESTMENTS	INTEGRATORI ALIMENTARI	•BF
•TANNICO	VINI ONLINE	•CAMPARI GROUP
•INGINO	FRUTTA PER INDUSTRIA DOLCIARIA	•IDEA AGRO FUND
•CENTRALE DEL LATTE D'ITALIA	LATTE E LATTICINI	•NEWLAT
•FATTORIA APULIA	LATTE E ALLEVAMENTO	•FATTORIE GAROFALO
•GIORDANO	CASEIFICIO	•CASEIFICIO VILLA
•PASTIFICIO DI CHIAVENNA	PASTA	•SAN REMO MACARONI GROUP
•ANTICA FOCACCERIA	RISTORAZIONE	•CIR FOOD
•PASTICCERIA BINDI	PASTICCERIA	•BC PARTNERS
•SFOGLIA TORINO	PASTA SFOGLIA	•FAMIGLIA PERRINO
•ARTEBIANCA	BISCOTTI	•PANEALBA
•DAROMA	CAFFÈ	•MANDARIN CAPITAL MANAGEMENT
•FLOWER BURGER	HAMBURGERIE VEGANE	•BUONO VENTURES

(*) Anche quote di minoranza

FONTE: ELABORAZIONI SU DATI MERGERMARKET

Inumeri



200

MILIONI DI EURO

Il valore di impresa che, stando alle ricostruzioni, sarebbe stato attribuito ai dolci Bindi per il passaggio dalla famiglia ai fondi BC Partners

23,4

MILIONI DI EURO

La cifra spesa da Campari per rilevare il 49% dell'enoteca online Tannico. Dal 2025 Campari potrà salire al 100%

L'opinione

Con la grande liquidità che c'è sui mercati, i private equity sono a caccia di investimenti, e l'alimentare spunta ancora multipli interessanti

ALBERTO GENNARINI
MANAGING PARTNER DI VITALE & CO.



Alberto Gennarini
managing partner
Vitale & Co.

1 Un caseificio a Erbusco, Brescia. Nel 2020 il settore latticini ha visto varie acquisizioni



ROBERTO RICCA/ALAMY



Speciale cioccolato e creme spalmabili

Alimento 'comfort' per eccellenza, in Italia il cioccolato vanta un mercato da 2,5 miliardi di euro. Quasi 132 miliardi di dollari (circa 116 miliardi di euro) in tutto il mondo, perché la passione per il 'cibo degli dei' è diffusa ad ogni latitudine. Per questo si è guadagnato una celebrazione internazionale tutta dedicata. La 'Giornata mondiale del Cioccolato' cade infatti ogni 7 luglio, giorno in cui nel lontano 1847 l'inglese Joseph Fry inventò le tavolette 'da mordere'. Fino a quel momento il cioccolato si poteva gustare solo sotto forma liquida, come bevanda. Secondo le statistiche, pare che gli italiani consumino in media circa quattro chili di cioccolato pro capite. Durante il periodo di lockdown, poi, si è registrato un notevole incremento dei consumi: 22% in più rispetto al periodo precedente. In particolare, le barrette hanno registrato una crescita del 21,9%. La conferma arriva anche dalla piattaforma di food delivery Just Eat che ha analizzato l'andamento degli ordini a domicilio, registrando un aumento del +260% con 12 mila chili, 120mila tavolette ordinate, di cui solo 2.500 nel periodo marzo-aprile. Data la vasta offerta che si trova in commercio, diventa quasi difficile per il consumatore districarsi nella scelta che soddisfi il palato per gusto e qualità.

Ma nonostante il mercato abbia subito vari cambiamenti, il fondente è sempre in cima agli acquisti con oltre il 40% delle preferenze, seguito a distanza da quello al latte. Perde posizione il cioccolato bianco. Un mercato di sapori tradizionali dove però trova sempre più spazio l'innovazione: cioccolati aromatizzati al peperoncino, all'arancia, al rum, alla menta, al sale dell'Himalaya. Oltre alle referenze vegan, biologiche e naturalmente quelle senza glutine. La compagnia dolciaria Barry Callebaut, che proprio nel 2017 fu la prima a introdurre nel mercato Ruby, il cioccolato rosa, ha realizzato uno studio nel quale vengono analizzati e presentati i nuovi trend del comparto. Definendo quelle che sono le nuove preferenze dei consumatori.

Cioccolato e cocktail si incontrano

Gli esploratori del gusto sono sempre alla ricerca di nuove esperienze. I produttori devono dunque essere in grado di innovare con delizie multisensoriali uniche che riescano a soddisfare anche i palati più esigenti. Il 71% dei consumatori afferma infatti di essere propenso a provare nuovi abbinamenti. Nello specifico, il 43% apprezza il sapore di cocktail, alcolici e caffè nel cioc-



colato. Per questo motivo, molti imprenditori hanno scelto di osare con mix dolci e liquorosi realizzando ad esempio cioccolatini fatti con la miglior varietà enologica del Belpaese. Un'unione complessa ma possibile, che sposa appieno l'originalità con l'artigianalità. Ma non solo. Un altro interessante mix riguarda l'unione di cioccolato con spezie, cereali come riso o quinoa, frutti di bosco e frutta secca.

