

Verso il futuro



Aziende. Grandi,  
piccole, medie,  
con uomini e donne  
che ogni giorno  
si dedicano  
a costruire la nostra  
storia. Aziende che  
lavorano per darci  
sempre il meglio  
da mettere in tavola.  
Oggi, con queste  
pagine, vogliamo  
guardare avanti, con  
generosità e cuore

**PERSONE,  
IDEE,  
IMPRESE  
CHE  
RACCONTANO**

# L'ITALIA

RICETTA J. NÉDERLANTS, FOTO R. LETTIERI

a cura di  
LAURA FORTI e ANGELA ODONE

LA CUCINA ITALIANA - 75



«Il nostro pensiero è con tutti voi, anche se siamo chiusi. Ci auguriamo di vedervi presto».

Anche noi speriamo di poter quanto prima tornare ad assaggiare la cucina ligure ai tavolini affacciati sul porto di questo ristorante.

**RISTORANTE Ö MAGAZIN**  
PORTOFINO (GE)

## ESSELUNGA, VICINA COL CUORE

Con molti negozi nelle regioni più colpite dall'emergenza, ha reagito con interventi di sicurezza e iniziative benefiche

**A**ncora prima della chiusura totale dell'Italia, in periodo di prequarantena, i supermercati sono stati oggetto di un vero e proprio assalto, dovuto certamente a un diffuso sentimento di incertezza, quando non di paura, per la situazione in allarmante peggioramento. Esselunga, che ha l'ampia maggioranza dei suoi negozi proprio in Lombardia, ha subito messo in campo misure straordinarie per garantire da un lato la continuità del servizio al pubblico, dall'altro la **protezione dei dipendenti**. Inoltre, ha voluto premiare l'impegno eccezionale richiesto ai suoi lavoratori con un sostegno pari a 150 euro ciascuno.

Fin dai primi giorni di emergenza, Esselunga ha previsto donazioni per 2,5 milioni di euro per l'Istituto nazionale per le malattie infettive Lazzaro Spallanzani di Roma, la Fondazione IRCCS San Matteo di Pavia, l'Ospedale Luigi Sacco di Milano, l'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo, l'Ospedale Guglielmo da Saliceto di Piacenza, la Fondazione IRCCS Ca' Granda Ospedale

Maggiore Policlinico. Inoltre, grazie alla carta Fidaty che riunisce tutti i possessori in una sorta di comunità, ha reso possibile per i clienti ulteriori donazioni, attraverso i punti fedeltà: sono stati così raccolti in sole tre settimane altri 1,2 milioni di euro, devoluti agli Spedali Civili di Brescia, all'Ospedale Sant'Orsola-Malpighi di Bologna, all'Ospedale di Cremona, all'Ospedale Niguarda di Milano, all'Ospedale Careggi di Firenze, alla Fondazione Policlinico Universitario Agostino Gemelli IRCCS, all'Ospedale Amedeo di Savoia Asl Città di Torino.

Altre iniziative di sostegno sono state intraprese per agevolare i pagamenti dei fornitori e per potenziare la spesa online, la cui consegna è stata resa gratuita per gli over 65.

Importantissimi, infine, gli interventi per la **sicurezza dei clienti**, in conformità con le direttive nazionali: distanziamento, guanti monouso, gel disinfettante, ingresso contingentato, strisce segnaletiche sul pavimento, manifesti e annunci informativi, barriere di plexiglas alle casse e una intensificazione delle misure di pulizia e igiene dei luoghi di lavoro.

### Farine e lievito sempre assicurati

MOLINO ROSSETTO

«Ci siamo velocemente organizzati per far fronte all'improvviso aumento di richiesta dei nostri prodotti. Abbiamo concentrato la produzione sulle farine principali e introdotto una confezione da 1,5 kg. Nel contempo abbiamo voluto ringraziare con un premio i nostri dipendenti, e con una donazione le strutture sanitarie nazionali». Chiara Rossetto, ad



Chiara Rossetto, in primo piano, a tavola con i figli e la madre.

76 - LA CUCINA ITALIANA

### Riscoprire l'importanza dell'aceto

PONTI

«Da sempre, l'aceto è un grande alleato non solo per cucinare ma anche per igienizzare e sanificare. Per questo la nostra produzione non si è fermata, anzi è proseguita più che mai, con tutte le precauzioni necessarie per i nostri dipendenti.

Per tutti loro è stata stipulata un'assicurazione che copre le eventuali spese mediche, e in busta paga hanno ricevuto un premio un tantum per ringraziarli del grande impegno». Giacomo Ponti, ad



FOTO R. HOLDEN, J. SALVI, G. BREITZEL

130142

## Verso il futuro

### La ricetta? Smart

#### GRUPPO VERONESI

Con il lavoro, riorganizzato, degli oltre 8000 dipendenti, il Gruppo Veronesi ha assicurato alimenti essenziali grazie ai suoi marchi AIA e Negrini. Oltre due milioni di euro sono stati stanziati per i dipendenti e le strutture sanitarie sul territorio. Negrini, poi, ha avviato iniziative digitali per accompagnare i clienti alla scoperta delle ricette d'Italia e delle preparazioni da abbinare ai salumi della tradizione.

### Sul territorio

#### GRUPPO NESTLÉ ITALIA

Il Gruppo Sanpellegrino, attraverso il suo marchio S.Pellegrino, ha stanziato 250.000 euro a favore dell'Agenzia di Tutela della Salute di Bergamo e con Levisima ha donato 200.000 euro all'Agenzia di Tutela della Salute della Montagna e all'ASST Valtellina e Alto Lario. Questi contributi sono parte di un'azione globale da parte di Nestlé Italia - con il coinvolgimento di Buitoni e Purina - che ha già messo a disposizione quasi sei milioni di euro per supportare le comunità locali, distribuendo prodotti alimentari, bevande e sostegni economici alle strutture sanitarie di base.



**MASSIMO MONTI**  
ad ALCE NERO

«Tutti i nostri dipendenti lavorano in smart working, abbiamo riorganizzato l'e-commerce e la logistica dei magazzini. Inoltre abbiamo intensificato il supporto ad associazioni che aiutano le persone più bisognose e forniamo prodotti alla Croce Rossa. Questa esperienza ci rafforza nella convinzione che il cibo biologico sia la chiave per la salute delle persone e del pianeta».



**FABIANA SCAVOLINI**  
ad SCAVOLINI

«Durante il lockdown abbiamo fermato la produzione, ma non la progettazione dei nuovi prodotti, gli incontri digitali con clienti e partner. Stiamo lavorando per prepararci ad affrontare il nuovo scenario che troveremo dopo questa pandemia: ci aiuteranno ottimismo, realismo, coraggio e coesione, valori che da sempre contraddistinguono noi Italiani».



**RICCARDO PASQUA**  
ad PASQUA VIGNETI  
E CANTINE

«Grazie a informazioni condivise con la nostra filiale in Cina, il lockdown ci ha trovati pronti: smart working, assicurazioni e sostegno ai dipendenti, partner e collaboratori. La crisi, certo, ci mette alla prova. Ma se avremo qualche ferita, alla fine di questo periodo avremo anche una progettualità ancora più solida, che ci permetterà di vincere le sfide del nuovo mercato che troveremo».



Un'oasi poco lontano dalla magica città bianca, Ostuni. Nel ristorante della masseria si assaggia una Puglia in versione vegetariana: una cucina di benessere in un luogo di pace e armonia, dove andare per rigenerarsi.  
**MASSERIA LE CARRUBE, OSTUNI (BR)**

«Credo in una cucina che esprima semplicità, limpidezza e rispetto dei prodotti».



Agostino Buillas, cuoco e patron del suo locale a Morgex, può affermarlo con certezza, visto che oltre a cucinare sceglie con cura nel territorio le sue materie prime, quando non le coltiva di persona nel suo orto.

**CAFÉ QUINSON, MORGEX (AO)**

### Sorrisi come abbracci

#### THUN

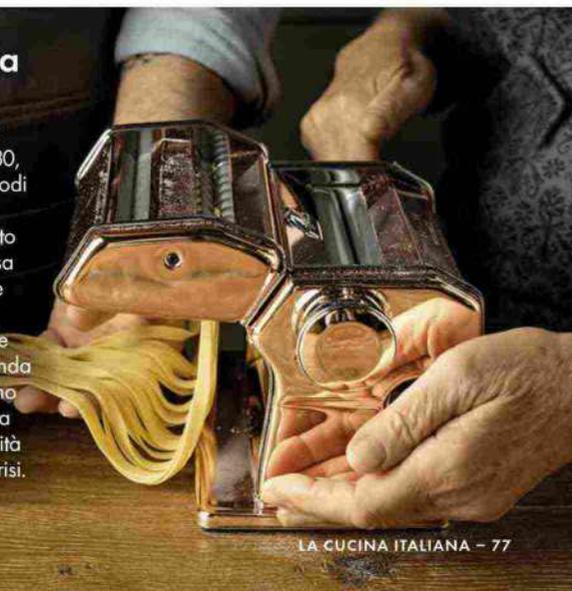
«Quest'esperienza ci ha riportato ad apprezzare le cose più semplici, come il calore di un abbraccio, che non è andato perso, ma è solo in attesa di essere riconquistato. Nel frattempo abbiamo i sorrisi, che non ci dobbiamo dimenticare di regalare». Simon Thun, vicepresidente



### Amica di famiglia

#### MARCATO

Leader nella produzione di macchine per la pasta dal 1930, Marcato, come in passati periodi di crisi, anche oggi assiste a un aumento di ordini da tutto il mondo: fare la pasta in casa è più economico e permette di trascorrere serenamente il tempo riscoprendo il valore della tradizione. Intanto, l'azienda sta ripensando il proprio piano industriale per una ripartenza pronta a cogliere le opportunità offerte anche dalle peggiori crisi.



LA CUCINA ITALIANA - 77



## Più attivi nei servizi

GRUPPO MEREGALLI

Afferma Corrado Mapelli, chief operating officer e member of board di uno dei più importanti distributori italiani di vini e alcolici (a destra nella foto, con il ceo Marcello Meregalli): «Non è utile intervenire sui prezzi, né interrompere una filiera produttiva a cui siamo tutti legati. Bisogna, invece, potenziare il servizio: noi stiamo elaborando una piattaforma per i nostri clienti dei ristoranti, delle enoteche, dei wine bar».

Come si prepara la carta da musica? In Sardegna, un originale hotel che è anche museo e ristorante ci aspetta per mostrarci dal vivo la storia e le tradizioni dell'isola, grazie alla signora Pasqua, che gestisce la cucina, e alla guida vivace di sua figlia Giovanna.

**SU GOLOGONE  
OLIENA (NU)**



## Per le generazioni di domani

CONSORZIO VOLONTARIO per la TUTELA del FRANCIACORTA

«Mentre interviene nel presente con una donazione al progetto Aiutiamo Brescia, il Consorzio si concentra a ripensare il futuro. Il lavoro in vigna continua normalmente e si attende la riapertura per ricominciare a puntare sulle eccellenze, promuovendo il territorio anche come meta turistica. Da agricoltori, l'obiettivo primario è lavorare nel rispetto della terra, per lasciare alle generazioni che verranno integrità e biodiversità».



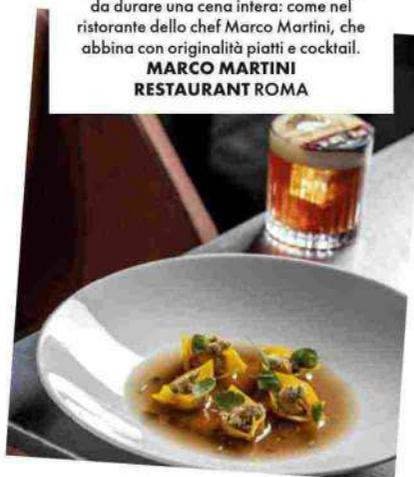
## L'entusiasmo di ripartire

TESCOMA

«Ci stiamo rendendo conto che la lontananza di questi giorni non crea un divario, al contrario il telelavoro sta permettendo di stringere di più i rapporti tra le persone. Il nostro prossimo obiettivo è di ripartire con l'entusiasmo, il cuore e la passione che ci hanno sempre contraddistinto». Nicoletta Abeni, responsabile marketing e comunicazione

Quando finalmente torneremo ai nostri aperitivi, ne vorremo uno talmente lungo da durare una cena intera: come nel ristorante dello chef Marco Martini, che abbina con originalità piatti e cocktail.

**MARCO MARTINI  
RESTAURANT ROMA**



## Sempre con fiducia

DALLA COSTA ALIMENTARE

Fabio Dalla Costa, direttore commerciale, sottolinea l'importanza di impegnarsi insieme contro un male comune. «Qualcosa cambierà, anche per la pasta, ma il messaggio è di non perdere la fiducia: la resilienza degli Italiani rilancerà il Bel Paese».



