



LC

01 - 31 dicembre 2019

INDICE

LC

31/12/2019 MF - Nazionale Gli avvocati non saranno spazzati via dagli algoritmi	7
30/12/2019 Il Sole 24 Ore Staff degli studi legali: l'anno dei lateral hire	8
18/12/2019 Il Corriere di Alba Langhe e Roero RICONOSCIMENTO Sviluppo sostenibile, Ad Alba il prestigioso premio Best Business	9
17/12/2019 Cronaca del Veneto SNAIDERO VINCE IL SAVE THE BRAND AWARD	10
16/12/2019 Il Mattino - Nazionale ADDIO AL PANETTONE DI MILANOI PIÙ GUSTOSI SONO I CAMPANI	11
13/12/2019 Il Quotidiano del Sud - Calabria - Catanzaro DATTILO, PREMIO VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO	12
11/12/2019 About Pharma and Medical Devices DLA PIPER, CONSULENZA "FULL SERVICE" SENZA CONFINI	13
12/12/2019 La Stampa - Cuneo Turismo e tutela delle colline Unesco Equilibrio da trovare	14
11/12/2019 Il Giornale del Piemonte e della Liguria Prosegue la stagione del Tartufo bianco d'Alba	16
10/12/2019 Corriere del Mezzogiorno - Bari «Non basta solo il merito Servono i contatti giusti per entrare nel mercato»	17
07/12/2019 Il Secolo XIX - Savona Ferrania, tavoli di studio per nuovi progetti Cairo Riaperta la strada per Rocchetta Cengio Nuovo riconoscimento all'azienda Noberasco Albenga	18
05/12/2019 Eco di Biella Internazionalizzazione Premiata Lauretana	19
06/12/2019 GQ TOP 30 AVVOCATI	20
03/12/2019 La Stampa - Biella Eccellenze biellesi Premiati Lauretana e Caseificio Rosso	28

02/12/2019 Il Sole 24 Ore	29
La sfida tech degli avvocati tra incertezze e opportunità	
06/12/2019 Il Monferrato	30
Zerbinati premiato per l'Innovazione di Prodotto	
06/12/2019 TreBicchieri	31
Withersworldwide	
03/12/2019 Il Monferrato	32
L'Unione Italiana Food alla Zerbinati	

LC WEB

30/12/2019 quotidianodiritto.ilsole24ore.com	34
Staff degli studi legali: il 2019 è stato l'anno dei lateral hire	
23/12/2019 laconceria.it 11:30	35
Acquisizione chimica: a Zschimmer & Schwarz il 60% di Samia	
18/12/2019 Il Sito di Firenze 20:36	36
Brand Hero 2019: Gian Luca Rana vince il premio	
17/12/2019 bebeez.it 07:58	38
Burgo cerca nuovi soci mentre continua a investire nella riconversione degli impianti. Fondo QuattroR tra gli interessati	
16/12/2019 Luciano Pignataro Wineblog 01:37	40
Armatore - Cetara: Save The Brand 2019	
14/12/2019 Luciano Pignataro Wineblog 11:25	43
Miglior pasticciere imprenditore dell'anno: Sal De Riso	
12/12/2019 lastampa.it 09:51	46
L'Alfabeto del futuro: l'equilibrio da trovare fra turismo e tutela delle colline targate Unesco	
11/12/2019 crisalidepress.it	48
Viviana Varese premiata ai Foodcommunity Awards	
10/12/2019 italiaatavola.net 15:38	49
Foodcommunity Awards, la Varese premiata come cuoca-imprenditrice - Italia a Tavola	
09/12/2019 CasertaNews.it 18:47	51
Franco Pepe vince il premio Foodcommunity	

06/12/2019 Largo Consumo.info	52
Gian Luca Rana insignito del premio Brand Hero a Save the Brand 2019	
05/12/2019 italiafruit.net 06:15	54
Il premio «Save the Brand 2019» a Noberasco	
02/12/2019 Agricolae.eu	56
CA' DEL MORO WINE RETREAT SI AGGIUDICA PREMIO "STANZE ITALIANE" TOURING CLUB, UNICA STRUTTURA VENETA TRA 4 VINCITRICI NAZIONALI	
02/12/2019 italiafruit.net	57
Zerbinati vince il premio «Save the brand» 2019	
30/11/2019 arezzone notizie.it 13:08	58
Finanza per la crescita, a Monnalisa il premio Save the Brand. Iacomoni: "Ne sono orgoglioso"	
09/12/2019 ansa.it 18:04	59
De Riso, premio pasticciere-imprenditore	
08/12/2019 bereilvino.it	60
Vino, Turismo e Marketing, la Collina dei Ciliegi fa il pieno di riconoscimenti	
05/12/2019 lamiafinanza.it	61
Vino: a "Masi Wine Experience" la sesta edizione del premio "Save The Brand - Fashion Food Furniture"	
02/12/2019 focus-online.it 01:12	63
Noberasco: premio Save the Brand 2019	
12/12/2019 Horeca News 05:38	64
Tutti i vincitori dei Foodcommunity Awards 2019	
11/12/2019 Gazzetta di Salerno 09:58	67
Sal De Riso pasticciere dell'anno ai Foodcommunity Awards. - Gazzetta di Salerno	
11/12/2019 focus-online.it 01:09	68
Milano, Teatro Nuovo: ai Foodcommunity Awards premiate le eccellenze del Food & Beverage	
02/12/2019 quotidianodiritto.ilsole24ore.com	72
La sfida tech degli avvocati tra incertezze e opportunità	
30/11/2019 Federvini 10:10	73
Masi Agricola premiata dal Save the Brand 2019 - Federvini	

18/12/2019 gazzettadellaspezia.it 16:25	75
Gian Luca Rana è Brand Hero 2019: nel settore alimentare premiata la qualità del Pastificio Rana	
12/12/2019 designdiffusion.com 15:00	77
Da Majano a Pechino, Snaidero avanza	
11/12/2019 langheroeromonferrato.net	78
Alba, il Tartufo Bianco d'Alba dopo la Fiera Internazionale ancora protagonista	
10/12/2019 Amalfi Notizie 10:25	80
Foodcommunity Awards: Sal De Riso è il "Miglior pasticciere imprenditore dell'anno"	
12/12/2019 WineMag.it 11:51	81
Proseguono le iniziative della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba	
18/12/2019 ilquotidianodellazio.it 18:35	83
"Brand Hero 2019" a Gian Luca Rana, per il successo del Pastificio Giovanni Rana	

LC

18 articoli

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Gli avvocati non saranno spazzati via dagli algoritmi

Innovazione, tecnologia e mercato dei servizi legali. *Lex Machine* (LC Publishing), il nuovo libro di Nicola Di Molfetta, giornalista, direttore di MAG e group editor in chief di LC Publishing (società che edita i portali *Legalcommunity.it*, *Financecommunity.it* ecc.), è un'inchiesta giornalistica sul processo di cambiamento in atto nel settore della consulenza legale d'affari e più in generale della professione forense.

Si tratta del primo libro che racconta il fenomeno dell'innovazione applicata alla professione da una prospettiva italiana. Fino a oggi, infatti, la letteratura disponibile sul tema è stata prevalentemente di matrice anglosassone e pertanto capace di spiegare solo fino a un certo punto l'impatto che la trasforma-



zione in senso digitale dell'attività legale è destinata ad avere in Italia. Di Molfetta indaga il fenomeno da Milano, ovvero dal cuore del legal business nazionale e mette assieme i pezzi di un mosaico estremamente articolato, rispondendo a tutte le domande che operatori e osservatori del mercato si pongono in questa fase delicatissima. La prima e più rilevante di tutte riguarda il destino della categoria: sarà possibile un

mondo senza avvocati ovvero in cui i legali saranno totalmente rimpiazzati da software e algoritmi? Di Molfetta invita alla calma e dice chiaramente che ipotizzare una sostituzione tout court dei professionisti da parte dei robot è non solo prematuro ma altamente improbabile. Piuttosto, ciò a cui si va incontro è una riforma strutturale del mercato e dell'organizzazione degli studi che, sempre più saranno organizzazioni fatte di uomini, macchine e processi. (riproduzione riservata)



RECORD DI 157 SPOSTAMENTI (+19,8%)

Staff degli studi legali: l'anno dei lateral hire

Il 2019 è stato un anno record per quanto riguarda i movimenti degli avvocati. I soci di studi legali d'affari che hanno "cambiato casacca" nel corso dell'anno sono stati, infatti, 157 (dato al 2 dicembre), contro i 131 del 2018 e gli 86 dell'anno prima. Dunque - come registra [Legalcommunity.it](#) sulla rivista Mag - un aumento dei lateral hire del 19,8% tra il 2018 e il 2019. Corporate M&A le practice più richieste (rappresentano il 21,4%).

Spostamenti che hanno determinato anche un travaso di fatturato da uno studio all'altro. In questo caso la cifra è sostanzialmente in linea con quella dello

scorso anno: 76,2 milioni contro i 76,1 del 2018.

Mediante il business case spostato dai professionisti che generalmente hanno il titolo di partner si è attestato sui 490mila euro, contro i 580mila dell'anno prima. I profili con un business case di un milione di euro o più sono stati il

6,7% del totale. Fra tutti, l'integrazione della boutique Lombardi e associati con BonelliErede ha rappresentato senza dubbio l'operazione più rilevante dell'anno.

E a proposito di movimenti significativi sul versante delle integrazioni di studi e team c'è da registrare anche quella realizzata da EY con l'acquisizione dell'intero pool legale di proprietà intellettuale di Crea.

Invece, tra gli studi che nel 2019 hanno acquisito il maggior numero di professionisti c'è stato Lca, che ha avviato nuove practice e rafforzato competenze esistenti.



© RIPRODUZIONE RISERVATA



RICONOSCIMENTO Sviluppo sostenibile, Ad Alba il prestigioso premio Best Business



LUNEDÌ
9

» La terza edizione dei “Foodcommunity Awards”, evento organizzato dalla testata giornalistica foodcommunity.it del gruppo LC Publishing, ha premiato

lunedì 9 dicembre, a Milano, 38 eccellenze imprenditoriali nel mondo del food&beverage e della ristorazione che si sono particolarmente contraddistinte, nell’ultimo anno, per la crescita del business. La manifestazione ha visto la partecipazione di alcuni tra i principali protagonisti della filiera del gusto, chef e imprenditori, che con il loro lavoro, oltre ad aumentare la reputazione della cucina di alto livello in Italia e all’estero, hanno creato valore per il territorio. La presidente dell’Ente Fiera Liliana Allena, accompagnata dal direttore Stefano Mosca, a nome dell’intero territorio albeso, hanno ricevuto il prestigioso premio “Best Practice Business” con queste motivazioni: “Per l’incontro tra cultura, territorio e gastronomia, in un felice connubio tra pubblico e privato, quale esempio di promozione sostenibile che genera una crescita costante dell’indotto della regione”.



IMPORTANTE RICONOSCIMENTO AL GRUPPO

SNAIDERO VINCE IL **SAVE THE BRAND** AWARD

Si è svolta al Four Seasons Hotel di Milano, la cerimonia di premiazione dei "Save the Brand Awards", evento organizzato da LC Publishing Group in collaborazione con ICM Advisors. Il Gruppo Snaidero si è aggiudicato un importante riconoscimento nella categoria Best Practice

Internazionalizzazione, con la seguente motivazione: "L'azienda ha consolidato la presenza in Cina con l'obiettivo di distribuire le cucine sui canali retail e contract iniziando da quattro nuovi flagship". L'Ad del Gruppo Snaidero, **Massimo Manelli**, ha commentato: "Questo importante

riconoscimento giunge al termine di un anno in cui il Gruppo Snaidero è cresciuto in Italia e all'estero grazie ad un importante lavoro di internazionalizzazione dell'azienda, soprattutto con la creazione della jv in Cina che ci porterà ad aprire dieci negozi all'anno nei prossimi tre anni".

Massimo Manelli

GUARDA IL SITO CRONACADELVENETO.COM E SEGUICI SU



ADDIO AL PANETTONE DI MILANO I PIÙ GUSTOSI SONO I CAMPANI



In alto, il pasticciere salernitano Sal De Riso. Nel tondo, sotto, l'irpina Carmen Vecchione

Luciano Pignataro

È stato un crescendo, insomma, che ha visto dapprima il Sud vincere per fantasia e qualità delle materie prime utilizzate, poi anche nelle competizioni in cui ci si confrontava con il panettone milanese classico. Insomma, il Nord che voleva scippare la pizza a Napoli è stato battuto proprio sul suo terreno, il panettone. Ieri di Sal De Riso è riuscito a realizzare il dolce tipico milanese delle feste di fine anno non solo nel formato classico, ma anche in altre 19 varianti con le farciture con prodotti Dop e Igp della Campania, che sono state esportate in tutto il mondo, dall'Australia ai Paesi Arabi agli Stati Uniti.

Il panettone, e in misura secondaria il pandoro, hanno conquistato l'Italia a partire dalla seconda metà degli anni '60 grazie alle grandi industrie che hanno iniziato a produrlo e a diffonderlo attraverso le proprie reti commerciali in tutta la Penisola. Ben presto questo lievitato, che appartiene al filone dei dolci rurali, ossia dei pani che diventano dolci nei giorni di festa, è diventato il simbolo del Natale proprio grazie al forte impatto dovuto alla forza della grande industria mettendo nell'angolo i dolci regionali della tradizione natalizia.

Ma proprio su questo terreno il Sud ha poi costruito una sorta di rivincita, da quando, una de-

cina di anni fa, è scoppiata la moda del panettone artigianale, ossia senza conservanti, senza coloranti e soprattutto senza aromi, ma solo con ingredienti naturali. Una rivincita anzitutto dei piccoli laboratori nei confronti della grande industria, e poi anche dei maestri meridionali che si sono riusciti ad imporre nelle diverse competizioni.



Sal De Riso ha del resto una lunga storia alle spalle: partito con una piccola pasticceria alle spalle della chiesa di Santa Trofimenia a Minori, ha avuto il giusto piglio imprenditoriale allargandosi sul lungomare dello splendido borgo della Costiera e costruendo un laboratorio a Tramonti. Occhi sempre puntati sulle materie prime di qualità, tanta simpatia in Tv alla Prova del Cuoco ai tempi di Antonella Clerici, il giovane pasticciere di Minori ha rinverdito una grandissima tradizione della Penisola Amalfitana, dove l'arte pasticceria è stata a lungo custodita nei conventi da monache e monaci. Ora il successo di Milano e, in accoppiata, un altro riconoscimento, sempre a Milano. Quello di miglior pasticciere imprenditore alla terza edizione dei Foodcommunity Awards, la kermesse che premia le eccellenze imprenditoriali per il business. In questo caso Sal De Riso non ha vinto con il panettone, ma con i voti degli utenti di Instagram.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DATILLO, PREMIO VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

A UN anno dalla vittoria di Caterina Ceraudo ai foodcommunity.it Awards come "Miglior Chef under 35", al Teatro Nuovo di Milano il ristorante Dattilo si aggiudica un altro importante riconoscimento: il premio alla valorizzazione del territorio che Caterina e Susy hanno voluto dedicare alla Calabria, aspra e bellissima, alla propria famiglia e a tutto il team Ceraudo.

«È stato mio padre Roberto - racconta Caterina Ce-

raudo dalle pagine del suo profilo di Facebook - a insegnarmi a sognare: più di 40 anni fa, ha investito coraggiosamente tutto quello che aveva nell'acquisto della sua azienda agricola, diventando un pioniere della coltivazione biologica in Calabria. Oggi nel nostro ristorante Dattilo proponiamo piatti realizzati con il frutto di quel sogno, accompagnati da olio e 9 etichette di vino di nostra produzione.

E la stella Michelin del Ristorante Dattilo continua a brillare!



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



▼ AZIENDE

DLA PIPER, CONSULENZA “FULL SERVICE” SENZA CONFINI

Lo studio legale internazionale offre una vasta gamma di servizi nel campo del Life science attraverso una sinergia tra i diversi dipartimenti operanti in uffici dislocati in tutto il mondo

▲ A cura della redazione
di AboutPharma and Medical Devices
redazione@aboutpharma.com

Da anni la consulenza di DLA Piper è sinonimo di qualità, soprattutto nel campo life sciences che per lo studio legale è un settore cruciale. “Siamo stati tra i primi a puntare sui sector e tra questi proprio sul Life Sciences, sia a livello italiano che globale. Il sector Life Sciences, creato nel 2011 a livello globale, ha anticipato la strategia di approcciare il mercato per sector. Abbiamo percorso i tempi”. A dare un quadro della situazione è Roberto Valenti, Partner e Head of Sector Life Sciences di DLA Piper.

MULTIGIURISDIZIONE...

“Il sector italiano è parte del global Life Science sector e ne è un elemento importante. Siamo uno studio multigiurisdizionale – continua Valenti – e molti mandati vengono svolti con l’ausilio dei colleghi degli oltre 60 paesi nei quali operiamo, direttamente o tramite relationship firms. Ciò è ancor più vero dato che a capo del Global sector di DLA Piper nelle scienze della vita c’è Marco De Morpurgo, che è con noi dall’ottobre 2018”. In azienda risulta cruciale avere competenze diversificate. I professionisti che lavorano in questo campo conoscono le regole del settore e le dinamiche in ambito di gare, appalti, contrattualistica o litigation da prodotto. Tut-

te materie “sulle quali lavoriamo da anni”, puntualizza Valenti.

...E FULL SERVICE

L’importante è rispondere a tutte le esigenze per la diversa tipologia di clientela, che si tratti di aziende farmaceutiche o produttori di dispositivi medici. I team assistono i clienti durante l’intero ciclo di vita del prodotto, dalle attività di sviluppo alla commercializzazione e la farmacovigilanza. Funziona bene la metafora che lo stesso Valenti usa: “Siamo uno studio full service, in grado di assistere il cliente in tutte le aree di interesse della società, a differenza di studi boutique che, anche se possono fornire una consulenza di buona qualità, devono necessariamente concentrare la propria attività su specifiche aree. Noi come Italia – spiega ancora Valenti – siamo una specie di hub a livello internazionale. Abbiamo aggiunto alla nostra organizzazione un professionista del calibro di Marco De Morpurgo, che lavora al 100% in ambito life sciences e ha maturato esperienze importanti in grandi studi internazionali. Marco era basato a Parigi ed è tornato in Italia per diventare un punto di riferimento per l’attività regolatoria a livello globale, con il ruolo di Global Co-Chair del sector Life Sciences, in coordinamento con il suo collega americano che ha sede a Washington”. ▲

Parole chiave

Life sciences, Healthcare, full practice, regolatorio, studio legale internazionale
Aziende/Istituzioni
Dla Piper

Un po' di numeri

DLA Piper è uno studio legale internazionale presente, direttamente o attraverso relationship firm, in 66 Paesi. Con i suoi oltre cinquemila professionisti è in grado di rispondere a ogni richiesta di assistenza legale e fiscale in qualsiasi parte del mondo. Ha sette dipartimenti (Corporate, litigation & regulatory, employment, real estate, finance, projects and restructuring, tax e intellectual property) e undici sector (energia, scienze della vita, beni di consumo, media sport & intrattenimento, finanza, private client, salute, real estate, industria, tecnologia e assicurazione). In Italia lo studio conta oltre 270 professionisti distribuiti nelle sedi di Milano e Roma. Il team, che comprende avvocati italiani e stranieri, gestisce, per qualità e dimensione, i progetti più complessi e quelli con le più spiccate caratteristiche di internazionalità. Molti i riconoscimenti; dal 2015 DLA Piper è in prima fascia nel ranking life sciences stilato da “The Legal 500” e dal 2018 è in prima fascia anche in “Chambers and Partners”. Nel 2016 è stato insignito del titolo “Studio dell’anno biomedicale” ai Top legal industry awards e nel 2015 è stato “Studio dell’anno” agli Ip&Tmt awards organizzati da [Legalcommunity](#).

Lunedì ad Alba il tour de La Stampa "L'Alfabeto del futuro"

Turismo e tutela delle colline Unesco Equilibrio da trovare

EVENTO

ROBERTO FIORI
ALBA

La Fiera del tartufo albesse si è ormai conclusa da qualche settimana, ma l'attrazione turistica di Langhe e Roero non si è affatto esaurita, confermando un processo di destagionalizzazione ormai in atto da qualche anno, anche se la strada da percorrere è ancora lunga.

Ed è proprio valutando questo modello di successo che la terza edizione dei **Foodcommunity Awards**, evento organizzato da **foodcommunity.it**, ha premiato lunedì a Milano l'Ente Fiera internazionale del tartufo bianco d'Alba con il riconoscimento «Best Practice Business del Territorio per l'incontro tra cultura, territorio e gastronomia - connubio tra pubblico e pri-

vato - esempio di promozione sostenibile che genera una crescita costante dell'indotto della regione». Il premio è stato ritirato dalla presidente Liliana Allena e dal direttore Stefano Mosca. «È un riconoscimento che ci onora e ci spinge a operare sempre meglio - dice il direttore Mosca -. La Fiera albese è un brand molto conosciuto, che negli anni ha saputo trasformarsi da festa paesana a contenitore di qualità. Ma le sfide da affrontare sono ancora tante, a partire proprio dai temi della cultura e della sostenibilità».

