



LC

01 - 31 luglio 2020

INDICE

LC

29/07/2020 Gazzetta di Mantova Premio "Save the Brand" al Molino Pasini	9
28/07/2020 Di Piu TV GRUPPO CAFFO 1915 PREMIATO COME ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY DA SAVE THE BRAND EDIZIONE 2020	10
23/07/2020 Alto Adige Passaggio generazionale Un premio a Lageder	11
22/07/2020 Il Tirreno - Pistoia Montecatini Premiata l'azienda Polli come brand storico	12
20/07/2020 Corriere L'Economia Di Cagno chiama i Terraròss Bonellierede è anche in Africa	13
18/07/2020 Corriere Adriatico - Ascoli IL RICONOSCIMENTO	14
16/07/2020 QN - La Nazione - Pistoia Montecatini L'azienda Polli premiata con il riconoscimento «Save the brand»	15
23/07/2020 Nuovo GRUPPO CAFFO 1915 PREMIATO COME ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY DA SAVE THE BRAND EDIZIONE 2020	16
22/07/2020 Nuova Gazzetta di Saluzzo Più soldi ai dipendenti, Rana premiato	17
20/07/2020 Platinum In crescita, organizzati e fondamentali per il cambiamento	18
18/07/2020 Il Quotidiano del Sud - Calabria - Catanzaro San Floro, ancora premi per Mulinum	19
17/07/2020 La Gazzetta Del Mezzogiorno - Bari Premio «Save The Brand 2020» alla «Andriani Spa» di Gravina	20
16/07/2020 Corriere delle Alpi Riconoscimenti/1 Save the Brand premiato Rana	21
17/07/2020 La Gazzetta Del Mezzogiorno - Nazionale Premio «Save The Brand 2020» alla «Andriani Spa» di Gravina	22

16/07/2020 Corriere di Verona - Nazionale	23
Piano Covid, a Gian Luca Rana assegnato il premio Welfare	
16/07/2020 Il Giornale di Vicenza	24
FONTE MARGHERITA Premio per la sostenibilità e per la comunicazione	
16/07/2020 Il Mattino di Padova	25
Riconoscimenti/1 Save the Brand premiato Rana	
16/07/2020 L'Arena di Verona	26
Welfare, premiato Gian Luca Rana «Le persone sono la nostra forza»	
16/07/2020 DailyMedia	27
"Save the Brand" premia la strategia internazionale di Fratelli Branca Distillerie	

LC WEB

24/07/2020 italiani.it 14:00	29
Save the brand 2020: premiata la distilleria Caffo	
24/07/2020 Ambiente Europa.info 00:12	31
Agromonte premiata per i suoi Prodotti Innovativi	
22/07/2020 Ambiente Europa.info	32
Fratelli Branca Distillerie premiata	
21/07/2020 La Stampa.it (ed. Savona) 11:16	33
Innovazione di vendita, un premio per il gruppo Orsero	
20/07/2020 winenews.it	34
"Save the Brand": Ca' del Bosco, Fontanafredda e Alois Lageder i marchi del vino al top	
20/07/2020 efanews.eu 06:21	35
Andriani premiata con Save the Brand 2020	
18/07/2020 distribuzionemoderna.info 14:02	36
Valsoia premiata a "Save the brand 2020"	
17/07/2020 avvenire.it 08:32	37
Fratelli Branca Distillerie. Un premio alla "strategia internazionale"	
16/07/2020 BluArte 18:34	38
Tenuta Alois Lageder Premio passaggio generazionale	
17/07/2020 ViaCialdini 08:00	39
Alois Lageder tra i Vincitori di Save The Brand	

15/07/2020 bologna2000.com 17:02	41
A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	
15/07/2020 Il Sannio Quotidiano.it 14:33	43
A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	
15/07/2020 gds.it	45
A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	
13/07/2020 radoradiale.it 13:25	47
Covid-19 e continuità aziendale. Il diritto della crisi d'impresa e dell'insolvenza al banco di prova della pandemia	
06/07/2020 diritto24.ilsole24ore.com 14:45	49
Ashurst è "Real Estate Team of the Year" a Legalcommunity Forty under 40 Awards 2020	
30/06/2020 diritto24.ilsole24ore.com 08:47	50
Puccio - Penalisti Associati: lo studio legale bresciano eletto miglior team dell'anno Under 40	
23/07/2020 Pambianco Wine 23:30	51
Round per Deliveristo, entrano anche i Moratti	
22/07/2020 Il Tirreno.it (ed. Montecatini Terme)	52
Premiata l'azienda Polli come brand storico	
21/07/2020 diritto24.ilsole24ore.com 14:25	53
PEDERSOLI STUDIO DELL'ANNO M&A AI LEGALCOMMUNITY CORPORATE AWARDS 2020	
20/07/2020 comunicati-stampa.net 15:32	54
Alois Lageder tra i vincitori di "Save the Brand 2020 "	
20/07/2020 freshplaza.it 04:30	56
Il Gruppo Orsero premiato come eccellenza del made in italy a 'Save the Brand 2020'	
18/07/2020 le-ultime-notizie.eu	57
Andriani Spa, Premio 'Save the Brand 2020' per Felicia la pasta senza glutine	
17/07/2020 Corriere del Vino 09:49	59
Save the brand premia la famiglia Lageder	
16/07/2020 Corriere Quotidiano.it (Ed. Abruzzo) 09:26	61
PREMIO SAVE THE BRAND 2020: DISTILLERIA CASTAGNER FRA I 35 MARCHI DI RIFERIMENTO DEL FOOD & BEVERAGE ITALIANO	

17/07/2020 quotidiano.net 07:00	63
Premiata la ditta Fileni per l'impegno nell'economia circolare	
15/07/2020 affaritaliani.it 16:33	64
A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	
15/07/2020 bresciaoggi.it 17:12	66
Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per Save the brand	
16/07/2020 comunicati-stampa.net 07:02	67
Fratelli Branca Distillerie: "Save the Brand" premia la strategia ...	
24/07/2020 focus-online.it 00:17	68
Nonno Nanni si è aggiudicato il premio ?Save the Brand 2020?	
21/07/2020 genova.virgilio.it 13:19	69
Albenga, il gruppo Orsero premiato eccellenza made in Italy a 'Save the Brand'	
17/07/2020 affaritaliani.it	70
Andriani Spa, Premio 'Save the Brand 2020' per Felicia la pasta senza glutine	
16/07/2020 gazzettadelsud.it 06:36	72
A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	
17/07/2020 comunicati-stampa.net 07:17	74
Noberasco si distingue al Save the Brand 2020 e viene premiata per ...	
15/07/2020 corriereortofrutticolo.it 15:14	76
SAVE THE BRAND 2020, ORSERO PREMIATO NELLA CATEGORIA INNOVAZIONE DI VENDITA	
15/07/2020 gazzettadiparma.it 14:35	77
A gian luca rana il premio welfare a "save the brand" 2020	
16/07/2020 Anzio 04:45	79
A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	
21/07/2020 ivg.it 10:17	81
Albenga, il gruppo Orsero premiato eccellenza made in Italy a "Save the Brand"	
17/07/2020 lagazzettadelmezzogiorno.it	82
Premio «Save The Brand 2020» alla «Andriani Spa» di Gravina	
16/07/2020 newsfood.com 19:43	83
Gian Luca Rana riceve il premio Welfare a "Save the brand" 2020	