«Da questa esperienza ho imparato che il delivery non è semplice come pensavo. E quando tutto questo finirà, certamente gli sforzi fatti per metterlo a punto verranno messi a frutto, mantenendo la consegna come parte integrante dell'attività».

Così dice Gianfrancesco Cutelli, gelatiere, che in questo periodo «fa contente molte persone» portando loro a casa il suo gelato artigianale.

**GELATERIA DE' COLTELLI - PISA**



**Verso il futuro**

**Non vogliamo scaffali vuoti**

**FERRERO**

La prima preoccupazione della famiglia Ferrero è stata la salute dei suoi dipendenti: per proteggerla ha messo in atto tutte le misure previste dai decreti e alcune strategie interne, per organizzare al meglio la sua forza lavoro. Tutto nell'ottica di mantenere una continuità produttiva, per non compromettere la filiera alimentare dell'intero territorio, fino al cliente finale.

Operai, organizzazione di vendita, assistenza clienti e logistica lavorano per evitare lo scaffale vuoto, che creerebbe preoccupazione. La famiglia, poi, ha stanziato 10 milioni di euro per una donazione al Commissariato per la gestione Emergenza Coronavirus.



**BRIGITTE KURZ**  
direttore finanziario  
DR. SCHÄR

«Abbiamo concentrato i nostri sforzi nel premiare e i collaboratori in tutto il mondo che lavorano per assicurare le forniture dei nostri prodotti senza glutine. Questa esperienza ci ha insegnato il valore delle persone, che dimostrano grande senso di responsabilità. Per il futuro? Lanceremo una linea bio, con approccio ecologico».



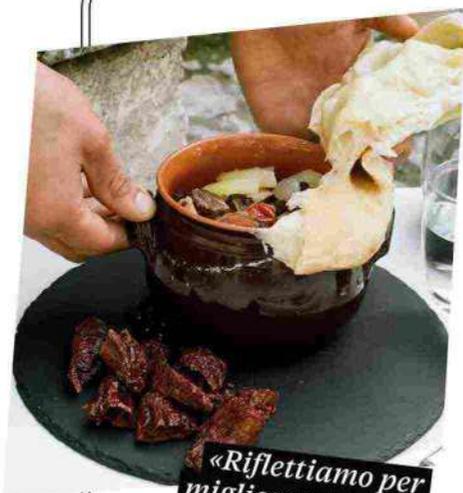
**MASSIMO CRISTIANI**  
presidente  
CONSORZIO PATATA ITALIANA

«Selenella, patata 100% italiana, ha versato centomila euro nel conto Insieme si può: Emilia Romagna contro il Coronavirus, in segno di riconoscimento alle istituzioni che hanno sempre supportato il Consorzio. Per il futuro, punta sui valori del territorio e delle persone e mira a una produzione di massima qualità e minimo impatto ambientale».



**ANNI KASER**  
direttore  
FEDERAZIONE LATTERIE ALTO ADIGE

«Speriamo di superare al più presto questa crisi e di poterci nuovamente dedicare ai nostri progetti di sviluppo della filiera, con alcuni obiettivi primari ben chiari: i vantaggi ecologici di una filiera corta, la responsabilità per l'ambiente e la cura del paesaggio, un'agricoltura sempre più sostenibile e il rinforzo del cooperativismo».



**«Riflettiamo per migliorarci in tutto quello che concerne l'accoglienza del cliente, per trasformare ogni piatto in una vera esperienza di scambio».**

Nicola Casamassima, specializzato di cucina tradizionale lucana, sostiene che questa esperienza deve insegnare il «rispetto di un piatto, di tutte le persone che ci lavorano dietro: produttori, commercianti, ideatori, cuochi».

**RISTORANTE DA NICO**  
MATERA

**Pensiero attivo**

**ILLYCAFFÈ**

L'azienda ha dimostrato la sua vicinanza alla comunità che la ospita, contribuendo alla realizzazione di un piano di terapia intensiva per la cura dei malati di Covid-19 all'ospedale di Cattinara di Trieste. «Il nostro pensiero va a tutte le persone che combattono in prima linea questa pandemia. Se restiamo uniti ne usciremo più forti di prima». **Massimiliano Pogliani, ad**



Andrea Ily con la moglie (in piedi) e le figlie.



**Verso il futuro**

**Flessibilità**

**CASA DEL CAFFÈ VERGNANO**

«Quello che sta accadendo», afferma Carolina Vergnano, «ci insegna che, più del controllo, per risolvere le difficoltà sono importanti la capacità di adattarsi e la flessibilità. Noi sapremo ripartire valorizzando la nostra cultura. Intanto, abbiamo reso gratuita la spedizione sul nostro eshop, per tutta la quarantena. Inoltre sosteniamo la campagna #riprendiamofiato, lanciata da Luciana Littizzetto per l'Unità di Crisi della Regione Piemonte».



**MARCO FERRARI**  
ceo Gruppo Montenegro  
BONOMELLI

«Messa in sicurezza dei dipendenti, implementazione della digitalizzazione, donazioni alla Protezione Civile dell'Emilia e all'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo. Ma il vero insegnamento, forte e chiaro, è che solo l'insieme dei comportamenti virtuosi dei singoli permette di risolvere i problemi. Solo così possiamo guardare al futuro con ottimismo».



**STÉPHANE CLUZET**  
general manager  
MARTINI & ROSSI

«Come azienda a conduzione familiare teniamo molto alle relazioni con la community dei bartender e dei locali. Non sappiamo quanto durerà l'emergenza, ma li sosterremo finché ne usciremo, e anche dopo. Per questo abbiamo lanciato #RaiseYourSpirits, un programma supportato da un investimento che ha raggiunto i 4 milioni di euro».



**FAMIGLIA ALESSI**  
ALESSI

«Questa esperienza ci dà la possibilità di riscoprire i valori della famiglia e dell'amicizia, dell'affetto a prescindere dalla distanza fisica. Due oggetti delle nostre collezioni aiutano le famiglie in quarantena: Doraff, novità 2020, è una scrivania con seduta per bambini, un giocattolo e un oggetto di arredo. E per gli adulti, Bar Alessi, set da cocktail di Sottsass, per grandi aperitivi on line».

FOTO G. BRETZEL, A. MOGGI, R. LETTIERI, ARCH. LCI, G. MENCHICCHI, CORTILI PHOTO



La famiglia Mattei.

«Al biscottificio Antonio Mattei (Prato) abbiamo ritrovato la ricetta di un biscotto creato per la riapertura del negozio ai tempi della Seconda guerra. Ora stiamo studiando il biscotto del risveglio, simbolo di speranza e di memoria per questo periodo della nostra storia».

**«Per una grande ripartenza ci aiuteranno i valori del mondo agricolo».**

Guffanti Formaggi, affinatori, hanno reagito al lockdown cercando di continuare a servire il maggior numero di clienti possibile e lanciando i Guffanti bond, prevendita di visite alla cantina, con degustazione, a prezzi agevolati. Da utilizzare nel prossimo biennio.

**LUIGI GUFFANTI 1876**  
ARONA (NO)



Di nuovo alla ricerca dei nostri piatti regionali, assaggiate la jota, tipica minestrina di Trieste: esemplare quella di Tom Oberdan che, con la moglie, gestisce la trattoria Valeria nel quartiere Opicina, in città.

**TRATTORIA VALERIA 1904, TRIESTE**

**L'alcol disinfecta!**

**RAMAZZOTTI**  
di PERNOD RICARD ITALIA

«L'igienizzante è un bene essenziale (ottenuto dall'azienda grazie alla conversione della produzione dell'amaro, ndr) e per questo sarà donato alla Croce Rossa Italiana, alla Protezione Civile, ai Vigili del Fuoco e al Comune di Canelli», dichiara Laura Mayr, direttore della business unit Ramazzotti. «Abbiamo agito subito», spiega il direttore della distilleria di Canelli Tomas Volpin, «per aiutare chi è in prima linea».

**Facciamo rete**

**GRUPPO ITALIANO VINI**

Anche Roberta Corrà, direttore generale, ha avuto come prima preoccupazione quella di mettere in sicurezza i dipendenti: la linea produttiva si è riorganizzata senza fermarsi, puntando non più sulla presenza in azienda, ma sul conseguimento del risultato. «Abbiamo capito quanto le aziende del Gruppo siano legate tra loro da sinergie reciproche», afferma. Il Gruppo, poi, molto radicato nel suo territorio, ha donato centomila euro all'azienda ospedaliera di Verona.





«Ho puntato su DeliverEGGS; mai come ora non mollare è fondamentale: perché se restiamo in piedi oggi, andremo avanti più forti domani».

Diana Ricotti, imprenditrice e produttrice delle uova Principe di Fino, ha affrontato questo momento con il servizio di e-commerce già allo studio, e messo a punto con una grande accelerazione.

**PRINCIPE DI FINO**  
FINO MORNASCO (CO)

## DA IPER UN AIUTO PER CHI HA BISOGNO

La grande dote del nostro popolo sta nel saper cominciare di nuovo e nel darsi da fare per gli altri

**F**are la spesa è diventato un gesto importante, su cui riflettere. È un'azione primaria ma non sempre accessibile a tutti. Per questo Iper La grande i e i supermercati del Gruppo Finiper hanno messo in atto agevolazioni per le categorie più in difficoltà. Grazie al sito Supermercato24, la **consegna della spesa** sarà **gratuita** per tutti i clienti con più di 65 anni di Iper Verona, Iper Rozzano, Iper Varese, Iper Vittuone, Iper Arese, Iper Solbiate, Iper Monza e Iper Portello, che faranno la spesa su questo sito scegliendo uno dei punti vendita indicati. Per ricevere la spesa a casa senza costi aggiuntivi, basterà usare il codice UNAIUTOX65.

Dal 14 marzo, inoltre, è nata una stretta collaborazione tra il Comune di Varese, la Protezione Civile e l'Iper di Varese per preparare le spese a

domicilio per **tutti gli over 75** che vivono da soli e non hanno aiuti dai familiari o dai vicini di casa. Le consegne vengono effettuate gratuitamente da parte dei volontari della Protezione Civile nei due giorni successivi all'ordine.

Le **categorie più deboli**, per il Gruppo Finiper, sono al primo posto: in tutti i punti vendita hanno la precedenza i clienti con più di 65 anni, i diversamente abili, le donne in stato di gravidanza, gli operatori sanitari impegnati nell'emergenza Covid-19, le forze dell'ordine

e i volontari in aiuto ad anziani e famiglie in difficoltà.

Ma gli aiuti concreti non finiscono qui: Marco Brunelli, Esmeralda Gerli e il Gruppo Finiper hanno **donato** un milione e mezzo di euro all'Ospedale Sacco di Milano per sostenere i medici e le strutture sanitarie che sono impegnati nella battaglia contro il coronavirus.



### Lezioni di rispetto

**DOMORI**

«L'attuale pandemia è una traumatica lezione sulla necessità di cambiare stile di vita, sul rispetto per gli altri e per il pianeta», afferma Andrea Macchione, ad dell'azienda. «In **Domori**, oltre a sostenere con donazioni il nostro territorio, mettiamo le persone al primo posto: nessuno sarà lasciato indietro. In questo momento è importante saper reggere le incertezze».

### Guardando oltre

**GENAGRICOLA**

«Genagricola è la più grande azienda agricola italiana. Vogliamo migliorarci e raccontare con più forza i nostri valori di sviluppo e sostenibilità: non ci interessa essere "solo" i più grandi in Italia, vogliamo essere i più grandi PER l'Italia. Il vino è per noi importante ma abbiamo in mente progetti che desideriamo far crescere e arrivare in tutto il mondo». Igor Boccardo, ad



### Meglio, con meno

**GIORGIO ARMANI**

Due milioni di euro donati agli ospedali impegnati nella lotta al coronavirus, e tutti gli stabilimenti produttivi convertiti per produrre camici monouso. Da questa tragedia, poi, una grande lezione: imparare a rallentare, a non sprecare, a fare con meno e meglio.



**Alberi dai buoni frutti**

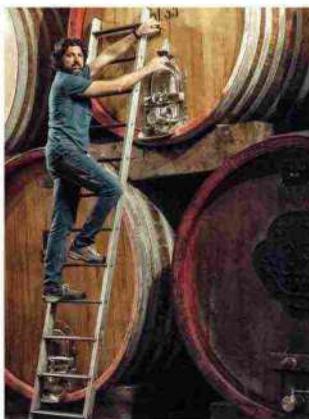
CONSORZIO MELINDA

«Melinda non si è fermata: ha organizzato la filiera in modo da mantenere la produzione, con tutte le dovute misure di sicurezza. Questa esperienza ha rafforzato l'importanza di fare squadra, in un Consorzio che da sempre ha nel suo dna lo spirito cooperativo. Inoltre, ci ha indotto a riflettere sulla centralità delle relazioni umane. Questa è un'emergenza che combattiamo insieme: distanti ma ognuno a fianco dell'altro». Paolo Gerevini, direttore generale Melinda & La Trentina

**Brindisi all'amore**

TOMMASI VITICOLTORI

«Siamo stati costretti a prendere del tempo per noi stessi e per i nostri cari: con questo spirito vogliamo affrontare il futuro, pensando al primo brindisi che faremo e con chi vorremo condividere quel momento». Così dice Giancarlo Tommasi, enologo e uno dei cugini alla guida dell'azienda che intanto, con Tannico, fa donazioni al Sacco, e riorganizza le piattaforme online e la comunicazione.