In Fondazione Ferrero

Il settore del turismo e dei viaggi ha visto mutare radicalmente le proprie dinamiche in poco tempo. Basti pensare che oggi, attraverso lo smarphone, possiamo prenotare in un clic

29 milioni di camere d'albergo in tutto il mondo e oltre 6 milio-

ni di sistemazioni alternative. In un simile contesto, quali sono le parole chiave per parlare di sostenibilità del turismo enogastronomico?

«Difficile rispondere - dice Mauro Carbone, direttore dell'Ati Langhe Roero Monferrato -. Sostenibilità è una di quelle parole magiche che tutti usano, ma che rischiano di non dire nulla. Per questo occorre interrogarsi su quali siano i problemi del nostro settore e del territorio, per affrontarli consapevolmente». Un esempio? «Il sistema dei trasporti, sulle colline del vino, non è certo smart: in assenza di alternative, qui

prevale l'uso privato dell'auto anche tra i turisti. E poi la gestione dei flussi: abbiamo problemi di "overtourism", ovvero di sovraffollamento? E come possiamo eventualmente rimediare?».

Domande a cui La Stampa cercherà di dare risposta proprio ad Alba, con la seconda tappa de «L'Alfabeto del futuro», il tour organizzato insieme con le testate del gruppo Gedi News Network per aiutare i lettori a imparare, attraverso il linguaggio della modernità, le infinite innovazioni che ogni giorno cambiano la nostra vita. L'appuntamento è lu-

nedì alle 17,30, nell'auditorium della Fondazione Ferrero. Nella terra che nel 2014 è diventata Patrimonio dell'Umanità, si parlerà con ospiti autorevoli di un «Nuovo patto per salvare l'ambiente», declinato tra opportunità imprenditoriali, tutela del territorio e prevenzione dei rischi. Perché di fronte ai cambiamenti che stanno avvenendo anche nel

nostro vivere quotidiano, la necessità di garantire un futuro al Pianeta è diventata un'urgenza percepita non solo dalle istituzioni, ma anche dai singoli cittadini. —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato





Liliana Allena e Stefano Mosca dell'Ente Fiera del tartufo premiati a Milano

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

L'ENTE FIERA INTERNAZIONALE DEL TARTUFO BIANCO D'ALBA COINVOLTO IN MOLTE INIZIATIVE

Prosegue la stagione del Tartufo bianco d'Alba

Per la valorizzazione del distretto gastronomico e turistico delle colline Unesco di Langhe Monferrato e Roero

da Alba

■ Il 24 Novembre scorso si è conclusa l'89^a edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, ma non è mai cessata l'attività dell'Ente Fiera del Tartufo Bianco d'Alba. Sono tantissime infatti le iniziative che vedono coinvolta l'organizzazione albese nella diffusione dell'eccellenza enogastronomica delle colline di Langhe Monferrato e Roero.

Dopo l'evento "La Nocciola In Tavola" a Benevello, che ha visto protagonista la Nocciola insieme al Tartufo Bianco d'Alba, lo scorso 3 dicembre l'Ente Fiera ha partecipato ad una tavola rotonda dal titolo: "Shopping ed enogastronomia: un binomio perfetto" che si è tenuta a Milano allo Shopping Tourist Forum - il forum italiano organizzato a Palazzo Castiglioni da Confturismo-Confcommercio. Il Direttore dell'Ente Fiera del Tartufo Stefano Mosca ha portato l'esempio virtuoso del distretto albese nel collegamento fra turismo e shopping e nel coinvolgimento sinergico degli operatori di tutta la vastissima filiera nella promozione del territorio. In particolare è stato importante sottolineare che il rapporto fra turismo e commercio, sempre più sfaccettato e complesso, è oggi una opportunità da cogliere per offrire ai turisti una esperienza indimenticabile e un servizio sempre più qualificante.

Nell'ambito delle iniziative previste dal Protocollo d'Intesa per la valorizzazione del Tartufo Bianco d'Alba e della Fontina DOP, sabato 7 dicembre l'Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba è stata protagonista al Forte di Bard, durante il "Modon d'or" Concorso Nazionale Fontina d'Alpage finalizzato alla valorizzazione del prodotto simbolo della Valle d'Aosta. Il territorio albese, rappresentato

dal Presidente dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero Luigi Barbero e dal Direttore dell'Ente Fiera Stefano Mosca, ha fatto parte della giuria d'eccellenza per l'assegnazione del Modon d'Or alle tre Fontine Dop. Nella stessa giornata è stata inaugurata la mostra "La Penultima Cena e altre storie" organizzata dal collettivo Anotherview e allestita presso le scuderie del Forte di Bard, che resterà aperta fino al 6 gennaio 2020. Il Protocollo di intesa prevedeva infatti oltre alle iniziative di valorizzazione dei due prodotti di eccellenza (la Fontina DOP e il

Tartufo Bianco d'Alba), anche iniziative culturali e di promozione turistica. Nella stessa giornata è stato inoltre presentato il breve video realizzato dalla Regione Valle d'Aosta per la promozione congiunta del Tartufo Bianco d'Alba e della Fontina DOP e dei rispettivi territori di origine.

La terza edizione dei **Foodcommunity Awards**, evento organizzato da **foodcommunity.it**, testata giornalistica del Gruppo **LC Publishing**, ha premiato lunedì 9 dicembre a Milano 38 eccellenze imprenditoriali nel mondo del food & beverage e della ristorazione che si sono particolarmente contraddistinte, nell'ultimo anno, per la crescita del business. La manifestazione ha visto la partecipazione di alcuni tra i principali protagonisti della filiera del gusto, chef e imprenditori che con il loro lavoro, oltre ad aumentare la

reputazione della cucina di alto livello in Italia e all'estero, hanno creato valore per il territorio. La presidente dell'Ente Fiera Liliana Allena, accompagnata dal direttore Stefano Mosca, a nome dell'intero territorio hanno ricevuto il prestigioso premio "Best Practice Business del Territorio per l'incon-

tro tra cultura, territorio e gastronomia - connubio tra pubblico e privato - esempio di promozione sostenibile che genera una crescita costante dell'indotto della regione."

Sabato 14 dicembre, infine, insieme alla Regione Piemonte e alla Città di Alba e in occasione del 70° anniversario del conferimento della medaglia d'oro al Valor Militare, si terrà l'assegnazione del Tartufo dell'Anno alla senatrice Liliana Segre. Appuntamento alle ore 12 al Teatro Sociale "G. Busca" di Alba.

RC



Il decano Michele Laforgia «Non basta solo il merito Servono i contatti giusti per entrare nel mercato»

Insignito della Toga d'onore nonché socio di Polis Avvocati, premiato nel 2018 al «Legal community corporate award» per la sua formula cooperativa, l'avvocato Michele Laforgia non è preoccupato dal fatto che il numero degli aspiranti avvocati, negli ultimi anni, sia fortemente diminuito.

Come si spiega questa inversione di tendenza?

«La diminuzione del numero degli aspiranti avvocati è un fatto fisiologico. Il numero degli iscritti all'albo non è compatibile con un esercizio professionale così largo: ci sono troppi avvocati ed oggi ci sono tanti modi di esserlo. Tralasciando i numeri, ciò che mi spaventano di più - invece - sono le condizioni di assoluto precariato che vivono tanti giovani avvocati, soprattutto donne, che esercitano



Barese
L'avvocato
Michele
Laforgia

di occuparti dei problemi altrui. Nel farlo, però, occorre declinare l'umiltà in tutte le sue forme, a partire dal rapporto col cliente. E poi bisogna abituarsi a sentire le ragioni degli altri, diverse dalle tue».

Quale futuro vede per le centinaia di aspiranti avvocati, impegnati in questi giorni con le prove d'esame?

«Oggi non basta più avere un titolo per esercitare la professione. L'avvocatura è diventata una professione molto selettiva, dove il criterio di selezione rischia di non essere il merito. Dopo avere conseguito il titolo, infatti, ormai occorre avere anche i contatti giusti per inserirsi nel mercato, avere uno studio che ti ospiti. Il criterio di selezione potrebbe così essere determinato non dall'effettiva capacità professionale di un avvocato, bensì dalla sua provenienza familiare, dal suo cognome o dalla rete di relazioni che già aveva. L'idea che basti un'insegna per avere clienti è ormai surreale. A tutti gli aspiranti avvocati va il mio più grande in bocca al lupo».

Claudio Tadici

LA CHIAVE È

Sono molto preoccupato per le condizioni di precariato, soprattutto per le donne

la professione in una cornice normativa molto incerta».

Quali consigli dà ai tanti giovani che oggi inizieranno la tre giorni di prove, per sostenere l'abilitazione alla professione forense?

«Chi si appresta a diventare avvocato sappia che non lo si è a tempo determinato. L'avvocatura è una professione difficile e complessa, che ti assorbe completamente. Oggi è una vocazione. Una passione che finisce col diventare una condanna, ma che ti consente



IN BREVE

Cairo

Ferrania, tavoli di studio per nuovi progetti

Nascono i tavoli di lavoro e studio promossi dall'associazione Ferrania Film Museum. L'obiettivo è dare vita a un gruppo di persone, pronte a scambiarsi idee per varare nuovi progetti mirati alla valorizzazione storico-culturale del patrimonio che il marchio Ferrania ha consegnato al territorio. Gli appuntamenti, aperti a tutti, al museo di Cairo il sabato; primo incontro domani alle 10, per valutare i bandi di finanziamento del settore cultura. —

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato





RICONOSCIMENTI Food & Beverage **Internazionalizzazione** **Premiata Lauretana**

Anche la biellese Lauretana, rappresentata dal suo Ceo, Antonio Pola (foto a sinistra), è stata fra le aziende premiate durante la sesta edizione dell'evento "Save the Brand. Fashion, Food, Fur-

niture" all'hotel Four Season di Milano. All'azienda di Graglia è stato consegnato un prestigioso riconoscimento per l'eccellente performance economico-finanziaria nel settore Food & Beverage e in particolare per il suo impegno nell'internazionalizzazione del brand. Il fatturato di Acqua Lauretana è passato da 28 milioni di euro del 2016 a 40 milioni di euro nel 2018.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



IL FENOMENO

TOP 30 AVVOCATI

I TRENTA LEADER DEL MERCATO LEGALE D'AFFARI ITALIANO DEL 2019 SONO SPECIALIZZATI NELL'ASSISTENZA A IMPRESE E FINANZA, DOTATI DI UNA SPICCATO ATTITUDINE MANAGERIALE, E STANNO TRAGHETTANDO GLI STUDI PER CUI LAVORANO VERSO IL FUTURO DI UN SETTORE IN CRESCITA, CHE SUPERA GIÀ I 2 MILIARDI DI EURO DI VALORE. ESCLUDENDO PER SCELTA I GIGANTI DEL SETTORE OVER 70, HANNO UN'ETÀ MEDIA DI 54 ANNI

A cura di LEGALCOMMUNITY E MAG



1-IL MODELLO - 48 ANNI
Claudia Parzani

Presidente di Allianz Spa, quest'anno è stata inclusa (unica italiana) da HERoes e Yahoo Finance nella classifica *Women Role Model*. È una trascinatrice, anche all'interno di Linklaters. Nella law firm del magic circle inglese, Parzani è european managing partner e global business development marketing partner. Una fuoriclasse nel mercato dell'equity capital markets. Quest'anno ha seguito la quotazione di Nexi, la più grande Ipo del 2019.



2-MR. PRESIDENT - 49 ANNI
Stefano Simontacchi

È il grande timoniere di BonelliErede. Dopo due mandati da co-managing partner è stato eletto presidente dell'organizzazione. Nel 2019 il commercialista è stato il regista dell'operazione con cui BonelliErede ha integrato la superboutique Lombardi e Associati, consolidando il primato per distacco dello studio. Quest'anno Urbano Cairo ha deciso di portare a 12 il numero dei consiglieri nel cda di Res per garantirsi la sua presenza.



3-IL LEADER - 54 ANNI

Filippo Troisi

Un trascinatore, capace di motivare e di guidare Legance in un percorso di crescita che da 2007 non ha conosciuto soste. Anche l'ultimo esercizio si è chiuso con un aumento dell'incassato dell'8%, raggiungendo quota 84 milioni. Fuoriclasse dell'm&a, nei primi otto mesi dell'anno ha portato a casa altrettante operazioni dal valore complessivo di 1,8 miliardi. Tra queste: la cessione di Doc Generici per conto di Cvc.



4-IL TRASCINATORE - 60 ANNI

Bruno Gattai

L'avvocato continua a far crescere la superboutique a cui ha dato vita sei anni fa. Di recente ha portato in squadra Carla Mambretti e Filippo Rossi, due nuovi soci con cui ha deciso di spingere sullo sviluppo dei settori energy e litigation. Lo studio così si avvicina a quota 100 professionisti. Gattai non si occupa solo di gestione e strategie. Nel 2019, tra le altre, ha guidato l'acquisizione di Doc Generici per Intermediate Capital.



5-IL RAINMAKER - 67 ANNI

Francesco Gianni

È il punto di riferimento dell'avvocatura d'affari italiana. Nei primi nove mesi del 2019 ha seguito otto tra le principali operazioni di m&a per un valore di oltre 3 miliardi di euro. Nell'ultimo anno ha anche riportato in Gianni Origoni Grippo Cappelli & Partners soci di peso. Ha stimolato lo studio a guardare con sempre maggior attenzione al mercato Usa, a quello africano e all'Oriente. Medio e non.



6-IL CICLISTA - 58 ANNI

Francesco Tedeschi

Porta avanti con grande capacità di visione il ruolo di senior partner di Chiomenti che riveste da poco più di un anno. In particolare, ha costituito un innovation committee e ha voluto un esperto di knowledge management. Oltre al rafforzamento dell'alleanza con i partner europei dello studio ha annunciato anche un primo passo verso l'Africa, e nel frattempo ha lavorato a numerosi deal di rilievo. Oltre al diritto, lo appassiona il ciclismo.

IL FENOMENO



7-L'UOMO SQUADRA - 55 ANNI
Francesco Gatti

In prima linea in alcune delle partite societarie più delicate dell'ultimo anno (da Carige a Tim), difende Blackstone con il socio Carlo Pavesi nell'arbitrato con Res su via Solferino. È considerato uno degli avvocati più autorevoli dalla business community nazionale. Erede professionale del grande Carlo d'Urso, insieme ai soci dello studio Gatti Pavesi Bianchi ha costruito l'archetipo del modello di studio che oggi definiamo superboutique.



8-LO STRATEGA - 54 ANNI
Federico Sutti

Il managing partner di Dentons ha lanciato una nuova service line: un team dedicato alla gestione delle attività di processo dei clienti. Fuoriclasse del real estate, anche quest'anno ha messo in fila una lunga lista di operazioni: dal progetto SeiMilano all'acquisizione dell'area Milano 4, seguiti per Orion. Grande attenzione anche al benessere dei colleghi. A luglio ha presentato il progetto di work-life blending denominato *New Horizons*.



9-IL CREATIVO - 49 ANNI
Francesco Sciaudone

Si occupa della strategia dello studio, ma anche di alcune delle operazioni più delicate in cui è coinvolto. Rumors di mercato lo hanno dato al fianco di Atlantia sul dossier Alitalia. Managing partner di Grimaldi, nell'ultimo anno ha lanciato un inedito modello di internazionalizzazione che in pochi mesi ha esteso il raggio d'azione dello studio a Balcani, Russia, Spagna, Egitto, Turchia e Sud America attivando alleanze bilaterali con law firm locali.



10-L'INNOVATORE - 62 ANNI
Franco Toffoletto

Ha reso lo studio Toffoletto De Luca Tamajo, insegna di riferimento del mercato labour, una fucina dell'innovazione legale. Qui, per dire, è nato il gestionale Elibra, che quest'anno ha integrato un sistema per l'elaborazione automatica dei preventivi. Nel 2019 lo studio ha ampliato la propria presenza sul territorio nazionale aprendo tre nuove sedi, a Brescia, Bologna e a Genova, con l'obiettivo di offrire un servizio più vicino al mercato delle pmi.



11-IL RECORDMAN - 50 ANNI
Patrizio Messina

È uno dei fondatori di Orrick in Italia, dove coordina il team che si occupa di banking and finance, il più profittevole tra le law firm a livello mondiale nell'ultimo anno. È stato nominato 'primo italiano' partner in charge per l'Europa della law firm americana oltre a entrare nel management committee mondiale. Quest'anno ha partecipato alla redazione del decreto Gacs e ha seguito alcune delle più importanti operazioni con Npl delle principali banche italiane.



12-IL BIANCONERO - 55 ANNI
Marcello Giustiniani

Numero uno della practice di diritto del lavoro in BonelliErede, è il socio consigliere delegato all'innovazione. In particolare, guida le azioni sull'integrazione dell'intelligenza artificiale nelle dinamiche e procedure. L'avvocato, juventino e ciclista, è esperto nella gestione dei rapporti tra aziende e top manager. Sempre più spesso viene ingaggiato dai vertici societari per coordinare i delicati rapporti con i professionisti nelle posizioni di comando.



13-IL DISRUPTOR - 50 ANNI
Andrea Arosio

Anni fa ha aperto una sede di Linklaters a Lecce. Nel 2019 ha portato il progetto al livello successivo avviando la trasformazione della sede salentina della law firm magic circle nell'hub per l'innovazione delle attività in Italia. In particolare, ha preso in squadra un innovation manager, Maziar Jamnejad. Fuoriclasse del banking and finance, il managing partner di Linklaters ha seguito, tra gli altri, il finanziamento della mega fusione Essilor-Luxottica.



14-LO SPORTIVO - 60 ANNI
Roberto Cappelli

Asso del corporate m&a, è tra le punte dello studio Gianni Origoni Grippo Cappelli. Al lavoro sul delicatissimo dossier Alitalia, nel corso dell'anno si è occupato anche del passaggio di Car Server a UnipolSai per conto di Icrea e della vendita del 20% di Borio Mangiarotti a Värde Partners. È tra i soci che hanno costituito il focus team di diritto sportivo nello studio. L'avvocato ha una grande esperienza, in particolare, sul fronte calcistico.

IL FENOMENO



15-L'ITALIANO - 53 ANNI

Massimiliano Mostardini

È il chairman mondiale di Bird & Bird - primo italiano, ed è considerato uno degli avvocati più autorevoli nel mercato della proprietà intellettuale. Creativo, ha ben interpretato lo spirito della law firm nella costruzione della sede italiana, che non a caso ha dato molti "soci manager" all'organizzazione. Quest'anno lo studio ha costituito Oxygy, una società che consentirà allo studio maggiore presenza anche nel business della consulenza strategica.



16-L-INTELLETTUALE - 52 ANNI

Alessandro De Nicola

Senior partner di Orrick, nell'ultimo anno ha sviluppato prodotti ad alto contenuto tecnologico per gestire alcune delle esigenze più diffuse tra i clienti, come la piattaforma MrO-Whistle per le segnalazioni di misconduct aziendale. Oltre all'attività di avvocato, agli incarichi professionali in istituzioni finanziarie e aziende, alla presidenza dell'Adam Smith Society, quest'anno ha scritto anche *I dieci comandamenti dell'economia italiana* insieme a Carlo Cottarelli.



17-LA PROFESSORESSA - 63 ANNI

Stefania Bariatti

Presidente di Mps e vice presidente di Sias - Gruppo Gavio, da quest'anno è anche vicepresidente di A2A. Of counsel dello studio Chiomenti, insegna diritto internazionale all'università di Giurisprudenza di Milano. All'inizio del 2019 è stata confermata nel consiglio direttivo di Unidroit. Ha seguito i profili antitrust dell'operazione con cui Investindustrial ha dato vita, insieme a Carlyle, al progetto per il primo polo internazionale dell'interior design.



18-IL GAME CHANGER - 62 ANNI

Giovanni Lega

Ha deciso di guidare il passaggio generazionale in Lea creando una squadra di talenti fatta di giovani soci dalle grandi potenzialità e di partner più senior capaci di dare un contributo d'esperienza. Nell'ultimo anno, lo studio ha messo a segno otto operazioni di lateral hire che hanno determinato l'ingresso di 18 nuovi soci. Ha fondato e presiede l'Asla, associazione degli studi associati italiani che raggruppa gran parte delle insegne attive in questo settore di mercato.



19-L'UMANISTA - 51 ANNI
Giuseppe De Palma

È il managing partner di Clifford Chance in Italia e partecipa anche al global partnership council della law firm magic circle. Quest'anno ha realizzato il progetto *Broletto 16*, trasferendo la sede milanese dello studio in un palazzo reinterpretato secondo il concetto del flow-space. È la prima volta che uno studio tradizionale concepisce la sua organizzazione spaziale attorno alle persone. Territorio d'elezione dell'avvocato: il diritto finanziario.