Le più recenti innovazioni e invenzioni del comparto vedono anche l'evoluzione delle forme e dei sapori: nella parte frontale le barrette stupiscono per il loro design raffinato, mentre sul retro si arricchiscono di ingredienti ricercati come lavanda e ibisco. E ancora barrette al sapore di tè (Earl Gray, tè verde, Matcha) o Kombucha e tavolette che si ispirano al recente trend del 'bubble tea' (tè con le bolle) con l'aggiunta, appunto, di palline per diversificare la texture.

La riscoperta del cacao

Negli ultimi anni l'Italia è stata protagonista nel mercato mondiale del cacao, con produzioni che puntano sulla sostenibilità e l'alta qualità delle materie prime. Il segreto per realizzare del buon cioccolato, infatti, è l'utilizzo di cacao pregiato.

Ma non basta per catturare l'attenzione dei consumatori, sempre più attenti all'ambiente, alla salute e sensibili al gusto e alla provenienza delle fave di cacao. Il 55% degli intervistati dichiara di essere attratto da cioccolato dal gusto unico, capa-

ce di inebriare il palato e allo stesso tempo di 'raccontare' il territorio. L'interesse maggiore è per i prodotti con un'alta percentuale di cacao. Nel panorama della cioccolateria si è sviluppata dunque la produzione dei 'Bean to bar', ossia dalla fava alla tavoletta. E quale miglior modo per elevarne il potenziale se non il Wholefruit? Una delizia realizzata con i semi (fave di cacao) e la polpa del frutto del cacao (100% del frutto di cacao puro) che contiene il 40% di zucchero in meno rispetto alla media dei cioccolati fondenti e al latte ed è ricca di fibre (90% in più) e proteine (25% in più). Non contiene zuccheri aggiunti, bensì solo quelli del frutto di cacao.

Sapori rivoluzionari

Secondo la ricerca di Barry Callebaut, il 93% degli intervistati fa uno spuntino durante la giornata. Nello specifico, il 43% ama concedersi una pausa assaporando del cioccolato fondente. L'11%, invece, preferisce gustare praline o tartufini dai sapori piccanti o salati, con una predilezione per quelli dalle note aromatiche date da spezie, erbe e fiori. Quella del cioccolato salato, in particolare, è una tendenza che sta prendendo sempre più piede. Negli ultimi cinque anni, infatti, questo tipo di referenze ha registrato un aumento del 23%. Si stima che tra i trend del 2020 il pepe nero seguirà la scia del sale. Anche l'uso di erbe e spezie esotiche nel cioccolato ha registrato un aumento: +83% negli ultimi cinque anni. Cresceranno anche

i sapori tropicali come mango, acai e tamarindo. Inoltre, verrà dato sempre più spazio alla natura e ai suoi colori: curcuma per il giallo dorato, zafferano per il giallo brillante, ibisco per il cremisi.

Millennials e Generazione Z, poi, volgono lo sguardo verso prodotti in grado di regalare esperienze di gusto autentiche ma che allo stesso tempo facciano bene sia a loro che al pianeta. Il trend è il cioccolato 100% vegetale e vegano. La vista la crescente consapevolezza per l'ambiente, si vedrà anche il ritorno delle 'chocolate refill stations', ossia postazioni dove è possibile fare 'rifornimento' di cioccolato riducendo l'utilizzo della plastica.

Personalizzazione

Anche la customizzazione del prodotto gioca un ruolo strategico in questo dolce mercato. Il 37% dei consumatori ha infatti dichiarato di essere attratto da nuovi lanci di referenze esclusive. In particolare, il 43% ama le confezioni fatte su misura che rispecchiano la personalità del cliente. Che vuole poter scegliere un cioccolatino unico nel suo genere. Inoltre, le persone sono alla ricerca di multi pack con gusti e varietà speciali o in edizione limitata.

Morsi salutari

Mantenere un'alta qualità della vita è importante per i consumatori che vogliono rimanere 'per sempre giovani'. Questo desiderio di vivere attivamente più a lungo significa che si preoccupano di più per

La panoramica di un mercato che in Italia vale 2,5 miliardi di euro.
Quasi 132 miliardi di dollari in tutto il mondo.
Le preferenze dei consumatori.
I nuovi trend. Le proposte delle aziende.