La famiglia Ziliani.

**Restituire valore**

GUIDO BERLUCCHI & C.

«Crediamo fortemente che un'azienda debba avere un ruolo etico e sociale nel suo territorio, non riconducibile al solo profitto. Perciò vogliamo essere vicini alla comunità, ai nostri dipendenti e agli ospedali bresciani, con misure economiche straordinarie.

Questa crisi ha ristabilito il senso delle priorità: in futuro, più attenzione alle persone e all'ambiente». Cristina Ziliani, direttrice marketing, pr e comunicazione

**Oggi si studia**

FRIGO2000

«L'azienda di high performance kitchen crede nella formazione: durante il lockdown ha avviato per i dipendenti appuntamenti online per l'apprendimento e l'approfondimento di diversi aspetti tecnici, di prodotto, di assistenza al cliente, di progettazione», afferma Francesca Massobrio, pr Communication e member of the board. «Anche per i nostri clienti abbiamo aperto canali di comunicazione, perché possano utilizzare questo tempo per imparare a utilizzare gli strumenti acquistati sfruttandoli in tutte le loro potenzialità. E poi abbiamo messo in atto piccoli pensieri di affetto: spedire mascherine ai collaboratori, colombe ai dipendenti: perché essere vicini non significa toccarsi, ma supportarsi con gesti concreti».



**«La difficoltà più grande è quella di non poter progettare, perché non conosciamo quale sarà lo scenario futuro: costruisco sogni ogni giorno, poi li smonto e ne monto altri. Ma non voglio smettere, in attesa di ripartire».**

■ Così racconta Daniela Petrone (a sinistra nella foto), cuoca filosofa e, da poco, anche proprietaria del ristorante Laleo.

■ In questi giorni cerca di prepararsi ad affrontare le nuove esigenze della ristorazione. E, per la ripartenza, ha già in mente nuovi servizi al cliente. In più, in un prossimo futuro, un nuovo progetto, che prevede un cambio di nome: sorpresa!

**RISTORANTE LALEO, TORINO**



**La ricerca prima di tutto**

CARLSBERG ITALIA

In un momento in cui l'epidemia da Covid-19 chiama tutto il mondo a una sfida senza precedenti, le fondazioni Carlsberg, New Carlsberg e Tuborg hanno donato il corrispettivo di 13 milioni di euro: per elaborare metodi di diagnosi, trattamento e prevenzione del virus, per analisi di big data e andamenti del virus; per sostenere i musei della Danimarca, i giovani impegnati per un futuro sostenibile, i locali musicali.

■ Antonio Scarantino, giovane cuoco pieno di energie, che unisce la tradizione di Fano a una innovazione cosmopolita, non ha dubbi: questa esperienza ci ha reso più forti e più uniti. Lui sta sfruttando il suo tempo per ripensare l'organizzazione del lavoro futuro, sulla base delle nuove modalità che deriveranno dall'abitudine al distanziamento. «Siamo pronti ad affrontarle».

**RISTORANTE ALMARE, FANO (PU)**



FOTO G. BREITZEL, J. SALVI, A. DI LORENZO, D. IOVATTI, F. CASSARO



## Ci vuole cordialità LEVONI

«L'approccio familiare che caratterizza le nostre relazioni ha consolidato il rapporto con dipendenti, fornitori e clienti. Abbiamo messo in atto azioni di sostegno e donazioni: tra queste, la fornitura all'Ospedale da campo di Bergamo, dove cucina Da Vittorio». **Marella Levoni**



## Sempre più sicuro COOP ITALIA

Dovrà essere così il cibo di domani per Albino Russo, direttore ufficio studi Coop: «Ci aspettiamo un grande ritorno al consumo domestico, più sobrio e attento al benessere, con ingredienti italiani, vicini al territorio e alla memoria, convenienti e pratici: l'e-commerce da opportunità sarà un obbligo».



## #aCasaPerLoro RUMMO

Lo storico pastificio Rummo chiede agli italiani, attraverso uno spot, un gesto di rispetto rimanendo a casa, per proteggere la popolazione più anziana. «Questo è un appello personale che rivolgo a tutti», spiega Cosimo Rummo, presidente e ad dell'azienda.



**«Chi è abituato a difendere la tradizione e il territorio non riesce a stare fermo. Ripartiremo cercando di diminuire i costi fissi e puntando su orto e produzioni di famiglia».**  
Luciano Spigaroli gestisce la sua Antica Corte Pallavicina, dove è cuoco e produttore di pregiati culatelli, e si occupa della segreteria organizzativa dell'Unione Ristoranti del Buon Ricordo.  
**ANTICA CORTE PALLAVICINA,  
POLESINE PARMENSE (PR)**



## Il sapore della vita

CONSORZIO DEL GRANA PADANO DOP

Il «sistema» Grana Padano non si ferma: ha supportato le regioni di produzione donando un milione di euro per l'acquisto di materiale sanitario ed esorta ogni protagonista della filiera a fare la propria parte, lavorando in coesione, perché la vita «torni ad avere un sapore meraviglioso».



**GIOVANNI RASPINI**  
presidente  
**GIOVANNI RASPINI**

«Questo momento di pausa è l'occasione per rivedere le priorità: sto disegnando, seguo i modellisti che lavorano da casa, pianto rose, gerani e fragole e disbosco... Detesto la retorica, ma dopo l'inverno viene sempre la primavera. Sono fiducioso, progettuale, fattivo e positivo e non vedo l'ora di poter ricominciare e mostrare a tutti le nuove creazioni».



**SILVIA LAZZARIN**  
responsabile marketing  
**NONNO NANNI**

«La nostra azienda è una grande famiglia: perciò, per prima cosa abbiamo messo in sicurezza, e poi premiato con un aumento, i nostri dipendenti. È proprio grazie alle persone, infatti, che siamo in grado di rispondere velocemente alle emergenze, in continua evoluzione. A loro, e ai consumatori che ci confermano la fiducia, va il nostro grazie».



**MICHELE PONTECORVO**  
vicepresidente  
**FERRARELLE**

«Il nostro punto di orgoglio e di forza è il valore dei dipendenti che ogni giorno garantiscono l'imbottigliamento e la distribuzione delle nostre acque. In questo momento duro stiamo sostenendo alcune strutture sanitarie e progettando i mesi futuri: vogliamo mantenere e implementare il nostro impegno per la sostenibilità».

**Verso il futuro**



**ALBERTO DE STASIO**  
direttore generale  
CAMEO

«Mentre ci stiamo riorganizzando per andare incontro alle esigenze dei nostri consumatori, grazie alla forza dei nostri collaboratori, noi di Cameo abbiamo sostenuto l'Ospedale di Desenzano del Garda e supportato la Fondazione Banco Alimentare. L'impegno comune è quello di reinventare tutti insieme una nuova normalità».



**ROBERTO SASSONI**  
head of business unit  
Italy CARAPPELLI FIRENZE

«Con il lavoro di tutti i dipendenti, vogliamo garantire il rifornimento dell'olio di oliva, un prodotto di primaria importanza, donandone anche 15.000 litri al Banco Alimentare Nazionale Italiano. Proseguono i progetti di innovazione: al centro la filiera italiana e la sostenibilità, per perpetuare la maestria olearia e valorizzare un prodotto nazionale eccellente».



**ASUNTA ENRILE**  
country retail manager  
& cso IKEA ITALIA

«Siamo in contatto con la nostra comunità di clienti attraverso la campagna #RipartiamoDaCasa. L'impegno di Ikea, però, è rivolto soprattutto ai più vulnerabili, con donazioni di soldi, cibo, mobili, tensostrutture, oggetti destinati ad associazioni, ong e ospedali: per chi non ha una casa, per chi è ricoverato, per gli anziani e le famiglie bisognose, per i lavoratori in prima linea».



**È il momento del coraggio**

**CONSORZIO DEL PROSCIUTTO DI PARMA DOP**

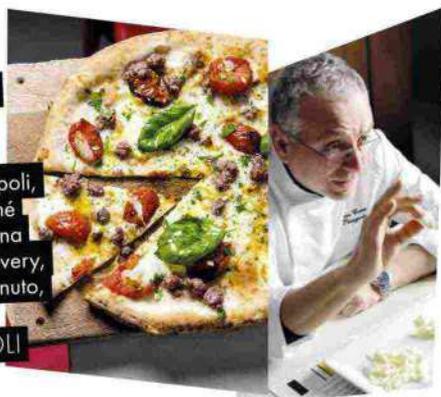
«In questi tempi di grande incertezza, la produzione è rallentata, le priorità ridisegnate. Ma abbiamo riscoperto il grande valore della nostra terra e del nostro cibo: dobbiamo essere orgogliosi e coraggiosi. Il Consorzio sta aiutando le strutture sanitarie locali a contrastare il coronavirus. Per risollevarci restando uniti».



**«Questo periodo ha risvegliato in noi un senso di appartenenza, ci ha ricordato che cosa vuol dire fare comunità».**

Enzo Coccia, professore della pizza a Napoli, ha dovuto chiudere le sue pizzerie perché in Campania è sospesa anche la consegna a domicilio. «Per il futuro amplieremo il delivery, studieremo menù più snelli e di costo contenuto, senza mai rinunciare alla qualità».

**PIZZERIA LA NOTIZIA, NAPOLI**



**Uno per tutti...**

**CONSORZIO DEL PARMIGIANO REGGIANO DOP**

Ha stanziato un milione di euro per interventi di urgenza negli ospedali della zona (Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna, Mantova) e messo in campo misure di aiuto per le aziende consorziate, per compensare le perdite e supportarle nella trasformazione del latte.

A destra, Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano Dop.



**Infusi di serenità**

**POMPADOUR**

«Siamo orgogliosi di continuare a servire chi ama condividere momenti di pausa con amici e parenti lontani in compagnia di un nostro infuso. Intanto i nostri sforzi sono volti alla riorganizzazione del lavoro, con tutti, dispositivi di sicurezza, smart working e protocolli attentamente studiati».

# COSA SUCCEDDE ADESSO

Cantine piene, ristoranti chiusi: il mondo del vino riflette su soluzioni e strategie, senza più prescindere dall'online

**G**uardare avanti, intuire il futuro, anche nel mondo del vino. Ne abbiamo parlato con Beniamino Garofalo, nuovo amministratore delegato di Santa Margherita Gruppo Vinicolo.

## Che cosa succede adesso?

«La preoccupazione per chi opera nel settore è legata a cosa accadrà in prospettiva. Come saranno regolamentate le riaperture per bar, ristoranti e hotel, con che dinamiche e tempistiche i consumatori potranno ritornare alle loro vecchie abitudini. Parallelamente dovremo tenere conto di come si arriverà a ridosso della vendemmia in termini di giacenze in cantina. Per questo stiamo cercando di lavorare a livello istituzionale per proteggere tutta la filiera».

## Con le vendite online avete recuperato la perdita subita con lo stop della ristorazione?

«Sono saliti gli acquisti al supermercato e il consumo in casa. Si è visto un aumento soprattutto nelle fasce di

prezzo basso. La vendita del vino online è cresciuta a tre cifre con sofferenza per le bollicine. Certamente ci ha aiutato ma non ha colmato la perdita consistente derivante dai ristoranti e dagli hotel».

## Cosa cambierà dopo il Covid-19?

«Questo virus ha accelerato fenomeni sociali che erano già in corso come la digitalizzazione dei consumi e il ringiovanimento conseguente della clientela in alcuni ambiti. Di certo le nostre piattaforme di vendita diretta delle singole case vinicole e indiretta come Tannico faranno parte sempre di più delle abitudini di acquisto. Di certo ci saranno più relazioni tra consumatori e produttori, più dialogo. Ma non si potrà sostituire né colmare il consumo legato alla convivialità...».

## Quando si riprenderà la ristorazione?

È chiaro che vivremo varie fasi: la prima sarà atipica per noi italiani, dovremo rispettare le distanze di sicurezza, ma finché non ci sarà un vaccino sarà impossibile ritornare alla convivialità così come la intendevamo prima del coronavirus».