20-L'AVIATORE - 42 ANNI
Michele Briamonte

Il managing partner di Grande Stevens è tra i pochi business lawyer che in Italia riescono a coniugare operazioni straordinarie, contenzioso e attività in ambito penale. Sulla sua scrivania, tra le altre, questioni come Tim-Open Fiber, la possibile acquisizione della Sampdoria per conto di un private equity e il caso Ginatta. L'avvocato, pilota d'elicottero e kickboxer, ha costruito il futuro della superboutique di matrice torinese puntando sulla multidisciplinarietà.



21-IL DECANO - 67 ANNI
Guglielmo Maisto

Un punto di riferimento nel mercato della consulenza fiscale e tributaria, fondatore dell'omonima boutique, tra le più quotate del settore tax. Nell'ultimo anno ha seguito, tra l'altro, l'accordo per il patent box di Piaggio e i profili fiscali della riorganizzazione societaria del gruppo Illy finalizzata alla costituzione del Polo del Gusto. Il professore è stato anche decisivo nella definizione di alcune contestazioni che hanno interessato clienti come Kering e Mediolanum.



22-IL PIONIERE - 45 ANNI
Carlo Gagliardi

Alla guida della divisione legale del colosso Deloitte, dopo aver aperto una sede a Firenze è riuscito a portare l'insegna anche al Sud costruendo un'alleanza con lo studio barese Polis e aprendo un ufficio con il socio Francesco Paolo Bello. Nel primo semestre del 2019 lo studio si è distinto nel mercato m&a piazzandosi, secondo Mergermarket, tra le prime 15 organizzazioni per numero di operazioni, con 12 deal per un valore complessivo di circa 179 milioni di euro.

IL FENOMENO



23-IL BIBLIOFILO - 59 ANNI
Giuseppe La Scala

È il primo imprenditore legale del Paese. Lo studio La Scala è focalizzato soprattutto sulla gestione del credito. Con i suoi soci ha dato vita a iniziative come La Scala Cerved – società tra avvocati a responsabilità limitata attiva nel settore del recupero crediti – a cui è seguita la joint venture con AZ info&collection, sempre sul fronte dei cosiddetti npls in particolare small tickets e unsecured. Passioni: il Milan e le prime edizioni autografe di libri.



24-LA PRIMA - 49 ANNI
Stefania Radoccia

Da pochi mesi è managing partner di EY Tax and Law. È la prima avvocat italiana a guidare uno studio non fondato da lei di tali dimensioni: 640 professionisti, 63 partner e 104 milioni di fatturato. Un colosso che negli ultimi anni, proprio grazie al lavoro svolto dall'avvocata di origini abruzzesi, ha visto crescere in maniera importante (+300%) la propria anima legale. Per prepararsi al nuovo incarico ha studiato da manager alla Northwestern e ad Harvard.



25-IL PUGILE - 53 ANNI
Francesco Rotondi

Da quest'anno è il managing partner di Labl.law, boutique specializzata in diritto del lavoro che ha fondato insieme a Luca Failla nel 2006. L'avvocato ha rinnovato la governance dello studio e ha portato avanti la politica di espansione territoriale. Gli americani lo chiamerebbero *self made man*, di certo non ha paura della fatica e del lavoro duro. Appassionato di sport, supporta i dilettanti della AS Barona e pratica la boxe e le arti marziali.



26-IL VIOLONCELLISTA - 61 ANNI
Luigi Arturo Bianchi

Violoncellista e bibliofilo, è l'anima accademica dello studio Gatti Pavese Bianchi dove ha recentemente contribuito alla creazione di un advisory board formato da personalità del calibro di Roberto Maroni, Franco Bassanini e Giampiero Massolo. Ordinario di Diritto Commerciale e direttore del corso per giuristi d'impresa alla Bocconi di Milano, quest'anno ha fatto parte del pool legale che ha ottenuto la conferma del delisting di Parmalat dal Tar Lazio.



27-L'AMERICANO - 58 ANNI
Luca Arnaboldi

Il managing partner di Carnelutti, tra le più longeve insegne del mercato dei servizi legali in Italia, quest'anno ha aperto un nuovo ufficio a Los Angeles. Si tratta della seconda sede negli Usa dopo quella di New York. «Adesso siamo l'unico studio italiano in grado di abbracciare i due oceani», dice. «La comprensione del mercato americano richiede almeno una doppia prospettiva». Interista appassionato, talvolta si presta a commentare in tv le imprese del club.



28-IL LITIGATOR - 52 ANNI
Ferdinando Emanuele

Nell'ultimo anno ha contribuito allo sviluppo della practice arbitrale internazionale di Cleary Gottlieb in Sud America. L'avvocato si conferma un punto di riferimento per il mercato nel settore del contenzioso. Tra i clienti seguiti di recente: Sky Italia, Telecom Italia, Vivendi e Inter Fe. È stato da poco nominato presidente della Commissione arbitrato e Adr dell'Associazione italiana per l'arbitrato e coordinatore della delegazione nazionale all'Icc.



29-MR. DEAL - 51 ANNI
Stefano Sciolla

Il private equity è il suo mondo. Socio della law firm americana Latham & Watkins, nel 2019 ha seguito quasi tutte le operazioni da prima pagina. Fra le più recenti: l'assistenza a Farfetch nell'acquisizione da 675 milioni di dollari di New Guards Group. Socio di Latham dal 2011, l'avvocato è chair del corporate department dello studio a Milano e co-chair del retail & consumer products industry group della law firm. Segni particolari: la schiettezza.



30-IL CAPITANO - 54 ANNI
Antonio Lombardo

È una delle figure chiave di Dla Piper, primo studio internazionale in Italia per fatturato, dove ha il ruolo di capo del corporate finance con il compito di svolgere una funzione di indirizzo e coordinamento strategico per gli avvocati delle due aree. Uno dei partner più attivi e con il fatturato maggiore della law firm. Di recente si è occupato della fusione tra Ivri e Sicuritalia e ha seguito per conto di Unicredit il finanziamento della prima operazione del Fondo Ariel.

AZIENDE TOP DEL FOOD & BEVERAGE

Eccellenze biellesi Premiati Lauretana e Caseificio Rosso

L'agroalimentare con l'etichetta «made in Biella» protagonista di rassegne prestigiose. Al Four Seasons Hotel di Milano, durante la sesta edizione di «Save the Brand - Fashion, Food, Furniture» sono stati presentati i risultati e i trend emersi dalla ricerca «3F - Il valore dei brand delle Pmi italiane».

Tra le aziende premiate c'è anche Lauretana. All'azienda di Graglia è stato consegnato un riconoscimento per l'eccellente performance economico-finanziaria nel settore Food & Beverage e in particolare per l'impegno nell'internazionalizzazione del brand. Grazie a un mirato piano industriale, Lauretana ha visto crescere il fatturato annuo da 28 milioni di euro del 2016 a 40 nel 2018, affermandosi come eccellenza 100% Made in Italy e mostrandosi sempre più attenta alle esigenze crescenti dei suoi clienti.

Intanto a Parigi una giuria di 15 professionisti designata dall'organizzazione del «Salon du Fromage» si è riunita per eleggere i dieci prodotti «Coups de Coeur 2020» concorso internazionale che premia i 10 migliori formaggi esposti al salone, valutati secondo i diversi aspetti che determinano l'eccellenza di



Antonio Pola

un prodotto. Fra i 56 espositori in gara, provenienti da 8 paesi con 140 formaggi a confronto, tra i 10 «Coup de Coeur» ben 2 sono prodotti dal Caseificio Rosso (Margot e BirbaBlu) ed entrambi nascono dalla collaborazione con il Birrifico Un Terzo di Pralungo.

Il salone andrà in scena a febbraio nella capitale francese quale evento di riferimento internazionale. L'appuntamento di Parigi è diventato, infatti, uno dei momenti imperdibili per il settore lattiero-caseario di qualità. Vi prendono parte 250 espositori e sono 8.000 i visitatori professionali provenienti da tutto il mondo. P.G. —

IPRODUZIONE RISERVATA

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Il libro

La sfida tech degli avvocati tra incertezze e opportunità



La novità. Esce oggi il libro di **Nicola Di Molfetta** dedicato al cambio di passo che la tecnologia impone alla law firm. È pubblicato da **LC Publishing** (208 pagine, prezzo 21 euro)

Gli studi legali sono alle prese con l'incessante innovazione tecnologica, che costringe gli avvocati a riposizionarsi. Il mercato è, infatti, interessato ai risultati e pretende un avvocato utile.

È per questo che si parla di studio 4.0, che fa affidamento sulla tecnologia e punta su una nuova organizzazione del lavoro più orientata verso il cliente.

È la stagione della cosiddetta new law, indotta, tra l'altro, dalla nascita delle prime start up legal tech, dall'ingresso dell'intelligenza artificiale negli studi, da differenti modalità di gestione dell'attività degli studi, dove hanno fatto la loro comparsa nuove figure professionali: i responsabili per l'innovazione, gli avvocati programmatori, gli psicologi e i general counsel.

Tutto questo si è innestato su competenze tradizionali, che per l'avvocato sono quelle dello studio del diritto e dell'assistenza legale, ma con nuove prospettive. Il legal tech, infatti, sta diventando un'industria sempre più rilevante, in grado di attirare investimenti importanti e modificare lo scenario competitivo del mercato.

Un orizzonte che in Italia si inizia a intravedere, mentre all'estero già esistono law firm che riconoscono l'innovazione come priorità strategica.

Come coniugare tradizione e novità tecnologiche? In che modo non farsi trovare impreparati? Sono domande a cui risponde il libro di **Nicola Di Molfetta** «Lex machine. Innovazione, tecnologia e avvocati: come cambia il mercato e cosa bisogna sapere per farcela».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



16

A Milano Un altro riconoscimento Zerbinati premiato per l'Innovazione di Prodotto

MILANO

Si è tenuta la scorsa settimana, all'Hotel Four Seasons di Milano, la sesta edizione di **Save The Brand**, evento dedicato alla business community che premia le eccellenze del Made in Italy nei settori Fashion, Food e Furniture.

Tra le eccellenze figura Zerbinati che va sul podio delle aziende che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al loro marchio, selezionate sulla base della ricerca "Fashion, Food, Furniture Brands - Il valore dei marchi delle aziende 3F" condotta per **LC Publishing Group** da ICM Advisors.

«Azienda leader di mercato e innovatrice per eccellenza», la Zerbinati è stata infatti insignita del premio **Innovazione di Prodotto** «per aver ampliato la gamma di prodotti, anche bio e gluten-free, attraverso l'introduzione di tante nuove referenze. Ad oggi la Zerbinati offre infatti al consumatore un menù completo a 360°, sia food che beverage, con un'offerta di oltre 190 referenze che coprono tutti i momenti di consumo della giornata: dalla colazione alla cena, passando per il pranzo, le pause e anche l'aperitivo».

«Pioniera di proposte»

«Siamo felici e orgogliosi di questo riconoscimento che riflette perfettamente l'anima di un'azienda che si fa pioniera di proposte del tutto nuove e dirompenti per il mercato, in costante evoluzione per offrire al consumatore un'incredibile varietà di prodotti che ne intercettano i gusti e le esigenze, anticipando i food trend. Il nostro business si è evoluto negli anni sempre all'insegna dell'innovazione che ci contraddistingue:



Simone Zerbinati

da realtà in grado di anticipare le tendenze a grande azienda leader del settore. La passione imprenditoriale, l'impegno, l'attenzione per il consumatore e il coraggio di lanciarsi in nuove sfide sono per noi ingredienti fondamentali» ha commentato **Simone Zerbinati**, General Manager dell'azienda.

Unione Italiana Food

E sempre la scorsa settimana l'Unione Italiana Food IV Gamma, Gruppo che rappresenta le imprese che operano nel settore delle insalate in busta, ha organizzato una visita presso una delle sue aziende associate, la Zerbinati di Borgo San Martino. Alla visita - che ha avuto lo scopo di mostrare il percorso che compiono i prodotti all'interno di uno stabilimento di IV Gamma - hanno partecipato anche Alberto Cirio, presidente di Regione Piemonte e Federico Riboldi, sindaco di Casale Monferrato.



Withersworldwide

Withersworldwide è uno studio legale internazionale, fondato nel 1896, attualmente attivo con 17 uffici nel mondo, 1100 professionisti e 160 soci. In Italia si avvale degli uffici di Milano e Padova ed è diventato un riferimento per molte società vitivinicole italiane che si espandono all'estero, nonché per investitori stranieri che intendono operare in Italia.



L'avvocato **Roberta Crivellaro** è partner nel team corporate a Milano e Padova, European leader della Business Division, managing partner della practice italiana e responsabile degli 'Italian Desk' nel mondo. È specializzata in operazioni cross-border societarie, commerciali e real estate. Nel 2019 Roberta è stata inclusa nel ranking di Forbes che include i 100 migliori consulenti legali e strategici in Italia, e nella classifica dei 50 avvocati più influenti del nostro Paese secondo la rivista specializzata "**LegalCommunity**".



L'avvocato **Jacopo Liguori** è responsabile del team Intellectual Property & Technology in Italia. Si occupa di proprietà intellettuale, contratti commerciali, diritto delle nuove tecnologie, privacy e protezione dei dati. Ha maturato esperienza in diversi settori, tra cui fashion e lusso, finanziario e assicurativo, automotive, food&beverage, elettronica e software, entertainment&multimedia, life science&pharma



LAZIENDA VINCE IL PREMIO "INNOVAZIONE DI PRODOTTO"



L'Unione Italiana Food alla Zerbinati

L'Unione Italiana Food IV Gamma, Gruppo che rappresenta le imprese che operano nel settore delle insalate in busta, ha organizzato una visita presso una delle sue aziende associate, la Zerbinati di Borgo San Martino. Alla visita – che ha avuto lo scopo di mostrare il percorso che compiono i prodotti all'interno di uno stabilimento di IV Gamma, osservando tutti gli step che portano dall'ingresso della materia prima fino all'imbustamento nel prodotto finito – hanno partecipato anche Alberto Cirio, presidente di Regione Piemonte e Federico Riboldi, sindaco di Casale Monferrato. Gli onori di casa sono stati fatti da Simone Zerbinati, direttore generale dell'omonima azienda e Andrea Montagna, presidente del Gruppo IV Gamma. Intanto c'è da segnalare che Zerbinati ha vinto il premio "Innovazione di prodotto" al "Save The Brand" evento dedicato alla business community che premia le eccellenze del Made in Italy.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



LC WEB

30 articoli

Staff degli studi legali: il 2019 è stato l'anno dei lateral hire

LINK: <http://quotidianodiritto.ilsole24ore.com/art/professione/2019-12-27/staff-studi-legali-l-anno-lateral-hire-155210.php?uuid=ACGkfe8&>

Quotidiano del
Diritto

Staff degli studi legali: il 2019 è stato l'anno dei lateral hire Il 2019 è stato un anno record per quanto riguarda i movimenti degli avvocati. I soci di studi legali d'affari che hanno "cambiato casacca" nel corso dell'anno sono stati, infatti, 157 (dato al 2 dicembre), contro i 131 del 2018 e gli 86 dell'anno prima. Dunque - come registra Legalcommunity.it sulla rivista Mag - un aumento dei lateral hire del 19,8% tra il 2018 e il 2019. Corporate M&A le pratiche più richieste (rappresentano il 21,4%). Spostamenti che hanno determinato anche un travaso di fatturato da uno studio all'altro. In questo caso la cifra è sostanzialmente in linea con quella dello scorso anno: 76,2 milioni contro i 76,1 del 2018. Mediamente il business case spostato dai professionisti che generalmente hanno il titolo di partner si è attestato sui 490mila euro, contro i 580mila dell'anno prima. I profili con un business case

di un milione di euro o più sono stati il 6,7% del totale. Fra tutti, l'integrazione della boutique Lombardi e associati con BonelliErede ha rappresentato senza dubbio l'operazione più rilevante dell'anno. E a proposito di movimenti significativi sul versante delle integrazioni di studi e team c'è da registrare anche quella realizzata da EY con l'acquisizione dell'intero pool legale di proprietà intellettuale di Crea. Invece, tra gli studi che nel 2019 hanno acquisito il maggior numero di professionisti c'è stato Lca, che ha avviato nuove practice e rafforzato competenze esistenti. © RIPRODUZIONE RISERVATA

Acquisizione chimica: a Zschimmer & Schwarz il 60% di Samia

LINK: <https://www.laconceria.it/chimica/acquisizione-chimica-a-zschimmer-schwarz-il-60-di-samia/>



Natale 2019 continua a portare con sé acquisizioni e operazioni finanziarie. Oggetto del desiderio: la filiera della pelle. Mentre il settore conciario sta ancora condividendo la notizia dell'ingresso di LVMH nel capitale di Masoni Industria Conciaria, sale alla ribalta un settore a monte. In altre parole, siamo di fronte a un'acquisizione chimica. Protagonisti, nel ruolo di investitori, i tedeschi di Zschimmer & Schwarz. Sono loro i nuovi proprietari dell'italiana Samia. L'operazione Come si legge su [financecommunity.it](https://www.financecommunity.it), Samia "con l'affiancamento dell'advisor Alantra, ha ceduto il 60% del capitale al gruppo tedesco Zschimmer & Schwarz". Specializzata "nella produzione di prodotti chimici per l'industria conciaria, con particolare riferimento alla rifinizione delle pelli", Samia entra quindi in una nuova dimensione di business. Cosa succede ora Le aziende comunicano che, in virtù di questa acquisizione

chimica, "Luigi Ciarlo, amministratore delegato di Samia, resterà alla guida dell'azienda. E anche gli azionisti reinvestiranno nel capitale sociale della società che Zschimmer & Schwarz intende rafforzare". In altre parole, i tedeschi puntano "a distribuire i prodotti di Samia, pigmenti, resine e coloranti, a un più ampio parco clienti". Identità Samia è stata fondata nel 1976 e ha il suo quartier generale in Veneto, ad Arzignano. "Zschimmer & Schwarz - come scrive [financecommunity.it](https://www.financecommunity.it) - è un'azienda familiare con 125 anni di storia. È presente in 16 Paesi con 30 aziende con 22 impianti produttivi. È uno dei principali produttori al mondo di prodotti chimici per pelli, ceramica, pellicce, tessile e fibre". Immagine tratta da [samiaitaly.com](https://www.samiaitaly.com)
Leggi anche: Il 2019 delle acquisizioni: eccole tutte Wet-end Lamberti comprato da Zschimmer & Schwarz Siena, con CHEMALUX il corso universitario per

manager chimici

Brand Hero 2019: Gian Luca Rana vince il premio

LINK: <https://www.ilsitodifirenze.it/content/991-brand-hero-2019-gian-luca-rana-vince-il-premio>

Notice: Undefined variable: node in theme_fb_social_comments_block_comments_view() (line 116 of /var/www/pressflow/sites/all/modules/fb_social/modules/fb_social_comments/fb_social_comments.module).
Notice: Trying to get property of non-object in theme_fb_social_comments_block_comments_view() (line 116 of /var/www/pressflow/sites/all/modules/fb_social/modules/fb_social_comments/fb_social_comments.module).
riconoscimenti Brand Hero 2019: Gian Luca Rana vince il premio
Notice: Undefined variable: node in theme_fb_social_comments_block_comments_view() (line 116 of /var/www/pressflow/sites/all/modules/fb_social/modules/fb_social_comments/fb_social_comments.module).
Notice: Trying to get property of non-object in theme_fb_social_comments_block_comments_view() (line 116 of /var/www/pressflow/sites/all/modules/fb_social/modules/fb_social_comments/fb_social_comments.module).
Mer, 18/12/2019 - 17:29 - La redazione Share: Facebook Twitter
n occasione dell'edizione **Save the Brand 2019**,

manifestazione promossa da **LC Publishing Group**, si celebra l'eccellenza e la competenza, di tutte quelle aziende italiane che portano il Made in Italy in tutto il mondo. L'evento è alla sua sesta edizione ed ha il compito di valorizzare tre settori, che sopra tutti, sono sinonimi di grande prestigio del Made in Italy, i quali si possono identificare con il nome di 3F: fashion, food e forniture. A premiare le aziende che nel tempo, con il loro lavoro sono diventate ambasciatrici del gusto, della qualità e della creatività italiana, sono state chiamate le redazioni delle testate di **LC Publishing**, affiancate dalla ricerca delle 3F, condotta da ICM Advisors. Oltre ai risultati economici, sono stati analizzati altri punti forti delle aziende, quali l'innovazione, l'internalizzazione, la comunicazione, il branding e il suo seguito di strategie, la velocità di captare i trend del momento e infine, la volontà di rivolgersi a degli investitori, aprendo il loro capitale. In seguito a tutto quest'elenco di criteri da dover soddisfare, si è giunti alla conclusione finale di premiare Gian Luca Rana, amministratore delegato di

Pastificio Rana, con la nomina di Brand Hero 2019. Il Pastificio Rana, insieme al suo Ceo da oltre 30 anni, Gian Luca Rana, è riuscito ad imporsi come leader mondiale nel mercato della produzione di pasta fresca.

