



Da sinistra:
Cristiana e Paola Cabalà

L'OFFICINA DEL CIOCCOLATO - PAOLA CABALÀ, TITOLARE

"Il nostro è un laboratorio specializzato nelle forme di cioccolato. Certo, realizziamo anche tavolette, ma ci distinguiamo per le nostre creazioni che riproducono fedelmente oggetti comuni...interamente realizzati con il cibo degli déi!" spiega Paola Cabalà. L'Officina del cioccolato, situata fra le montagne della provincia di Domodossola, è gestita da quattro so-

relle, che hanno trasformato la pasticceria di famiglia in un luogo dedicato esclusivamente alla lavorazione del cacao. "L'imperativo è personalizzare. Ogni nostra creazione è diversa dalle precedenti. I nostri prodotti sono venduti direttamente ai privati, alle pasticcerie e alle fiere. Sono importanti anche i canali Horeca e quello dei gadget aziendali, sempre più richiesti".

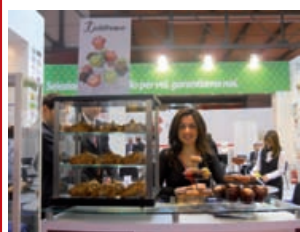
MANDRILE & MELIS - GIULIANO MELIS, TITOLARE

"Il nostro cuneese al rhum, ça va sans dire, è il prodotto di punta. Negli ultimi anni, però, abbiamo cercato di ampliare la gamma della nostra offerta. Nascono così, per esempio, la pralina all'aceto balsamico, presentata proprio a Tuttofood, o la linea di grissini ricoperti di cioccolato al latte e fondente. Quest'ultimo prodotto ci ha dato, nel 2010, molte

soddisfazioni", dichiara Giuliano Melis. Gli articoli firmati Mandrile&Melis sono distribuiti dai negozi specializzati e dai grossisti. E se le scelte aziendali hanno portato a escludere la presenza nei supermercati, l'azienda di Cuneo guarda con molto interesse all'export, che già oggi ha un valore pari al 30/40% del fatturato complessivo.



DÈLIFRANCE - LOREDANA COLIANNI, MARKETING & COMMUNICATION



La multinazionale francese, che vanta filiali in tutta Europa e, dal 2003 anche in Italia, era presente a Tuttofood con la sua vasta gamma di prodotti da forno surgelati. Spiega Loredana Colianni: "Destinati soprattutto al canale Horeca, le nostre linee di articoli dolciari si distinguono per la scelta di materie prime di qualità". Protagonisti a Tutto-

food sono le ultime due novità della multinazionale: Delibreak, una linea di dolci da forno già cotti, che necessitano unicamente di essere scongelati, e Delissimo, un croissant dalle caratteristiche tipicamente italiane, nella forma e nella consistenza, ma realizzato con il burro, ingrediente imprescindibile della tradizione dolciaria francese.

FORNO D'ASOLO - MARIO LADDAGA, DIRETTORE VENDITE

"Nonostante il costo eccezionale della materia prima, siamo riusciti a chiudere il 2010 con una crescita interessante, sia in termini di volumi che di fatturato. Fra le nostre famiglie di prodotto, snack, piatti pronti, salati e croissant, sono stati questi ultimi a registrare le performance migliori", dichiara Mario Laddaga. I canali presidiati dall'azienda, nota anche

per la sua ampia gamma di articoli da forno surgelati, sono l'Horeca, soprattutto i bar, forniti grazie a un'efficiente rete distributiva diretta, il vending e il catering, nei quali Forno D'Asolo è presente con packaging adatti e specifici. Nei progetti dell'azienda trevigiana quello di aprirsi all'export che, ad oggi, rappresenta il 10% del fatturato.



CUPIELLO - EUGENIO SIMIOLI, RESPONSABILE COMMERCIALE

Specializzata nella produzione di gastronomia italiana surgelata, Cupiello, marchio food service di Fresystem, vanta una ricca gamma di articoli per la prima colazione all'italiana. Spiega Eugenio Simioli: "La famiglia di prodotto che guida il business dell'azienda è la cornetteria, anche se negli ultimi tre, quattro anni risultati importanti giun-

gono dalla linea "Già cotti": dessert immediatamente pronti per l'uso". La produzione Cupiello è destinata per il 50% ad articoli a marchio proprio, e, per il restante 50%, a marchio terzi. Importante la collaborazione con McDonald's in Europa, che permette all'azienda di affacciarsi sul mercato estero, che, oggi, conta per il 5%.

SORELLE NURZIA - RITA FARRONI, TITOLARE

L'avventura di questa piccola azienda familiare che ha sede a L'Aquila inizia nel lontano 1835 con la produzione del torrone tenero al cioccolato. Questo articolo è, ancora oggi, il prodotto di punta dell'azienda: "E ancora oggi, come allora, tutto il torrone è realizzato a mano, da un team che, nel periodo natalizio, raggiunge i 30 dipendenti e arriva a

produrre 3mila litri di questo dolce", afferma Rita Farroni. Al secondo posto nella produzione, si trova il torrone tenero con mandorle e pistacchi, che è distribuito, soprattutto in Italia centrale, dal normal trade e dalla Gdo. Per quanto riguarda l'export, l'azienda mira a rafforzare la sua presenza sui mercati stranieri.




Teshi Mediagroup racchiude un pool di tre società editrici specializzate nell'informazione B2B: Frimedia, Edizioni Turbo e Sport Press. Attraverso le varie testate Teshi Mediagroup fornisce strumenti di comunicazione che si rivolgono agli operatori dei settori: entertainment, sport e food

www.teshi.net