## Come suona bene

### GRUPPO CAMPARI

L'azienda milanese ha donato un milione di euro all'Ospedale Sacco, e donato l'alcol per avviare la produzione di gel igienizzanti insieme a Intercos Group. Con il marchio Aperol, poi, ha organizzato un'emozionante operazione musicale insieme a Rockin'1000: «Together we can» ha riunito 1200 musicisti che hanno virtualmente cantato insieme per lanciare una raccolta fondi a favore della Protezione Civile.



## Azioni e visione

### MUTTI

«Per fronteggiare l'emergenza abbiamo fatto donazioni all'Ospedale di Parma, dato bonus ai nostri dipendenti in prima linea, fornito prodotti all'Emporio Solidale di Parma e all'Ospedale da Campo di Bergamo. Per il futuro, bisogna avere una visione a lungo termine, mettendo la sostenibilità al centro di tutte le scelte, non solo quelle di filiera e ambiente, ma anche in ambiti personali, culturali, di svago». Francesco Mutti

## Un'ora per la vita

### RISO SCOTTI

Dipendenti e collaboratori dell'azienda continuano come sempre a fare il proprio lavoro, considerato primario, ma in più hanno voluto donare un'ora del loro compenso raccogliendo in sole 48 ore oltre cinquantamila euro per acquistare respiratori da destinare al Policlinico di Pavia. L'azienda, dal canto suo, attraverso l'Associazione Aiutiamoli ad Aiutarci ha supportato il Policlinico anche consegnando monoporzioni di cibo per consentire a medici e infermieri di consumare un pasto veloce e nutriente.



FOTO G. BRETZEL, R. LETTIERI, ARCH. LCI, AG. GETTY IMAGES, MAX&DOUGLAS

130142



«Ho imparato adesso che niente è prevedibile. Perciò i miei progetti sono di dare sempre più valore alle cose davvero importanti. E l'augurio è che si faccia tesoro di tutto ciò per rispettare di più il mondo dove viviamo». È il pensiero di Maida Mercuri, sommelier e anima di un'osteria milanese nota per i suoi piatti tra tradizione e sperimentazioni.

**AL PONT DE FERR MILANO**

«Avevo aperto da poco, ero pieno di idee, e mi divertivo molto... Spero di riaprire presto, e vi aspetto, magari con un modo nuovo di stare insieme che questa situazione imporrà». E noi non vediamo l'ora di riabbracciare Giorgio Castriota nell'osteria in stile veneziano a Crema, e di bere i suoi spritz con gli squisiti cicchetti e i tramezzini.

**OMBRE E CICHETTI CREMA**



**Ci vediamo alla videolezione**

**KENWOOD**

Con l'iniziativa #acasaconkenwood, l'azienda ha voluto sostenere e unire le persone che condividono i valori e le passioni che ruotano intorno alle ricette del cuore. Ha inoltre attivato un servizio di Live Demo, videolezioni con la chef in house di Kenwood. Questa esperienza ha permesso di costruire un rapporto speciale con gli utenti, che sarà mantenuto anche in futuro al centro delle strategie di comunicazione.



**FRANCESCO CASOLI**  
presidente ELICA

«Come azienda, non abbiamo perso la grinta e continueremo a lavorare con l'entusiasmo che sempre ha contraddistinto la nostra realtà e la nostra storia. Come tutti gli altri imprenditori, siamo sul campo e insieme a chi lavora con noi sapremo dimostrare che l'Italia è fatta di gente concreta, che sa affrontare le difficoltà, sa trovare soluzioni e sa rialzarsi».



**ALESSIA ZUCCHI**  
ad OLEIFICIO ZUCCHI

«La salvaguardia dei nostri dipendenti è al primo posto e da subito abbiamo adottato tutte le misure necessarie affinché potessero svolgere il lavoro in totale sicurezza. Inoltre, essendo fortemente legati nella nostra città, Cremona, una tra le più colpite, abbiamo deciso di sostenere l'ospedale cittadino, acquistando nuovi macchinari per la terapia intensiva».



**CRISTIANO SAVINI**  
ceo SAVINI TARTUFI

«Questa emergenza, non ancora finita, ci ha insegnato che quello che abbiamo vissuto fino a oggi è stato un privilegio e che dobbiamo pensare maggiormente al peso del lavoro nella nostra vita. Nel futuro vorrei riuscire a bilanciare meglio il tempo che dedico ai miei cari, al gioco con i bambini, rispetto al lavoro ed è questo che vorrei anche per tutti i nostri dipendenti».

**Il mio solito caffè, per favore**

**LAVAZZA**

Fare la spesa ed essere sicuri di trovare i nostri prodotti sempre disponibili, in questi giorni può essere un'occasione di normalità rassicurante. Lavazza sta mettendo in campo tutte le proprie forze per garantire questa continuità. E per sostenere la popolazione nelle difficoltà attuali si è impegnata in un'azione diretta nella propria regione, il Piemonte, stanziando dieci milioni di euro per progetti di sostegno alla sanità, alla scuola e alle fasce più disagiate e deboli.



FOTO J. SALVI, A. GUERMANI, S. DELAUW, M. DINI, G. BRETZEL

**Verso il futuro**



**Tornare  
all'essenziale**

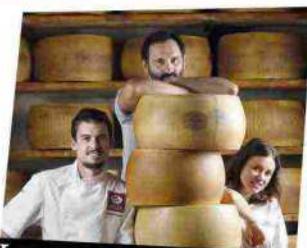
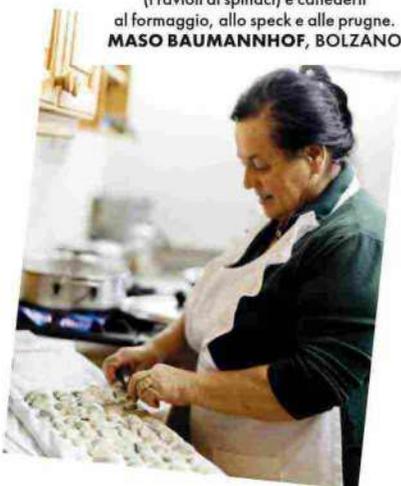
MASI AGRICOLA

«Mai siamo stati così indifesi ma di certo avremo la forza per riprendere il nostro cammino con l'aiuto della scienza. Però tutto cambierà: si penserà di più alla socialità, alla salute, all'ambiente e meno all'economia del consumismo e delle cose futili. Il vino tornerà a essere inteso come frutto della terra e del lavoro dell'uomo, piuttosto che come oggetto della moda, del lusso e dell'esibizionismo».

Sandro Boscaini, presidente e ad

Sogniamo i monti e i masi dell'Alto Adige, come Baumannhof, che da cinquant'anni delizia i suoi ospiti con *schlutzkrapfen* (i ravioli di spinaci) e canederli al formaggio, allo speck e alle prugne.

**MASO BAUMANNHOF, BOLZANO**



**«Le nostre mucche non si fermano, e così neanche la nostra azienda. Teniamo duro, certi che il Made in Italy ne uscirà più consapevole e forte di prima».**

Così afferma Paolo Gennari, produttore di Parmigiano Reggiano Dop, pluripremiato per la qualità delle sue forme.

**CASEIFICIO GENNARI  
COLLECCHIO (PARMA)**

**Non destini individuali,  
ma spirito comune**

CANTINE FERRARI

«Prendendo in prestito una frase tratta da *La Peste* di Albert Camus, mi accorgo che questo momento complesso ha portato una grande unità di pensieri e di azione. Per questo penso che non ci saranno più destini individuali ma uno spirito comune, sostenuto dal desiderio di condividere le esperienze, perché stare insieme è fondamentale per il benessere delle persone».

Matteo Lunelli,  
presidente Cantine Ferrari



La famiglia Lunelli. Matteo è il secondo da sinistra, in piedi.



**Freschezza  
ogni giorno**

ORTOROMI

La grande famiglia Ortoromi non ha mai interrotto il proprio lavoro, mettendo in sicurezza i dipendenti degli impianti produttivi, per garantire il rifornimento quotidiano di tutti i punti vendita.



La famiglia Vena: al centro, Francesco.

**Con te, Matera**

LUCANO 1894

«Dall'inizio siamo stati al fianco dell'Azienda Sanitaria Locale di Matera con una donazione per l'acquisto di strumentazioni e per la fornitura di servizi. Per ringraziare tutti gli uomini e le donne impegnati nel fronteggiare l'emergenza».

Francesco Vena, ad



**Avanti tutta!**

SIGNORVINO

Confermate le cinque nuove aperture in programma per il 2020: «Ora i cantieri sono fermi, ma speriamo di riaprire presto per dare un messaggio positivo. Investiamo nel Made in Italy, per creare valore e lavoro».

Luca Pizzighella, brand manager



ADC Group ▾ **ADVexpress** ▾ e20express ▾ ADVexpressTV ▾ Health&Wellness ▾ Awards ▾

Cerca ▾

#### UPDATE:

[Home](#) / [ADVexpress](#) / [News](#) / [Industry](#) / [Media](#) / "Una poltrona in ClubHouse" va on on air su...

03/04/2020 16:04



Media

## "Una poltrona in ClubHouse" va on on air su RinascitaDigitale.it

Attraverso la rubrica, dal 6 al 10 aprile ogni giorno dalle 16:00 alle 17:00, sarà possibile ascoltare un'intervista di manager e imprenditori italiani che condivideranno la loro visione dell'attuale e futuro scenario.

LEGGI le ultime notizie della sezione

**emergenza Coronavirus il Sole 24 Ore spinge sull'informazione con offerte per lettori e professionisti**

02/04/2020 10:50

**In edicola il volume #30 di Forbes con le prime 100 donne di successo. In cima alla classifica Antonella Scaglia (Istituto Italiano Marchio di Qualità)**

01/04/2020 22:55

**Su Sky Arte "Tommy e l'asta dei cervelli ribelli", il nuovo docu-film di Gianluca Nicoletti**

Il format "**Una poltrona in ClubHouse**", che racconta l'eccellenza italiana attraverso le **interviste ai manager** che fanno parte del membership club milanese, entra a far parte della programmazione di **RinascitaDigitale.it**, il **progetto di formazione gratuita non-stop per ripensare al futuro**, a supporto delle aziende italiane che stanno fronteggiando l'emergenza sanitaria che ha colpito l'intera nazione.

Il progetto - ideato da un membro di ClubHouse, **Stefano Saladino**, CEO di **Mashub**, società italiana che sviluppa strategie di Marketing e Comunicazione per le aziende - rappresenta uno spazio di confronto digitale per creare un circolo virtuoso di formazione e ispirazione. Attraverso un live streaming continuo, imprenditori e player del settore marketing realizzeranno contenuti dedicati a digital transformation, cultura d'impresa, gestione finanziaria e smart working. Incontri virtuali in cui i relatori condivideranno competenze, strategie e tool utili all'ecosistema imprenditoriale italiano per **creare insieme un futuro in ottica digital**.

"Una poltrona in ClubHouse" versione "On Air", diventa quindi una rubrica speciale del palinsesto di RinascitaDigitale.it, prevista **dal 6 al 10 aprile ogni giorno dalle 16:00 alle 17:00**. Il programma prevede un'intervista in cui **nove member** di ClubHouse condivideranno con gli utenti la loro visione dell'attuale e futuro scenario e si renderanno disponibili per una sessione finale di Q&A con gli spettatori collegati.

Verranno affrontate **cinque tematiche chiave**. Lunedì 6 aprile **Massimo Francalanci**, Senior Associate Partner in Merlini & Partner SA, e **Luca Cremaschi**, Founding partner di WM Associati, parleranno di **Finanza**. Martedì 7 **Andrea Pitrone**, Chief Customer Success Officer presso Loop AI Labs, e **Claudio Puglisi**, BD Vice President & Partner at PQE Group, affronteranno tematiche legate al settore **Pharma e Medicale**. Mercoledì 8 a parlare di **Innovazione Sociale** interverranno **Massimiliano D'amico**, Value Investing at Columbia Business School, e **Francesco Cicone**, Presidente presso Entopan. Il tema del **Food** verrà invece trattato giovedì 9 grazie agli interventi di **Andrea Macchione**, AD di **Domori**, e **Luca Monica**, Food&Beverage Advisor. Chiude il ciclo un incontro focalizzato sulla **Rinascita Personale** a cura di **Oscar di Montigny**, Chief Innovability and Value Strategy Officer at Banca Mediolanum.