Gian Luca Rana insignito del premio Brand Hero: le sue parole
In seguito al conferimento di questo illustre premio, Gian Luca Rana ha rilasciato le sue dichiarazioni colme di orgoglio, ringraziamenti e prospettive future per il marchio Rana. "Considero questo premio un prezioso riconoscimento del lavoro svolto in tutti questi anni che ci ha portati a trasformare quella che era una piccola realtà dell'industria alimentare veronese in una piattaforma globale di produzione di prodotti freschi, presente oggi in 58 diversi mercanti nel mondo. Ciò che però mi rende più orgoglioso di questo percorso è aver potuto creare sempre nuove opportunità di lavoro. Oggi infatti la nostra grande famiglia conta 3.500 persone, con cui sono felice di condividere questo successo". Pastificio Rana in Italia e all'estero
Il Pastificio Rana, grazie all'idea iniziale del suo fondatore, Giovanni Rana

ed inseguito, al lavoro certosino e al "saper fare impresa" di Gian Luca Rana, è stato in grado di trasformarsi da piccola impresa di famiglia del veronese a uno dei marchi per la pasta fresca più conosciuti al mondo, per la maggior parte, grazie anche alla qualità eccellente dei prodotti offerti. Sono i numeri che ha raggiunto il Pastificio Rana che confermano questo loro successo. Infatti, solo in Italia si contano ben sette stabilimenti più altri due aperti all'estero: Stati Uniti e Belgio. In maniera capillare l'azienda si è diffusa anche nel resto dell'Europa con delle filiali in Spagna, Francia, Regno Unito, USA e Germania, che grazie ai suoi 3500 dipendenti, il Gruppo Rana, fornisce ai propri clienti in quasi 60 paesi sparsi per il mondo, prodotti di qualità. Qualità che può essere gustata anche nei 24 ristoranti "Giovanni Rana", 23 distribuiti in tutto il territorio italiano e uno a Berlino, Germania.

Burgo cerca nuovi soci mentre continua a investire nella riconversione degli impianti. Fondo QuattroR tra gli interessati

LINK: <https://bebeez.it/2019/12/17/burgo-cerca-nuovi-soci-continua-investire-nella-riconversione-degli-impianti-fondo-quattroR-gli-interessati/>

Burgo cerca nuovi soci mentre continua a investire nella riconversione degli impianti. Fondo QuattroR tra gli interessati Potrebbero entrare nuovi soci in Burgo, lo storico gruppo cartario di Altavilla Vicentina. Lo riferisce **financecommunity**, secondo cui tra gli interessati, rientrerebbe il fondo QuattroR. L'ingresso di QuattroR in Burgo dovrebbe concretizzarsi sotto forma di aumento di capitale, di ammontare ancora da definire e da realizzare nei prossimi mesi. A oggi Burgo è controllata al 50,59% da Holding Gruppo Marchi spa (direttamente e tramite Palladio Group spa) e partecipata da Mediobanca (22,12%), Unicredit (3,83%) e da Allegro (Generali Financial H.) e Italmobiliare con l'11,68% ciascuno.

L'altro attore importante è Pillarstone Italy, che a fine 2015 aveva rilevato da Unicredit e Intesa Sanpaolo i loro strumenti partecipativi nel capitale di Burgo insieme ai crediti verso Orsero, Cuki, Lediberg, Manucor e Alfa Park, per un monte crediti complessivo

di un miliardo di euro (si veda altro articolo di BeBeez). Il passaggio dei crediti di Burgo in mano a Pillarstone arrivava a valle di un accordo di risanamento del debito ex art. 67 della Legge Fallimentare siglato a fine luglio 2015 dal gruppo cartario con le banche, dopo oltre un anno di trattative (si veda altro articolo di BeBeez). Allora erano stati convertiti in strumenti finanziari partecipativi 200 milioni euro di debiti a medio e lungo termine. Gli strumenti finanziari partecipativi erano stati sottoscritti da Mediobanca, Unicredit, Intesa SanPaolo e l'allora Banco Popolare. A seguito della conversione, Burgo aveva ridotto il suo indebitamento da circa 900 milioni di euro a 690 milioni. Il bilancio 2018 di Burgo si era chiuso con ricavi per 1,883 miliardi di euro, in calo dai 2 miliardi del 2017, perché in quell'anno il gruppo aveva ceduto il ramo d'azienda di Burgo Energia relativo alle attività di vendita di energia e gas, in quanto considerato non più strategico. L'ebitda 2018 era stato di 137

milioni di euro (+3,8% da 132 milioni di euro del 2017) e l'indebitamento finanziario netto è sceso a 487 milioni dai 535 milioni di euro di fine 2017. A proposito di debito, la nota diffusa da Burgo sui dati di bilancio ricordava che il 12 marzo scorso il gruppo ha sottoscritto un aggiornamento degli accordi in essere con gli istituti di credito relativamente alle linee di breve termine. Il nuovo accordo prevede linee di credito a breve per totali 200 milioni a scadenza 31 marzo 2022. La stessa nota annuncia anche che il gruppo ha già avviato investimenti legati alla riconversione della Linea 9 dello stabilimento di Verzuolo (Cuneo) da produzione di carte grafiche a containerboard, al miglioramento dell'efficienza energetica e alla capacità produttiva della produzione di cellulosa da parte del gruppo. Mentre nell'aprile 2018 era stata avviata la produzione di carta per containerboard nello stabilimento di Avezzano a seguito del progetto di riconversione. È ragionevole immaginare, quindi, che la ricerca di un nuovo investitore sia legata

alla volontà di trovare nuova finanza proprio per supportare il piano di investimenti legati alla riconversione degli impianti. Piano che però a livello sindacale sta creando parecchie tensioni. QuattroR è il veicolo di turnaround partecipato da Cassa depositi e prestiti e guidato da Francesco Conte, che nel dicembre 2017 ha rilevato il 49% di Fagioli spa, con un accordo per salire fino al 60% (si veda altro articolo di BeBeez) e nel febbraio 2019 ha acquistato il 62% del Gruppo Ceramiche Ricchetti spa (si veda altro articolo di BeBeez) e il 60% di Trussardi (si veda altro articolo di BeBeez).

Armatore - Cetara: **Save The Brand** 2019

LINK: <https://www.lucianopignataro.it/a/armatore-cetara-save-the-brand-2019/177076/>



Eventi da raccontare
Armatore - Cetara: **Save The Brand** 2019
16/12/2019 31 Tweet
Armatore - Cetara di Francesca Faratro Spicca un nome campano fra gli imprenditori italiani premiati al **Save The Brand** 2019, l'evento giusto alla sesta edizione ed organizzato per **Lc Publishing** Group da ICM Advisors al Four Seasons di Milano lo scorso 28 novembre. Le aziende vincitrici, leader nei settori rispettanti le tre F 'Fashion, Food e Furniture', sono state selezionate fra i migliori brand internazionali. Luigi Della Monica, titolare con la sua famiglia di Armatore Ad essere analizzati durante la valutazione, oltre alla performance economica, sono stati l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, l'apertura del capitale a investitori, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità.

Ad Armatore, l'azienda di Cetara della famiglia Della Monica, il premio 'RISING STAR- FOOD', con la seguente motivazione: 'il brand basato su artigianalità, qualità, sostenibilità e innovazione, in pochi mesi, ha portato le sue referenze in tante cucine stellate e sugli scaffali di boutique store' La loro qualità, non a caso, è stata scelta più volte da numerosi chef stellati, tanti da consentirgli tale riconoscimento grazie ad una caratteristica inimitabile e ben precisa: la qualità. E' proprio all'insegna di questa che il brand muove i suoi passi sin da sempre, portando alto il nome della Costiera e difendendo la prosperità dei mari e le materie prime trasformate con tradizione, conoscenza e gusto. A ritirare il premio, Luigi Della Monica, titolare dell'azienda con la sua famiglia. Fra gli altri marchi, spuntano quelli leader nel settore vitivinicolo come Masi, l'acetaia Giusti, il frantoio Muraglia, Salumi Pasini,

Galbusera, Lauretana, il birrificio Baladin, Paluani e Rana. Yamamay, O Bag e The Bridge, seguono il filone dal fashion e si mettono in coda agli altri premiati. E se è tempo di spillatura dei terzigni, l'omaggio sulle tavole del Natale è con la colatura di alici ed i prodotti ittici. E per ricevere un riconoscimento del genere, di certo per Armatore, questo è il tempo migliore! Ad maiora! Armatore - Cetara - la sala della premiazione Di seguito gli altri riconoscimenti: Brand hero 2019: Gian Luca Rana - Pastificio Rana Motivazione: da più di 30 anni alla guida del pastificio, ha sviluppato una strategia di innovazione e internazionalizzazione che ha portato il gruppo a essere protagonista mondiale della pasta fresca. Best practice innovazione di processo: Cedral Tassoni Motivazione: la storica azienda, nata 226 anni fa e guidata oggi dalla quarta generazione, ha investito nell'ammodernamento ed efficientamento produttivo

per rimanere totalmente italiana. Best practice sviluppo internazionale: Gustibus Alimentari Motivazione: con prodotti di alta qualità l'azienda ha consolidato la presenza nel Paese e ha conquistato quote di mercato all'estero. Best practice industrializzazione: Agroittica Lombarda Motivazione: l'azienda ha acquisito e risanato il marchio Fjord diversificando l'offerta e confermandosi punta di diamante del mercato ittico italiano. Best practice brand experience: Yamamay Motivazione: ha fatto il suo ingresso nel food retail con il partner Panino Giusto nel nuovo store di Piazza Cordusio a Milano. Rising star - fashion: The Bespoke Dudes Eyewear Motivazione: il brand si fonda sui concetti di tradizione e di sartorialità 'Made in Italy', avvalendosi di artigiani italiani. In pochi anni hanno raggiunto gli store di tutto il mondo. Rising star - food: Armatore Motivazione: il brand basato su artigianalità, qualità, sostenibilità e innovazione, in pochi mesi, ha portato le sue referenze in tante cucine stellate e sugli scaffali di boutique store. Best practice marketing & distribuzione: Masi Agricola Motivazione: ha portato anche all'estero il proprio

progetto di ospitalità e di cultura e sviluppato con Masi Wine Experience un circuito esperienziale legato al vino. Best practice visione strategica: Noberasco Motivazione: l'azienda ligure, alla quarta generazione, in cinque anni ha raddoppiato il fatturato e consolidato il canale retail con l'apertura, nel 2019, del sesto monomarca. Best practice turnaround: Caffè Mauro Motivazione: dopo il turnaround lo storico marchio made in Italy è tornato a crescere con risultati positivi. La strategia prevede finanziamenti mirati allo sviluppo ulteriore dei mercati esteri e del retail. Performance economico-finanziaria: Arredo3 Motivazione: l'azienda è cresciuta costantemente negli anni diversificando l'offerta. Finanza per la crescita: Monnalisa Motivazione: l'azienda, icona nell'abbigliamento per l'infanzia di alta gamma, si è quotata nel 2018 e ha recentemente investito nel nuovo stabilimento e pianificato un ulteriore impulso sulla distribuzione sia retail che online. Best practice valorizzazione materie prime: Salumi Pasini Motivazione: la terza generazione ha investito nello sviluppo del brand di salumi di alta qualità e nell'ecommerce per portare

i prodotti della tradizione italiana in tutto il mondo. Sostenibilità e attenzione alla salute: Galbusera Motivazione: ha integrato nel marchio la filosofia 'percorso salute' con la scelta di ingredienti sani per tutte le linee di prodotto. Best practice crescita all'estero: The Bridge Motivazione: ha consolidato la presenza su mercati esteri europei ed extra europei con nuovi sbocchi sul mercato Usa. Innovazione di prodotto: Zerbinati Motivazione: ha ampliato la gamma di prodotti bio e gluten-free con l'introduzione di nuove referenze. Best practice internazionalizzazione: Gruppo Snaidero Motivazione: l'azienda ha consolidato la presenza in Cina con l'obiettivo di distribuire le cucine sui canali retail e contract iniziando da quattro nuovi flagship. Best practice innovazione di vendita: Frantoio Muraglia Motivazione: con gli orci in ceramica ha trasformato il prodotto da commodity a specialità e negli ultimi anni ha investito nello sviluppo digitale per integrare la vendita offline con l'online. Best practice innovazione di marketing: La Collina dei Ciliegi Motivazione: l'azienda veneta ha investito in una nuova veste grafica dei prodotti per riflettere i valori del brand.

Performance economico-finanziaria: Lauretana
Motivazione: il brand di acqua è cresciuto costantemente negli anni affacciandosi anche a nuovi mercati. Crescita del fatturato del branded business: GGR Motivazione: L'azienda ha registrato un incremento di fatturato puntando sulla qualità di prodotto e sulla riconoscibilità del brand.
Best practice crescita e sviluppo internazionale: O bag Motivazione: dopo il consolidato ampliamento della rete monomarca nel nostro Paese, il brand padovano conferma la sua crescita di prodotto rivolgendosi ai mercati internazionali. Best practice finanza per la crescita: Interni Motivazione: presente da 85 anni, con una capillare distribuzione e partnership internazionali, l'azienda ha aperto il proprio capitale nell'ottica di voler ulteriormente crescere e svilupparsi sul mercato.
Best practice prodotti innovativi: Acetaia Giusti Motivazione: la realtà modenese dell'aceto balsamico ha lanciato sul mercato nuovi prodotti tra cui una linea di referenze biologiche e il vermouth.
Best practice brand storico: Panarello Motivazione: La realtà dolciaria genovese ha superato i 130 anni

contraddistinti dalla ricerca nel prodotto e nella distribuzione, con il recente ma significativo ingresso nel mercato Usa. Best practice investimento e sostenibilità: Pastificio Felicetti Motivazione: profondamente legata al territorio è una delle prime realtà industriali a puntare sul biologico e produrre pasta, da oltre cent'anni, sulle Dolomiti. Con il nuovo stabilimento sostenibile si prepara a moltiplicare produzione e fatturato.
Best practice cultura della birra: Birrificio Agricolo Baladin Motivazione: il birrificio agricolo, capostipite del movimento della birra artigianale italiana, ha un controllo della filiera dalla terra alla tavola. Coltiva oltre l'85% della materia prima, realizza la bevanda, la distribuisce e la somministra. Sostenibilità e attenzione alla salute: Paluani Motivazione: ha incrementato le referenze prodotto inserendo nella gamma panettoni e pandori biologici, senza glutine e vegani.

Miglior pasticciere imprenditore dell'anno: Sal De Riso

LINK: <https://www.lucianopignataro.it/a/miglior-pasticciere-imprenditore-dellanno-sal-de-riso/177073/>



Eventi da raccontare Miglior pasticciere imprenditore dell'anno: Sal De Riso 14/12/2019 14 Tweet Sal De Riso di Francesca Faratro Chi è il migliore pasticciere imprenditore dell'anno? Salvatore De Riso, in arte Sal, premiato alla terza edizione dei **Foodcommunity Awards**, la kermesse che premia le eccellenze imprenditoriali nel mondo Food & Beverage e gli chef italiani che si sono distinti per il loro business. La premiazione, ufficializzata qualche giorno fa presso il Teatro Nuovo di Milano, è stata decisa proprio dagli utenti di Instagram, i quali hanno avuto la possibilità di votarlo scrivendo la loro preferenza sul social. "Uomo e imprenditore prima che pasticciere, ha creato ricchezza nel territorio valorizzando le eccellenze della Costiera Amalfitana ed esportandole in tutto il mondo", questa la menzione attribuitagli ma per chi conosce il Salvatore pasticciere, amico, padre e marito, sa bene che

l'ambasciatore del buono e del bello della Divina vanta da sempre grandi doti imprenditoriali che lo vedono, fra l'altro, eccellere nelle sue numerose attività. Sal De Riso e il suo panettone A vincere saranno state di certo le sue dote imprenditoriali, anticipate però, dal suo animo generoso ed affabile, dolce come le sue creazioni e capace di conquistare ogni singolo utente che ha segnalato la sua preferenza. A contendersi il titolo insieme al maestro Sal, i più grandi nomi della pasticceria italiana: Ernst Knam, Iginio Massari, Roberto Rinaldi, Andrea e Giacomo Besuschio, Davide Comaschi e Gianluca Fusto. Di seguito i vincitori: Chef dell'Anno: Antonino Cannavacciuolo Lo chef campano, che ha appena celebrato 20 anni a Villa Crespi, tra cucina e tv è uno dei massimi rappresentati della cucina italiana. Chef I m p r e n d i t o r e dell'Anno: Enrico Bartolini È ormai il re delle stelle, ne ha in tutto otto. Con sei

ristoranti e decine di consulenze è riuscito a ingegnerizzare i processi della ristorazione e fare business. Premio Cucina e Management: Alessandro Negrini e Fabio Pisani Insieme hanno dimostrato una grande capacità di gestione delle diverse insegne gastronomiche del gruppo. Best Practice Evoluzione della Ristorazione: Moreno Cedroni Lo chef marchigiano, uno dei più alti rappresentanti dell'innovazione, è protagonista dell'evoluzione dell'offerta nella cucina italiana. Premio alla Formazione e Cultura Gastronomica: Franco Aliberti Ha fatto della sostenibilità, circolarità e dell'utilizzo di materie prime meno nobili la sua filosofia insegnando a cucinare senza sprechi. Miglior S t r a t e g i a d i Marketing: Davide Oldani Ha saputo valorizzare al meglio la propria immagine associandola a prodotti gastronomici, iconici e di design che ha contribuito a

progettare e realizzare. Best Practice Management Internazionale: Giancarlo Perbellini Verona, Milano, ma anche Manama e Hong Kong. Lo chef scaligero ha dato conferma della sua vocazione imprenditoriale sia in Italia che all'estero. Chef Ristorazione in Hotel dell'Anno: Antonio Guida - Seta - Mandarin Oriental, Milan Ha saputo conquistare i palati milanesi più esigenti e ha contribuito a rendere il ristorante gourmet meta gastronomica di clienti internazionali. Premio all'Innovazione: Luigi Taglienti Ha evoluto la cucina diversificandola senza perdere identità. A ogni percorso corrisponde una storia dove l'ingrediente è protagonista. Premio all'Internazionalizzazione: Fratelli Cerea Hanno aperto la prima insegna della famiglia fuori dai confini europei, a Shanghai, che è già diventata un riferimento per la metropoli. Pasticcere Imprenditore dell'Anno: Sal De Riso Uomo e imprenditore prima che pasticcere ha creato ricchezza per il territorio valorizzando le eccellenze della Costiera Amalfitana ed esportandole in tutto il mondo. Best Practice Consulenze: Filippo La Mantia Ha da poco avviato nuove consulenze, dal Caffè San Giorgio, a Venezia, all'ultimo nato, il Caffè

Fernanda, all'interno della Pinacoteca di Brera puntando sulla cucina siciliana. Premio Cucina Sostenibile: Cesare Battisti La sua filosofia si basa sul culto della materia prima, selezionata in collaborazione con contadini, allevatori, artigiani e pescatori partecipando attivamente alla promozione delle eccellenze del territorio. Best Practice Sinergie Imprenditoriali: Viviana Varese Un 2019 importante per la chef che ha una nuova partner d'affari, Ritu Dalmia, e un nuova insegna, Viva, che da settembre ha sostituito Alice Ristorante. Premio per la Diversificazione: Andrea Berton Considera la diversificazione una componente imprescindibile per chi investe nella ristorazione e grazie alla sua offerta ha moltiplicato il suo pubblico avvicinandolo alla qualità del cibo. Chef Under 35 dell'Anno: Davide Caranchini Lo chef-artigiano, così si definisce, in soli due anni dall'apertura del ristorante, di cui è proprietario, è riuscito a conquistare una clientela nazionale e internazionale al pari dei colleghi più 'navigati'. Best Practice Sfida Imprenditoriale: Alfio Ghezzi Ha intrapreso una nuova avventura da solista in cui è protagonista della

ristorazione del Mart, a Rovereto. Un progetto che riguarda tutti i pasti della giornata, dalla colazione alla cena. Chef Rising Star dell'Anno: Marco Ambrosino Per lui la cucina è un gesto sociale e un atto politico che lo ha portato a fondare il manifesto collettivo mediterraneo. L'obiettivo è sensibilizzare il settore della ristorazione verso un radicale cambio di rotta. Best Practice Sviluppo Internazionale: Famiglia Iaccarino Don Alfonso cresce oltreconfine portando la cucina italiana nel mondo, dal Canada alla Nuova Zelanda. Premio Valorizzazione del Territorio: Ristorante Dattilo Nel ristorante di famiglia, attraverso le materie prime racconta la Calabria e il patrimonio enogastronomico della regione. Nuova Insegna dell'Anno: 142 Restaurant Il locale, pensato e realizzato da Sandra Ciciriello, con tre giovani chef under 30 in cucina, ha ravvivato la scena milanese, dalla prima colazione alla cena. Best Practice Cultura del Vino: Milano Wine Week Ha portato un nuovo approccio nel settore vitivinicolo attraverso un momento di incontro tra produttori, manager, consulenti, della nuova generazione. Best Practice Business del Territorio: Fiera Internazionale del Tartufo

Bianco d'Alba Incontro tra cultura, territorio e gastronomia - connubio tra pubblico e privato - è un esempio di promozione sostenibile che genera una crescita costante dell'indotto della regione. Studio Architettura dell'Anno: Vudafieri - Saverino Partners Si è distinto come interprete progettuale per il mondo della ristorazione di alcuni locali milanesi di maggior tendenza. Best Practice Restaurant Design: Andrea Langhi Design Ogni anno progetta decine di locali pubblici, soprattutto format di ristorazione, in Italia e nel Mondo. Best Practice Valorizzazione del Brand: Antonello Colonna L'oste romano ha traghettato Open, ormai un brand non solo della ristorazione, a Milano con un'insegna gastronomica nel distretto finanziario-legale a due passi dal Duomo Best Practice Business della Pizza: Franco Pepe Con il progetto Pepe in grani, l'artigiano moderno della pizza ha valorizzato Caiazzo recuperando attività in crisi e rilanciando le produzioni artigianali del territorio. Best Practice Cucina e Management: Beck & Maltese Consulting La forza della società di Teresa Maltese e Heinz Beck sé racchiusa nei tre modelli di business: la consulenza, il

management contract e la partnership, come per Attimi by Heinz Beck. Premio 'Le Tavole della Legge': Terrazza Fiorella Insegna della Costiera Sorrentina è una terrazza a picco sul mare che offre un percorso gastronomico dalla forte identità diverso dallo spartito locale. Startup dell'Anno: Deliveristo Ha ideato un canale privilegiato che inverte il processo di vendita e in cui il ristoratore va alla ricerca del produttore Miglior Concept di Ristorazione : Miscusi A poco più di due anni dalla nascita, serve oltre 70mila persone al mese e ha investito in una farm per la produzione e l'innovazione di pasta. Con 7 ristoranti e circa 200 dipendenti gli utili crescono a doppia cifra. Miglior Format Pizza: Pizzium La pizza napoletana ha fatto lievitare il fatturato del format che ha investito sulle materie prime e il welfare aziendale. Miglior Progetto Food & Beverage: Pescaria Il format ittico pugliese è in continua crescita e, dopo la doppietta milanese, è sbarcato anche a Torino. Best Practice Valorizzazione DOP: Muu Muuzarella Il format, basato su un modello di business scalabile e replicabile, declina la Mozzarella di bufala campana Dop in tutte le composizioni gastronomiche,

dall'antipasto al dolce. Miglior Format Emergente: Bowls and More Un progetto di food retail tutto italiano che ha da poco compiuto un anno e ha già all'attivo quattro locali. Non solo cibo ma anche lifestyle. Miglior Format da Esportazione: Fratelli La Bufala Da 15 anni ambasciatore della cucina napoletana nel mondo, dopo il rebranding ha conquistato le capitali europee con nuovi flagship store LAB. Londra, Berlino e Dubai le nuove aperture all'estero. Best Practice Finanza per la Crescita: Cioccolatitaliani Il format ha aperto i capitali a un fondo internazionale con l'obiettivo di sviluppare il business in Italia e all'estero. Best Practice Food Experience: Peck Il tempio dell'alta gastronomia di via Spadari ha deciso di uscire dal centro città e mettere in contatto la Milano storica e aristocratica con quella verticale dei business man.