CIOCCOLATO: I NUOVI SAPORI DI TENDENZA

Suddivisi per: Frutta secca, Frutta, Altro



Fonte: Invece Datahouse Ossigli.it. Brand: lanci di prodotti nelle catene retail; dell'export di Nord America e resto del mondo. Insieme categorie o sottocategorie: barrette di cioccolato, tavolette di cioccolato, cioccolatini confezionati e non, altri dolciumi al cioccolato.

l'abbinamento del cioccolato con il loro stile di vita. In particolare, i prodotti free from (senza latte, senza glutine, senza zucchero) che presentano una texture 'crispy' e 'crunchy' attirano maggiormente l'attenzione del consumatore. Mandorle, noci e burro di arachidi, poi, sono i sapori più popolari per questo tipo di cioccolatini. Il 54% degli intervistati afferma infatti di preferire i gusti 'nocciolosi', contro il 36% che opta per i fruttati e il 25% che predilige i sapori che richiamano i dessert (cookies, cheesecake).

Creme spalmabili dolci
Uno sguardo anche all'andamento delle creme spalmabili dolci, il cui giro d'affari in Italia vale circa 250 milioni di euro all'anno. Stando ai dati Nielsen, i volumi hanno registrato una crescita del 20% nei primi mesi dell'anno, mentre di poco inferiore (18,8%) sarebbe l'incremento a valore nelle vendite registrate nel solo mese di maggio: un dato doppio rispetto a quello relativo a 2019, andato in archivio con un sell out superiore ai 403 milioni di euro. Un'altra indagine, realizzata da Iri, posiziona le creme spalmabili al 14° posto tra le categorie merceologiche che hanno

maggiormente contribuito al fatturato della grande distribuzione organizzata, con 67 milioni di euro di vendite tra metà gennaio e metà maggio. Ovviamente, merita un capitolo a sé la Nutella, marchio di casa Ferrero, che tra marzo e aprile sarebbe ritornata nei carrelli della spesa di due milioni di famiglie (fonte GfK Consumer Panel), incrementando del 35% le interazioni coi canali social di un marchio che risultava già tra i più popolari della rete. Al suo cospetto si fa comunque avanti una concorrenza sempre più numerosa e agguerrita. Infatti, che quello delle creme spalmabili sia un settore in crescita lo si può notare dall'offerta nei supermercati. La classica, naturalmente, è quella alle nocciole ma negli ultimi anni ne sono nate veramente tante, soprattutto per andare incontro ai differenti gusti e esigenze nutrizionali di ciascun consumatore: vegetariane, vegane, proteiche. Un mondo variegato e molto vasto dal momento che a quelle dei più grandi brand bisogna aggiungere prodotti di nicchia, realizzati in modo artigianale e con ingredienti tipici di una regione o di un angolo particolare della nostra bella Italia.

Oliva
Dal 1924
Fratelli Rossetti
Fratelli Rossetti

La passione per il cioccolato è una tradizione di famiglia

DULCIOCILIVA s.r.l.
via F.lli Rosselli, 63 • 12011 Borgo San Dalmazzo (CN) Italy
tel. +39 0171 269764 • info@dulcicoliva.it • www.dulcicoliva.it

guida buyer - speciale cioccolato e creme spalmabili

Agosto/Settembre 2020

Alce Nero

www.alcenero.com

TAVOLETTA DI CACAO
100% BIOLOGICO

La Tavoletta di Cacao 100% Alce Nero viene realizzata con cacao certificato Fairtrade e coltivato in America Latina. Ha un aroma intenso e un gusto forte, quello del cacao 100%, impreziosito dai baccelli di vaniglia. Dopo la tostatura le fave sono lavorate con maestria dall'antica maison chocolatier svizzera Chocolat Stella, socia di Alce Nero. La tavoletta di cacao 100% biologico Alce Nero non contiene lecitina di soia.

Ingredienti principali

Cacao di provenienza America Latina in pasta*, burro di cacao*, baccelli di vaniglia*.

*Biologico.

Peso medio/pezzature

50 g.

Shelf life

/

Laica

www.laica.eu

I FONDENTI



Ricoperte da cioccolato extra fondente, le praline Laica nascondono una crema morbida che esalta il gusto dei suoi ripieni: fruttati, con una piacevole nota alcolica e dolci, con un tocco di salato. La ricchezza di sapori gioca con le diverse percentuali d'intensità e regala piccoli momenti di passione.

Ingredienti principali

Ciocolato extra fondente 72% e 85% con ripieni di creme assortite.

Peso medio/pezzature

Busta stabile da 100 g.

Shelf life

18 mesi.

Baule Volante

www.baulevolante.it

LINEA CIOCCOLATO
MONORIGINE

La Linea Cioccolato Monorigine Baule Volante comprende tre referenze di cioccolato fondente con percentuali differenti. La cioccolata extra fondente Togo all'85%, la Cioccolata extra fondente Perù 70% e la Cioccolata extra fondente Ecuador 75%.

Ingredienti principali

Pasta di cacao, zucchero da fiori di cocco, burro di cacao, estratto di vaniglia.

Peso medio/pezzature

60 g.

Shelf life

14 mesi.