"Una poltrona in ClubHouse On Air" si inserirà nella lunga maratona di contenuti formativi a supporto delle imprese che si tiene tutti i giorni lavorativi dalle ore 9.00 alle ore 18.00 sul sito [www.rinascitadigitale.it](http://www.rinascitadigitale.it). Lanciato lunedì 16 marzo, il sito di RinascitaDigitale.it ha già registrato oltre 60.000 utenti unici, una cifra in continua crescita insieme al numero di sessioni, 120.000, e le quasi 280.000 pagine viste. In questi primi 15 giorni, la diretta no-stop di oltre 120 ore è stata fruita da più di 2.500 ascoltatori al giorno, con una media di 500 partecipanti per singolo webinar. Tra i differenti canali dell'iniziativa, gli iscritti sul canale YouTube sono già 2.500 con oltre 4.000 ore di video visualizzate.

realizzato da Kulta. In onda nella Giornata mondiale per la consapevolezza sull'autismo

02/04/2020 10:16

Editoria e Coronavirus: Sistema Domus inaugura aprile con un'ampia riflessione carta e digital sull'attualità confermando la mission di Empowering Inspirational Thinkers

02/04/2020 10:39

Su La7 "Qualcosa si è rotto", il cortometraggio Amref dedicato all'acqua realizzato da DocLab. Al via la campagna di raccolta fondi "Dove c'è acqua la vita scorre"

02/04/2020 11:38

Discovery Italia: volano gli ascolti di marzo con il 7,1% di share nelle 24 ore (+10% vs marzo 2019) sul pubblico totale. Performa anche Dplay con 1,9 mln di ore viste

02/04/2020 18:12

Rai3: in onda l'ultima puntata di "Sapiens - un solo pianeta", il programma sulla Grande Storia della Terra condotto dal geologo e ricercatore Mario Tozzi

03/04/2020 11:15

Sbarca su Instagram 'Carosello', la pubblicità solidale di Paolo Iabichino e Giovanni Boccia Artieri

03/04/2020 15:14

"Una poltrona in ClubHouse" va on on air

informazione pubblicitaria

## Test QI

Prova il tuo QI come in un laboratorio d'esperti. Certificato e consigliato

QI Test Ufficiale

APRI

ANSA.it > Economia > **Domori (Gruppo illy), chiude in utile**

# Domori (Gruppo illy), chiude in utile

In 2019 fatturato a +7%. Vendite in crescita, a quota 19,5 mln

### Redazione ANSA

TRIESTE

09 aprile 2020

13:43

NEWS

Suggerisci

Facebook

Twitter

Altri

[Icons]

Stampa

Scrivi alla redazione



- RIPRODUZIONE RISERVATA

CLICCA PER INGRANDIRE +

(ANSA) - TRIESTE, 09 APR - Per la prima volta nella sua storia, **Domori** (Gruppo **illy**), marchio piemontese del **Polo del Gusto** specializzato in produzione di cioccolato super premium, chiude in utile. Dopo 20 anni e perdite in passato fino a 1 mln, la gestione di Andrea Macchione ha invertito il trend e in tre anni ha raggiunto, con il bilancio 2019, l'utile, benché si tratti di una piccola cifra (22 mila euro). Nel duplice ruolo di produttore e distributore di marchi d'eccellenza, la **Domori** lo scorso anno ha acquisito il 100% della **Prestat** LtD, società inglese, produttrice di cioccolato premium e fornitore della Casa Reale (Royal Warrant Holder). I dati principali sono tutti in crescita: fatturato (+7%), vendite (19,5 mln; +7%). Nello specifico, il marchio **Domori** ha venduto per 11,1 mln (+4%) con un sensibile incremento nel Retail (5,2 mln; +11%).

Fusioni, Acquisizioni; Cambi gestione

Risultati aziendali

Andrea Macchione

Prestat LtD

Casa delle Libertà

informazione pubblicitaria

### VIDEO ECONOMIA



08 APRILE, 19:58

CORONAVIRUS, ARESE: TULIPANI IN DONO A CIMITERI E CASE DI RIPOSO



Pubblicità 4w



TIM FIBRA & Disney+

24,90€/mese con Disney+ incluso per 3 mesi SOLO FINO AL ATTIVAZIONE



Direct Line ora è Verti

Muoviti con il preventivo Verti e scopri l'offerta per te

Fai un preventivo

Segnala a Bresciaoggi | Accedi a Bresciaoggi Premium | Abbonati | Fai un necrologio

Bresciaoggi  
09 aprile 2020

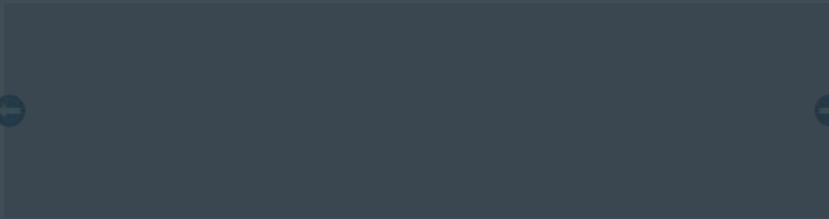
# ECONOMIA

CITTÀ HINTERLAND BASSA VALTROMPIA VALSABBIA VALCAMONICA SEBINO-FRANCIACORTA GARDA

Lombardia • Italia • Mondo • **Economia** • SPORT • CULTURA • SPETTACOLI • Foto • Video • Spazio Lettori • Altri • Abbonamenti

Home • **Economia**

## OGGI IN ECONOMIA



9.4.2020

Tags: TRIESTE, Domori (Gruppo illy), chiude in utile

## Domori (Gruppo illy), chiude in utile



- Aumenta
- Diminuisci
- Stampa

(ANSA) - TRIESTE, 09 APR - Per la prima volta nella sua storia, Domori (Gruppo illy), marchio piemontese del Polo del Gusto specializzato in produzione di cioccolato super premium, chiude in nero. Dopo 20 anni e perdite in passato fino a 1 mln, la gestione di Andrea Macchione ha invertito il trend e in tre anni ha raggiunto, con il bilancio 2019, l'utile, benché si tratti di una piccola cifra (22 mila euro). Nel duplice ruolo di produttore e distributore di marchi d'eccellenza, la Domori lo scorso anno ha acquisito il 100% della Prestat Ltd, società inglese, produttrice di cioccolato premium e fornitore della Casa Reale (Royal Warrant Holder). I dati principali sono tutti in crescita: fatturato (+7%), vendite (19,5 mln; +7%). Nello specifico, il marchio Domori ha venduto per 11,1 mln (+4%); con un sensibile incremento nel Retail (5,2 mln; +11%).

DO-MSR

## IL METEO

### Brescia

OGGI	DOMANI	DOPODOMANI
+ M 22 + M 21	+ M 21 + M 21	+ M 14 + M 13





RESTAURANT WINE BEER COCKTAIL TRAVEL DESIGN PIZZA GELATO EVENTS RECIPES



CHOCOLATE ◊ EVENT ◊ EVENTS ◊ PATISSERIE ◊ PRODOTTO

## PASQUA 2020: colombe e uova da non perdere (con consegna a casa)

Publicato da **Redazione Food Confidential**

**Questa Pasqua 2020 sarà sicuramente diversa. Probabilmente la ricorderemo per averla passata in quarantena, lontano dai nostri cari, costretti in casa a causa dell'emergenza coronavirus. Ma nonostante questo, la Pasqua merita sempre di essere festeggiata e quest'anno più degli altri dobbiamo trattarci bene scegliendo con cura i dolci tipici che mangeremo.**

Questa è la **nostra selezione very Food Confidential** delle **colombe artigianali** e delle **uova di cioccolato** per questa **Pasqua 2020**, tutte **acquistabili online** e da ricevere direttamente a casa tramite **delivery**. Da condividere a debita distanza.

- **LA COLOMBA DELL'ANTICO FORNO ROSCIOLI (Roma)**

La Colomba dell'Antico Forno Roscioli è una vera istituzione a Roma (e non solo). Si rispettano rigorosamente i tempi di lievitazione dell'impasto, realizzato in modo artigianale utilizzando lievito naturale e ingredienti altamente selezionati. Un impasto soffice, un sapore unico e un colore ambrato dato dal miele di castagno. Gli unici aromi sono dati dalla fermentazione naturale del lievito sul burro e dalle arance candite a mano. La lievitazione varia tra le 24 e le 28 ore, a seconda della temperatura esterna. Disponibile in due diverse varianti: tradizionale o pere e cioccolato. Acquistabile tramite il servizio di quality delivery Cosaporto.it.

- **L'UOVO FORESTA DI GAY ODIN (Napoli)**

Veri e propri capolavori gastronomici sono le uova cioccolato Foresta di Gay Odin, disponibili nella versione classica al latte o fondente. Il cioccolato foresta, prodotto iconico Gay Odin, viene infatti modellato ad arte per creare soffici sbuffi di cioccolato, tanto eleganti alla vista quanto friabili al palato, che regalano un'esperienza sensoriale senza eguali. Il segreto del successo risiede nella tostatura "gentile" del cacao – il criollo, varietà rara e particolarmente aromatica – importato crudo e lavorato a legna, a basse temperature, per mantenere inalterate le proprietà organolettiche delle singole fave. La qualità delle materie prime impiegate, la decorazione e il confezionamento realizzati ancora oggi a mano rendono inoltre ogni prodotto un capolavoro artigianale unico nel suo genere. Disponibili con spedizione gratuita sul sito [www.gay-odin.it](http://www.gay-odin.it) o tramite email [clienti@gayodin.it](mailto:clienti@gayodin.it).

- **L'UOVO MONGOLFIERA DI MARCHESI 1824 (Milano)**

Per questa Pasqua 2020, le uova della pasticceria milanese Marchesi 1824 si ispirano alle mongolfiere e al cielo (oltre che ai classici simboli pasquali come i pulcini). Uova decorate a mano in maniera preziosa, con pasta di zucchero e ghiaccia reale su una base di cioccolato fondente. Le sorprese all'interno sono personalizzabili su richiesta. Acquistabili su [www.pasticceriamarchesi.com](http://www.pasticceriamarchesi.com) con consegna in tutta Italia.

- **LA COLOMBA DELLA CREMERIA CAPOLINEA (Reggio Emilia)**

Non solo gelato per la Cremeria Capolinea: Simone De Feo per questa Pasqua amplia la gamma dei lievitati proposti e sorprende con le sue colombe realizzate artigianalmente secondo le ricette della tradizione, con una lievitazione lenta di almeno 24 ore. Impasto soffice, colore intenso, farcitura classica con i canditi all'arancia e sopra una croccante copertura di glassa alle nocciole. L'acquisto può essere effettuato sullo shop on line. Per chi abita a Reggio Emilia o nelle zone limitrofe (circa entro 15 km) è attivo il servizio di delivery chiamando il 0522 452722.

- **L'UOVO CRUDO DI GREZZO RAW CHOCOLATE (Roma e Torino)**

L'uovo di Pasqua di cioccolato crudo, grazie alla selezione degli ingredienti e alle modalità di lavorazione, al gusto originale ed autentico, diventa un piacere (vegano) senza sensi di colpa. Quattro le varianti presentate: dal più dolce fondente al 65%, normale o con granella di nocciole, fino al 100% senza zuccheri aggiunti, passando per un intenso 80% dal gusto diretto e inconfondibile. L'approccio crudista alla pasticceria stravolge tutte le basi classiche evitando l'uso di farina, latte, lieviti, uova e zucchero bianco e naturalmente senza cottura. Il concetto di qualità si amplia: non è più solo collegato al prodotto, bensì si estende fino a considerare le conseguenze di lungo periodo nella salute del consumatore. Disponibili su [www.grezzorawchocolate.com](http://www.grezzorawchocolate.com).

- **LA COLOMBA DELLA PASTICCERIA DOLCEMASCOLO (Frosinone – RM)**

Colomba artigianale realizzata con lievito madre, farina tipo 1, burro francese, tuorlo d'uovo, arancia, mandorle d'Avola, vaniglia in bacca del Madagascar, nocciola Igp Piemonte, zucchero di canna bianco (questa è la versione classica). La realizzazione prevede 48 ore di lievitazione a freddo e una lavorazione dell'impasto in acqua la quale attenua l'acidità del lievito e conferisce al prodotto finito una rimarchevole umidità. Ricoperta da glassa, una volta tagliata presenta un impasto dal color giallo intenso e una struttura soffice, caratterizzata da ampi alveoli. Il sapore è delicato, ma armonico nella sua complessità e pulito, impreziosito dall'utilizzo di arance candite artigianalmente. Acquistabile sul sito.

- **LE UOVA GIAPPONESI DI BOMPIANI (Roma)**

Anche quest'anno Walter Musco ci ha regalato la sua collezione pasquale: 80 uova di cioccolato artistiche ispirate al Giappone, un Paese dove l'estetica è parte integrante della vita quotidiana. Musco si è ispirato ai concetti estetico-artistici primari della cultura giapponese, quali quello di Ma – il vuoto pieno di senso; di Iki – qualcosa che ondeggia tra la spontaneità e l'artificio capace di raggiungere un alto grado di raffinatezza; di Wabi-Sabi – bellezza delle cose imperfette; di Mono no aware – bellezza effimera delle cose che svaniscono e che mostrano i segni del trascorrere del tempo. L'ispirazione è dedicata per le arti del Sol Levante quali l'architettura – con omaggi a Kenzo Tange, Kisho Kurokawa, Tadao Ando; l'arte – con omaggi a Yayoi Kusama, Takashi Murakami, Lee Ufan; la ceramica; i tatuaggi; i giardini ispirati a Mirei Shigemori; la moda – di Issey Miyake, Junya Watanabe, Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto; gli ikebana; gli origami; la calligrafia e molto altro ancora. Tutti gli altri prodotti pasquali sono disponibili su [Cosaporto.it](http://Cosaporto.it).