L'Alfabeto del futuro: l'equilibrio da trovare fra turismo e tutela delle colline targate Unesco

LINK: <https://www.lastampa.it/focus/2019/12/12/news/l-alfabeto-del-futuro-l-equilibrio-da-trovare-fra-turismo-e-tutela-delle-colline-targate-unesco...>

L'Alfabeto del futuro: l'equilibrio da trovare fra turismo e tutela delle colline targate Unesco Lunedì 16 dicembre il tour de La Stampa fa tappa ad Alba nell'auditorium della Fondazione Ferrero Liliana Allena e Stefano Mosca dell'Ente Fiera del tartufo bianco d'Alba premiati a Milano roberto fiori Pubblicato il 12 Dicembre 2019 Ultima modifica 12 Dicembre 2019 10:12 La Fiera del tartufo albese si è ormai conclusa da qualche settimana, ma l'attrazione turistica di Langhe e Roero non si è affatto esaurita, confermando un processo di destagionalizzazione ormai in atto da qualche anno, anche se la strada da percorrere è ancora lunga. Ed è proprio valutando questo modello di successo che la terza edizione dei **Foodcommunity Awards**, evento organizzato da **foodcommunity.it**, ha premiato lunedì a Milano l'Ente Fiera internazionale del tartufo bianco d'Alba con il riconoscimento «Best Practice Business del Territorio per l'incontro tra cultura, territorio e gastronomia - connubio tra pubblico e privato - esempio di promozione sostenibile che genera una crescita

costante dell'indotto della regione». Il premio è stato ritirato dalla presidente Liliana Allena e dal direttore Stefano Mosca. «È un riconoscimento che ci onora e ci spinge a operare sempre meglio - dice il direttore Mosca -. La Fiera albese è un brand molto conosciuto, che negli anni ha saputo trasformarsi da festa paesana a contenitore di qualità. Ma le sfide da affrontare sono ancora tante, a partire proprio dai temi della cultura e della sostenibilità». Il settore del turismo e dei viaggi ha visto mutare radicalmente le proprie dinamiche in poco tempo. Basti pensare che oggi, attraverso lo smartphone, possiamo prenotare in un clic 29 milioni di camere d'albergo in tutto il mondo e oltre 6 milioni di sistemazioni alternative. In un simile contesto, quali sono le parole chiave per parlare di sostenibilità del turismo enogastronomico? «Difficile rispondere - dice Mauro Carbone, direttore dell'Atl Langhe Roero Monferrato -. Sostenibilità è una di quelle parole magiche che tutti usano, ma che rischiano di non dire nulla. Per questo occorre interrogarsi su quali siano i problemi del nostro

settore e del territorio, per affrontarli consapevolmente». Un esempio? «Il sistema dei trasporti, sulle colline del vino, non è certo smart: in assenza di alternative, qui prevale l'uso privato dell'auto anche tra i turisti. E poi la gestione dei flussi: abbiamo problemi di "overtourism", ovvero di sovraffollamento? E come possiamo eventualmente rimediare?». Domande a cui La Stampa cercherà di dare risposta proprio ad Alba, con la seconda tappa de «L'Alfabeto del futuro», il tour organizzato insieme con le testate del gruppo Gedi News Network per aiutare i lettori a imparare, attraverso il linguaggio della modernità, le infinite innovazioni che ogni giorno cambiano la nostra vita. L'appuntamento è lunedì (16 dicembre), alle 17,30, nell'auditorium della Fondazione Ferrero. Nella terra che nel 2014 è diventata Patrimonio dell'Umanità, si parlerà con ospiti autorevoli di un «Nuovo patto per salvare l'ambiente», declinato tra opportunità imprenditoriali, tutela del territorio e prevenzione dei rischi. Perché di fronte ai cambiamenti che stanno

avvenendo anche nel nostro vivere quotidiano, la necessità di garantire un futuro al Pianeta è diventata un'urgenza percepita non solo dalle istituzioni, ma anche dai singoli cittadini. Per partecipare all'evento è sufficiente iscriversi sul sito della Stampa, nella sezione «Alfabeto del futuro», oppure scrivere oggi (giovedì 12 dicembre), dalle 9,30 alle 13,30, una mail a segnalazioni@lastampa.it ed eventi@gnn.it indicando nome e cognome. O ancora è possibile telefonare allo 011/18898035. A dialogare sul palco saranno Carlo Petrini, Brunello Cucinelli, Alessandro Ceretto, Rossana Gaja, Antonello Pasini, PierPaolo Carini e Teresio Testa. Il dibattito sarà moderato dai direttori de La Stampa, Maurizio Molinari, e del Secolo XIX, LucaUbaldeschi. I lettori possono inoltre partecipare sul sito a un sondaggio sul tema. I risultati saranno presentati durante la serata di lunedì. Qui andrà inserito il messaggio del Direttore, esempio: "Chiunque ha il diritto alla libertà di opinione ed espressione; questo diritto include libertà a sostenere personali opinioni senza interferenze.... "

Viviana Varese premiata ai **Foodcommunity Awards**

LINK: <https://www.crisalidepress.it/food-taste/viviana-varese-premiata-ai-foodcommunity-awards/>



mercoledì, 11 dicembre 2019 Viviana Varese premiata ai **Foodcommunity Awards** di Redazione Alla Chef Viviana Varese, una stella Michelin acquisita nel 2011, è stato conferito ieri il premio di Best Practice Sinergie Imprenditoriali in occasione della terza e d i z i o n e dei **Foodcommunity Awards**.

Un anno, il 2019, davvero speciale per Viviana Varese che l'ha vista protagonista non solo come Chef ma anche come donna imprenditrice: nuova ristorante VIVA e partnership con Riga Food s.r.l. La sinergia imprenditoriale tra Viviana Varese e Ritu Dalmia è frutto di valori condivisi che sono l'entusiasmo, la passione per le cucine del mondo e delle scoperte gastronomiche. Un'amicizia tra due grandi donne, diventata sinergia creativa e operativa anche con il progetto Spica.

Foodcommunity Awards, la Varese premiata come cuoca-imprenditrice - Italia a Tavola

LINK: <https://www.italiaatavola.net/professionisti/cuochi/2019/12/10/foodcommunity-awards-varese-premiata-come-cuoca-imprenditrice/64347>



Foodcommunity Awards, la Varese premiata come cuoca-imprenditrice

Foodcommunity Awards, la Varese premiata come cuoca-imprenditrice

Publicato il 10 dicembre 2019 | 15:38 Il premio Best Practice Sinergie Imprenditoriali è stato consegnato alla cuoca una stella Michelin, vista la partnership con Riga Food e la nuova avventura di Viva.

Alla chef Viviana Varese, una stella Michelin acquisita nel 2011, è stato conferito il premio di "Best Practice Sinergie Imprenditoriali" in occasione della terza edizione dei **Foodcommunity Awards**.

Viviana Varese Un anno, il 2019, davvero speciale per Viviana Varese, socio Euro-Toques. È stata infatti protagonista sia come chef, naturalmente, ma anche come donna imprenditrice.

Dalla partnership con Riga Food fino all'inaugurazione del ristorante Viva, nuova creatura che ha preso vita sempre negli spazi di Alice all'interno di Eataly

Smeraldo. Una vera sinergia imprenditoriale, quella nata tra Viviana Varese e Ritu Dalmia, frutto di valori condivisi che sono l'entusiasmo e la passione per le cucine del mondo e per le scoperte gastronomiche.

Un'amicizia tra due grandi donne, diventata sinergia creativa e operativa anche con il progetto Spica. Per informazioni: www.vivavivianavarese.it © Riproduzione riservata

HOME > PROFESSIONI > CUOCHI > **Foodcommunity Awards**, la Varese premiata come cuoca-imprenditrice - Italia a Tavola

ABBONATI ALLA RIVISTA RESTA SEMPRE AGGIORNATO! Iscriviti alle newsletter quotidiane e ricevi direttamente su WhatsApp Ricevi in tempo reale le principali notizie del giorno su Telegram Iscriviti alle newsletter settimanali inviate via mail "Italia a Tavola è da sempre in prima linea per garantire un'informazione libera e aggiornamenti puntuali sul

mondo dell'enogastronomia e del turismo, promuovendo la conoscenza di tutti i suoi protagonisti attraverso l'utilizzo dei diversi media disponibili" Alberto Lupini premio cuoco chef Michelin **Foodcommunity Awards** Viva imprenditore Riga Food Eataly Smeraldo SpicaViviana Varese Ritu Dalmia

SCRIVI UN COMMENTO Esprimi liberamente il tuo commento scrivendo nella finestra, indica nome, cognome ed indirizzo e-mail e il campo alfanumerico di sicurezza. * * * * Voglio ricevere le newsletter settimanali Ai sensi del D.lgs. 196/2003, La informiamo che i dati personali da lei forniti sono necessari per poter procedere alla gestione della Sua segnalazione e saranno utilizzati, con strumenti informatici e manuali, esclusivamente per tali finalità. Letta l'informativa ai sensi del D.lgs. 196/2003, cliccando sul tasto INVIA, autorizzo il trattamento dei miei dati

personali, per le finalità e
con le modalità ivi indicate.

Franco Pepe vince il premio **Foodcommunity**

LINK: <http://www.casertanews.it/social/franco-pepe-in-grani-vince-premio-foodcommunity-2019-pizza-caiazzo.html>

Franco Pepe vince il premio **Foodcommunity** Il titolare di 'Pepe in Grani' premiato a Milano per aver recuperato attività in crisi e rilanciato le produzioni artigianali del territorio Redazione 09 dicembre 2019 18:47
Condivisioni I più letti di oggi 1 Franco Pepe vince il premio **Foodcommunity** Video del giorno Attendere un istante: stiamo caricando il video... Franco Pepe "Con il progetto Pepe in Grani, l'artigiano moderno della pizza, ha valorizzato Caiazzo recuperando attività in crisi e rilanciando le produzioni artigianali del territorio". Questa la motivazione con la quale **Foodcommunity** ha conferito il premio "Best practice - Business della pizza" a Franco Pepe, nell'ambito della terza edizione dell'evento **Foodcommunity Awards**. A partecipare all'evento sono stati i principali protagonisti della filiera del gusto: tra chef e imprenditori che hanno contribuito ad aumentare la reputazione della cucina di alto livello in Italia e all'estero e eccellenze imprenditoriali nel mondo del food & beverage e della ristorazione che si sono particolarmente contraddistinte, nell'ultimo

anno, per la crescita del business. I vincitori sono frutto di un'analisi di dati redazionali e di risultati emersi dalle ricerche effettuate nel corso degli ultimi 12 mesi dalla redazione di **Foodcommunity**.it, la cui valutazione ha tenuto conto delle informazioni pubbliche di natura economica, industriale e commerciale riguardanti i candidati nel periodo di riferimento.

Gian Luca Rana insignito del premio Brand Hero a **Save the Brand** 2019

LINK: http://www.largoconsumo.info/dettaglio_notizia?notizia=Gian-Luca-Rana-insignito-del-premio-Brand-Hero-a-Save-the-Brand-2019&documentId=26060...



Gian Luca Rana insignito del premio Brand Hero a **Save the Brand** 2019 Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, è stato insignito del premio Brand Hero nell'ambito dell'edizione 2019 di **Save the Brand**, l'appuntamento promosso da **LC** Publishing Group per celebrare il Made in Italy. L'evento, giunto alla sesta edizione, ha l'obiettivo di valorizzare le 3 F del Made in Italy: Food, Fashion e Furniture, premiando quelle realtà che nel tempo, attraverso il loro brand, sono ambasciatrici del gusto, della qualità e della creatività italiana. Per individuarle, la redazione delle testate di **LC** Publishing è stata supportata anche dalla ricerca Fashion, Food, Furniture Brands - Il valore dei marchi delle aziende 3F, condotta da ICM Advisors, nella quale sono stati analizzati diversi criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le

strategie di branding e comunicazione, l'apertura del capitale a investitori, la capacità e la velocità di cogliere [...] Nell'articolo: Pastificio Rana in breve Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, è stato insignito del premio Brand Hero nell'ambito dell'edizione 2019 di **Save the Brand**, l'appuntamento promosso da **LC** Publishing Group per celebrare il Made in Italy. L'evento, giunto alla sesta edizione, ha l'obiettivo di valorizzare le 3 F del Made in Italy: Food, Fashion e Furniture, premiando quelle realtà che nel tempo, attraverso il loro brand, sono ambasciatrici del gusto, della qualità e della creatività italiana. Per individuarle, la redazione delle testate di **LC** Publishing è stata supportata anche dalla ricerca Fashion, Food, Furniture Brands - Il valore dei marchi delle aziende 3F, condotta da ICM Advisors, nella quale sono stati analizzati diversi criteri che,

oltre alla performance economica, includono l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, l'apertura del capitale a investitori, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Rana di questo riconoscimento è legata alla strategia di sviluppo intrapresa da Gian Luca Rana, da oltre 30 anni alla guida dell'azienda, che ha portato il Pastificio a imporsi come leader mondiale del mercato della pasta fresca. "Considero questo premio un prezioso riconoscimento del lavoro svolto in tutti questi anni, - ha commentato Gian Luca Rana - che ci ha portati a trasformare quella che era una piccola realtà dell'industria alimentare veronese in una piattaforma globale di produzione di prodotti freschi, presente oggi in 58 diversi mercati nel mondo. Ciò che però mi

rende più orgoglioso di questo percorso è aver potuto creare sempre nuove opportunità di lavoro. Oggi infatti la nostra grande famiglia conta 3.500 persone, con cui sono felice di condividere questo successo". Pastificio Rana in breve 7 stabilimenti (5 in Italia, 1 in Belgio e 1 in USA) e filiali in Francia, Spagna, UK, Svizzera, Germania e USA Presente con i propri prodotti in 58 Paesi nel mondo Conta circa 3.200 persone Dal 2007 il Pastificio Rana è attivo anche nella ristorazione con un format di "show cooking", dove i piatti vengono preparati al momento in una grande cucina a vista. Ad oggi la catena conta 23 ristoranti distribuiti in tutt'Italia, più uno a Berlino Fonte: Dati aziendali Largo Consumo

Il premio «**Save the Brand** 2019» a Noberasco

LINK: <http://www.italiafruit.net/DetailNews/52409/mercati-e-imprese/il-premio-save-the-brand-2019-a-noberasco>



home / Mercati e Imprese / Il premio «**Save the Brand** 2019» a Noberasco Chiudi Email a: Indicare l'email del destinatario Indirizzo email non valido Puoi inserire più destinatari se li separi con uno spazio Il tuo nome: Indicare il tuo nome La tua email: Indicare la tua email Indirizzo email non valido Testo: giovedì 5 dicembre 2019 Il premio «**Save the Brand** 2019» a Noberasco La sesta edizione del premio **Save The Brand** 2019 organizzato da **Lc Publishing** Group vede premiata Noberasco, in una selezione di 30 aziende, per best practice e visione strategica: l'azienda ligure, alla quarta generazione, in cinque anni ha raddoppiato il fatturato e consolidato il canale retail con l'apertura nel 2019 del sesto monomarca, secondo negozio in Milano. Dal 1908 Noberasco è un'azienda a conduzione familiare che ha saputo interpretare innovazione e ricerca del food made in Italy al servizio del cliente. La

società, specializzata in linee bio, healthy food salutistici e funzionali, con millereferenze tra frutta secca morbida ed essiccata, ha un ruolo di leadership consolidato dai risultati in costante miglioramento che la posizionano tra le eccellenze dell'articolato panorama delle imprese alimentari italiane. Automazione e tecnologie avanzate, ma da sempre la persona al primo posto: Noberasco è consapevole che l'attenzione ai dipendenti non sia soltanto un concetto di welfare, ma debba tradursi in un concreto investimento nel capitale umano. Così ringrazia Mattia Noberasco: "Sono onorato di ricevere questo premio rivolto agli imprenditori italiani che hanno saputo costruire intorno al proprio marchio un valore nei settori fashion, food e furniture. In un momento così particolare per il mio territorio, quello Ligure in cui la Noberasco ha sede dal 1908 e in cui ha recentemente investito con

l'insediamento a Carcare del nuovo stabilimento, riconoscimenti come questo sono forte stimolo ad andare avanti e impegnarsi per superare la situazione contingente. Dedico questopremio a tutte le oltre 200 persone che in azienda in questi giorni hanno nuovamente dimostrato coesione e collaborazione per fronteggiare le difficoltà. Sono sempre più convinto che il valore di una azienda sia dato dalle persone e a loro significo il mio grazie." Insieme a Noberasco sono state premiate altre aziende analizzate dalla redazione del gruppo **Lc Publishing** che attraverso la ricerca "Fashion, food, furniture brands - Il valore dei marchi delle aziende 3F" le ha selezionate per un insieme di criteri -oltre alla performance economica- come l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, l'apertura del capitale a investitori, la capacità e la velocità di cogliere i trend della

domanda e la sostenibilità.
Fonte: Ufficio stampa
Noberasco

CA' DEL MORO WINE RETREAT SI AGGIUDICA PREMIO "STANZE ITALIANE" TOURING CLUB, UNICA STRUTTURA VENETA TRA 4 VINCITRICI NAZIONALI

LINK: <https://www.agricolae.eu/ca-del-moro-wine-retreat-si-aggiudica-premio-stanze-italiane-touring-club-unica-struttura-veneta-tra-4-vincitrici-n...>