15/07/2020 corriereortofrutticolo.it 14:53	85
SAVE THE BRAND 2020, PREMIATA NOBERASCO	
15/07/2020 ilgiornaledivicenza.it 17:16	86
Covid e welfare aziendale: premio a Gian Luca Rana	
16/07/2020 LaC news24 09:20	87
L'azienda calabrese Caffo premiata «per aver riportato in Italia storici marchi di liquori»	
21/07/2020 liguria24.it 10:23	90
Albenga, il gruppo Orsero premiato eccellenza made in Italy a "Save the Brand"	
17/07/2020 newsfood.com 19:41	91
L'impegno di Fileni verso l'economia circolare premiato a Save The Brand	
16/07/2020 newsfood.com 19:19	92
La Tenuta Alois Lageder tra i vincitori di Save The Brand 2020	
15/07/2020 finanza.tgcom24.mediaset.it	93
Valsoia: premiata come eccellenza del Made in Italy	
15/07/2020 iltempo.it 14:40	94
A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	
16/07/2020 italianfoodtoday.it 09:28	96
Orsero premiato per Innovazione di vendita	
21/07/2020 tviweb.it 10:41	97
Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per Save the brand	
17/07/2020 corriereortofrutticolo.it 14:31	98
SAVE THE BRAND 2020, AGROMONTE VINCE NELLA CATEGORIA "PRODOTTI INNOVATIVI"	
16/07/2020 youmark.it	99
Fileni premiata per la sua Economia Circolare	
15/07/2020 finanza.tgcom24.mediaset.it	100
Orsero: premiata come eccellenza del Made in Italy	
15/07/2020 itapress.com 16:40	101
A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	
16/07/2020 La Nazione.it (ed. Pistoia)	103
L'azienda Polli premiata con il riconoscimento "Save the brand"	

17/07/2020 distribuzionemoderna.info A Noberasco il premio Save the Brand Web	104
16/07/2020 beverfood.com 14:17 Grappa Castagner si aggiudica il premio innovazione Save the Brand 2020 by Foodcommunity.it	105
15/07/2020 finanza.tgcom24.mediaset.it Gruppo Caffo 1915: premiato come eccellenza Made in Italy a Save the Brand	106
17/07/2020 distribuzionemoderna.info Fileni: l'impegno verso l'economia circolare premiato a Save the brand	107
16/07/2020 crisalidepress.it Gian Luca Rana vince il premio ?Welfare? a Save the Brand 2020	108
16/07/2020 tviweb.it 09:56 Fonte Margherita premiata per l'innovazione	109
17/07/2020 ILIKEPUGLIA 00:47 L'azienda pugliese 'Andriani' vince il premio 'Save the brand 2020'	110
16/07/2020 ildispaccio.it 19:30 Save the Brand 2020, Mulinum premiata tra le eccellenze del Made in Italy	111
15/07/2020 mediakey.tv L'impegno di Fileni verso l'economia circolare premiato a Save The Brand	112
15/07/2020 larena.it 15:16 Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per Save the brand	113
16/07/2020 SiciliaNews24 09:21 A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020	114
17/07/2020 italiafruit.net 06:04 «Save the Brand» premia l'innovazione di Agromonte	116
15/07/2020 larena.it 10:58 Welfare aziendale, Gian Luca Rana premiato	117
15/07/2020 mediakey.tv Fonte Margherita premiata per sostenibilità e comunicazione	119

LC

19 articoli

FoodCommunity, testata digitale LC Publishing, nell'ambito del 7° contest "Save the Brand", riservato agli imprenditori italiani del settore agroalimentare che si sono differenziati per il lo-

ro operato e per il valore costruito intorno al proprio marchio, ha premiato il Molino Pasini di Cesole come azienda che si è differenziata per un'attività marketing intensa e per ricerca&sviluppo.

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



NEWS

DALLE AZIENDE

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

GRUPPO CAFFO 1915 PREMIATO COME ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY DA SAVE THE BRAND EDIZIONE 2020

**Il riconoscimento all'azienda calabrese per essersi profusa nel
valorizzare il patrimonio liquoristico italiano**

Premiata per essere l'azienda che ha riportato nel Paese storici brand nazionali e internazionali, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio liquoristico italiano. L'amarissimo Petrus e Ferro China Bisleri sono le ultime importanti acquisizioni del gruppo che in passato aveva già assorbito altri brand storici, uno tra tutti Elisir Borsci S. Marzano quest'anno al suo centottantesimo anniversario. Il piano di rilancio è ormai pronto. Il mercato sta premiando Gruppo Caffo 1915 che nel mese di giugno ha superato quota 40% nel comparto amari del canale GDO.

Gruppo Caffo 1915 ha guadagnato il podio con l'impegno, il duro lavoro e scelte imprenditoriali oculare e strategiche che ne hanno fatto una delle aziende di riferimento nel panorama nazionale, riconosciuta a livello internazionale.

Il riconoscimento è stato consegnato all'AD del gruppo, Nuccio Caffo, che ha ringraziato con queste parole: "Abbiamo lavorato duramente per riuscire in queste due importanti operazioni, soprattutto se si pensa che sono state concluse nel periodo più critico del lockdown. Riporteremo entrambi i prodotti ad una nuova giovinezza. Stiamo già preparando il rilancio sapendo che abbiamo il mercato dalla nostra parte come dimostra- no i risultati che segnano una crescita. Dopo le difficoltà di tutto il comparto Ho.re.ca, il mese di giugno ha fatto registrare un trend di crescita particolarmente favorevole, nel comparto amari abbiamo superato quota 40% nel canale GDO"(fonte IRIlInfoscan).



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



Vino

Passaggio generazionale Un premio a Lageder

MAGRÈ. «L'azienda è portata avanti dalla quinta e sesta generazione della famiglia con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare», è con questa motivazione che la Tenuta Alois Lageder di Magré, si è aggiudicata il riconoscimento "passaggio generazionale" in occasione della settima edizione di Save The Brand, l'evento organizzato da "Foodcommunity", testata giornalistica digitale di LC Publishing Group, che mira a esaltare quelle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio. Alois Lageder entra di diritto in questo prestigioso palmarès per il lavoro fatto negli anni, dove la passione e la tenacia della famiglia è stata tramandata di generazione in generazione, fino alla quinta e sesta che oggi sono alla guida della tenuta. «Negli anni abbiamo rafforzato le nostre convinzioni e il nostro approccio biodinamico, muovendoci come sostenitori di un'economia circolare che mira a un uso più efficiente e sostenibile delle risorse», afferma Alois Lageder. «Per noi questo modus operandi è ormai una filosofia di vita, in vigna e in cantina. E ovviamente in bottiglia». La Tenuta ha un'anima green consolidata e convinta, investe sempre più in ricerca e innovazione per esaltare nei vini la vivacità e la freschezza che incarnano tutte le diversità dell'Alto Adige e che da sempre li contraddistinguono, grande attenzione e rispetto è riservato alle forze e ai segreti della natura. Sperimentazione, cura del dettaglio, biodiversità, artigianalità, creatività questi i valori della Tenuta. Da qui il riconoscimento da parte di "Foodcommunity.it». **B.T.**



MONSUMMANO

Premiata l'azienda Polli come brand storico

MONSUMMANO

Alla settima edizione di **Save the Brand**, organizzato da **FoodCommunity.it** per premiare le eccellenze del Made in Italy nel Food&Beverage, Fratelli Polli ha ricevuto il riconoscimento di brand storico. Come si legge nella motivazione del premio, "L'azienda, con 148 anni di storia, è alla sesta generazione tutta al femminile". All'evento, realizzato per la prima volta in streaming, ha partecipato **Manuela Polli**, Corporate Strategy&Development.

«Rappresentare un brand con quasi 150 anni di storia che porta il nome della propria famiglia è motivo di orgoglio, ma ho consapevolezza della responsabilità nei confronti delle generazioni che ci hanno preceduto – ha detto – Siamo convinti dei nostri piani di sviluppo e i dati dimostrano che la direzione intrapresa è quella giusta. L'azienda ha chiuso il 2019 con 108 milioni di fatturato netto».

L'evento ha premiato le realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio, individuate dalla redazione di **FoodCommunity.it** e dal Centro Ricerche di **LC Publishing Group**. –



La stanza dei bottoni

PROTAGONISTI & INTERPRETI

L'Economia

Dompè con Paolucci in Terna

Emiliano, Decaro e il bilancio dell'Acquedotto

Ripartenze: Fornero, Ghisleri e Parzani sul welfare

Franceschini, Bocca, Burgio e Lalli sul turismo

a cura
di **Carlo Cinelli**
e **Federico De Rosa**



Stefano Donnarumma
Il nuovo ceo
di Terna rafforza
la squadra
di comunicazione

Torna a lavorare insieme, questa volta a Roma, una fortunata coppia professionale formatasi all'inizio degli anni duemila in Pirelli. **Massimiliano Paolucci**, direttore delle relazioni esterne e sostenibilità di Terna ha ingaggiato **Ivan Dompè** come nuovo capo della comunicazione esterna di uno dei più importanti operatori europei di reti per la trasmissione dell'energia. Il manager, da due anni professore aggiunto della Luiss Business School per la quale ha anche messo in piedi la struttura di comunicazione, ha guidato precedentemente le relazioni esterne di alcune delle più grandi realtà industriali italiane, fra cui Luxottica e Tim. Per l'azienda guidata da **Stefano Donnarumma** si occuperà delle attività di relazioni con i media e della comunicazione digitale.