Antica Torroneria Piemontese

www.torrone.it

QUADROTTA DI CIOCCOLATO GIANDUJA, DI CIOCCOLATO BIANCO
CON MANDORLE E PISTACCHI E DI CIOCCOLATO FONDENTE

Ciocolato Gianduja e nocciole, un classico della tradizione piemontese, vestito, però, di elegante modernità: una quadrotta di eccellente cioccolato unito alle nocciole del nostro territorio in una confezione dorata, classica e raffinata. Oltre a questo gusto tipicamente piemontese, abbiamo deciso di aggiungere anche una variante più esotica, cioccolato bianco con pistacchi e mandorle e una più austera, cioccolato fondente con nocciole per i palati più rigoristi.

Ingredienti principali

Ciocolato gianduja, cioccolato fondente, cioccolato bianco, nocciole, pistacchi e mandorle.

Peso medio/pezzature

170 g.

Shelf life

12 mesi.



Barilla G. e R. Fratelli

www.pandistelle.it

CREMA
PAN DI STELLE

Un incontro stellare tra una dolce crema di cacao con nocciole 100% italiane e la granella di biscotti Pan di Stelle. Senza olio di palma.

Ingredienti principali

Crema alle nocciole e cacao (zucchero, olio di girasole, nocciole italiane 13,7%, cacao magro 9,8%, latte scremato in polvere, burro di cacao, emulsionante: lecitina di girasole, aroma vanillina), granella di biscotto Pan di Stelle 2% [farina di frumento, zucchero, olio di girasole, burro, latte fresco pastorizzato alta qualità, cacao, cioccolato (pasta di cacao, zucchero, burro di cacao, aroma naturale vaniglia, emulsionante: lecitina di soia), uova fresche, miele, nocciole, amido di frumento, agenti lievitanti (carbonato acido di sodio, carbonato acido d'ammonio), sale, aromi, albume d'uovo in polvere, amido].

Peso medio/pezzature

330 g - 480 g.

Shelf life

363 gg.



Majani 1796

www.majani.it

CREMA
FIAT CLASSICA

Per chi non vuole rinunciare al gusto del Cremino Fiat anche in versione spalmabile. Ottima sul pane e perfetta sui biscotti, riveste di golosità la colazione e la merenda. Una crema delicata, perfetta per rendere ogni momento di pausa un'esperienza sublime.

Ingredienti principali

Zucchero, nocciole (24%), mandorle (23%), cacao magro in polvere, oli e grassi vegetali non idrogenati (shea), burro di cacao, emulsionante lecitina di soia, vaniglia. Ricetta senza glutine, latte e olio di palma.

Peso medio/pezzature

240 g.

Shelf life

24 mesi.



Domori

https://domori.com/it

CREME SPALMABILI:
CREMA GIANDUJA, CREMA PISTACCHIO

Domori interpreta le Creme Spalmabili in due versioni raffinate e golose e dagli ingredienti di rigorosa qualità. La classica Crema Gianduja, ricetta senza latte, con cacao fine e il 48% di nocciole Piemonte Igp. La Crema Pistacchio, con pasta di pistacchio e cioccolato bianco.

Ingredienti principali

Crema Gianduja: Nocciola Piemonte Igp (48%), zucchero di canna, cacao in polvere, burro di cacao, estratto naturale di vaniglia, lecitina di soia.

Crema Pistacchio: zucchero di canna, grassi vegetali (olio di girasole, burro di cacao, olio di cartamol), pistacchi (20%), latte in polvere, emulsionante, lecitina di soia, sale.

Peso medio/pezzature

200 g.

La Crema Gianduja è disponibile anche nel formato da 30 g.

Shelf life

12 mesi.



Maglio Cioccolato Italiano dal 1875

www.cioccolatomaglio.it

AMORE DI NONNA - CREMA SPALMABILE ALLE NOCCIOLE



Le creme spalmabili Amore di Nonna contengono il 45% di pasta nocciole Giffoni Igp. Il gusto è gradevole, setoso e vellutato al palato. Non contengono olio di palma e altri oli vegetali. Disponibili nelle varianti latte e fondente.

Ingredienti principali

Nocciole, cioccolato, latte intero in polvere (gusto latte).

Peso medio/pezzature

220 g.

Shelf life

12 mesi

CHUAO RARE PURE ORIGIN COCOA - LIMITED EDITION



Cacao Criollo del Venezuela.

Un cioccolato fondente origine con una lieve e costante acidità che si evolve in note di frutti rossi e prugne con un evidente sentore di mele e fichi. Un cacao di straordinaria qualità e purezza.

Ingredienti principali

Massa di cacao Chuao.

Peso medio/pezzature

80 g.

Shelf life

18 mesi.

Fior di Loto

www.fiordiloto.it

CREMA SPALMABILE CON LATTE DI COCCO E NOCCIOLE



Una golosa crema spalmabile senza glutine e senza lattosio realizzata con latte di cocco e nocciole tostate.

Ingredienti principali

Zucchero di canna, latte di cocco in polvere (17%), nocciole tostate (15%), cacao in polvere (12%), olio di semi di girasole, burro di cacao (5,2%).

Peso medio/pezzature

200 g.