CA' DEL MORO WINE RETREAT SI AGGIUDICA PREMIO "STANZE ITALIANE" TOURING CLUB, UNICA STRUTTURA VENETA TRA 4 VINCITRICI NAZIONALI Posted by Redazione x Pubblicato il 02/12/2019 at 12:46 Ca' del Moro, il wine retreat della cantina veronese La Collina dei Ciliegi, si aggiudica il premio "Stanze italiane", il riconoscimento assegnato dal Touring Club alle strutture ricettive che più si sono distinte per atmosfera familiare, cura dei dettagli e servizio puntuale, conferito quest'anno solo a 4 realtà del Belpaese. Premiato ieri in occasione del Festival della Gastronomia a Milano, Ca' del Moro è l'unica realtà veneta selezionata tra le oltre 870 destinazioni della guida "Alberghi e ristoranti d'Italia 2020" e tra i 2 vincitori del Nord Italia. Un premio che arriva a conclusione di un weekend di riconoscimenti, a partire dal "best practice innovazione di marketing" di **Save the Brand** per la nuova veste grafica delle etichette ricevuto nei giorni scorsi a Milano, fino ai Cinque Grappoli della Guida 2020 di Bibenda - I migliori

vini d'Italia -, assegnati all'Amarone della Valpolicella 2016 durante la cerimonia di premiazione che si è tenuta sabato a Roma. Ma Amarone, Valpolicella, Recioto, Ripasso, Garganega e Corvina sono anche i nomi delle 6 suite esclusive di Ca' del Moro, il wine retreat dell'azienda vinicola fondata da Massimo Gianolli, imprenditore della finanza (presidente di Generalfinance), a Erbin sulle colline della Valpantena a pochi km da Verona. Ispirato dalla natura e dal vino, Ca' del Moro trasforma il lusso in un'esperienza lenta, da vivere in ambienti comfort tra materiali naturali, percorsi di luce e arredi curati nei minimi dettagli, senza dimenticare il palato con un ristorante che offre i piatti della tradizione reinterpretati in chiave gourmet dal giovane chef Gabriele Pace tra prodotti locali e di stagione. "Ca' del Moro nasce come un 'rifugio per l'anima' che coniuga perfettamente ruralità, modernità sostenibile, comfort e benessere, nel rispetto della natura e del paesaggio - ha spiegato Massimo Gianolli,

presidente e ad de La Collina dei Ciliegi -. Proprio in questo senso vanno anche gli ultimi interventi di green building per eliminare l'inquinamento elettromagnetico, oltre all'installazione di colonnine di ricarica per auto ed e-bike, per pedalate tra i vigneti a zero emissioni". -
RIPRODUZIONE
RISERVATA -

Zerbinati vince il premio «Save the brand» 2019

LINK: <http://www.italiafruit.net/DettaglioNews/52357/mercati-e-imprese/zerbinati-vince-il-premio-save-the-brand-2019>



Zerbinati vince il premio «Save the brand» 2019. Si è tenuta nella prestigiosa cornice dell'hotel Four Seasons di Milano la sesta edizione di **Save The Brand**: evento dedicato alla business community che premia le eccellenze del Made in Italy nei settori fashion, food e furniture. C'è Zerbinati sul podio delle aziende che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al loro marchio, selezionate sulla base della ricerca "Fashion, food, furniture brands - Il valore dei marchi delle aziende 3F" condotta per **Lc publishing group** da Icm Advisors. Azienda leader di mercato e innovatrice per eccellenza, la Zerbinati è stata infatti insignita del premio Innovazione di prodotto per aver ampliato la gamma di prodotti, anche bio e gluten-free, attraverso l'introduzione di tante nuove referenze. Ad oggi la Zerbinati offre infatti al consumatore un menù completo a 360°, sia food che beverage, con

un'offerta di oltre 190 referenze che coprono tutti i momenti di consumo della giornata: dalla colazione alla cena, passando per il pranzo, le pause e anche l'aperitivo. "Siamo felici e orgogliosi di questo riconoscimento che riflette perfettamente l'anima di un'azienda che si fa pioniera di proposte del tutto nuove e dirompenti per il mercato, in costante evoluzione per offrire al consumatore un'incredibile varietà di prodotti che ne intercettino i gusti e le esigenze, anticipando i food trend. Il nostro business si è evoluto negli anni sempre all'insegna dell'innovazione che ci contraddistingue: da realtà in grado di anticipare le tendenze a grande azienda leader del settore. La passione imprenditoriale, l'impegno, l'attenzione per il consumatore e il coraggio di lanciarsi in nuove sfide sono per noi ingredienti fondamentali", ha commentato Simone Zerbinati, general manager dell'azienda. Fonte: Ufficio stampa Zerbinati

Finanza per la crescita, a Monnalisa il premio **Save the Brand**. Iacomoni: "Ne sono orgoglioso"

LINK: <http://www.arezzone.it/economia/monnalisa-premio-save-the-brand-iacomoni.html>

Finanza per la crescita, a Monnalisa il premio **Save the Brand**. Iacomoni: "Ne sono orgoglioso" L'azienda di childrenswear di Arezzo premiata nella categoria "Finanza per la crescita" tra oltre 1.000 aziende fashion, food, furniture Redazione 30 novembre 2019 13:08
Condivisioni I più letti di oggi 1 L'Ordine dei Commercialisti di Arezzo: "Bene la quota rosa del 40% nei Cda" 2 Finanza per la crescita, a Monnalisa il premio **Save the Brand**. Iacomoni: "Ne sono orgoglioso" Video del giorno
Attendere un istante: stiamo caricando il video...
Piero Iacomoni Monnalisa SpA (Aim Italia -Ticker MNL), azienda leader nel settore del childrenswear di alta gamma, ha ricevuto per la seconda volta consecutiva il premio **Save the Brand**, organizzato da **LC Publishing Group** in collaborazione con ICM Advisors, nel corso della serata di gala tenutasi al Four Seasons di Milano. Oltre 1.000 le aziende analizzate attraverso la ricerca su "Fashion, Food, Furniture Brands - Il valore dei marchi delle aziende3F". L'obiettivo è quello di individuare le aziende che sono state in grado di

ottenere risultati sistematicamente migliori rispetto alla media del proprio settore. Monnalisa, inserita nella lista delle 30 aziende "eccellenti" - secondo performance economica, innovazione, internazionalizzazione, strategie di branding e comunicazione, apertura del capitale a investitori, capacità e velocità di cogliere i trend della domanda e sostenibilità - è risultata tra le società virtuose e ha ricevuto il premio nella categoria "Finanza per la crescita" con la seguente motivazione: "L'azienda, icona nell'abbigliamento per l'infanzia di alta gamma, si è quotata nel 2018 e ha recentemente investito nel nuovo stabilimento e pianificato un ulteriore impulso sulladistribuzione sia retail che online." Ha ritirato l'ambito riconoscimento Piero Iacomoni. Il Fondatore e Presidente di Monnalisa dichiara: "Sono orgoglioso di ricevere per la seconda volta questo premio che valorizza il nostro impegno: abbiamo ampliato il quartier generale in ottica green, progettato per ridurre gli impatti ambientali. La nostra azienda viaggia "a

tutto retail": stiamo per annunciare sia l'apertura del 50° monomarca che un importante ridisegno del digital customer journey."

De Riso, premio pasticciere-imprenditore

LINK: http://www.ansa.it/campania/notizie/napoli/2019/12/09/de-riso-premio-pasticciere-imprenditore_dd609856-c1c2-4e05-82b4-a5b50502f319.html



ANSA.it Campania Terra e Gusto De Riso, premio pasticciere-imprenditore De Riso, premio pasticciere-imprenditore Lo chef della Costiera il più votato da utenti su Instagram Redazione ANSA NAPOLI 09 dicembre 2019 18:00 News Stampa Scrivi alla redazione (ANSA) - NAPOLI, 9 DIC - Sal De Riso è il miglior pasticciere imprenditore dell'anno ai **Foodcommunity Awards**, riconoscimento che premia le eccellenze imprenditoriali nel mondo Food & Beverage e gli chef italiani che si sono distinti per il loro business. Il premio, ritirato da Salvatore stamani al Teatro Nuovo di Milano, gli è stato consegnato per la seguente motivazione: "Uomo e imprenditore prima che pasticciere ha creato ricchezza nel territorio valorizzando le eccellenze della Costiera Amalfitana ed esportandole in tutto il mondo". Sono stati gli utenti - scrivendo la propria preferenza su Instagram - ad eleggere Sal De Riso, che gareggiava insieme ai

più grandi nomi della pasticceria italiana (Ernst Knam, Iginio Massari, Roberto Rinaldi, Andrea e Giacomo Besuschio, Davide Comaschi e Gianluca Fusto). (ANSA). Ottieni il codice embed

Vino, Turismo e Marketing, la Collina dei Ciliegi fa il pieno di riconoscimenti

LINK: <https://www.bereilvino.it/2019/12/vino-turismo-e-marketing-la-collina-dei-ciliegi-fa-il-pieno-di-riconoscimenti/>



Vino, Turismo e Marketing, la Collina dei Ciliegi fa il pieno di riconoscimenti Di Fabio Italiano - 8 Dicembre 2019 0 0 Share Facebook Twitter Pinterest Ca' del Moro, il wine retreat della cantina veronese La Collina dei Ciliegi, si aggiudica il premio "Stanze italiane", il riconoscimento assegnato dal Touring Club alle strutture ricettive che più si sono distinte per atmosfera familiare, cura dei dettagli e servizio puntuale, conferito quest'anno solo a 4 realtà del Belpaese. Premiato ieri in occasione del Festival della Gastronomia a Milano, Ca' del Moro è l'unica realtà veneta selezionata tra le oltre 870 destinazioni della guida "Alberghi e ristoranti d'Italia 2020" e tra i 2 vincitori del Nord Italia. Un premio che arriva a conclusione di un weekend di riconoscimenti, a partire dal "best practice innovazione di marketing" di **Save the Brand** per la nuova veste grafica delle etichette ricevuto nei giorni scorsi a Milano, fino ai

Cinque Grappoli della Guida 2020 di Bibenda - Imigliori vini d'Italia -, assegnati all'Amarone della Valpolicella 2016 durante la cerimonia di premiazione che si è tenuta sabato a Roma. Ma Amarone, Valpolicella, Recioto, Ripasso, Garganega e Corvina sono anche i nomi delle 6 suite esclusive di Ca' del Moro, il wine retreat dell'azienda vinicola fondata da Massimo Gianolli, imprenditore della finanza (presidente di Generalfinance), a Erbin sulle colline della Valpantena a pochi km da Verona. Ispirato dalla natura e dal vino, Ca' del Moro trasforma il lusso in un'esperienza lenta, da vivere in ambienti comfort tra materiali naturali, percorsi di luce e arredi curati nei minimi dettagli, senza dimenticare il palato con un ristorante che offre i piatti della tradizione reinterpretati in chiave gourmet dal giovane chef Gabriele Pace tra prodotti locali e di stagione. "Ca' del

Moro nasce come un 'rifugio per l'anima' che coniuga perfettamente ruralità, modernità sostenibile, comfort e benessere, nel rispetto della natura e del paesaggio- ha spiegato Massimo Gianolli, presidente e ad de La Collina dei Ciliegi -. Proprio in questo senso vanno anche gli ultimi interventi di green building per eliminare l'inquinamento elettromagnetico, oltre all'installazione di colonnine di ricarica per auto ed e-bike, per pedalate tra i vigneti a zero emissioni".

Vino: a "Masi Wine Experience" la sesta edizione del premio "Save The Brand -Fashion Food Furniture"

LINK: <https://www.lamiafinanza.it/2019/11/vino-a-masi-wine-experience-la-sesta-edizione-del-premio-save-the-brand-fashion-food-furniture/>

Vino: a "Masi Wine Experience" la sesta edizione del premio "Save The Brand -Fashion Food Furniture" L M F LaMiaFinanza - 29/11/2019 14:47:47 Masi Agricola S.p.A., società quotata all'AIM Italia, tra i leader italiani nella produzione di vini premium, ha vinto il Save the Brand 2019, premio ai top Italian brand nel fashion, food, furniture, per la categoria "marketing e distribuzione". L'evento organizzato da LC Publishing Group con la partnership di ICM Advisors, ha premiato la società vitivinicola della Valpolicella che si conferma così eccellenza del Made in Italy nel settore food & beverage, dopo i successi ottenuti ai Foodcommunity Awards negli anni passati. Sandro e Raffaele Boscaini, rispettivamente Presidente e Direttore Marketing di Masi, hanno ritirato il riconoscimento "Best Practice Marketing & Distribuzione" per "aver portato anche all'estero il proprio progetto di ospitalità e di cultura e sviluppato con Masi Wine Experience (MWE) un circuito esperienziale legato al vino". Dopo la location nel centro storico di Zurigo e la

recente apertura nell'incanto di Cortina d'Ampezzo, MWE è approdata a Monaco di Baviera e apre la sua ottava location con il Masi Wine Bar, nella prestigiosa Maximilianstrasse. Il nuovo Masi Wine Bar Munich e il recente accordo con il distributore tedesco Eggers & Franke Holding contribuiranno a consolidare il prestigio al marchio Masi in Germania, Paese che da anni apprezza i vini della Cantina guidata dalla famiglia Boscaini, e a promuovere le finalità del progetto MWE, nato per avvicinare il consumatore finale ai valori del brand e alla cultura del territorio e del mondo del vino. Sandro Boscaini, Presidente di Masi Agricola, ha commentato: "Vincere il Save the Brand è per noi motivo di grande orgoglio e premia la qualità del nostro lavoro quotidiano. Quando abbiamo ideato Masi Wine Experience l'obiettivo era di comunicare i nostri vini attraverso esperienze, emozioni e l'incanto del territorio. Siamo davvero soddisfatti dei progressi maturati in breve tempo e questo ulteriore riconoscimento ci conferma che siamo sulla strada

giusta: promuovere e far apprezzare il bello, il buono e il ben fatto di Masi e della sua regione nel segmento alto del mercato". Raffaele Boscaini, Direttore Marketing di Masi, ha aggiunto: "La Masi Wine Experience è cresciuta molto in questi anni e oggi è funzionale nello sviluppo del nostro business: grazie a questa iniziativa il brand Masi si accredita con nuovi e più ampi significati nel lifestyle e nella cultura dell'ospitalità. Ha attrezzato per visite e esperienze i propri siti produttivi, in Valpolicella, a Valdobbiadene e in Argentina, e ha promosso ulteriori location con i Wine Bar di Zurigo, Canova sul Garda, Cortina d'Ampezzo e prossimamente a Monaco di Baviera. Sono tutti centri di irradiazione dei nostri valori: ospitalità, cultura, qualità, eccellenza e unicità dei nostri vini, prodotti e terroir, sempre più riconosciuti da un consumatore attento. L'esperienza Masi è ancora una volta premiata e questo ci riempie di soddisfazione, rafforza e certifica l'eccellenza della nostra Cantina". Il Save the Brand, giunto alla sua sesta edizione, celebra il Made in

Italy nei settori delle tre F - Food Fashion Furniture - e premia i professionisti ed eccellenze imprenditoriali che si sono distinti per la performance positiva del loro business nel nostro Paese e all'estero, e per la creazione di valore nel proprio territorio. Il Veneto è stato tra i protagonisti di questa edizione: oltre a Masi Agricola, sono state applaudite altre tre aziende venete, altrettanto storiche ed emblema del territorio: il Pastificio Rana, nominato "brand hero 2019", La Collina dei Ciliegi, che ha vinto nella categoria "innovazione di marketing" e Paluani, premiata per la "sostenibilità e attenzione alla salute".

Categorie: Comunicati Stampa - LMF Food | Autore: LMF LaMiaFinanza

Articolo precedente eToro su Libra: Facebook non usi proprie stablecoin, ma quelle di partner autorizzati

Prossimo articolo Se non ora quando? SoS Climate change

Noberasco: premio **Save the Brand** 2019

LINK: https://www.focus-online.it/news_dettaglio.php?id=6073

Noberasco: premio **Save the Brand** 2019 02/12/2019
Noberasco, azienda a conduzione familiare, che, dal 1908, specializzata in linee bio, healthy food salutistici e funzionali, con mille referenze tra frutta secca morbida ed essiccata, è stata premiata alla sesta edizione del premio **Save The Brand** 2019 organizzato da **LC Publishing Group**. L'azienda ligure, giunta alla quarta generazione, è stata premiata, in una selezione di 30 aziende, per best practice e visione strategica. L'azienda, infatti, in cinque anni non solo ha raddoppiato il proprio fatturato, ma ha anche consolidato il canale retail con l'apertura nel 2019 del sesto monomarca. Così ha ringraziato Mattia Noberasco: Sono onorato di ricevere questo premio rivolto agli imprenditori italiani che hanno saputo costruire intorno al proprio marchio un valore nei settori Fashion, Food e Furniture. In un momento così particolare per il mio territorio, quello ligure in cui la Noberasco ha sede dal 1908 e in cui ha recentemente investito con l'insediamento a Carcare del nuovo stabilimento, riconoscimenti come questo sono forte stimolo ad

andare avanti e impegnarsi per superare la situazione contingente. - ha aggiunto Mattia Noberasco - Dedico questo premio a tutte le oltre 200 persone che in azienda in questi giorni hanno nuovamente dimostrato coesione e collaborazione per fronteggiare le difficoltà. Sono sempre più convinto che il valore di una azienda sia dato dalle persone e a loro significo il mio Grazie. Insieme a Noberasco sono state premiate altre aziende analizzate dalla redazione del gruppo **LC Publishing**, che, attraverso la ricerca "Fashion, Food, Furniture Brands - Il valore dei marchi delle aziende 3F", le ha selezionate non solo per la performance economica, ma anche per l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, l'apertura del capitale a investitori, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. Info: www.noberasco.it

Tutti i vincitori dei **Foodcommunity Awards** 2019

LINK: <https://www.horecanews.it/tutti-i-vincitori-dei-foodcommunity-awards-2019/>



Traduci l'articolo nella tua lingua Tutti i vincitori dei **Foodcommunity Awards** 2019 Da 0 Giunti alla terza edizione, i **Foodcommunity Awards**, organizzati dal portale **foodcommunity.it**, hanno premiato anche quest'anno le eccellenze imprenditoriali del food&beverage e della ristorazione che si sono contraddistinte per la crescita del proprio business. **Il Foodcommunity Awards** hanno visto salire sul palco 38 personalit  tra chef e imprenditori meritevoli non solo di aver creato un'impresa di successo, ma anche di aver saputo creare valore per il territorio. La giuria per quest'edizione 2019 ha voluto allargare il proprio orizzonte dando maggior spazio a startup, agli studi di architettura - il cui lavoro   decisivo per la creazione di un locale di successo - e a quanti hanno puntato sull'internazionalizzazione. Di seguito l'elenco completo dei premiati con le motivazioni espresse dalla

giuria. Chef dell'Anno: Antonino Cannavacciuolo Lo chef campano, che ha appena celebrato 20 anni a Villa Crespi, tra cucina e tv   uno dei massimi rappresentanti della cucina italiana. Chef Imprenditore dell'Anno: Enrico Bartolini   ormai il re delle stelle, ne ha in tutto otto. Con sei ristoranti e decine di consulenze   riuscito a ingegnerizzare i processi della ristorazione e fare business. Premio Cucina e Management: Alessandro Negrini e Fabio Pisani Insieme hanno dimostrato una grande capacit  di gestione delle diverse insegne gastronomiche del gruppo. Best Practice Evoluzione della Ristorazione: Moreno Cedroni Lo chef marchigiano, uno dei pi  alti rappresentanti dell'innovazione,   protagonista dell'evoluzione dell'offerta nella cucina italiana. Premio alla Formazione e Cultura Gastronomica: Franco Aliberti Ha fatto della

sostenibilit  , circolarit  e dell'utilizzo di materie prime meno nobili la sua filosofia insegnando a cucinare senza sprechi. Miglior Strategia di Marketing: Davide Oldani Ha saputo valorizzare al meglio la propria immagine associandola a prodotti gastronomici, iconici e di design che ha contribuito a progettare e realizzare. Best Practice Management Internazionale: Giancarlo Perbellini Verona, Milano, ma anche Manama e Hong Kong. Lo chef scaligero ha dato conferma della sua vocazione imprenditoriale sia in Italia che all'estero. Chef Ristorazione in Hotel dell'Anno: Antonio Guida   Seta   Mandarin Oriental, Milan Ha saputo conquistare i palati milanesi pi  esigenti e ha contribuito a rendere il ristorante gourmet meta gastronomica di clienti internazionali. Premio all'Innovazione: Luigi Taglienti Ha evoluto la cucina diversificandola senza perdere identit  . A

ogni percorso corrisponde una storia dove l'ingrediente è protagonista. Premio all'Internazionalizzazione: Fratelli Cerea Hanno aperto la prima insegna della famiglia fuori dai confini europei, a Shanghai, che è già diventata un riferimento per la metropoli. Pasticcere Imprenditore dell'Anno: Sal De Riso Uomo e imprenditore prima che pasticcere ha creato ricchezza per il territorio valorizzando le eccellenze della Costiera Amalfitana ed esportandole in tutto il mondo. Best Practice Consulenze: Filippo La Mantia Ha da poco avviato nuove consulenze, dal Caffè San Giorgio, a Venezia, all'ultimo nato, il Caffè Fernanda, all'interno della Pinacoteca di Brera puntando sulla cucina siciliana. Premio Cucina Sostenibile: Cesare Battisti La sua filosofia si basa sul culto della materia prima, selezionata in collaborazione con contadini, allevatori, artigiani e pescatori partecipando attivamente alla promozione delle eccellenze del territorio. Best Practice Sinergie Imprenditoriali: Viviana Varese Un 2019 importante per la chef che ha una nuova partner d'affari, Ritu Dalmia, e un nuova insegna, Viva, che da

settembre ha sostituito Alice Ristorante. Premio per la Diversificazione: Andrea Berton Considera la diversificazione una componente imprescindibile per chi investe nella ristorazione e grazie alla sua offerta ha moltiplicato il suo pubblico avvicinandolo alla qualità del cibo. Chef Under 35 dell'Anno: Davide Caranchini Lo chef-artigiano, così si definisce, in soli due anni dall'apertura del ristorante, di cui è proprietario, è riuscito a conquistare una clientela nazionale e internazionale al pari dei colleghi più navigati. Best Practice Sfida Imprenditoriale: Alfio Ghezzi Ha intrapreso una nuova avventura da solista in cui è protagonista della ristorazione del Mart, a Rovereto. Un progetto che riguarda tutti i pasti della giornata, dalla colazione alla cena. Chef Rising Star dell'Anno: Marco Ambrosino Per lui la cucina è un gesto sociale e un atto politico che lo ha portato a fondare il manifesto collettivo mediterraneo. L'obiettivo è sensibilizzare il settore della ristorazione verso un radicale cambio di rotta. Best Practice Sviluppo Internazionale: Famiglia Iaccarino Don Alfonso cresce oltre confine

portando la cucina italiana nel mondo, dal Canada alla Nuova Zelanda. Premio Valorizzazione del Territorio: Ristorante Dattilo Nel ristorante di famiglia, attraverso le materie prime racconta la Calabria e il patrimonio enogastronomico della regione. Nuova Insegna dell'Anno: 142 Restaurant Il locale, pensato e realizzato da Sandra Ciciriello, con tre giovani chef under 30 in cucina, ha ravvivato la scena milanese, dalla prima colazione alla cena. Best Practice Cultura del Vino: Milano Wine Week Ha portato un nuovo approccio nel settore vitivinicolo attraverso un momento di incontro tra produttori, manager, consulenti, della nuova generazione. Best Practice Business del Territorio: Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba Incontro tra cultura, territorio e gastronomia è un connubio tra pubblico e privato è un esempio di promozione sostenibile che genera una crescita costante dell'industria indotta della regione. Studio Architettura dell'Anno: Vudafieri è un Saverino Partners Si è distinto come interprete progettuale per il mondo della ristorazione di alcuni locali milanesi di maggior tendenza. Best Practice