Acqua di Puglia

Un concerto dei «Terra Ross» accompagnati dagli «acquedottisti» autori della colonna sonora dello spot istituzionale di Acquedotto Pugliese. È l'insolita formula trovata da **Simeone di Cagno Abbrescia**, presidente dell'Acquedotto Pugliese, per illustrare il bilancio sociale. L'appuntamento è per mercoledì 29 luglio sulla terrazza del Cus Bari. All'incontro, «H2O la formula che connette territori e comunità», sono attesi il presidente dell'Anci, **Antonio Decaro**, l'imprenditore farmaceutico e neopresidente di Confindustria Puglia, **Sergio Fontana**, il chief economist officer di Intesa Sanpaolo, **Gregorio De Felice**, il rettore del Politecnico di Bari, **Francesco Cupertino**, il presidente Legambiente Puglia, **Francesco Tarantini**. Sarà presente anche **Donatella Bianchi**, presidente di Wwf Italia ed è atteso un intervento di **Michele Emiliano**, presidente della Regione. Di Cagno spiegherà l'impegno nella tutela dell'«oro blu» a cui l'ente nel 2019 ha dedicato 160 milioni di investimenti sul territorio.

Afriche post Covid

Prima tutti a guardare alla Cina. Poi all'Europa



Alessandra Ghisleri
Per la Fondazione
Pesenti sul welfare

DI CAGNO CHIAMA I TERRAROSS BONELLIEREDE È ANCHE IN AFRICA

(Italia in primis) e ora agli Stati Uniti e al Sud America dove la pandemia Covid sembra non proprio sotto controllo. Ma in Medio Oriente e Africa le cose sono andate meglio? Come si sono organizzati aziende e professionisti per poter continuare a lavorare? BonelliErede farà un punto online mercoledì con un webinar organizzato insieme a **LC Publishing**, dedicato alle sfide che il mondo legale si è trovato ad affrontare in Medio Oriente e Nord Africa, a causa del Covid-19. L'appuntamento sarà l'occasione per portare alla luce le esperienze degli avvocati, con un focus particolare sull'Egitto (area «calda» non solo per il Covid) e discutere l'impatto che l'emergenza sanitaria ha avuto sull'organizzazione del lavoro e sui dipartimenti legali interni, attraverso la narrazione di best practice. Al centro ci saranno naturalmente il ruolo della tecnologia e le prospettive per il legaltech quale acceleratore per la digitalizzazione dei servizi. Ne parleranno **Riccardo Biciato**, partner di BonelliErede basato al Cairo, **Reham Naeem**, responsabile legale di Novartis in Egitto, **Mohamed Elmogy**, general counsel di Siemens in Medio Oriente e Africa del Nordest, **Radwa Elsaman**, consulente legale di Sofreco in Francia, **Hazem El Toukhy**, responsabile legale di ABB in Egitto, Africa del Nord e Centrale e **Mahmoud Shaarawy**, direttore legale del gruppo Elsewedy Electric basato in

Donatella Bianchi
presidente Wwf Italia
Al bilancio sociale
di Acquedotto Pugliese



Egitto.

Il futuro dello Stato sociale ...

«Che ne sarà del welfare?». Domanda secca nel post Covid, con implicazioni che vanno dall'organizzazione del mercato del lavoro al futuro dei sistemi previdenziali. Ne parlano oggi tre osservative con grandi esperienze in queste tematiche come l'ex ministro del Lavoro, l'economista **Elsa Fornero**, **Alessandra Ghisleri**, direttrice di Euromedia Research e **Claudia Parzani**, european managing partner di Linklaters e presidente di Allianz Italia. L'evento, in diretta streaming, è promosso dalla Fondazione Pesenti in collaborazione con la Fondazione Corriere della Sera. L'apertura dei lavori è affidata ai presidenti dei due enti, rispettivamente **Carlo Pesenti** e **Piergaetano Marchetti**. Il coordinamento è affidato a **Nicola Saldutti** del Corriere della Sera.

...E quello del turismo

Dopo la manifattura, il turismo. Pwc prosegue il ciclo di incontri virtuali dedicati alle competenze per riavviare il futuro. **Alessandro Grandinetti**, partner Pwc Italia, apre i lavori di un panel con i più qualificati operatori del settore. Tra gli altri il ministro-titolare, **Dario Franceschini**, **Bernabò Bocca** di Federalberghi, **Gabriele Burgio**, presidente e ceo di Alpitour e **Marina Lalli** di Federturismo (Confindustria).

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LE NOTIZIE *di oggi*



IL RICONOSCIMENTO

ASCOLI

Save The Brand premiata la Sabelli

● Sviluppo e valorizzazione del brand, un percorso di crescita che passa attraverso l'estensione della gamma, l'innovazione tecnologica e produttiva e le acquisizioni. Queste le motivazioni dietro alla consegna del premio Save The Brand 2020 a Sabelli Group, avvenuta durante una serata in web edition con oltre 280 persone accreditate. Alla premiazione era presente Angelo Galeati, ad di Sabelli Group: «Sono molto grato per questo premio».

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



L'azienda Polli premiata con il riconoscimento «Save the brand»

L'iniziativa nazionale pone in evidenza le imprese d'eccellenza del made in Italy

MONSUMMANO TERME

Alla settima edizione di «Save the brand», organizzato da Food Community.it per premiare le eccellenze del made in Italy nel food & beverage, Fratelli

Polli ha ricevuto il riconoscimento di brand storico. Come si legge nella motivazione del premio, «l'azienda, con 148 anni di storia, è alla sesta generazione tutta al femminile».

Alla premiazione, realizzata per la prima volta in streaming, ha partecipato la manager Manuela Polli. «Rappresentare un brand con quasi 150 anni di storia che porta il nome della propria famiglia – dice – è motivo di

orgoglio, ma ho consapevolezza anche della responsabilità nei confronti delle generazioni che ci hanno preceduto. Siamo convinti dei piani di sviluppo che stiamo conducendo e i dati dimostrano che la direzione intrapresa è quella giusta. L'azienda ha chiuso il 2019 con 108 milioni di fatturato netto».

L'evento ha voluto premiare quelle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni so-

no riuscite a costruire intorno al marchio (il brand, appunto), individuate sia dalla redazione di Foodcommunity.it, testata digitale del gruppo Lc Publishing, che dal Centro ricerche di Lc Publishing Group con criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di marchio e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda, e infine la sostenibilità.





Notizie dalle Aziende

GRUPPO CAFFO 1915 PREMIATO COME ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY DA **SAVE THE BRAND** EDIZIONE 2020

Il riconoscimento all'azienda calabrese per essersi profusa nel valorizzare il patrimonio liquoristico italiano

Premiata per essere l'azienda che ha riportato nel Paese storici brand nazionali e internazionali, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio liquoristico italiano. L'amarissimo Petrus e Ferro China Bisleri sono le ultime importanti acquisizioni del gruppo che in passato aveva già assorbito altri brand storici, uno tra tutti Elisir Borsci S. Marzano quest'anno al suo centottantesimo anniversario. Il piano di rilancio è ormai pronto. Il mercato sta premiando Gruppo Caffo 1915 che nel mese di giugno ha superato quota 40% nel comparto amari del canale GDO.

Gruppo Caffo 1915 ha guadagnato il podio con l'impegno, il duro lavoro e scelte imprenditoriali oculare e strategiche che ne hanno fatto una delle aziende di riferimento nel panorama nazionale, riconosciuta a livello internazionale.

Il riconoscimento è stato consegnato all'AD del gruppo, Nuccio Caffo, che ha ringraziato con queste parole: "Abbiamo lavorato duramente per riuscire in queste due importanti operazioni, soprattutto se si pensa che sono state concluse nel periodo più critico del lockdown. Riporteremo entrambi i prodotti ad una nuova giovinezza. Stiamo già preparando il rilancio sapendo che abbiamo il mercato dalla nostra parte come dimostrano i risultati che segnano una crescita. Dopo le difficoltà di tutto il comparto Ho.re.ca, il mese di giugno ha fatto registrare un trend di crescita particolarmente favorevole, nel comparto amari abbiamo superato quota 40% nel canale GDO"(fonte IRIInfoscan).