Shelf life

/

HDI Holding Dolciaria Italiana – Sorini

www.sorini.it

BISCUITS CRUNCHY BROWNIES

Praline di cioccolato al latte ripiene di crema al latte con biscotti al cacao e brownies.

Ingredienti principali

Cioccolato al latte, crema al latte, inclusioni di biscotti al cacao croccanti.

Peso medio/pezzature

200 g.

Shelf life

18 mesi.



Caffarel

www.caffarel.com

GAMMA HAZELNUT CREATIONS



Una gamma di sei prodotti dedicati al mondo export che rappresentano al meglio ciò che Caffarel sa fare da più di 190 anni: la perfetta unione tra cacao e nocciole. Disponibili cinque confezioni monoreferenziale o assortite di deliziose praline e una crema da spalmare.

Ingredienti principali

Ciocolatini assortiti: zucchero, nocciole, burro di cacao, latte intero in polvere, pasta di cacao, grassi vegetali (palma, cartamo, illipe, shea), olio vegetale (girasole, cartamo, riso), cacao magro in polvere, latte scremato in polvere, emulsionante: lecitine (di soia), vanillina, mandorle, sciroppo di glucosio. Può contenere altra frutta a guscio. Senza glutine.

Crema da spalmare: zucchero, nocciole 15%, olio vegetale (girasole, cartamo e riso), cacao magro in polvere, latte scremato in polvere, grassi vegetali (shea e cocco), emulsionante: lecitine (di soia), aromi. Può contenere mandorle e altra frutta a guscio. Senza glutine.

Peso medio/pezzature

Cornet 165 g; Pochette e confezione regalo 160 g; Crema 200 g.

Shelf life

12- 15 mesi a seconda del prodotto.



Barbero è un brand
DELIZIE BAKERY
www.deliziebakery.com

Nuovi grissini in astuccio Barbero
sei nuove ricette sfiziose
con solo ingredienti naturali

segue

guida buyer - speciale cioccolato e creme spalmabili

Agosto/Settembre 2020

Barbero Davide

www.barberodavide.it

**CREMA SPALMABILE
ECUADOR**

Una crema spalmabile dal gusto intenso e rotondo, ottenuta dal miglior cacao monorigine proveniente dall'Ecuador, con un'altissima percentuale di nocciole Piemonte Igp pari al 50%.

Ingredienti principali

Pasta di nocciole Piemonte Igp 50%, zucchero di canna, cacao magro in polvere monorigine Ecuador 12%, burro di cacao, emulsionante lecitina di soia.

Peso medio/pezzature

220 g.

Shelf life

18 mesi.



C.E.A.N.

www.senzazucchero.it

**CREMA SPALMABILE
SZ**

La Crema Spalmabile SZ è fatta con pregiati cacao e le migliori nocciole. Presenta caratteristiche nutrizionali e salutistiche che la rendono unica e inimitabile: senza zuccheri aggiunti, a basso indice glicemico, senza olio di palma, senza glutine. Ideale anche per chi ha problemi di salute, per chi vuole controllare la propria linea, per gli sportivi.

Ingredienti principali

Maltitolo, nocciole (16,1%), cacao magro in polvere (10,6%), latte scremato in polvere, olio di girasole.

Peso medio/pezzature

200 g.

Shelf life

13 mesi.

Certificazioni

Ifs.



Damiano Organic

www.damianoorganic.it

CHOCOBELLA

Cacao bio e fairtrade e nocciole siciliane: questa la ricetta di Chocobella, la crema spalmabile firmata Damiano, una delizia per tutti i palati. Priva di glutine è adatta a tutti, anche a chi soffre di celiachia o intolleranza.

Ingredienti principali

Zucchero di canna, pasta di nocciole tostate (19%), cacao in polvere da coltivazioni fairtrade (11%), latte scremato in polvere, olio di semi di girasole, pasta di mandorle pelate tostate. Tutti gli ingredienti sono rigorosamente provenienti da coltivazioni di agricoltura biologica.

Peso medio/pezzature

200 g.

Shelf life

18 mesi.



Mucci Giovanni

www.muccigiovanni.it

TUBETTI MUCCI

Quattro dragées presentati con packaging elegante e innovativo.

Ingredienti

Biancococco: nocciole Piemonte Igp ricoperte di cioccolato bianco lavorato con cocco rapè e aroma naturale di cocco. Piccolissime sferette di zucchero bianco completano il dragée.

Tentazioni Gianduia Latte: morbido gianduia prodotto con nocciole Piemonte Igp e ricoperto di cioccolato al latte.

Neromucci: morbido gianduia prodotto con nocciole Piemonte Igp, cioccolato fondente, caramello mou e sale avvolgono le nocciole.

Shotsmucci: un inconfondibile Rhum invecchiato 7 anni ricoperto da cioccolato fondente.

Peso medio/pezzature

32 g circa: 4 dragées/tubetto.