Restaurant Design: Andrea Langhi Design Ogni anno progetta decine di locali pubblici, soprattutto format di ristorazione, in Italia e nel Mondo. **Best Practice Valorizzazione del Brand:** Antonello Colonna L'oste romano ha traghettato Open, ormai un brand non solo della ristorazione, a Milano con un'insena gastronomica nel distretto finanziario-legale a due passi dal Duomo **Best Practice Business della Pizza:** Franco Pepe Con il progetto Pepe in grani, l'artigiano moderno della pizza ha valorizzato Caiazzo recuperando attività in crisi e rilanciando le produzioni artigianali del territorio. **Best Practice Cucina e Management:** Beck & Maltese Consulting La forza della società di Teresa Maltese e Heinz Beck racchiusa nei tre modelli di business: la consulenza, il management contract e la partnership, come per Attimi by Heinz Beck. **Premio "Le Tavole della Legge":** Terrazza Fiorella Insenadella Costiera Sorrentina una terrazza a picco sul mare che offre un percorso gastronomico dalla forte identità diverso dallo spartito locale. **Startup dell'Anno:** Deliveristo Ha ideato un canale privilegiato che inverte il

processo di vendita e in cui il ristoratore va alla ricerca del produttore **Miglior Concept di Ristorazione:** Miscusi A poco più di due anni dalla nascita, serve oltre 70mila persone al mese e ha investito in una farm per la produzione e l'innovazione di pasta. Con 9 ristoranti e quasi 300 dipendenti gli utili crescono a doppia cifra. **Miglior Format Pizza:** Pizzium La pizza napoletana ha fatto lievitare il fatturato del format che ha investito sulle materie prime e il welfare aziendale. **Miglior Progetto Food & Beverage:** Pescaria Il format ittico pugliese in continua crescita e, dopo la doppietta milanese, sbarcato anche a Torino. **Best Practice Valorizzazione DOP:** Muu Muzzarella Il format, basato su un modello di business scalabile e replicabile, declina la Mozzarella di bufala campana Dop in tutte le composizioni gastronomiche, dall'antipasto al dolce. **Miglior Format Emergente:** Bowls and More Un progetto di food retail tutto italiano che ha da poco compiuto un anno e ha già all'attivo quattro locali. Non solo cibo ma anche lifestyle. **Miglior Format da Esportazione:** Fratelli La Bufala Da 15 anni ambasciatore della cucina napoletana nel mondo, dopo il rebranding ha

conquistato le capitali europee con nuovi flagship store LAB. Londra, Berlino e Dubai le nuove aperture all'estero. **Best Practice Finanza per la Crescita:** Cioccolatitaliani Il format ha aperto i capitali a un fondo internazionale con l'obiettivo di sviluppare il business in Italia e all'estero. **Best Practice Food Experience:** Peck Il tempio dell'alta gastronomia di via Spadari ha deciso di uscire dal centro città e mettere in contatto la Milano storica e aristocratica con quella verticale dei business man.

Sal De Riso pasticciere dell'anno ai **Foodcommunity** Awards. - Gazzetta di Salerno

LINK: <https://www.gazzettadisalerno.it/turismo-e-sapori/sal-de-riso-pasticciere-dellanno-ai-foodcommunity-awards/>



Sal De Riso è il miglior pasticciere imprenditore dell'anno ai **Foodcommunity** Awards, riconoscimento che premia le eccellenze imprenditoriali nel mondo Food & Beverage e gli chef italiani che si sono distinti per il loro business. Il premio, ritirato da Salvatore al Teatro Nuovo di Milano, gli è stato consegnato per la seguente motivazione: "Uomo e imprenditore prima che pasticciere ha creato ricchezza nel territorio valorizzando le eccellenze della Costiera Amalfitana ed esportandole in tutto il mondo". Sono stati gli utenti - scrivendo la propria preferenza su Instagram - ad eleggere Sal De Riso, che gareggiava insieme ai più grandi nomi della pasticceria italiana (Ernst Knam, Iginio Massari, Roberto Rinaldi, Andrea e Giacomo Besuschio, Davide Comaschi e Gianluca Fusto). (ANSA). Condividi:

Milano, Teatro Nuovo: ai **Foodcommunity** Awards premiate le eccellenze del Food & Beverage

LINK: https://www.focus-online.it/news_dettaglio.php?id=6083



Milano, Teatro Nuovo: ai **Foodcommunity** Awards premiate le eccellenze del Food & Beverage 11/12/2019 Lunedì 9 dicembre, a Milano, si è svolta la terza edizione dei **Foodcommunity** Awards, evento organizzato da www.foodcommunity.it, testata giornalistica del Gruppo **LC Publishing**: sono state premiate 38 eccellenze imprenditoriali nel mondo del food & beverage e della ristorazione, che si sono particolarmente contraddistinte, nell'ultimo anno, per la crescita del business. I vincitori sono frutto di un'analisi di dati redazionali e di risultati emersi dalle ricerche effettuate nel corso degli ultimi 12 mesi dalla redazione di www.Foodcommunity.it, la cui valutazione ha tenuto conto delle informazioni pubbliche di natura economica, industriale e commerciale riguardanti i candidati nel periodo di riferimento. Inoltre, in

questa edizione è stato dato ancora maggiore risalto alle startup, agli studi di architettura coinvolti nella progettazione degli esercizi del settore, alla ristorazione alberghiera e all'impegno delle realtà che hanno deciso di puntare sull'internazionalizzazione del brand. Dal lancio, quasi quattro anni fa, la testata giornalistica www.foodcommunity.it racconta, quotidianamente e con un taglio economico, il settore del food & beverage, con focus sulle nuove aperture, le strategie aziendali, le storie di multinazionali ma anche di piccoli produttori, e i personaggi e le realtà più rilevanti. Durante l'evento, svoltosi al Teatro Nuovo, sono stati conferiti i seguenti premi: Chef dell'Anno: Antonino Cannavacciuolo - Motivazione: Lo chef campano, che ha appena celebrato 20 anni a Villa Crespi, tra cucina e tv è uno dei massimi rappresentati della cucina italiana. Chef

Imprenditore dell'Anno: Enrico Bartolini - Motivazione: È ormai il re delle stelle, ne ha in tutto otto. Con sei ristoranti e decine di consulenze è riuscito a ingegnerizzare i processi della ristorazione e fare business. Premio Cucina e Management: Alessandro Negrini e Fabio Pisani - Motivazione: Insieme hanno dimostrato una grande capacità di gestione delle diverse insegne gastronomiche del gruppo. Best Practice Evoluzione della Ristorazione: Moreno Cedroni - Motivazione: Lo chef marchigiano, uno dei più alti rappresentanti dell'innovazione, è protagonista dell'evoluzione dell'offerta nella cucina italiana. Premio alla Formazione e Cultura Gastronomica: Franco Aliberti - Motivazione: Ha fatto della sostenibilità, circolarità e dell'utilizzo di materie prime meno nobili la sua filosofia insegnando a cucinare senza sprechi. Miglior Strategia di

Marketing: Davide Oldani - **Motivazione:** Ha saputo valorizzare al meglio la propria immagine associandola a prodotti gastronomici, iconici e di design che ha contribuito a progettare e realizzare. **Best Practice Management Internazionale:** Giancarlo Perbellini - **Motivazione:** Verona, Milano, ma anche Manama e Hong Kong. Lo chef scaligero ha dato conferma della sua vocazione imprenditoriale sia in Italia che all'estero. **ChefRistorazione in Hotel dell'Anno:** Antonio Guida - Seta - Mandarin Oriental, Milan - **Motivazione:** Ha saputo conquistare i palati milanesi più esigenti e ha contribuito a rendere il ristorante gourmet meta gastronomica di clienti internazionali. **Premio all'Innovazione:** Luigi Taglienti - **Motivazione:** Ha evoluto la cucina diversificandola senza perdere identità. A ogni percorso corrisponde una storia dove l'ingrediente è protagonista. **Premio all'Internazionalizzazione:** Fratelli Cerea - **Motivazione:** Hanno aperto la prima insegna della famiglia fuori dai confini europei, a Shanghai, che è già diventata un riferimento per la metropoli. **Pasticcere Imprenditore dell'Anno:** Sal De Riso - **Motivazione:** Uomo e imprenditore prima che pasticcere ha creato

ricchezza per il territorio valorizzando le eccellenze della Costiera Amalfitana ed esportandole in tutto il mondo. **Best Practice Consulenze:** Filippo La Mantia - **Motivazione:** Ha da poco avviato nuove consulenze, dal Caffè San Giorgio, a Venezia, all'ultimo nato, il Caffè Fernanda, all'interno della Pinacoteca di Brera puntando sulla cucina siciliana. **Premio Cucina Sostenibile:** Cesare Battisti - **Motivazione:** La sua filosofia si basa sul culto della materia prima, selezionata in collaborazione con contadini, allevatori, artigiani e pescatori partecipando attivamente alla promozione delle eccellenze del territorio. **Best Practice Sinergie Imprenditoriali:** Viviana Varese - **Motivazione:** Un 2019 importante per la chef che ha una nuova partner d'affari, Ritu Dalmia, e un nuova insegna, Viva, che da settembre ha sostituito Alice Ristorante. **Premio per la Diversificazione:** Andrea Berton - **Motivazione:** Considera la diversificazione una componente imprescindibile per chi investe nella ristorazione e grazie alla sua offerta ha moltiplicato il suo pubblico avvicinandolo alla qualità del cibo. **Chef Under 35 dell'Anno:** Davide Caranchini - **Motivazione:** Lo chef-artigiano, così si

definisce, in soli due anni dall'apertura del ristorante, di cui è proprietario, è riuscito a conquistare una clientela nazionale e internazionale al pari dei colleghi più "navigati". **Best Practice Sfida Imprenditoriale:** Alfio Ghezzi - **Motivazione:** Ha intrapreso una nuova avventura da solista in cui è protagonista della ristorazione del Mart, a Rovereto. Un progetto che riguarda tutti i pasti della giornata, dalla colazione alla cena. **Chef Rising Star dell'Anno:** Marco Ambrosino - **Motivazione:** Per lui la cucina è un gesto sociale e un atto politico che lo ha portato a fondare il manifesto collettivo mediterraneo. L'obiettivo è sensibilizzare il settore della ristorazione verso un radicale cambio di rotta. **Best Practice Sviluppo Internazionale:** Famiglia Iaccarino - **Motivazione:** Don Alfonso cresce oltreconfine portando la cucina italiana nel mondo, dal Canada alla Nuova Zelanda. **Premio Valorizzazione del Territorio:** Ristorante Dattilo - **Motivazione:** Nel ristorante di famiglia, attraverso le materie prime racconta la Calabria e il patrimonio enogastronomico della regione. **Nuova Insegna dell'Anno:** 142 Restaurant - **Motivazione:** Il locale, pensato e realizzato

da Sandra Ciciriello, con tre giovani chef under 30 in cucina, ha ravvivato la scena milanese, dalla prima colazione alla cena. Best Practice Cultura del Vino: Milano Wine Week - Motivazione: Ha portato un nuovo approccio nel settore vitivinicolo attraverso un momento di incontro tra produttori, manager, consulenti, della nuova generazione. Best Practice Business del Territorio: Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba - Motivazione: Incontro tra cultura, territorio e gastronomia - connubio tra pubblico e privato - è un esempio di promozione sostenibile che genera una crescita costante dell'indotto della regione. Studio Architettura dell'Anno: Vudafieri - Saverino Partners - Motivazione: Si è distinto come interprete progettuale per il mondo della ristorazione di alcuni locali milanesi di maggior tendenza. Best Practice Restaurant Design: Andrea Langhi Design - Motivazione: Ogni anno progetta decine di locali pubblici, soprattutto format di ristorazione, in Italia e nel Mondo. Best Practice Valorizzazione del Brand: Antonello Colonna - Motivazione: L'oste romano ha traghettato Open, ormai un brand non solo della ristorazione, a Milano con

un'insegna gastronomica nel distretto finanziario-legale a due passi dal Duomo Best Practice Business della Pizza: Franco Pepe - Motivazione: Con il progetto Pepe in grani, l'artigiano moderno della pizza ha valorizzato Caiazzo recuperando attività in crisi e rilanciando le produzioni artigianali del territorio. Best Practice Cucina e Management: Beck & Maltese Consulting - Motivazione: La forza della società di Teresa Maltese e Heinz Beck sé racchiusa nei tre modelli di business: la consulenza, il management contract e la partnership, come per Attimi by Heinz Beck. Premio "Le Tavole della Legge": Terrazza Fiorella - Motivazione: Insegna della Costiera Sorrentina è una terrazza a picco sul mare che offre unpercorso gastronomico dalla forte identità diverso dallo spartito locale. Startup dell'Anno: Deliveristo - Motivazione: Ha ideato un canale privilegiato che inverte il processo di vendita e in cui il ristoratore va alla ricerca del produttore Miglior Concept di Ristorazione : Miscusi - Motivazione: A poco più di due anni dalla nascita, serve oltre 70mila persone al mese e ha investito in una farm per la produzione e l'innovazione di pasta. Con 7 ristoranti e circa 200 dipendenti gli utili crescono

a doppia cifra. Miglior Format Pizza: Pizzium - Motivazione: La pizza napoletana ha fatto lievitare il fatturato del format che ha investito sulle materie prime e il welfare aziendale. Miglior Progetto Food & Beverage: Pescaria - Motivazione: Il format ittico pugliese è in continua crescita e, dopo la doppietta milanese, è sbarcato anche a Torino. Best Practice Valorizzazione DOP: Muu Muzzarella - Motivazione: Il format, basato su un modello di business scalabile e replicabile, declina laMozzarella di bufala campana Dop in tutte le c o m p o s i z i o n i g a s t r o n o m i c h e , dall'antipasto al dolce. Miglior Format Emergente: Bowls and More - Motivazione: Un progetto di food retail tutto italiano che ha da poco compiuto un anno e ha già all'attivo quattro locali. Non solo cibo ma anche lifestyle. Miglior Format da Esportazione: Fratelli La Bufala - Motivazione: Da 15 anni ambasciatore della cucina napoletana nel mondo, dopo il rebranding ha conquistato le capitali europee con nuovi flagship store LAB. Londra, Berlino e Dubai le nuove aperture all'estero. Best Practice Finanza per la Crescita: Cioccolatitaliani - Motivazione: Il format ha

aperto i capitali a un fondo internazionale con l'obiettivo di sviluppare il business in Italia e all'estero. Best Practice Food Experience: Peck - Motivazione: Il tempio dell'alta gastronomia di via Spadari ha deciso di uscire dal centro città e mettere in contatto la Milano storica e aristocratica con quella verticale dei business man.

La sfida tech degli avvocati tra incertezze e opportunità

LINK: <http://quotidianodiritto.ilsole24ore.com/art/professione/2019-11-29/la-sfida-tech-avvocati-incertezze-e-opportunita-164324.php?uid=ACCFbI2&>

Quotidiano del
Diritto

La sfida tech degli avvocati tra incertezze e opportunità. Gli studi legali sono alle prese con l'incessante innovazione tecnologica, che costringe gli avvocati a riposizionarsi. Il mercato è, infatti, interessato ai risultati e pretende un avvocato utile. È per questo che si parla di studio 4.0, che fa affidamento sulla tecnologia e punta su una nuova organizzazione del lavoro più orientata verso il cliente. È la stagione della cosiddetta new law, indotta, tra l'altro, dalla nascita delle prime start up legal tech, dall'ingresso dell'intelligenza artificiale negli studi, da differenti modalità di gestione dell'attività degli studi, dove hanno fatto la loro comparsa nuove figure professionali: i responsabili per l'innovazione, gli avvocati programmatori, gli psicologi e i general counsel. Tutto questo si è innestato su competenze tradizionali, che per l'avvocato sono quelle dello studio del diritto e dell'assistenza legale, ma

con nuove prospettive. Il legal tech, infatti, sta diventando un'industria sempre più rilevante, in grado di attirare investimenti importanti e modificare lo scenario competitivo del mercato. Un orizzonte che in Italia si inizia a intravedere, mentre all'estero già esistono law firm che riconoscono l'innovazione come priorità strategica. Come coniugare tradizione e novità tecnologiche? In che modo non farsi trovare impreparati? Sono domande a cui risponde il libro di **Nicola Di Molfetta** «Lex machine. Innovazione, tecnologia e avvocati: come cambia il mercato e cosa bisogna sapere per farcela». © RIPRODUZIONE RISERVATA

Masi Agricola premiata dal **Save the Brand** 2019 - Federvini

LINK: <https://www.federvini.it/arte-del-bere-cat/1757-masi-agricola-premiata-dal-save-the-brand-2019>



Masi Agricola premiata dal **Save the Brand** 2019 Sabato, 30 Novembre 2019 Share di Redazione Masi Agricola Spa ha vinto il **Save the Brand** 2019, premio ai top Italian brand nel fashion, food, furniture, nella categoria marketing e d i s t r i b u z i o n e per "aver portato anche all'estero il proprio progetto di ospitalità e di cultura e sviluppato con Masi Wine Experience (MWE) un circuito esperienziale legato al vino". Dopo la location nel centro storico di Zurigo e la recente apertura a Cortina d'Ampezzo, MWE è approdata a Monaco di Baviera e apre la sua ottava location con il Masi Wine Bar, nella prestigiosa Maximilianstrasse. Un nuovo passo per il progetto MWE, nato per avvicinare il consumatore finale ai valori del brand e alla cultura del territorio e del mondo del vino. "Vincere il **Save the Brand** - ha commentato Sandro Boscaini, presidente del gruppo - è per noi motivo di grande orgoglio e premia la qualità del nostro

lavoro quotidiano. Quando abbiamo ideato Masi Wine Experience l'obiettivo era di comunicare i nostri vini attraverso esperienze, emozioni e l'incanto del territorio. Siamo davvero soddisfatti dei progressi maturati in breve tempo e questo ulteriore riconoscimento ci conferma che siamo sulla strada giusta: promuovere e far apprezzare il bello, il buono e il ben fatto di Masi e della sua regione nel segmento alto del mercato". "La Masi Wine Experience - ha aggiunto Raffaele Boscaini, direttore marketing di Masi - è cresciuta molto in questi anni e oggi è funzionale nello sviluppo del nostro business: grazie a questa iniziativa il brand Masi si accredita con nuovi e più ampi significati nel lifestyle e nella cultura dell'ospitalità. Ha attrezzato per visite e esperienze i propri siti produttivi, in Valpolicella, a Valdobbiadene e in Argentina, e ha promosso ulteriori location con i Wine Bar di Zurigo, Canova sul

Garda, Cortina d'Ampezzo e prossimamente a Monaco di Baviera. Sono tutti centri di irradiazione di valori come ospitalità, cultura, qualità, eccellenza e unicità dei nostri vini, prodotti e terroir, sempre più riconosciuti da un consumatore attento". Il **Save the Brand**, giunto alla sua sesta edizione, celebra il Made in Italy nei settori delle tre F - Food Fashion Furniture - e premia i professionisti ed eccellenze imprenditoriali che si sono distinti per la performance positiva del loro business nel nostro Paese e all'estero, e per la creazione di valore nel proprio territorio. Il Veneto è stato tra i protagonisti di questa edizione: oltre a Masi Agricola, sono state applaudite altre tre aziende venete, altrettanto storiche ed emblema del territorio: il Pastificio Rana, nominato "brand hero 2019", La Collina dei Ciliegi, che ha vinto nella categoria "innovazione di marketing" e Paluani, premiata per la "sostenibilità e attenzione

alla salute".