- **LA COLOMBA SOLIDALE DELLA PASTICCERIA DE VIVO (Pompei – NA)**

La Pasticceria De Vivo sceglie di aiutare chi è in prima linea contro il coronavirus: per ogni colomba acquistata on line sul sito [www.pasticceriadevivoshop.it](http://www.pasticceriadevivoshop.it), verranno devoluti 10 euro a favore dell'Ospedale Cotugno e dell'Ospedale Pascale di Napoli. Le colombe, tutte realizzate artigianalmente, sono una miscela di tradizione partenopea e innovazione: quest'anno, oltre agli impasti classici, si aggiungono la Colomba Cheesecake alle fragole, la Colomba Pastiera di grano, la Colomba Sfogliatella Santa Rosa e la Colomba salata Pesto e pomodoro.

- **L'UOVO PINOCCHIO DI ERNST KNAM (Milano)**

Protagonista della Pasqua di Ernst Knam è l'uovo Pinocchio: non di legno ma di cioccolato. Il famoso burattino può essere personalizzato con il naso intercambiabile in tre diverse misure e tipologie di cioccolato: bianco, latte e fondente. Ad accompagnare il personaggio simbolo, oltre ai grandi classici del re del cioccolato, tante altre nuove creazioni in cioccolato ispirate al mondo dell'arte e del design, come il Kane e il Koniglio, due soggetti in cioccolato fondente che hanno come modello di riferimento le creazioni artistiche in stile neo-pop di Jeffrey Koons. Disponibili sul sito.

- **LA COLOMBA SICILIANA DI VINCENTE DELICACIES (Bronte – CT)**

Una dedica alla Sicilia e al suo pistacchio di Bronte DOP, dove risiede Vincente Delicacies, pasticceria artigianale alle pendici dell'Etna e specializzata nella coltivazione, raccolta e lavorazione del pistacchio di Bronte. Per la Pasqua dedica un'intera linea di colombe artigianali che prendono nome dalla "fastuca", il nome dialettale con cui viene chiamato il miglior pistacchio al mondo, raccolto una volta ogni due anni. Un incarto interamente realizzato a mano che vede il connubio tra metodologie innovative e lavorazioni artigianali: oltre 36 ore di lievitazione con l'uso del lievito madre, seguendo una geografia territoriale del gusto. Sono *Mongibello* (cioccolato bianco e pistacchio di Sicilia), *Persica* (pesca, cioccolato extra fondente 70% e pistacchio di Sicilia), *Jardina* (ananas, albicocca e pistacchio di Sicilia), la *Moresca* (ricoperta di cioccolato extra fondente al 70% con granella di pistacchio verde di Bronte DOP e farcita con crema al pistacchio di Bronte DOP) e la *Normanna* (ricoperta di finissimo cioccolato bianco e grana di pistacchio verde di Bronte DOP, farcita con crema al pistacchio verde di Bronte DOP). Tutte acquistabili sul sito e-shop.

- **L'UOVO DI GALLINA DI RINALDINI (Rimini, Milano, Roma)**

L'artista del dolce Roberto Rinaldini propone una versione del tutto originale dell'uovo di Pasqua: l'OVO. Esternamente si presenta molto simile ad un classico uovo di gallina, anche nella sua 'rustica' confezione di cartone, ma ovviamente il protagonista è sempre il cioccolato che, racchiuso in un vero e proprio guscio, emula in modo perfetto l'uovo alla coque. Disponibile in versione al latte e fondente; acquistabile su [Cosaporto.it](http://Cosaporto.it).

- **L'UOVO FAI-DA-TE DI MARCO COLZANI (Carate Brianza – MB)**

Di solito si monta la sorpresa all'interno. Qui invece si monta proprio l'uovo: è l' 'UOVO 3D-Kit da montare' di Marco Colzani ed è composto da due tavolette piane a forma di uovo che si incastrano fra di loro, tramite le apposite guide realizzate, fino a formare l'uovo. E' un uovo di Pasqua fai-date, rigorosamente di cioccolato artigianale fondente al 70%. IKEA style. Acquistabile su [marcocolzani.it](http://marcocolzani.it).

- **LA COLOMBA DA COLLEZIONE DEL FORNO BRISA (Bologna)**

Il Forno Brisa non si ferma e, oltre al solito pane, si sfornano colombe come se non ci fosse un domani. Come ogni anno queste colombe sono state realizzate avviando una collaborazione con artisti e writers bolognesi: quest'anno troviamo Andrea Casciu e Kiki Skipi che hanno personalizzato le scatole del dolce pasquale rendendolo così un pezzo unico alla collezione. Le materie prime selezionate per realizzazione sono top: farina biologica, pasta madre viva, zucchero di canna, uova fresche sgusciate a mano, burro di centrifuga ottenuto da panna fresca, cioccolato ottenuto da fave di cacao del Madagascar e prodotto internamente nel laboratorio del forno, canditi artigianali di Pariani, miele d'arancio di Thun e composta di mandarino tardivo di Ciaculli. Disponibile su [Cosaporto.it](http://Cosaporto.it).

- **L'UOVO NATURE DI LE LEVAIN (Roma)**

Un uovo a base di cioccolato fondente Araguani 72% Valrhona, dalla forma molto speciale, che richiama il tema della natura e del verde. Rigorosamente fatto a mano artigianalmente, richiamando l'aspetto di un albero con il suo tronco e gli eleganti dettagli delle foglie e delle radici alla base. Per la sua forma, come suggerisce il nome, da Le Levain si sono lasciati ispirare dalla Natura, tema scelto per il momento particolare che ci troviamo a vivere e che ci porta a riscoprire e a ricercare un contatto più vicino alle origini. Disponibile su [Cosaporto.it](http://Cosaporto.it).

- **L'UOVO TRAPUNTATO DI BONAJUTO (Modica – RG)**

Questo è un uovo che si fa notare. Realizzato con cioccolato modicano lavorato a freddo rosa (quello Ruby) impreziosito dalla lavorazione ad effetto trapuntato. È una sorta di uovo Fabergé in terra siciliana. Disponibile con cioccolato bianco e fondente e acquistabile su [www.bonajuto.it](http://www.bonajuto.it).

- **L'UOVO CON SORPRESA DA BERE DI SAID DAL 1923 (Roma)**

Un uovo classico artigianale realizzato con finissimo cioccolato di Said. Disponibile nei gusti: Gran Cru di Cioccolato MOROGORO fondente 75% (cioccolato fondente, originario della Tanzania, offre un perfetto equilibrio tra acidità e intenso gusto amaro di cacao, arricchito da note floreali) e Gran Cru di Cioccolato MORESBY LATTE al 35% (cioccolato al latte, originario della Papua-Nuova Guinea, è molto cremoso; rivela gradevoli note fruttate di nocciole, coronate da un tocco di caramello). La sorpresa all'interno è tutta da bere: una bottiglia di distillato di pregio in versione mignon, da abbinare alla degustazione del Cioccolato. Disponibili su [Cosaporto.it](http://Cosaporto.it).

- **LA COLOMBA DI ANTONINI (Roma)**

La storica pasticceria romana al momento è chiusa, ma alcuni dei suoi prodotti sono ancora disponibili per il delivery. La colomba artigianale è realizzata in maniera classica con mandorle e canditi e una lunga e accurata lievitazione rende l'impasto soffice e profumato. Disponibile su [Cosaporto.it](http://Cosaporto.it).

- **L'UOVO SINUOSO DI GUIDO CASTAGNA (Torino)**

Un vero e proprio capolavoro che fa parte della linea per la Pasqua 2020, realizzato da uno dei già grandi maestri cioccolatieri italiani. Una base di cioccolato fondente al 64% ricoperta con il famoso Giuinott, il gianduiotto di Guido Castagna. Ogni uovo è unico: la lavorazione è tutta artigianale e la modellatura delle forme viene effettuata rigorosamente a mano. Acquistabile su [www.guidocastagna.it/shop](http://www.guidocastagna.it/shop) (per la spedizione vengono utilizzati speciali contenitori contenenti ghiaccio).

- **LA COLOMBA DI BONCI (Roma)**

La colomba preparata con le santi manone di Gabriele Bonci, uno dei panificatori più famosi d'Italia, è soffice, profumatissima, con mandorle e una glassa invitante e perfettamente armonizzata. Disponibile in due diverse varianti: tradizionale o al cioccolato. Acquistabile su [su Magiordomus.it](http://Magiordomus.it) e su [su Cosaporto.it](http://Cosaporto.it).

- **L'UOVO QUADRATO DI DOMORI**

Per [Domori](#) l'uovo di Pasqua ovale è ormai obsoleto, per questo propone un blocco quadrato di cioccolato fondente al 75%, realizzato con cacao Criollo direttamente da Hacienda San José in Venezuela. Un uovo di Pasqua anticonformista, che sicuramente si fa notare per la sua originalità ed unicità. E anche la sorpresa all'interno non è la classica: un coupon da utilizzare per acquistare le creazioni [Domori](#). Per i fan del cioccolato. Disponibile su [domori.com/it/negozio](https://domori.com/it/negozio).

- **L'UOVO ALVEARE DI DE BELLIS (Roma)**

Le creazioni di Andrea De Bellis non pagano mai inosservate, non solo per la loro bontà, ma anche perché colpiscono sempre alla vista. Questo uovo di Pasqua riproduce perfettamente le forme di un alveare, tramite una decorazione artigianale realizzata a mano dal maestro pasticcere. L'illusione cattura, e poi cioccolato fondente fa tutto il resto. Disponibile su [Cosaporto.it](http://Cosaporto.it).

- **LA COLOMBA DI CASA MANFREDI (Roma)**

Attualmente questa pasticceria romana è chiusa, ma ha deciso di salvarci la Pasqua e ha attivato così il servizio di delivery di colombe artigianali (e non solo, ottima anche la pastiera). E' possibile ordinare la colomba nella versione classica o quella ai tre cioccolati, la consegna è gratuita su tutta la città di Roma. Per ordinazioni: 3349511911 – [info@casamanfredi.it](mailto:info@casamanfredi.it).

- **L'UOVO ARTISTICO DI PECK (Milano)**

Per questa Pasqua 2020 Peck libera, come sempre, tutta la sua originalità e creatività: nascono cinque creazioni artigianali che colpiscono sia la gola che la vista. Uova divertenti dalla forma di coniglio o di una gallina dall'aria buffa, o quelle più poetiche ed impegnate ispirate a diverse correnti artistiche, ideate dal Pastry Chef Galileo Riposo con un blend di fave di cacao provenienti da piantagioni equatoriali, con una percentuale del 55% per quelle fondenti e del 35% nella versione al latte. Disponibili in negozio oppure con consegna a domicilio su Milano (T. 028023161).

- **L'UOVO DECORATO DI LA PERLA TORINO (Torino)**

La maison torinese punta tutto sulla varietà dell'offerta (oltre che alla consueta qualità) proponendo una ricca collezione di uova di cioccolato decorate e confezionate a mano, realizzate con ingredienti provenienti dal territorio piemontese (e non solo). Ottime anche le colombe. Disponibili su [www.laperladitorino.it](http://www.laperladitorino.it).

TAGS

cioccolato

colomba

dolci

Food Confidential

Pasqua

pasqua 2020

pasticcerie

**MEDA** Il noto fotografo offre un giorno nel suo studio

## Galimberti: «Inviatemi foto dalla quarantena Ne farò una mostra reale»

di **Marco Mogni**

«Raccontateci e condividete quello che i vostri occhi osservano, colgono e desiderano fissare: tutti i momenti che ci ricordano il bello e ci avvicinano agli altri». Scattare una foto e entrare a far parte di una mostra fotografica internazionale.

La proposta è stata lanciata dal grande fotografo di Meda Maurizio Galimberti. «Interminati spazi» spiega Galimberti – partirà come una mostra virtuale. Un invito alla fotografia e alla poesia dedicato al racconto per immagini della vita a casa e del nostro tempo quotidiano». La mostra diventerà una mostra reale. «Appena possibile – aggiunge il celebre artista – sarà allestita dal vivo nello Spazio dell'azienda di cioccolato artistico **Domori** di Torino».