MORETTA Riconoscimento al pastificio per le misure adottate durante l'emergenza Più soldi ai dipendenti, Rana premiato

MORETTA Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana che ha rilevato la Buitoni di Moretta, è stato insignito del premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **Lc Publishing Group** per celebrare le eccellenze del Made in Italy.

La cerimonia di premiazione, in versione streaming, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. «L'obiettivo - spiegano dall'azienda morettese - era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di **Foodcommunity.it** e il Centro ricerche di **Lc Publishing Group** hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di co-



RE DEL GUSTO Gian Luca Rana guida l'azienda fondata dal padre nel 1962

gliere i trend della domanda e la sostenibilità».

La motivazione che ha spinto la giuria a premiare Gian Luca Rana e il Pastificio Rana per l'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. Un riconoscimento speciale per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, tra cui Moretta, per tutto il periodo d'emergenza

hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare.

Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, figurava una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting. Gian Luca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione

del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza.

«Ricevere questo riconoscimento e per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3 mila 500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - sottolinea Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962».

Pastificio Rana è stato fondato nel 1962 a San Giovanni Lupatoto (Verona) da Giovanni Rana e da oltre 30 anni è guidato da Gian Luca Rana. Con 8 stabilimenti (5 in Italia, 1 in Belgio e 2 in Usa) è presente con i propri prodotti in 58 Paesi. Nel 2017 il gruppo ha aumentato la capacità produttiva con l'acquisizione di Moretta.



sostieni Italia

In crescita, organizzati e fondamentali per il cambiamento

Sono i professionisti italiani del mondo della consulenza

Quasi 23 mila imprese, un fatturato di circa 4,5 miliardi di euro, 45 mila addetti e una costante crescita nell'ultimo quinquennio. È questa la fotografia del settore italiano del management consulting che emerge dal 10° Rapporto 2018-2019 di Confindustria Assoconsult, l'associazione di categoria che rappresenta le imprese di consulenza di management e di ricerca e selezione del personale. Il mondo della consulenza è composto da professionisti ai quali le aziende italiane sempre più si rivolgono consapevoli dell'importanza di investire in innovazione e nei processi di trasformazione digitale. In questo contesto, le società di consulenza risultano fon-

damentali per stimolare il ripensamento dei modelli di business e per accompagnare i percorsi di cambiamento. Il Rapporto evidenzia un settore molto frammentato e polarizzato, riflesso della struttura della realtà economica italiana. Le società di consulenza si articolano tra un numero ristretto di gruppi di notevoli dimensioni che, con il 55% della quota di mercato, offrono servizi ai grandi gruppi economici internazionali, e un numero ampio di piccole e micro imprese (98% delle attive) che si dividono il restante 45% del mercato, per lo più costituito da realtà imprenditoriali di media e piccola dimensione. I progetti di consulenza legati all'It, alla strategia e alle operation si conferma-

no i più richiesti. **Legalcommunity**, la piattaforma di informazione giornalistica dedicata al mercato dei servizi legali d'affari, riporta una crescita record nel 2019 del fatturato complessivo prodotto da questi studi, che hanno incrementato di circa il 5% le performance. Il collettivo forense si compone di professionisti organizzati, specializzati, con focus di mercato ben definiti e un approccio strutturato all'attività legale. La crescita costante del settore consulenziale è la conferma della capacità dei suoi attori di sapersi confrontare con un mercato dinamico, con bisogni sempre nuovi, e di saper fornire idee, supporto, partnership. ■

- Camilla Zanetti -



San Floro, ancora premi per Mulinum

SAN FLORO – A brillare tra le eccellenze del Made in Italy nel food&beverage premiate al Save the Brand 2020, insieme ad aziende come Cà del Bosco, Valsoia e Segafredo Zanetti, c'è anche Mulinum, la startup agricola ideata dal giovane imprenditore Stefano Caccavari.

Nella sezione "Rising Star" dell'evento organizzato dalla testata Foodcommunity.it, giunto alla settima edizione, l'azienda agricola calabrese si è distinta

per «aver saputo ridare centralità alla cultura dei grani antichi ed essere in rapida crescita grazie a social ed e-commerce».

«Un ulteriore riconoscimento che ci inorgoglisce e ci conferma che, grazie al recupero della tradizione, stiamo creando un ponte virtuoso tra passato e presente, mirando a un futuro sempre più sostenibile» dichiara Caccavari che ha ricevuto il premio, durante la cerimonia in web edition.

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



ECCELLENZE GRAZIE ALLA PASTA INNOVATIVA NATURALMENTE PRIVA DI GLUTINE

Premio «Save The Brand 2020» alla «Andriani Spa» di Gravina

GIANPAOLO BALSAMO

● **GRAVINA.** Un prestigioso riconoscimento che premia le realtà imprenditoriali italiane che si sono distinte nel settore *food* per particolari performance economiche, per l'innovazione, l'internazionalizzazione, strategie di *branding* e comunicazione. Tutti criteri che, da qualche anno, hanno contribuito a creare il miracolo economico dell'«Andriani Spa» di Gravina in Puglia alla quale è stato assegnato il «Save The Brand 2020» organizzato da «LC Publishing Group» in edizione digitale.

Andriani, infatti, con la sua pasta innovativa «Felicia», a base di cereali

e legumi naturalmente privi di glutine, dal 2007 è riuscita conquistare i palati più difficili, proponendo una nuova esperienza a tavola, improntata al benessere, all'equilibrio e all'ottimismo. Da qualche anno ormai è presente nelle maggiori catene distributive di oltre 30 Paesi nel mondo. Flessibilità organizzazione dinamica, ricerca, innovazione e impegno nella sostenibilità economica, ambientale e sociale, con azioni con-

crete e buone pratiche nei confronti di tutti gli *stakeholder*, sono i fattori che guidano le performance dell'azienda pugliese, che contribuisce al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'agenda 2030, promossi dall'ONU per un'economia globale più sostenibile.

Il «Save The Brand 2020» è stato conferito in videoconferenza all'azienda murgiana rappresentata

per l'occasione da **Francesco Andriani** vice presidente & chief marketing officer di «Andriani SpA».

«Siamo onorati di ricevere questo riconoscimento - hanno commentato i fratelli **Michele** e Francesco Andriani - che dedichiamo all'intera famiglia di Andriani Spa. L'innovazione è il motore della nostra attività, investiamo in ricerca e sviluppo, dedicando estrema attenzione alla qualità, e trasformiamo in pasta innovativa materie prime come avena, grano saraceno, lenticchie, ceci, piselli, in uno stabilimento 100% *allergen free*, per offrire ai consumatori prodotti in grado di soddisfare contemporaneamente il desiderio di benessere e il piacere del gusto».

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



Riconoscimenti/1 Save the Brand premiato Rana

Gian Luca Rana, amministratore delegato del veronese Pastificio Rana, ha ricevuto il premio Welfare nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing** Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy.

ECCELLENZE GRAZIE ALLA PASTA INNOVATIVA NATURALMENTE PRIVA DI GLUTINE

Premio «Save The Brand 2020» alla «Andriani Spa» di Gravina

GIANPAOLO BALSAMO

● **GRAVINA.** Un prestigioso riconoscimento che premia le realtà imprenditoriali italiane che si sono distinte nel settore *food* per particolari performance economiche, per l'innovazione, l'internazionalizzazione, strategie di *branding* e comunicazione. Tutti criteri che, da qualche anno, hanno contribuito a creare il miracolo economico dell'«Andriani Spa» di Gravina in Puglia alla quale è stato assegnato il «Save The Brand 2020» organizzato da «LC Publishing Group» in edizione digitale.