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Gian Luca Rana è Brand Hero 2019: nel settore alimentare premiata la qualità del Pastificio Rana

LINK: <https://www.gazzettadellaspezia.it/economia/item/106097-gian-luca-rana-e-brand-hero-2019-nel-settore-alimentare-premiata-la-qualita-del-past...>



Gian Luca Rana è Brand Hero 2019: nel settore alimentare premiata la qualità del Pastificio Rana. Da oltre un lustro, le eccellenze del "Made in Italy" vengono premiate col prestigioso "Brand Hero", assegnato all'interno della manifestazione di gala, organizzata dalle testate del gruppo **LC Publishing Group**, denominata "**Save the Brand**". Mercoledì, 18 Dicembre 2019 16:25
Tweet Un premio che vuole valorizzare quelle imprese, facenti parti delle cosiddette "3 F" (fashion, food e forniture), che sono state in grado di mantenere elevato il buon nome dell'Italia al di fuori dei confini nostrani. L'edizione 2019 è stata assegnata a Gian Luca Rana, amministratore delegato del Pastificio Rana. Per stabilire quali siano le aziende che si sono maggiormente contraddistinte in tal senso, il gruppo **LC Publishing** ha delegato una ricerca alla prestigiosa ICM Advisors, che in base ad alcuni criteri

particolarmente stringenti ha stabilito quali siano i migliori marchi italiani. I parametri presi in riferimento sono stati molteplici: performance economica, innovazione, internalizzazione del marchio, strategie di comunicazione, apertura a capitali di nuovi investitori, sostenibilità ed accortezza nel cogliere i trend del mercato. Chi si può fregiare di questo premio, di conseguenza, può ben dire di aver svolto un lavoro capillare e certosino per il miglioramento complessivo della propria azienda, con benefici tangibili per il buon nome dell'Italia all'estero. Il settore che viene accostato con maggior immediatezza all'Italia, è senza alcun dubbio, quello alimentare, da sempre riconosciuto come eccellenza del Belpaese. I turisti che giungono in Italia, oltre ad ammirare le bellezze architettoniche e paesaggistiche del nostro paese, restano catturati dalla cucina tricolore e della

grande varietà di piatti differente da regione a regione. Il premio "Brand Hero 2019" del settore food è stato assegnato a Gian Luca Rana, amministratore delegato dell'omonimo pastificio con sede a San Giovanni Lupatoto, paese alle porte di Verona. Un riconoscimento che testimonia l'ottimo lavoro svolto dall'A.D. veneto, che guida il gruppo, oramai, da oltre trent'anni e l'ha reso, di fatto, leader mondiale nel settore della pasta fresca: sono quasi 60 i paesi nei quali vengono consumati i prodotti sfornati dal pastificio veronese. Il commento di Gian Luca Rana sul premio Palpabile l'emozione di Gian Luca Rana nel momento in cui ha ricevuto il premio. E le parole rilasciate dall'imprenditore a cui fa capo il "Pastificio Rana", ne sono la miglior testimonianza: "Considero questo premio un prezioso riconoscimento del lavoro svolto in tutti questi anni, che ci ha portati a

trasformare quella che era una piccola realtà dell'industria alimentare veronese in una piattaforma globale di produzione di prodotti freschi, presente oggi in 58 diversi mercati nel mondo. Ciò che però mi rende più orgoglioso di questo percorso è aver potuto creare sempre nuove opportunità di lavoro. Oggi infatti la nostra grande famiglia conta 3.500 persone, con cui sono felice di condividere questo successo". È GRATIS! Compila il form per ricevere via e-mail la nostra rassegna stampa.

Da Majano a Pechino, Snaidero avanza

LINK: <https://www.designdiffusion.com/2019/12/12/da-majano-a-pechino-le-ultime-novita-su-snaidero/>



Da Majano a Pechino, Snaidero avanza 12/12/2019 |In Design |By Digital DDW Snaidero vince il **Save the Brand** Award e consolida la sua presenza nel mercato asiatico Alcuni momenti dell'evento '**Save the Brand** Awards', che ha premiato Snaidero per l'impegno sul mercato asiatico Lo scorso novembre, a Majano (UD) si è tenuto l'evento '**Save the Brand** Awards', una serata di premiazioni rivolta alle eccellenze del made in Italy in ambiti moda, food e arredamento. Tra i premiati, il Gruppo Snaidero, a cui è stato riconosciuto l'impegno sul mercato asiatico, per i settori retail e contract. L'Amministratore Delegato del Gruppo Snaidero, Massimo Manelli Le cucine Snaidero: 70 negozi in Cina Snaidero ha concluso un accordo con Hi Season Trading Co. Ltd., un distributore cinese, che collocherà le cucine Snaidero in on oltre 70 città della Cina. Per cominciare, i primi quattro flagship store,

a Pechino, Shanghai, Shenzen e Chengdu, esporranno i prodotti iconici dei maestri italiani, tra cui Frame, di Iosa Ghini, e Vision, di Pininfarina. La cucina Link, un progetto di Alessandro Andreucci e Christian Hoisl La produzione per il mercato cinese sarà realizzata interamente sul territorio italiano, nello stabilimento di Majano (UD). Tra gli ultimi modelli presentati tra le cucine Snaidero, ecco Link con sistema I-Wall. Si tratta di un concetto di 'living integrato' nella cucina basato soprattutto sul modo di utilizzare i diversi spazi operativi. Il progetto a cura degli architetti Alessandro Andreucci e Christian Hoisl, si esprime attraverso ergonomia e funzionalità operativa. [Text Anguilla Segura] La cucina I-Wall di Snaidero

Alba, il Tartufo Bianco d'Alba dopo la Fiera Internazionale ancora protagonista

LINK: <https://langheroeromonferrato.net/alba-il-tartufo-bianco-dalba-dopo-la-fiera-internazionale-ancora-protagonista>



Alba, il Tartufo Bianco d'Alba dopo la Fiera Internazionale ancora protagonista Scritto da La redazione Mercoledì, 11 Dic 2019 L'Ente Fiera del Tartufo Bianco d'Alba coinvolto in molte iniziative per la valorizzazione del distretto gastronomico e turistico delle colline Unesco di Langhe Monferrato e Roero. Premiato lunedì scorso a Milano con il "Best Practice Business del Territorio", "incontro fra cultura e gastronomia, esempio di promozione sostenibile". Il 24 Novembre scorso si è conclusa l'89^a edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, ma non è mai cessata l'attività dell'Ente Fiera del Tartufo Bianco d'Alba. Sono tantissime infatti le iniziative che vedono coinvolta l'organizzazione albese nella diffusione dell'eccellenza enogastronomica delle colline di Langhe Monferrato e Roero. Dopo l'evento "La Nocciola In Tavola" a

Benevello, che ha visto protagonista la Nocciola insieme al Tartufo Bianco d'Alba, lo scorso 3 dicembre l'Ente Fiera ha partecipato ad una tavola rotonda dal titolo: "Shopping ed enogastronomia: un binomio perfetto" che si è tenuta a Milano allo Shopping Tourist Forum - il forum italiano organizzato a Palazzo Castiglioni da ConfTurismo - Confcommercio. Il Direttore dell'Ente Fiera del Tartufo Stefano Mosca ha portato l'esempio virtuoso del distretto albese nel collegamento fra turismo e shopping e nel coinvolgimento sinergico degli operatori di tutta la vastissima filiera nella promozione del territorio. In particolare è stato importante sottolineare che il rapporto fra turismo e commercio, sempre più sfaccettato e complesso, è oggi una opportunità da cogliere per offrire ai turisti una esperienza indimenticabile e un

servizio sempre più qualificante. Nell'ambito delle iniziative previste dal Protocollo d'Intesa per la valorizzazione del Tartufo Bianco d'Alba e della Fontina DOP, sabato scorso, 7 dicembre l'Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba è stata protagonista al Forte di Bard, durante il "Modond'or" Concorso Nazionale Fontina d'Alpage finalizzato alla valorizzazione del prodotto simbolo della Valle d'Aosta. Il territorio albese, rappresentato dal Presidente dell'Ente Turismo Langhe Monferrato Roero Luigi Barbero e dal Direttore dell'Ente Fiera Stefano Mosca, ha fatto parte della giuria d'eccellenza per l'assegnazione del Modon d'Or alle tre Fontine Dop. Nella stessa giornata è stata inaugurata la mostra "La Penultima Cena e altre storie" organizzata dal collettivo Anotherview e allestita presso le scuderie del Forte di Bard, che

resterà aperta fino al 6 gennaio 2020. Il Protocollo di intesa prevedeva infatti oltre alle iniziative di valorizzazione dei due prodotti di eccellenza (la Fontina DOP e il Tartufo Bianco d'Alba), anche iniziative culturali e di promozione turistica. Nella stessa giornata è stato inoltre presentato il breve video realizzato dalla Regione Valle d'Aosta per la promozione congiunta del Tartufo Bianco d'Alba e della Fontina DOP e dei rispettivi territori di origine.

La terza edizione dei **Foodcommunity Awards**, evento organizzato da **foodcommunity.it**, testata giornalistica del Gruppo **LC Publishing**, ha premiato lunedì 9 dicembre a Milano 38 eccellenze imprenditoriali nel mondo del food & beverage e della ristorazione che si sono particolarmente contraddistinte, nell'ultimo anno, per la crescita del business. La manifestazione ha visto la partecipazione di alcuni tra i principali protagonisti della filiera del gusto, chef e imprenditori che con il loro lavoro, oltre ad aumentare la reputazione della cucina di alto livello in Italia e all'estero, hanno creato valore per il territorio. La presidente dell'Ente Fiera **Liliana Allena**, accompagnata dal direttore

Stefano Mosca, (foto) a nome dell'intero territorio hanno ricevuto il prestigioso premio "Best Practice **B u s i n e s s** del Territorio per l'incontro tra cultura, territorio e gastronomia - connubio tra pubblico e privato - esempio di promozione sostenibile che genera una crescita costante dell'indotto della regione." Sabato prossimo, 14 dicembre, insieme alla Regione Piemonte e alla Città di Alba e in occasione del 70° anniversario del conferimento della medaglia d'oro al Valor Militare, si terrà l'assegnazione del Tartufo dell'Anno alla senatrice Liliana Segre. Appuntamento alle ore 12 al Teatro Sociale "G. Busca" di Alba.

Foodcommunity Awards: Sal De Riso è il "Miglior pasticciere imprenditore dell'anno"

LINK: <https://amalfinotizie.it/sal-de-riso-vince-il-premio-di-miglior-pasticciere-imprenditore-dell'anno-foodcommunity-awards/>



Foodcommunity Awards:

Sal De Riso è il "Miglior pasticciere imprenditore dell'anno" Di - 10 Dic 2019 Sal De Riso ha vinto il premio come "Miglior pasticciere imprenditore dell'anno" nella terza e d i z i o n e dei Foodcommunity Awards. L'obiettivo di tale manifestazione è quello di premiare le eccellenze imprenditoriali nel mondo del food & beverage e della ristorazione che si sono p a r t i c o l a r m e n t e contraddistinte nell'ultimo anno. Il maestro della Costiera Amalfitana è stato in compagnia di illustri colleghi. A contendergli questo premio ci sono stati Ernst Knam, già premiato nella scorsa edizione. Iginio Massari, Roberto Rinaldi, Andrea e Giacomo Besuschio, Davide Comaschi e Gianluca Fusto. Programmi Tv Redazione Campania - 7 Dic 2019 Questa sera su Italia1 andrà in onda il film La Bella e la Bestia, del 2014, scritto e diretto da

Christophe Gans, con protagonisti... Ennesimo riconoscimento per Sal De Riso simbolo della Costiera Amalfitana conosciuto e apprezzato in tutta Italia e non solo. Le sue creazioni colorano di sapori e profumi unici le tavole di migliaia di persone in tutto il mondo. Anche il sindaco di Minori, Andrea Reale, si è voluto congratulare con il maestro pasticciere per l'importante t r a g u a r d o raggiunto: " Grande Salvatore, complimenti dal profondo del cuore miei personali e interpretando i sentimenti dell'intera comunità di Minori e della Costa D'Amalfi. La tua costanza e la grande professionalità ma soprattutto l'umiltà, l' u m a n i t à che contraddistingue il tuo agire ti rende imprenditore intelligente a servizio di un territorio patrimonio dell'UNESCO. Congratulazio ni e avanti tutta per altre avventure esaltanti nel segno della tradizione e dell'identità della nostra

amata Minori". Share

Proseguono le iniziative della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba

LINK: <https://www.winemag.it/proseguono-le-iniziative-della-fiera-internazionale-del-tartufo-bianco-dalba/>



Redazione WineMag.it Il 24 Novembre scorso si è conclusa l'89° edizione della Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba, ma non è mai cessata l'attività dell'Ente Fiera del Tartufo Bianco d'Alba. Sono tantissime infatti le iniziative che vedono coinvolta l'organizzazione albese nella diffusione dell'eccellenza enogastronomica delle colline di Langhe Monferrato e Roero. Dopo l'evento "La Nocciola In Tavola" a Benevello, che ha visto protagonista la Nocciola insieme al Tartufo Bianco d'Alba, lo scorso 3 dicembre l'Ente Fiera ha partecipato ad una tavola rotonda dal titolo: "Shopping ed enogastronomia: un binomio perfetto" che si è tenuta a Milano allo Shopping Tourist Forum - il forum italiano organizzato a Palazzo Castiglioni da ConfTurismo - Confcommercio. Il Direttore dell'Ente Fiera del Tartufo Stefano Mosca ha portato l'esempio virtuoso del

distretto albese nel collegamento fra turismo e shopping e nel coinvolgimento sinergico degli operatori di tutta la vastissima filiera nella promozione del territorio. In particolare è stato importante sottolineare che il rapporto fra turismo e commercio, sempre più sfaccettato e complesso, è oggi una opportunità da cogliere per offrire ai turisti una esperienza indimenticabile e un servizio sempre più qualificante. Nell'ambito delle iniziative previste dal Protocollo d'Intesa per la valorizzazione del Tartufo Bianco d'Alba e della Fontina DOP, sabato 7 dicembre l'Ente Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d'Alba è stata protagonista al Forte di Bard, durante il "Modon d'or" Concorso Nazionale Fontina d'Alpage finalizzato alla valorizzazione del prodotto simbolo della Valle d'Aosta. Il territorio albese, rappresentato dal Presidente dell'Ente

Turismo Langhe Monferrato Roero Luigi Barbero e dal Direttore dell'Ente Fiera Stefano Mosca, ha fatto parte della giuria d'eccellenza per l'assegnazione del Modon d'Or alle tre Fontine Dop. Nella stessa giornata è stata inaugurata la mostra "La Penultima Cena e altre storie" organizzata dal collettivo Anotherview e allestita presso le scuderie del Forte di Bard, che resterà aperta fino al 6 gennaio 2020. Il Protocollo di intesa prevedeva infatti oltre alle iniziative di valorizzazione dei due prodotti di eccellenza (la Fontina DOP e il Tartufo Bianco d'Alba), anche iniziative culturali e di promozione turistica. Nella stessa giornata è stato inoltre presentato il breve video realizzato dalla Regione Valle d'Aosta per la promozione congiunta del Tartufo Bianco d'Alba e della Fontina DOP e dei rispettivi territori di origine. La terza edizione dei **Foodcommunity Awards**,

evento organizzato da **foodcommunity.it**, testata giornalistica del Gruppo **LC Publishing**, ha premiato lunedì 9 dicembre a Milano 38 eccellenze imprenditoriali nel mondo del food & beverage e della ristorazione che si sono particolarmente contraddistinte, nell'ultimo anno, per la crescita del business. La manifestazione ha visto la partecipazione di alcuni tra i principali protagonisti della filiera del gusto, chef e imprenditori che con il loro lavoro, oltre ad aumentare la reputazione della cucina di alto livello in Italia e all'estero, hanno creato valore per il territorio. La presidente dell'Ente Fiera **Liliana Allena**, accompagnata dal direttore **Stefano Mosca**, a nome dell'intero territorio hanno ricevuto il prestigioso premio "Best Practice Business del Territorio per l'incontro tra cultura, territorio e gastronomia - connubio tra pubblico e privato - esempio di promozione sostenibile che genera una crescita costante dell'indotto della regione." Sabato 14 dicembre, infine, insieme alla Regione Piemonte e alla Città di Alba e in occasione del 70° anniversario del conferimento della medaglia d'oro al Valor Militare, si terrà l'assegnazione del Tartufo dell'Anno alla

senatrice **Liliana Segre**.
Appuntamento alle ore 12 al Teatro Sociale "G. Busca" di Alba. Dello stesso autore

"Brand Hero 2019" a Gian Luca Rana, per il successo del Pastificio Giovanni Rana

LINK: <https://www.ilquotidianodelazio.it/articoli/36452/brand-hero-2019-a-gian-luca-rana-per-il-successo-del-pastificio-giovanni-rana>



RICONOSCIMENTO "Brand Hero 2019" a Gian Luca Rana, per il successo del Pastificio Giovanni Rana. Uno dei settori italiani considerati "eccellenza" nel mondo è sicuramente quello alimentare, che viene accostato con frequenza elevata al nostro paese. Uno dei settori italiani considerati "eccellenza" nel mondo è sicuramente quello alimentare, che viene accostato con frequenza elevata al nostro paese. D'altro canto, la cucina italiana è nota per qualità dei prodotti offerti e costituisce una forte attrazione anche dal punto di vista turistico. Uno dei premi più ambiti in questo settore è il "Brand Hero", che viene assegnato annualmente dalle testate del gruppo **LC Publishing** alle aziende nostrane che si sono maggiormente contraddistinte nei settori fashion, forniture e food. In quest'ultimo ambito, il premio del 2019 è stato assegnato a Gian Luca Rana, amministratore

delegato del Pastificio Rana. Diventato famoso grazie al volto inconfondibile e rassicurante del padre Giovanni, che fondò l'azienda a San Giovanni Lupatoto - alle porte di Verona - nel lontano 1962, il pastificio deve il suo successo alle avvedute strategie intraprese da Gian Luca, che entrò in azienda, poco più che ventenne, in un contesto di soli 35 dipendenti, 30 miliardi di lire di fatturato e un portfolio di soli sette prodotti distribuiti esclusivamente nello Stivale. Oggi, dopo trent'anni al timone aziendale, le numeriche sono radicalmente mutate, consentendo al Pastificio Rana di diventare il leader mondiale nel settore della pasta fresca: 3500 dipendenti, portfolio di oltre 1000 referenze, fatturato di oltre 700 milioni di euro derivato dalla distribuzione dei prodotti in quasi 60 paesi nel mondo. Gian Luca Rana insignito del premio "Brand Hero" La storia di

Gian Luca Rana nel Pastificio Il successo di Gian Luca Rana, però, parte da lontano. E lo si deve anche alla lungimiranza del padre Giovanni, che lo inserì in azienda con ruoli secondari per consentirgli di carpire compiutamente le dinamiche aziendali ed industriali nel loro complesso. I primi ruoli svolti dall'attuale amministratore delegato, infatti, furono di "secondo piano", a fianco degli operai e meccanici oltre che dei dipendenti della gestione acquisti. Una gavetta assai preziosa, che gli diede l'opportunità di assumere una notevole conoscenza del prodotto in tutte le fasi del processo industriale, rivelatasi poi fondamentale nella innovazione aziendale. La creazione di un "Centro Ricerca & Sviluppo" all'interno dell'azienda, si è rivelata la prima mossa vincente dell'imprenditore veneto: un laboratorio di idee innovative che ha consentito al Pastificio Rana di diventare leader

mondiale nell'ambito della pasta fresca. L'assegnazione del prestigioso "Brand Hero 2019", quindi, non è stata certamente casuale e premia un lavoro, lungo trent'anni, che porta benefici non solo all'azienda di cui è al timone ma al buon nome dell'Italia nel mondo. La bravura e poliedricità del figlio del più noto Giovanni non è passata inosservata anche in altri settori di vitale importanza per l'economia nostrana. Nel 2005, a soli 40 anni, Gian Luca Rana è stato eletto Presidente di Confindustria Verona: ad oggi, nessun altro imprenditore è arrivato al timone della più importante associazione industriale italiana così prematuramente. Dopo aver ricevuto il "Brand Hero", una dichiarazione rilasciata da Rana, più di altre, è rimasta impressa ai numerosi giornalisti presenti all'evento, che testimoniano il carattere e lo spirito di un imprenditore innovativo e al passo coi tempi, ma con dei valori ben saldi: "La nostra azienda può fregiarsi dell'apporto di quasi 3500 persone: siamo una grande famiglia ed il premio che ricevo, oggi, è da condividere con tutti i miei dipendenti, che contribuiscono, quotidianamente, al

successo del Pastificio Rana".