Un invito irresistibile per tutti quanti amano la fotografia, anche solo per il premio in palio: Galimberti le valuterà una per una. Scegliendo le più belle, e offrendo ai vincitori «una giornata al lavoro nel suo studio in compagnia di Maurizio Galimberti».

Come sempre generose, e capaci di tagliare le distanze tra il grande artista e il grande pubblico, le proposte del fotografo medese. C'è tempo fino al 24 aprile per inviare le foto sulla pagina facebook @domorichoc #interminati\_spazi oppure a quella di @mauriziogalimberti. A chi invierà una foto **Gianluca Franzoni**, inventore nel 1997 di **Domori**, un'azienda



La locandina di presentazione di "interminati spazi", mostra fotografica virtuale con Maurizio Galimberti

di riferimento nel mondo del cioccolato gourmet che lavora le varietà più pregiate di cacao, con il recupero di antiche varietà, invierà un dono di cioccolato. Maurizio Galimberti ha iniziato a collaborare con **Domori** nel 2019 e questa mostra è un nuovo tassello di questo percorso. Nei giorni scorsi Galimberti ha inoltre lanciato l'iniziativa Fotografie solidali: acquistando una fotografia del celebre artista, sarà possibile sostenere il progetto Smart Clown dell'associazione Veronica Sacchi e donare un sorriso a tanti bambini ospedalizzati e in difficoltà. E' possibile acquistare le foto anche sulla pagina facebook dell'artista. ■



Il tuo browser (Apple Safari 4) non è aggiornato e potrebbe non visualizzare correttamente le pagine di questo e altri siti. [Aggiorna il tuo browser!](#) Ti consigliamo di scaricare [Google Chrome](#) o [Mozilla Firefox](#) X

**POLITICA SUI COOKIE** - Questo sito utilizza cookie di profilazione, propri o di altri siti, per inviare messaggi pubblicitari mirati. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Se accedi a un qualunque elemento sottostante questo banner accconsenti all'uso dei cookie. Ok

**PRIVACY POLICY** - Coerentemente con l'impegno continuo della Edisud S.p.A. di offrire i migliori servizi ai propri lettori e utenti, abbiamo modificato alcune delle nostre politiche per rispondere ai requisiti del nuovo Regolamento Europeo per la Protezione dei Dati Personali (GDPR). Abbiamo aggiornato la Privacy Policy per renderla più chiara e trasparente e per introdurre i nuovi diritti che il Regolamento ti garantisce. Ti invitiamo a prenderne visione: [clicca qui per leggere l'informativa](#).

sei in » Italia e Mondo » **Economia**

Seleziona lingua ▼

— TRIESTE —

## Domori (Gruppo illy), chiude in utile

In 2019 fatturato a +7%. Vendite in crescita, a quota 19,5 mln

09 Aprile 2020



### NEWS DALLA SEZIONE

MILANO



**Unicredit: supporto economia punto fermo**



Ascolta ▶

aaa

TRIESTE, 09 APR - Per la prima volta nella sua storia, **Domori** (Gruppo **illy**), marchio piemontese del **Polo del Gusto** specializzato in produzione di cioccolato super premium, chiude in nero. Dopo 20 anni e perdite in passato fino a 1 mln,

la gestione di Andrea Macchione ha invertito il trend e in tre anni ha raggiunto, con il bilancio 2019, l'utile, benché si tratti di una piccola cifra (22 mila euro). Nel duplice ruolo di produttore e distributore di marchi d'eccellenza, la **Domori** lo scorso anno ha acquisito il 100% della **Prestat** LtD, società inglese, produttrice di cioccolato premium e fornitore della Casa Reale (Royal Warrant Holder). I dati principali sono tutti in crescita: fatturato (+7%), vendite (19,5 mln; +7%). Nello specifico, il marchio **Domori** ha venduto per 11,1 mln (+4%) con un sensibile incremento nel Retail (5,2 mln; +11%).

VIDEO

FOTO

AL GIOVANNI XXIII



**Bari, mamma e bimba di due mesi guarite dal Coronavirus: dimesse da ospedale pediatrico**

GDM.TV



**Lascia il tuo commento**

Testo

Caratteri rimanenti: 400

INVIA

TUTTI I CONTENUTI DI QUESTA SEZIONE



**#IOLEGGOACASA**  
 IL TUO GIORNALE  
 NON SI FERMA  
 se non puoi andare in edicola, continua a seguirci su Pc, smartphone e tablet  
 al prezzo scontato di  
**€ 9,90**  
 al mese  
 #IORESTOACASA  
**LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO**  
 sempre con te

**CARO LETTORE  
 ANCHE  
 LA GAZZETTA  
 DEL MEZZOGIORNO  
 ADESSO COSTA € 1,50  
 MA CIO  
 CHE SPENDI  
 IN PIÙ  
 SARÀ INTERAMENTE  
 DEVOLUTO ALLA  
 PROTEZIONE CIVILE  
 PER AFFRONTARE  
 L'EMERGENZA  
 COVID-19**

#aiutiamochicciaiuta

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO  
Iniziativa valida per i mesi aprile e maggio

I PIÙ VISTI DELLA SEZIONE

Accedi



NOTIZIE ▾



Home &gt; Como &gt; Domori, Gruppo illy,, chiude in utile

EMERGENZA CORONAVIRUS

Info Coronavirus Lombardia

## Domori, Gruppo illy,, chiude in utile



Domori, Gruppo illy,, chiude in utile

9 Aprile 2020

### Domori, Gruppo illy,, chiude in utile

Nel duplice ruolo di produttore e distributore di marchi d'eccellenza, la **Domori** lo scorso anno ha acquisito il 100% della **Prestat** Ltd, società inglese, produttrice di cioccolato premium e fornitore della Casa Reale, Royal Warrant Holder,. I dati ...

da altre fonti:

#### Articoli Simili

Week-end del 14, 15 e 16 febbraio: eventi, mostre e sagre. Cosa fare in Lombardia

Cigno reale ferito lungo A58-Teem, soccorso e salvato/ FOTO

Week-end del 31 gennaio e 1-2 febbraio: eventi, mostre e sagre. Cosa fare in Lombardia

San Valentino 2020, ecco cosa fare in Lombardia venerdì 14 febbraio

#### Coronavirus - Italia

**139.422**  
Positivi

**17.669**  
Deceduti



#### Coronavirus - Spagna

**152.446**  
Positivi

**15.238**  
Deceduti



#### Coronavirus - Francia

**112.950**  
Positivi

**10.869**  
Deceduti





## Cioccolato: i 21 migliori produttori per comprarlo online

*I migliori produttori di cioccolato (artigianale e non) e dove comprarli online. Da Gobino a Bonajuto, passando per [Domori](#) e Castagna, dove acquistare buone tavolette su internet.*

[Home](#) > [Spesa](#) > [Prodotti](#) > Cioccolato: i 21 migliori produttori per comprarlo online

di CATERINA VIANELLO 10 Aprile 2020



I **migliori produttori di cioccolato** (artigianale e non) sono a portata di click, se sapete **dove comprarli online**. Proviamo a dirvelo noi, con una selezione ragionata di artigiani e marchi buoni da acquistare, per la consegna a casa, in tutta Italia.m

Vi abbiamo spiegato **come si degusta** il cioccolato. Vi abbiamo svelato **quanti tipi ce ne sono**. Ora non ci resta che indicarvi i migliori siti dove comprare cioccolato online, perché imparare a conoscere il cioccolato implica un allenamento costante di naso e palato.

Ora vi diciamo spassionatamente quale cioccolato vale la pena acquistare online e a quali siti rivolgerci.

## Guido Gobino

### Leggi anche

[Uova di Pasqua 2020: le 12 da ordinare online per tutti i prezzi e le tasche](#)



[Colombe, le migliori marche del supermercato: Prova d'assaggio](#)



[Colombe: l'assurda shitstorm tutta campana contro chi le vende online](#)



[Cioccolato: come leggere etichetta e ingredienti](#)



[Quarantena con bambini? Guida alla sopravvivenza alimentare](#)



### I più letti

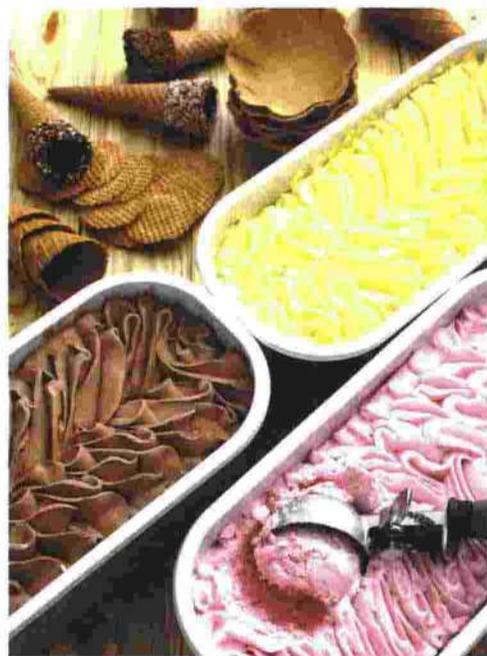
● **MERCATI GELATO**

IL CANALE DELLE GELATERIE, CON LE SUE NUOVE PROPOSTE IN TERMINI DI ASSORTIMENTO E QUALITÀ, IN ITALIA È IN CONTINUA CRESCITA. IL COMPARTO A OGGI VALE 8 MILIARDI DI EURO



# CONO E VASCHETTA, TRENDY E SOSTENIBILI

di Leonardo Rastelli



**I**l mercato del gelato nel fuori casa in Italia vale circa 8 miliardi di euro, con una crescita del canale delle gelaterie e delle nuove proposte distintive in termini di qualità e materie prime selezionate (fonte TradeLab 2018). Unilever ha sviluppato «una strategia integrata tra il gelato e le altre categorie del Foodservice, per essere più rilevanti nei principali canali che serviamo: bar, beach&leisure, hotel, ristoranti. Puntiamo a essere il partner perfetto, offrendo un'ampia gamma di prodotti, soluzioni e attrezzature» afferma Alessandro Alaimo Di Loro, Channel & Category Out of Home.

## LARGO AI NUOVI LANCI

Le novità nel mercato dei gelati si susseguono a ritmo serrato e con strategie diverse. Sammontana propone novità nel segmento

stecchi (Gruvi), ma anche nelle gamme Cinque Stelle e Coppa Oro: in quest'ultimo caso, l'azienda ha attivato con Fabbri 1905 e Domori «due partnership di rilievo, a sostegno della qualità e della premiumness di uno dei prodotti storici e di maggior successo dell'azienda. E per i più esigenti arriva UAU!, la barretta gelato proteica alla vaniglia, con copertura al gusto di cioccolato al latte e granella di biscotto», sottolineano dal marketing.

Anche G7, che sviluppa nell'out of home quasi il 6% del fatturato, gioca le carte dell'assortimento e della qualità: «Un'offerta molto ampia di gusti, coerente con la filosofia e gli standard qualitativi del prodotto retail. Nel formato 4.750 l abbiamo oltre 30 gusti e cresce la presenza di referenze per il consumo on the go», evidenzia il Responsabile

● **MERCATI GELATO**

**SAMMONTANA**

**Innovazione per tutti i brand**

È un 2020 all'insegna delle novità quello di Sammontana, a cominciare dal **comparto degli stecchi, segmento strategico per l'azienda**. «Quest'anno - conferma il marketing dell'azienda toscana - lanciamo **Gruvi, lo stecco con tre consistenze**, copertura morbida e croccante, interno cremoso e cuore compatto, disponibile nei gusti pistacchio, cocco e croccantino». Altre new entry riguardano la **gamma Cinque Stelle con l'edizione limitata Ricordi dalla Costiera**, una crema gelato con granella di biscotto e note di limone, e **Coppa Oro**, con due lanci: **Coppa Oro Amarena**, con amarene Fabbri, e **Coppa Oro Cioccolato** con cioccolato **Domori**. Si allargano anche la **gamma Armando**, linea di prodotti a base di latte di mandorla, senza latte né glutine, con uno stecco al cacao con variegatura al cacao e nocciola e la linea **Fruttiamo**, con frutti rossi e yogurt e mango e yogurt.