Shelf life

Biancococco 9 mesi, Shots/Mucci 9 mesi, Tentazioni gianduia latte 12 mesi, Nero Mucci 12 mesi.



Di Costa

www.dicosta.it

**BARRETTE
DI CIOCCOLATO**



Barrette Marie Ange Di Costa con cioccolato al latte, fondente, al latte con nocciole, al latte con mandorle, fondente con nocciole e fondente con mandorle.

Ingredienti principali

Per il cioccolato al latte: zucchero, burro di cacao, pasta di cacao, Cacao: 31% minimo. Per il cioccolato fondente: zucchero, burro di cacao, pasta di cacao, Cacao: 52% minimo, mandorle e nocciole tostate intere.

Peso medio/pezzature

100 g.

Shelf life

24 mesi.

Sarchio

www.sarchio.com

CREMA CACAO FONDENTE

Bio, vegan, senza glutine e senza olio di palma, la crema spalmabile cacao fondente Sarchio esalta tutta l'intensità aromatica del cioccolato fondente extra. Una ricetta semplice a base del miglior cacao del Sud America, impreziosito dal dolce aroma della vaniglia Bourbon del Madagascar, nota per gusto e qualità. Morbida e facile da spalmare, è ideale a colazione su gallette o pane.

Ingredienti principali

Olio di semi di girasole, cacao magro in polvere (30%).

Peso medio/pezzature

Vasetto da 200 g.

Shelf life

18 mesi.



Cerealitalia I.D.

www.cerealitalia.it / www.dolcipreziosi.it

**CHOCO TOYS BABY SHARK -
BIPACK**



Apri, mixa, gusta, gioca. I Choco Toys Baby Shark sono simpatici ovetti di plastica dalla forma unica, contenenti crema di cacao, nocciole, cereali e una divertentissima sorpresa, legata alle esclusive licenze 'Dolci Preziosi': Baby Shark, Gormiti e Peppa Pig.

Ingredienti principali

Crema di cacao, pasta di nocciole, cereali estrusi.

Peso medio/pezzature

20 g.

Shelf life

18 mesi

Rigoni di Asiago

www.rigonidiasiago.it

NOCCIOLATA BIANCA

Nocciolata Bianca è una crema spalmabile biologica alle nocciole e latte. Con ben il 30% di nocciole come primo ingrediente, latte e burro di cacao, è nata per soddisfare le esigenze del consumatore moderno: tanto gusto e meno zuccheri per una pausa naturale. Nocciolata è disponibile anche nelle varianti Classica e Senza Latte. Certificazioni: biologico, Kosher, Aic.

Ingredienti principali

Pasta di nocciole, zucchero di canna, latte scremato in polvere.

Peso medio/pezzature

270 g - 350 g.

Shelf life

36 mesi.



La Svizzera - Colussi

www.vialetto.it

VIALETTO



Vialetto marca di cioccolato dal 1893 offre una gamma di prodotti selezionati dalle ricette ricercate. Forme e packaging hanno un look originale e premium, donando così unicità ed esclusività alla gamma. Ogni referenza è identificata da un personaggio della famiglia Vialetto che ne ispira la ricetta. Ogni prodotto prende vita attraverso le avventure e i racconti del suo protagonista. La linea comprende tavolette, praline e una gamma per la ricorrenza.

Ingredienti principali

Scelta di materie prime di alta qualità che vengono gestite dalle fave di cacao al cioccolato finale con controllo di tutta la filiera produttiva. Consapevole scelta di blend di cioccolati per una migliore rotondità aromatica.

Peso medio/pezzature

Shelf life

Icam

www.icamcioccolato - www.vaninicioccolato.com

VANINI BLUE ROSE



Dopo 30 anni dal suo primo lancio, Icam rilancia a ottobre 2020 Blue Rose, l'iconica pralina che negli anni 90 ha riscosso subito un grande successo per il suo gusto semplice e inconfondibile. Nato sotto il cappello di Icam e diventato subito un simbolo dell'azienda, Blue Rose viene accolto ora, in occasione del suo trentesimo anniversario, nella grande famiglia Vanini. Una gustosa pralina avvolta da un finissimo cioccolato al latte e ripiena di crema di nocciole tostate e croccanti cereali gluten free. Blue Rose viene oggi riproposta da Vanini in una veste elegante e

ricercata, perfettamente in linea con i valori di estetica e di gusto di una volta ma innovata nello stesso tempo, non solo nelle grafiche del suo incarto, reso più attuale e contemporaneo, ma anche nel nuovo stampo a cofanetto, in grado di favorire ancora di più l'apprezzamento del morbido e scioglievole ripieno.

Ingredienti principali

Finissimo cioccolato al latte, crema di nocciole tostate e croccanti cereali gluten free.

Peso medio/pezzature

Disponibile nella preziosa Scatola regalo (255 g) e sacchetto autoconsumo (120 g).

Shelf life

16 mesi.

Vannucci

www.vannuccichocolates.com

MINI RONDÒ PISTACCHIO

Pistacchi interi con mousse di pistacchi, granella di pistacchi, ricoperti di cioccolato fondente extra e cioccolato finissimo al latte.