Andriani, infatti, con la sua pasta innovativa «Felicia», a base di cereali

e legumi naturalmente privi di glutine, dal 2007 è riuscita conquistare i palati più difficili, proponendo una nuova esperienza a tavola, improntata al benessere, all'equilibrio e all'ottimismo. Da qualche anno ormai è presente nelle maggiori catene distributive di oltre 30 Paesi nel mondo. Flessibilità organizzazione dinamica, ricerca, innovazione e impegno nella sostenibilità economica, ambientale e sociale, con azioni con-

crete e buone pratiche nei confronti di tutti gli *stakeholder*, sono i fattori che guidano le performance dell'azienda pugliese, che contribuisce al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'agenda 2030, promossi dall'ONU per un'economia globale più sostenibile.

Il «Save The Brand 2020» è stato conferito in videoconferenza all'azienda murgiana rappresentata

per l'occasione da **Francesco Andriani** vice presidente & chief marketing officer di «Andriani SpA».

«Siamo onorati di ricevere questo riconoscimento - hanno commentato i fratelli **Michele** e Francesco Andriani - che dedichiamo all'intera famiglia di Andriani Spa. L'innovazione è il motore della nostra attività, investiamo in ricerca e sviluppo, dedicando estrema attenzione alla qualità, e trasformiamo in pasta innovativa materie prime come avena, grano saraceno, lenticchie, ceci, piselli, in uno stabilimento 100% *allergen free*, per offrire ai consumatori prodotti in grado di soddisfare contemporaneamente il desiderio di benessere e il piacere del gusto».

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



Piano Covid, a Gian Luca Rana assegnato il premio Welfare

Riconoscimento per le misure durante la pandemia: «Siamo una grande famiglia»

VERONA Un premio speciale per Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, che non riguarda per una volta la qualità del prodotto, il raggiungimento di obiettivi, il marketing oppure l'innovazione, ma la capacità di fare welfare in azienda. Visti i tempi, un premio quindi che vale molto.

La settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing Group** e organizzato da **FoodCommunity.it** per celebrare le eccellenze del Made in Italy del food & beverage, è stata concepita per rendere omaggio a quelle realtà del settore che negli anni si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Il riconoscimento nell'area «Welfare» è stato conferito al Pastificio Rana in virtù del suo impegno durante la recente emergenza sanitaria. Azione che si è tradotta in un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni.

«Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fan-



Amministratore delegato Gian Luca Rana

no parte della grande famiglia Rana. — ha dichiarato Gian Luca Rana - La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962».

Un premio da condividere con i settecento lavoratori dei cinque stabilimenti italiani del gruppo: ricordiamo

che in sostegno ai propri dipendenti l'azienda ha maggiorato gli stipendi del 25 per cento per ogni giorno lavorato e stanziato un ticket mensile straordinario di quattrocento euro per le spese di babysitting.

Oltre a ciò, è stata stipulata una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, oltre alle procedure di sicurezza e preven-

zione messe in atto per fronteggiare l'emergenza.

«Ho sempre pensato - ha proseguito Gianluca Rana - che il mio ruolo come imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che dà molto spazio all'iniziativa e all'individuazione del singolo. La guida di tremilacinquecento persone — ha quindi concluso l'amministratore delegato — è fonte di grande soddisfazione ma anche di immensa responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al tempo stesso per creare nuove opportunità per le generazioni future. Per questo, in un momento così incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana».

Lorenzo Fabiano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

2

milioni, il valore complessivo del piano straordinario di aumenti salariali varato da Gian Luca Rana



FONTE MARGHERITA
Premio per la sostenibilità
e per la comunicazione

Fonte Margherita ha ricevuto il premio "Save the Brand 2020" organizzato da Foodcommunity.it, in web edition per la 7ª edizione: «L'impresa veneta ha promosso sul mercato (oltre alle bottiglie in vetro per lo più a rendere) l'acqua in cartone riciclabile e ha ampliato l'offerta con bibite analcoliche con l'acqua delle Piccole Dolomiti».

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



Riconoscimenti/1 Save the Brand premiato Rana

Gian Luca Rana, amministratore delegato del veronese Pastificio Rana, ha ricevuto il premio Welfare nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing** Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy.

IMPRESE. Riconoscimento all'azienda nell'ambito di **Save the Brand**, evento che celebra le eccellenze del Made in Italy

Welfare, premiato Gian Luca Rana

«Le persone sono la nostra forza»

Per valorizzare l'impegno dei 700 lavoratori durante l'emergenza il Pastificio ha varato un piano di aumenti salariali da 2 milioni

Valeria Zanetti

Il piano di welfare più solido e ben articolato d'Italia, rivolto ai collaboratori che non hanno mai sospeso l'attività lavorativa nei mesi del lockdown, è firmato Pastificio Rana. Per questo l'altra sera l'amministratore delegato, Gian Luca Rana, ha ricevuto il premio «Welfare» nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **Lc Publishing Group** per celebrare le eccellenze del Made in Italy.

Alla cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity.it**, hanno partecipato molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. Obiet-

tivo, selezionare le realtà che si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio. Per individuarle, sono stati presi in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità.

La motivazione che ha spinto la giuria ad assegnare il premio a Pastificio Rana per l'area «Welfare» è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale Gian Luca Rana ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore di 2 milioni di euro per valorizzare il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti tricolore del gruppo, tutti in aree pesantemente colpite dal virus - oltre a San Giovanni Lupatoto, anche Cura Carpignano, nel Pavese, Paratico nel Bresciano, Gaggiano nel Milanese e Morretta in provincia di Cuneo - hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento



Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana

alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting.

Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e preven-

zione messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. L'impegno straordinario è stato riconosciuto dalla giuria.

«Ricevere questo premio, che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana, è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore», commenta Gian Luca Rana, da trent'anni alla guida del Gruppo alimentare fondato dal padre Giovanni. «La nostra», aggiunge, «è una real-

tà familiare fatta di persone, unite dalla passione per il lavoro. Questa forza ci ha permesso di scrivere una straordinaria storia aziendale, cominciata nel 1962».

In un momento incerto come l'attuale, «ho varato il piano straordinario di supporto, testimoniando ancora una volta l'impegno e il significato che attribuisco al mio essere imprenditore e che consiste nell'ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me e le loro famiglie», conclude. ●

© RIPRODUCIBILITÀ

Tra le misure anche una polizza assicurativa e un ticket mensile per le spese di babysitting



Riconoscimenti "Save the Brand" premia la strategia internazionale di Fratelli Branca Distillerie

Fratelli Branca Distillerie è stata premiata per la strategia internazionale portata avanti negli anni con continuità ed efficacia, in occasione della settima edizione di "Save the Brand", il riconoscimento che ogni anno viene assegnato da Foodcommunity.it alle eccellenze del Made in Italy nel food & beverage. Si legge nella motivazione: "La strategia di internazionalizzazione continua a essere uno dei pilastri della crescita aziendale che l'hanno portata a ricoprire nuove significative po-

sizioni sui mercati esteri e a rafforzare brand storici". Insieme a Fratelli Branca Distillerie sono state premiate 35 aziende individuate dalla redazione di Foodcommunity.it in collaborazione con il Centro Ricerche di LC Publishing Group con criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. "Siamo orgogliosi di questo riconosci-

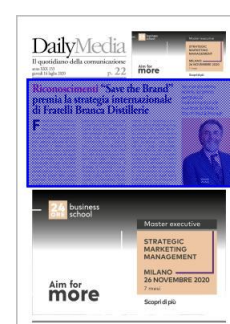
mento che ci incentiva a proseguire per la strada intrapresa, puntando sulla qualità dei nostri prodotti che, rinnovandosi nel tempo sempre nel rispetto della tradizione, sono diventati veri e propri ambasciatori dell'eccellenza del Made in Italy in tutto il mondo. Le scelte strategiche adottate ci hanno permesso di rafforzare la nostra presenza a livello internazionale, consentendoci di competere con le più importanti realtà multinazionali", ha dichiarato il Presidente Niccolò Branca.