**SAMMONTANA**

<b>Marchi del fuori casa</b>	Cinque Stelle, Coppa Oro, Gruvi, Amando, Fruttiamo, UAU!
<b>Prodotto</b>	<b>Gruvi</b>
<b>Descrizione</b>	Stecco gelato caratterizzato da tre consistenze diverse: copertura morbida e croccante, interno cremoso e cuore compatto. Disponibile nei gusti pistacchio, cocco e croccantino
<b>Formato</b>	Stecco da 60 g



**Commerciale Italia Sauro Tomei.** Sempre a proposito di ampiezza di offerta, Unilever spazia dai prodotti più golosi a quelli più naturali, realizzati solo con frutta e ghiaccio, fino a quelli per bambini e copre i formati più richiesti sia nell'impulso, sia nello sfuso (vaschette da 2 e 5 litri). **Gelati Pepino 1884**, da parte sua, presenta quest'anno la linea Bio, un progetto per il quale l'azienda ha effettuato importanti investimenti strutturali e previsto la conversione di tutta la frutta utilizzata da convenzionale a biologica. Senza dimenticare «l'accordo con **Inalpi**, **unica produttrice italiana di latte in polvere**, dapprima per il Fior di Latte e il Pinguino al Fior di Latte: una partnership allargata con l'inserimento di latte, burro e panna

**Rapporto qualità/prezzo**

E AMPIA RANGE DI REFERENZE SONO I FATTORI STRATEGICI

**I trend**

CRESCE LA RICHIESTA DI PACK A RIDOTTO

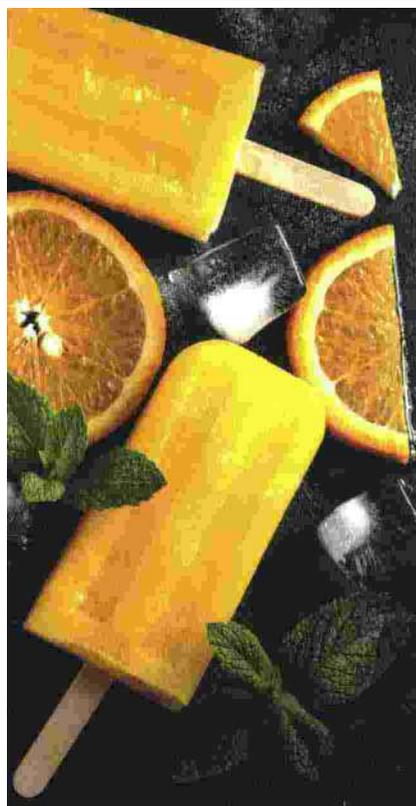
**impatto ambientale**

TRA I NUOVI GUSTI, IL CARAMELLO SALATO E RICETTE PREMIUM FIRMATE DA

**chef stellati**

LA COMUNICAZIONE È **molto social**

**SAMMONTANA HA STIPULATO DUE PARTNERSHIP CON FABBRI 1905 E DOMORI NEL SEGNO DELLA PREMIUMNESS**



**UNILEVER**

**I must Magnum e Cornetto guidano la strategia**

Per cogliere i nuovi trend di mercato, quest'anno Unilever con **Magnum** offre ai consumatori la possibilità di fare una nuova esperienza nel mondo del gelato. «È il primo brand in Italia, nel mondo del gelato – sottolinea **Alessandro Alaimo Di Loro, Channel & Category Out of Home Leader di Unilever** – a creare la perfetta combinazione tra il cioccolato Ruby, naturalmente di colore rosa, senza coloranti né conservanti, che si aggiunge al cremoso cioccolato classico Magnum, al bianco e al fondente». Per l'altro top brand in portafoglio, dopo il successo della limited edition di Isabella Potì, questo è l'anno del **Cornetto firmato da Andrea Tortona**, giovane chef pasticciere stellato, che propone «una golosa salsa al lampone, ricco gelato alla panna, croccante cialda al cacao e doppia punta al cioccolato, il tutto guarnito con cristalli di zucchero ricoperti al lampone».



**UNILEVER**

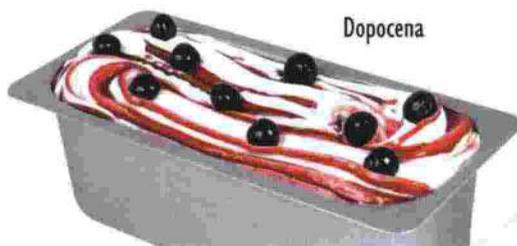
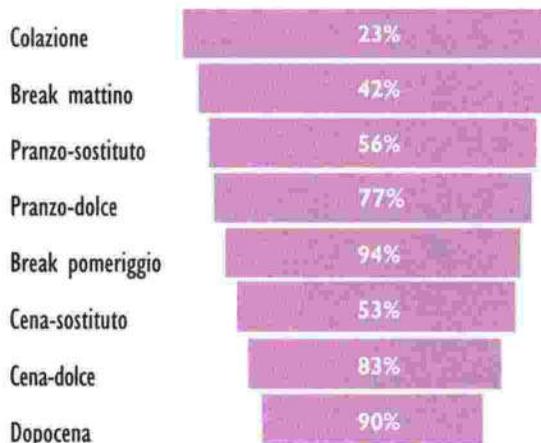
<b>Marchi del fuori casa</b>	Magnum, Cornetto, Cremino, Fior di Fragola, Croccante, Cucciolone, Calippo, Solero, Grom, Carte d'Or, Cafèzero, Babasucco, Dolcevita, Fatti per te
<b>Prodotto</b>	<b>Magnum Ruby</b>
<b>Descrizione</b>	Cremosissimo gelato alla panna, ricoperto da cioccolato croccante Magnum Ruby e un tocco di salsa ai frutti di bosco per esaltare le naturali note fruttate del cioccolato Ruby
<b>Formato</b>	Confezione da 150 g

**Anche il gelato artigianale va a gonfie vele**

Gli italiani sono inguaribili consumatori di gelato. Secondo l'analisi Consumer Tracking 2019/2020 di TradeLab, la quasi totalità dei connazionali d'età compresa tra i 18 e i 65 anni (il 93%, pari a 35 milioni di persone) consuma il gelato artigianale fuori casa. In otto casi su 10 il vissuto del gelato artigianale è quello di un "gelato prodotto nella gelateria nella quale viene acquistato": la pensano così soprattutto al Nord e nella fascia d'età più matura, ovvero 45-65 anni. Dall'indagine emerge che **il gelato artigianale è consumato prevalentemente dall'ora di pranzo in poi**. Il consumo a colazione o nella pausa mattutina è segnalato maggiormente nelle aree del Centro e del Sud/Isole. **L'acquisto avviene perlopiù d'impulso** (nel 72% dei casi), mentre a programmarlo sono soprattutto i giovani 18-34enni. E i formati? I più acquistati sono il cono, la coppetta da passeggio e (meno di frequente) la vaschetta da asporto. Otto su 10 scelgono le creme, in particolare pistacchio, nocciola e cioccolato.

**Le occasioni d'acquisto del gelato**

Analisi Consumer Tracking 2019/2020 - fonte: TradeLab



**MERCATI GELATO**



**ALPEKER**

**Yogurteria Merano, spuntino estivo on-the-go**

Alpeker ha apprezzato da poco il fuori casa. «Con Yogurteria Merano - spiegano dall'azienda - vogliamo offrire ai consumatori la **perfetta soluzione per uno spuntino estivo on the go**. Il nostro frozen yogurt, infatti, è cremoso come un gelato e leggero come uno yogurt, grazie al 75% di yogurt e latte fresco che lo compongono. In più è **senza lattosio, senza glutine e ricco di fermenti lattici vivi e attivi**. Il nostro barattolino da 80 g è perfetto come sano spuntino da passeggio per grandi e piccoli». Il prodotto è disponibile in quattro gusti: **Ribes mirtilli e melograno, Caramello dalato, Vaniglia e lampone, Bianco naturale**. Quest'anno arriveranno il cono ribes mirtilli e melograno e gli stecchi in versione bianco naturale o frutti di bosco.



**ALPEKER**

<b>Marchi del fuori casa</b>	Yogurteria Merano
<b>Prodotto</b>	<b>Coni e stecchi di Frozen Yogurt</b>
<b>Descrizione</b>	Frozen yogurt in stecco bianco naturale o con un vortice di frutti di bosco, e in cono con ribes, mirtilli e melograno in una cialda croccante ricoperta e punta ripiena di cioccolato. L'unico senza lattosio, ricco di fermenti lattici vivi e fatto con 75% di yogurt e latte fresco dell'Alto Adige
<b>Formato</b>	Cono 4x70 g, Stecco 5x50 g

Inalpi nell'intera produzione». Quanto al packaging, cresce l'attenzione all'ambiente. «Stiamo riscontrando una sensibilità sempre maggiore - confermano in Alpeker - da parte dei consumatori e delle aziende nei confronti della **sostenibilità dei packaging e della riduzione degli imballaggi**, specialmente in plastica. Noi restiamo coerenti alla nostra scelta originale di utilizzare solo barattoli di carta».

**FUORI CASA... ANCHE ALL'ESTERO**

Il fuori casa ha un'incidenza del 35% sul totale fatturato di Gelati Pepino 1884, che ha una rete distributiva diretta e si avvale anche di grossisti, ma punta pure su una rete che si compone di punti vendita diretti e indiretti: annovera tra i suoi clienti il celebre Käfer di Monaco di Baviera ed è presente al bar dello Skyway Montebianco, a ben 3.466 metri di altitudine. «Il Pinguino, il mantecato e i sorbetti alla frutta - fa notare **Alberto Mangiantini, Amministratore Delegato di Gelati Pepino 1884** - dall'inizio dell'anno si possono gustare anche al Camden Market di Londra, all'interno del progetto Italian Alley. Un primo passo di un percorso di sviluppo in Europa e in Usa, con la creazione, tra l'altro, di referenze dedicate ai consumatori esteri». Unilever serve il mercato grazie a una vasta rete di concessionari che le assicura una distribuzione capillare. Infine, spiega Sauro Tomei, «G7 con i cash & carry va direttamente in piattaforma, mentre il canale Horeca viene servito attraverso i grossisti. L'azienda punta molto anche sull'export, sviluppando il 30% del fatturato in oltre 60 paesi».

**COINVOLGERE IL CONSUMATORE**

E la comunicazione? Sammontana ha attivato un'operazione di instant win con Gardaland, grazie alla quale è possibile vincere fino a 300 ingressi al parco e tre soggiorni al Gardaland Adventure Hotel. «Sono

UNILEVER ITALIA  
 DISTRIBUISCE I PRODOTTI  
 ATTRAVERSO  
 UNA VASTA RETE  
 DI CONCESSIONARI

attive altre due operazioni a premi su prodotti in licenza per i bambini: Stecco Frozen e Coppa Gormiti».

Un altro fronte che vede attiva Sarmontana è il progetto Lidi Green, con oltre 100 strutture coinvolte che parteciperanno all'iniziativa attraverso la fornitura di attrezzature ad alta efficienza energetica, come frigoriferi e contenitori.

«Sul gelato da inizio stagione la comunicazione è rivolta a un target consumer – afferma Alessandro Alaïmo di Loro di Unilever Italia – ed è a 360 gradi: ATL, punto vendita, digital. Per il Foodservice ci focalizziamo sul B2B, non trascurando la parte consumer. A livello promozionale, studiamo le soluzioni migliori per i nostri concessionari e i nostri clienti, sia sulla base dell'area geografica sia dei prodotti».

**GELATI PEPINO 1884**
**Il sorbetto Persea sostiene la filiera dell'avocado**

Con la sua ultrasecolare attività, Gelati Pepino 1884 ha fatto la storia del gelato: basti pensare al **Pinguino, il gelato su stecco ricoperto di cioccolato brevettato, primo al mondo, nel 1938**. Negli ultimi anni il brand ha spinto sulla leva dell'innovazione. È di pochi mesi fa il lancio della **linea Persea: «In particolare, il sorbetto su stecco a base di avocado al gusto lime è una novità alla cui base è presente l'avocado**, materia grassa che regala la stessa cremosità del latte. Un'iniziativa che acquisisce ulteriore valore perché si inserisce in **un progetto fortemente voluto dalla WAO-World Avocado Organization**, realtà no profit nata nel 2016 con sede a Washington D.C., che raggruppa i maggiori produttori, esportatori e importatori di avocado attivi in Messico, Perù, Sud Africa e Stati Uniti».


**GELATI PEPINO 1884**

<b>Marchi del fuori casa</b>	Gelati Pepino 1884
<b>Prodotto</b>	<b>Sorbetto su stecco Persea</b>
<b>Descrizione</b>	A base di avocado al gusto lime, è un gelato prodotto senza latte. Un nuovo prodotto alla cui base è presente l'avocado, materia grassa che per la sua consistenza regala la stessa cremosità del latte
<b>Formato</b>	Stecco da 70 g



APRILE 2020 FOOD SERVICE 95



Domori

## Il cacao è meno amaro Primo utile della storia

Per la prima volta nella sua storia, Domori (Gruppo Illy), marchio piemontese del Polo del Gusto specializzato in produzione di cioccolato super premium, chiude in attivo. Con la gestione di Andrea Macchione (nella foto) ha raggiunto nel 2019 un utile di 22mila euro.



Cioccolato  
**Domori** (gruppo **Illy**)  
torna a fare utili

**Dop anni di bilanci in rosso Domori (gruppo Illy) ha chiuso il 2019 con un lieve utile, di 22 mila euro.**