Ingredienti principali

Ripieno: pistacchi interi, burro di cacao, latte in polvere, panna, granella di pistacchio, vaniglia naturale in polvere.

Copertura: cioccolato finissimo al latte.

Peso medio/pezzature

135 g.

Shelf life

18 mesi.



Tartufflanghe

www.tartufflanghe.com

TRIFULOT SPECIAL EDITION CANNELLA



Un nuovo gusto Cannella e una veste grafica raffinata per la Special Edition del Trifulot. Un'elegante scatola regalo rivestita, ideale per le festività di fine anno.

Ingredienti principali

Nocciola Piemonte Igp, cioccolato fondente, cannella.

Peso medio/pezzature

140 g.

Shelf life

9 mesi.

Dulcioliva

www.dulcioliva.it

CREME SPALMABILI OLIVA



Dulcioliva amplia la gamma delle creme spalmabili. Alla classica Gianduia, infatti, si aggiungono due nuovi gusti: Crema Pistacchio e Crema Bitter.

Ingredienti principali

Cacao magro in polvere e pistacchi siciliani.

Peso medio/pezzature

250 g in vaso luxury.

Shelf life

12 mesi.



MAESTRI PASTICCIERI DAL 1952 CON LA PASSIONE PER IL CIOCCOLATO

MASTER BAKERS
SINCE 1952
WITH A PASSION FOR
CHOCOLATE



VALENTINO S.R.L.
TEL. +39.0865.273211 • FAX +39.0865.460299
www.valentinodeclicaria.com • info@valentinodeclicaria.com



segue

guida buyer - speciale cioccolato e creme spalmabili

Agosto/Settembre 2020

Franco Vicenzi

www.cavaliervicenzi.com

CREMA SPALMABILE AL CIOCCOLATO FONDENTE CON GRANELLA CROCCANTE DI AMARETTO

Crema al cioccolato fondente, gustosa da mangiare al cucchiaino, da spalmare su fetta di pane, ottima come topping per torte o come variegatura di gelato.

Ingredienti principali

Olio e grassi vegetali non idrogenati (oli di girasole), saccarosio, cacao 27%, amido, granella di amaretto 2% (zucchero, mandorle di albicocca, albume d'uovo, amido di mais), emulsionante: lecitina di soia, sale, vanillina.

Peso medio/pezzature

200 g.

Shelf life

24 mesi.



La Perla di Torino

laperladitorino.it

CREMA TIRAMISÙ

Dall'incontro tra le avvolgenti note del cacao e l'intenso aroma del caffè del pluripremiato Tiramisù di cioccolato Tiramisù nasce la sua declinazione in crema spalmabile. Una straordinaria cremosità che saprà conquistare fin dal primo assaggio. Ideale da spalmare. Senza glutine e senza olio di palma.

Ingredienti principali

Nocciole (30%), latte intero in polvere, glucosio in polvere, zucchero, olio di semi di girasole, burro di cacao, emulsionante: lecitina di soia, caffè, mascarpone (mascarpone, proteine del latte, latte scremato in polvere), tuorlo d'uovo in polvere, aromi. Può contenere tracce di altra frutta a guscio e arachidi. Senza glutine. Senza olio di palma.

Peso medio/pezzature

Dimensione: Ø 7 x 7h.

Peso: 0.15 kg.

Shelf life

12 mesi.



Galup

www.galup.it

CREMA AL GIANDUJA SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI

Golosata e vellutata: è la nuova Crema al Gianduja Senza Zuccheri Aggiunti di Galup, con nocciole e cacao: ricetta innovativa che garantisce lo stesso sapore ma esalta ancor più le nocciole, eccellenza del territorio piemontese. Invitante per un pieno di energia a colazione e ideale per farcire torte e altre creazioni casalinghe.

Ingredienti principali

Cioccolato al latte, nocciole tonde gentili tritolate in pasta, burro concentrato.

Peso medio/pezzature

250 g.

Shelf life

12 mesi.



G7

www.g7gelati.it

G7 GELATO CON CREMA SPALMABILE - GELATO ALLA CREMA CON CREMA SPALMABILE AL PISTACCHIO

Un delicato gelato alla crema incontra la spalmabile al pistacchio, dal gusto intenso ed avvolgente, in un contrasto unico ed irripetibile. La dolcezza del gelato alla crema, un classico della nostra tradizione, dal sapore ricco e raffinato, sposa la sapidità della spalmabile al pistacchio, dalla morbida texture.

Ingredienti principali

Gelato alla crema con crema spalmabile al pistacchio (30%).

Peso medio/pezzature

350 g - 700 ml.

Shelf life

24 mesi.