Successo alla settima edizione del premio assegnato da Foodcommunity.it alle eccellenze del Made in Italy nel food & beverage



Niccolò Branca

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



LC WEB

68 articoli

Save the brand 2020: premiata la distilleria Caffo

LINK: <https://www.italiani.it/save-the-brand-2020-premiata-la-distilleria-caffo/>



24/07/2020 24/07/2020 Il gruppo Caffo conquista il premio **Save the brand 2020** "per essersi profuso nel valorizzare il patrimonio liquoristico italiano". La rinomata distilleria, che ha sede a Limbadi in provincia di Vibo Valentia, è stata riconosciuta come un'eccellenza del made in Italy. Nello specifico l'azienda calabrese si è distinta nella sezione "Operazioni strategiche" di **Save the brand** che celebra le eccellenze italiane nel food&beverage. L'evento, infatti, ha l'obiettivo di riconoscere il merito degli imprenditori italiani nel settore agroalimentare. Per l'edizione 2020 sono state premiate 35 aziende, le migliori realtà in Italia che si sono distinte "per il valore che negli anni sono riuscite a costruire". Realtà che si impongono con i loro brand che sono sinonimo di alta qualità. Caffo 1915, eccellenza del patrimonio liquoristico Per i promotori di **Save the brand** l'azienda Caffo ha il grande merito di aver riportato in auge

"storici brand nazionali e internazionali, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio liquoristico italiano". I celeberrimi Petrus e Ferro China Bisleri sono gli ultimi due prodotti acquisiti dal gruppo che in passato ha già inglobato altri marchi prestigiosi come l'Elisir Borsci San Marzano, sul mercato da 180 anni. In pratica il più antico liquore del sud in commercio da quasi due secoli. Distilleria Caffo, una storia centenaria La prima distilleria della famiglia Caffo nasce intorno alla fine dell'Ottocento quando Giuseppe Caffo, mastro distillatore, classe 1865, inizia a distillare le vinacce ai piedi dell'Etna. Dopo anni di duro lavoro nel 1915 dà vita ad un'antica distilleria a Santa Venerina, sempre in Sicilia. L'attività cresce e mette radici in Calabria e precisamente a Limbadi, in provincia di Vibo Valentia. Nel 2001 è nata la Wild Orange Srl che gestisce le tante attività del gruppo. I prodotti creati nel tempo sono tanti e tutti molto

conosciuti oltre che molto richiesti dal mercato. Nella stessa azienda è avviata con successo la produzione di due varietà di uva, Sangiovese di Calabria e Gaglioppo: vitigni autoctoni da cui si ottiene un ottimo vino rosso. L'ultima società del gruppo Caffo è la Typical Srl che punta a promuovere i prodotti Caffo sul mercato tedesco. Nel 2019 all'Annual Berlin International Spirits Competition, la distilleria dei Fratelli Caffo è stata proclamata come la migliore d'Italia. Il Vecchio Amaro del Capo Il Vecchio Amaro del Capo è uno dei liquori più famosi della Caffo, uno degli amari più venduti nel circuito della grande distribuzione. Frutto di un'antica ricetta, il noto liquore è il distillato di un infuso di 29 erbe officinali di cui conserva i principi attivi. L'ideale è servirlo ghiacciato nei suoi caratteristici bicchieri. Ha un gusto delicato che piace ai palati raffinati e che non amano il digestivo troppo amaro. Nel 2010 il Vecchio Amaro del

Capo è stato l'unico amaro italiano a conquistare la medaglia d'oro al concorso mondiale di Bruxelles. Tanti altri riconoscimenti prestigiosi sono arrivati negli ultimi anni ad arricchire il blasone di un liquore e di una storica distilleria che è un'eccellenza del Belpaese.

Save the brand 2020: premiata la distilleria Caffo
ultima modifica: 2020-07-24T14:00:00+02:00 da Maria Scaramuzzino
Commenti

Agromonte premiata per i suoi Prodotti Innovativi

LINK: https://www.ambienteeuropa.info/news_dettaglio.php?id=5412

Agromonte premiata per i suoi Prodotti Innovativi 24/07/2020 L'azienda ragusana si aggiudica il **Save the Brand** award. Prosegue la serie di riconoscimenti attribuiti all'azienda Agromonte di Chiaramonte Gulfi. Dopo essersi aggiudicata nei mesi scorsi il premio FOOD, ora arriva un nuovo attestato che conferma Agromonte come realtà dal forte spirito innovativo. Nonno Nanni ha ricevuto il **Save the brand** 2020, organizzato da **Foodcommunity.it**, testata giornalistica digitale di **LC Publishing Group**, con l'obiettivo di premiare le eccellenze alimentari del Made in Italy, distintesi per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al proprio marchio. Quest'anno l'evento di premiazione, diversamente dalle precedenti edizioni che hanno avuto luogo a Milano, è stato organizzato in versione digitale, contando su un parterre di oltre 280 **r a p p r e s e n t a n t i** dell'imprenditoria italiana del settore food & beverage. Le 35 aziende premiate sono state individuate, sia dalla **r e d a z i o n e** di **Foodcommunity.it**, sia dal Centro Ricerche di **LC Publishing Group** con criteri

che, oltre alla performance economica, includono l' **i n n o v a z i o n e**, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda, e infine la sostenibilità. Agromonte ha vinto nella categoria "Prodotti Innovativi" grazie al lancio sul mercato della linea "I Gialli di Agromonte": salsa pronta e passata preparati con una particolare varietà di pomodoro, il ciliegino giallo. Ha ritirato, virtualmente, il premio, **M i r i a m A r e s t i a**, Responsabile Marketing di Agromonte: "L'innovazione è, insieme alla qualità, uno dei principali driver che guida l'azienda, fin dalla sua nascita nel 2000. Questo premio, quindi, ci dà ulteriore conferma di come la strada perseguita sia stata corretta e vincente. Non solo, Agromonte ha evidenziato performance ancora più soddisfacenti e tassi di crescita superiori al mercato. Nel 2019 il brand ha registrato un incremento del fatturato pari al +17% rispetto all'anno precedente, un risultato davvero eccellente se confrontato a un trend di crescita del mercato pari al 2%". Del resto, sono molte

le risorse investite dall'azienda siciliana in ottica di innovazione, sia di prodotto, sia di processo produttivo. "Proprio quest'anno abbiamo inaugurato un'importante linea produttiva, altamente tecnologica, con l'obiettivo di assicurare una maggiore sicurezza alimentare pur mantenendo inalterate alcune procedure artigianali" - conclude **Miriam Arestia**.

Fratelli Branca Distillerie premiata

LINK: https://www.ambienteeuropa.info/news_dettaglio.php?id=5414

Fratelli Branca Distillerie premiata 22/07/2020
Fratelli Branca Distillerie è stata premiata per la "strategia internazionale" portata avanti negli anni con continuità ed efficacia, in occasione della settima edizione di "Save the Brand", il riconoscimento che ogni anno viene assegnato da Foodcommunity.it (LC Publishing Group) alle eccellenze del Made in Italy nel food & beverage. Si legge nella motivazione: "La strategia di internazionalizzazione continua a essere uno dei pilastri della crescita aziendale che l'hanno portata a ricoprire nuove significative posizioni sui mercati esteri e a rafforzare brand storici". "Siamo orgogliosi di questo riconoscimento che ci incentiva a proseguire per la strada intrapresa, puntando sulla qualità dei nostri prodotti che, rinnovandosi nel tempo sempre nel rispetto della tradizione, sono diventati veri e propri ambasciatori dell'eccellenza del Made in Italy in tutto il mondo. Le scelte strategiche adottate ci hanno permesso di rafforzare la nostra presenza a livello internazionale,

consentendoci di competere con le più importanti realtà multinazionali" ha dichiarato il Presidente Niccolò Branca. La premiazione si è svolta martedì 14 luglio con un evento organizzato per la prima volta in web edition. Durante la serata sono state premiate 35 aziende che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio. Tali realtà sono state individuate dalla redazione di Foodcommunity.it in collaborazione con il Centro Ricerche di LC Publishing Group con criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e, infine, la sostenibilità. Fratelli Branca Distillerie, fondata nel 1845 a Milano, è leader nella produzione di spirits. Tra i suoi prodotti: Fernet, Branca Menta e altri storici marchi come Grappa Candolini, Caffè Borghetti e Carpano. L'azienda agisce riferendosi ai principi dell'Economia della Consapevolezza, perseguendo il profitto nel pieno rispetto delle

persone, dell'ambiente e del consumatore finale, nel segno di una responsabilità consapevole della profonda interconnessione esistente tra gli uomini e con l'ambiente.

Innovazione di vendita, un premio per il gruppo Orsero

LINK: <https://www.lastampa.it/savona/2020/07/21/news/innovazione-di-vendita-un-premio-per-il-gruppo-orsero-1.39107874>

Innovazione di vendita, un premio per il gruppo Orsero
L'azienda ha ricevuto il riconoscimento in occasione di "Save the Brand 2020", evento alla settima edizione
Giò Barbera Pubblicato il 21 Luglio 2020 Ultima modifica 21 Luglio 2020 12:07
Migliore interprete della categoria "Innovazione di Vendita" per essersi distinto in termini di innovazione di vendita per le nuove linee di produzione di prodotti pronti al consumo, la cosiddetta IV gamma di frutta. E' il riconoscimento ottenuto dal gruppo Orsero, leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi. L'azienda è stata premiata in occasione di "Save the Brand 2020" giunto quest'anno alla settima edizione, è un evento organizzato da Foodcommunity.it che si pone l'obiettivo di premiare i migliori imprenditori italiani operanti nel settore Food & Beverage. Il premio è stato consegnato al presidente Paolo Prudenziati.

"Save the Brand": Ca' del Bosco, Fontanafredda e Alois Lageder i marchi del vino al top

LINK: https://winenews.it/it/save-the-brand-ca-del-bosco-fontanafredda-e-alois-lageder-i-marchi-del-vino-al-top_421482/



"Save the Brand": Ca' del Bosco, Fontanafredda e Alois Lageder i marchi del vino al top Nei premi by Foodcommunity la griffe della Franciacorta si aggiudica il "Brand Hero", la cantina delle Langhe il "Valorizzazione e Sviluppo del Brand" Milano, 20 Luglio 2020, ore 10:51 Ca' del Bosco, griffe simbolo della Franciacorta guidata da Maurizio Zanella, parte di Santa Margherita Gruppo Vinicolo, si aggiudica il premio "Brand Hero" di "Save the Brand" - Web Edition, organizzato da Foodcommunity con l'obiettivo di riconoscere e premiare il merito dei migliori imprenditori italiani - che si siano distinti per il valore che negli anni sono riusciti a costruire intorno al marchio - del wine & food. Ma non c'è solo la cantina franciacortina, in continua e costante crescita, sia in termini produttivi che di mercati: per la "Valorizzazione e Sviluppo del Brand" ad avere la meglio è Fontanafredda,

storico marchio delle Langhe di proprietà di Oscar Farinetti, per essere riuscita a "promuovere una filosofia del brand basata sulla sostenibilità a 360 gradi dando vita anche al Rinascimento verde". E poi, per il "Passaggio Generazionale", la spunta Alois Lageder, una delle famiglie più longeve della viticoltura altoatesina, portata avanti oggi dalla quinta e dalla sesta generazione, con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare. Copyright © 2000/2020

Andriani premiata con **Save the Brand** 2020

LINK: <https://www.efanews.eu/item/12667-andriani-premiata-con-save-the-brand-2020.html>



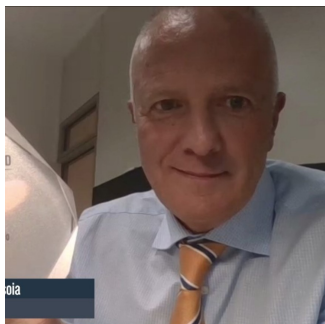
Andriani premiata con **Save the Brand** 2020 Per la capacità di rinnovare le regole dell'alimentazione Andriani ha vinto il premio il **Save The Brand** 2020 nella categoria Innovazione di Prodotto grazie alla capacità di rinnovare le regole dell'alimentazione. La società di Gravina di Puglia vanta un know-how unico nella produzione di pasta alternativa di alta qualità a base di materie prime naturalmente prive di glutine come legumi e cereali. Innovazione e sostenibilità rappresentano i principali driver competitivi dell'azienda che, nel 2009, è entrata nel mercato dell'Innovation food, di cui oggi è leader. Con il suo brand Felicia, punto di riferimento del mercato healthy food e con il più alto numero di referenze prevalentemente bio del comparto, si pone l'obiettivo di offrire al consumatore un nuovo modo di alimentarsi, sano e naturale, portando in tavola un'esperienza eclettica improntata al benessere,

all'equilibrio e all'ottimismo. "Sono onorato di ricevere questo riconoscimento - ha commentato Francesco Andriani, vicepresidente e ad - che condivido con mio fratello Michele e con l'intera famiglia di Andriani Spa. La nostra azienda ha scelto di dare nuova forma a legumi e cereali trasformando materie prime come lenticchie, ceci, riso integrale, avena, grano saraceno ecc. in pasta. Contribuiamo a una nuova educazione alimentare e, anticipando un trend oggi sempre più radicato, offriamo ai consumatori la più ampia offerta di pasta alternativa alla tradizionale, adatta a tutti, sana, gustosa e ricca di preziosi nutrienti per un nuovo stile di vita orientato all'ottimismo". **Save The Brand**, organizzato da LC Publishing Group e quest'anno per la prima volta in web edition, premia le eccellenze del Made in Italy nel food&beverage secondo criteri che includono performance economica, innovazione,

internazionalizzazione, strategie di branding e comunicazione. agu - 12667 Milano, MI, Italia, 20/07/2020 06:20 © EFA News - European Food Agency Srl

Valsoia premiata a "Save the brand 2020"

LINK: <https://distribuzionemoderna.info/news/valsoia-premiata-a-save-the-brand-2020>



18 Luglio 2020 Valsoia premiata a "Save the brand 2020" Valsoia, azienda italiana nella produzione e commercializzazione di prodotti alimentari salutistici, informa di essere stata premiata come eccellenza del Made in Italy nella categoria "Innovazione di Prodotto" in occasione dell'edizione 2020 di "Save the Brand", riconoscimento rivolto alle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno alla propria marca. Valsoia è stata riconosciuta quale azienda che si distingue in termini di innovazione di prodotto per il suo ingresso nel segmento degli integratori alimentari proponendo, per il canale GDO, una linea completa di integratori naturali 100% vegetali che risponde alle esigenze dei consumatori, anche vegetariani, attenti al proprio stile di vita e benessere quotidiano. "Save the Brand", giunto quest'anno alla settima edizione, è un evento

organizzato da Foodcommunity.it che si pone l'obiettivo di premiare le migliori aziende italiane operanti nel settore Food & Beverage. Il processo di selezione dei vincitori tiene in considerazione, oltre alla performance economica, criteri che includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. Il premio è stato consegnato ad Andrea Panzani, AD e DG di Valsoia, che ha commentato: "Siamo felici per questo riconoscimento che riflette l'anima innovativa del nostro Gruppo. Siamo riconosciuti come marca leader e specialistica dell'alimentazione salutistica, alternativa vegetale. Quest'anno stiamo presentando una innovazione che allarga il nostro già ricco portafoglio prodotti a Marca Valsoia: una linea di integratori naturali e 100% vegetali,

realizzati con ingredienti 'free from', dedicata al canale GDO con qualità ed efficacia pari ai prodotti reperibili in farmacia".
ALTRI ARTICOLI

Fratelli Branca Distillerie. Un premio alla "strategia internazionale"

LINK: <https://www.avvenire.it/economia/pagine/fratelli-branca-distillerie-un-premio-alla-strategia-internazionale>



Fratelli Branca Distillerie. Un premio alla "strategia internazionale" Redazione Romana venerdì 17 luglio 2020 Il riconoscimento assegnato in occasione della settima edizione di "Save the brand", dedicato ogni anno alle eccellenze italiane nel settore "Food & beverage" Il presidente Niccolò Branca - Archivio COMMENTA E CONDIVIDI Fratelli Branca Distillerie, fondata nel 1845 a Milano, è stata premiata per la «strategia internazionale» portata avanti negli anni con continuità ed efficacia, in occasione della settima edizione di Save the brand, il riconoscimento che ogni anno viene assegnato alle eccellenze del made in Italy nel settore "Food & beverage". Nella motivazione si legge che «la strategia di internazionalizzazione continua a essere uno dei pilastri della crescita aziendale che l'hanno portata a ricoprire nuove significative posizioni sui mercati esteri e a rafforzare

brand storici». «Siamo orgogliosi di questo riconoscimento che ci incentiva a proseguire per la strada intrapresa, puntando sulla qualità dei nostri prodotti che, rinnovandosi nel tempo sempre nel rispetto della tradizione, sono diventati veri e propri ambasciatori dell'eccellenza del Made in Italy in tutto il mondo. Le scelte strategiche adottate ci hanno permesso di rafforzare la nostra presenza a livello internazionale, consentendoci di competere con le più importanti realtà multinazionali», ha dichiarato il presidente Niccolò Branca. La premiazione si è svolta martedì 14 luglio con un evento organizzato per la prima volta via web. Durante la serata sono state premiate 35 aziende che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio. © Riproduzione riservata