Luigi Zaini

www.zainispa.it (restyling in corso)

EMILIA SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI CREMA FONDENTE

La Crema Fondente Emilia è un prodotto premium, confezionato in barattolo di vetro, che si distingue per la sua 'cioccolatosità' data dall'alta percentuale di cacao (22%) e di nocciole (25%), dall'assenza di olio di palma e, naturalmente, di glutine. Alla ricetta originale si è aggiunta la versione senza zuccheri aggiunti.

Ingredienti principali

Cacao magro in polvere 26%, maltitolo, nocciole 25%, latte scremato in polvere, olio di girasole, burro di cacao, burro anidro (latte).

Peso medio/pezzature

Barattolo in vetro da 200 g.

Shelf life

18 mesi.



Nutkao

www.nutkao.com

CREMA BIOLOGICA AL CACAO CON NOCCIOLE

Una crema realizzata con materie prime provenienti da fornitori controllati, tracciati e certificati bio, derivanti da coltivazioni con metodi totalmente naturali e in assenza di contaminazioni. La Crema Bio sfrutta le qualità organolettiche del burro di cacao bio, una sintesi dei migliori frutti della terra, ottenuti nel massimo rispetto dell'ambiente e della sostenibilità.

Ingredienti principali

Nocciole, cacao.

Peso medio/pezzature

350 g vaso in vetro.

Shelf life

18 mesi.



Probios

www.probios.it

CREMA CACAO E NOCCIOLE ITALIANE SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI

La Crema Cacao e Nocciole Probios è ottenuta esclusivamente dalle migliori nocciole coltivate in Italia che unite al pregiato cacao, creano questa crema spalmabile senza zuccheri aggiunti. La sua dolcezza è data dall'eritritolo biologico, un dolcificante del tutto naturale ottenuto dalla fermentazione del mais. È garantita senza glutine, senza latte (vegan) e senza olio di palma. Ideale per tutti coloro che ricercano un basso contenuto di zuccheri. È ottima da spalmare su pane o prodotti da forno o per la preparazione di numerose ricette.

Ingredienti principali

*Olio di semi di girasole, *pasta di nocciole 15%, *farina di riso, edulcorante: *eritritolo, *cacao magro in polvere 12%, *inulina da agave, *burro di cacao.

Peso medio/pezzature

200 g.

Shelf life

18 mesi.



Socado

www.socado.com

COME MI VUOI

Crema spalmabile senza zuccheri aggiunti, senza olio di palma, con pregiate nocciole 100% italiane e ad alto contenuto di fibre. Gli zuccheri naturalmente presenti e il maltitolo conferiscono una delicata dolcezza alla crema esaltando la golosità delle nocciole e del cacao. Studiata per i consumatori attenti a non eccedere con gli zuccheri ma che non rinunciano al piacere del gusto.

Ingredienti principali

Nocciole 100% italiane, latte scremato in polvere, inulina, cacao in polvere. Senza zuccheri aggiunti* (*contiene naturalmente zuccheri, edulcorata con maltitolo), senza olio di palma, senza glutine, ricca di fibre, meno grassi saturi rispetto alla media del mercato, senza dolcificanti intensivi.

Peso medio/pezzature

Vasetto in vetro da 330 g.

Shelf life

15 mesi.



Ghiott Firenze

www.ghiott.it

TAVOLETTA FONDENTE 50% CON PISTACCHI INTERI

Il cioccolato Ghiott Firenze è fatto con passione dal 1931 ed usa solo ingredienti selezionati di qualità. La gamma di tavolette da 300 g miscela sapientemente la cura e la cultura della tradizione artigianale e comprende tutte tavolette extra fondenti al 50% con aggiunta di pistacchi, nocciole e mandorle intere.

Ingredienti principali

Cacao min. 50%, pistacchi interi.

Peso medio/pezzature

300 g.

Shelf life

18 mesi.

Mangini Caramelle

www.manginicaramelle.eu

NOCCIOLETTA

Nocciole tostate intere, ricoperte di cioccolato al latte.

Ingredienti principali

Parte interna: nocciole (40%).

Parte esterna: puro cioccolato al latte (cacao 30% minimo - ingredienti: zucchero, burro di cacao, latte intero in polvere, pasta di cacao, latte scremato in polvere, lattosio, estratto di malto d'orzo, emulsionante: lecitina di soia, aromi), agente di rivestimento: gomma arabica, sciroppo di glucosio. Può contenere tracce di glutine.

Peso medio/pezzature

2,5 g.

Shelf life

12 mesi.

Messori Cioccolateria

www.messoricioccolato.it

BUSTA MINI CHOCROC FONDENTE

Cialdine ripiene di morbida crema alle nocciole ricoperte di cioccolato fondente extra e decorate con croccante granella di amaretto. Confezionate in pratica busta trasparente a bande oro con fondo quadro e cavallotto descrittivo in cartoncino fissato al sacchetto da borchie dorate.

Ingredienti principali

Wafer (47%) con ripieno di crema alla nocciola ricoperto di cioccolato fondente (38%) e granella di amaretto (15%).

Peso medio/pezzature

Busta da 140 g – cartone da 6 buste.

Shelf life

12 mesi.