Tenuta Alois Lageder Premio passaggio generazionale

LINK: <https://www.bluarte.it/news/tenuta-alois-lageder-premio-passaggio-generazionale>



Tenuta Alois Lageder Premio passaggio generazionale Tenuta Alois Lageder tra i Vincitori di **Save The Brand** 2020. La cantina altoatesina insignita per il 'passaggio generazionale'. Redazione Tenuta Alois Lageder tra i Vincitori di **Save The Brand** 2020. L'azienda è portata avanti dalla quinta e sesta generazione della famiglia con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare', è con questa motivazione che la Tenuta Alois Lageder si è aggiudicata il riconoscimento 'passaggio generazionale' in occasione della settima edizione di **Save The Brand**, l'evento organizzato da **Foodcommunity**, testata giornalistica digitale di **LC Publishing Group**, che mira a esaltare quelle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Alois Lageder entra di diritto in questo prestigioso palmares per il lavoro fatto negli anni, dove la passione e la tenacia della famiglia è stata tramandata di generazione in generazione, fino alla quinta e sesta che oggi sono alla guida della tenuta.

'Negli anni abbiamo rafforzato le nostre convinzioni e il nostro approccio biodinamico, muovendoci come sostenitori di un'economia circolare che mira a un uso più efficiente e sostenibile delle risorse', afferma Alois Lageder 'Per noi questo modus operandi è ormai una filosofia di vita, in vigna e in cantina. E ovviamente in bottiglia.' La Tenuta ha un'anima green consolidata e convinta, investe sempre più in ricerca e innovazione per esaltare nei vini la vivacità e la freschezza che incarnano tutte le diversità dell'Alto Adige e che da sempre i contraddistinguono, grande attenzione e rispetto è riservato alle forze e ai segreti della natura. Sperimentazione, cura del dettaglio, biodiversità, artigianalità, creatività questi i valori della Tenuta da cui è impossibile prescindere. Un bagaglio valoriale che si tramanda e rafforza di generazione in generazione. Da qui il riconoscimento da parte di **Foodcommunity.it**. Durante la serata, per la prima volta in web edition, sono stati 35 i premiati - tra aziende e imprenditori del food&beverage - 'davanti' a

oltre 300 persone collegate in live streaming. La Tenuta familiare Alois Lageder è un sinonimo di vini d'eccellenza prodotti in Alto Adige. Con un approccio consapevole alle risorse naturali, creatività e uno spirito innovativo Alois Lageder produce vini che incarnano la diversità dell'Alto Adige. Ispirata ai principi dell'agricoltura biologico-dinamica, la Tenuta continua ad acquisire nuove conoscenze, condividendole con i propri partner viticoltori, e applicandole in nuovi settori. Fondata nel 1823, oggi la Tenuta è gestita dalla quinta e sesta generazione. <https://aloislageder.eu/>

Alois Lageder tra i Vincitori di **Save The Brand**

LINK: <https://www.viacialdini.it/winefood/alois-lageder-tra-i-vincitori-di-save-the-brand>



Alois Lageder tra i Vincitori di **Save The Brand** 0 voti Alois Lageder tra i Vincitori di **Save The Brand** 2020. L'azienda è portata avanti dalla quinta e sesta generazione della famiglia con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare. Redazione Alois Lageder tra i Vincitori di **Save The Brand** 2020. L'azienda è portata avanti dalla quinta e sesta generazione della famiglia con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare', è con questa motivazione che la Tenuta Alois Lageder si è a g g i u d i c a t a il riconoscimento 'passaggio generazionale' in occasione della settima edizione di **Save The Brand**, l'evento o r g a n i z z a t o da **Foodcommunity**, testata giornalistica digitale di **LC Publishing** Group, che mira a esaltare quelle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Alois Lageder entra di diritto in questo

prestigioso palmares per il lavoro fatto negli anni, dove la passione e la tenacia della famiglia è stata tramandata di generazione in generazione, fino alla quinta e sesta che oggi sono alla guida della tenuta. 'Negli anni abbiamo rafforzato le nostre convinzioni e il nostro approccio biodinamico, muovendoci come sostenitori di un'economia circolare che mira a un uso più efficiente e sostenibile delle risorse', afferma Alois Lageder 'Per noi questo modus operandi è ormai una filosofia di vita, in vigna e in cantina. E ovviamente in bottiglia.' La Tenuta ha un'anima green consolidata e convinta, investe sempre più in ricerca e innovazione per esaltare nei vini la vivacità e la freschezza che incarnano tutte le diversità dell'Alto Adige e che da s e m p r e li contraddistinguono, grande attenzione e rispetto è riservato alle forze e ai segreti della natura. Sperimentazione, cura del dettaglio, biodiversità,

artigianalità, creatività questi i valori della Tenuta da cui è impossibile prescindere. Un bagaglio valoriale che si tramanda e rafforza di generazione in generazione. Da qui il riconoscimento da parte di **Foodcommunity.it**. Durante la serata, per la prima volta in web edition, sono stati 35 i premiati - tra aziende e imprenditori del food&beverage - 'davanti' a oltre 300 persone collegate in live streaming. La Tenuta familiare Alois Lageder è un sinonimo di vini d'eccellenza prodotti in Alto Adige. Con un approccio consapevole alle risorse naturali, creatività e uno spirito innovativo Alois Lageder produce vini che incarnano la diversità dell'Alto Adige. Ispirata ai principi dell'agricoltura biologico-dinamica, la Tenuta continua ad acquisire nuove conoscenze, condividendole con i propri partner viticoltori, e applicandole in nuovi settori. Fondata nel 1823, oggi la Tenuta è gestita dalla quinta e sesta g e n e r a z i o n e .

(<https://aloeslageder.eu/>)

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

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: <https://www.bologna2000.com/2020/07/15/a-gian-luca-rana-il-premio-welfare-a-save-the-brand-2020/>



A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 15 Luglio 2020 MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il

livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket

mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come

imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - è fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al tempo stesso per creare nuove opportunità per le generazioni future. Per questo, in un momento così incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana".
(ITALPRESS).

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: <https://www.ilsannioquotidiano.it/2020/07/15/a-gian-luca-rana-il-premio-welfare-a-save-the-brand-2020/>



A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 MILANO (ITALPRESS)

- Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realta' del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando cosi' ambasciatrici del gusto, della qualita' e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il livello di

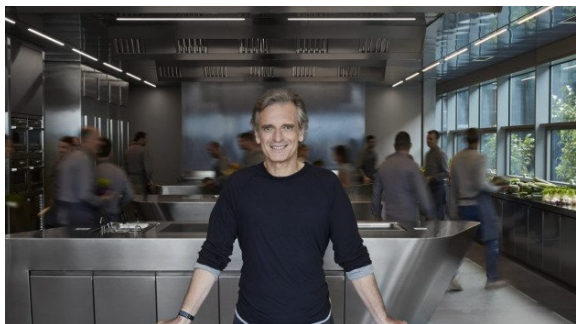
internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacita' e la velocita' di cogliere i trend della domanda e la sostenibilita'. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" e' legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuita' nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket

mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione gia' messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento e' per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra e' una realta' familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed e' proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come

imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - e' fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilita', che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilita' e al tempo stesso per creare nuove opportunita' per le generazioni future. Per questo, in un momento cosi' incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana". (ITALPRESS). sat/com 15-Lug-20 16:32

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: <https://gds.it/speciali/terra-e-gusto/2020/07/15/a-gian-luca-rana-il-premio-welfare-a-8220save-the-brand8221-2020-76b2f624-9df3-4a10-b2a4-bd...>



A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 15 Luglio 2020 MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il

livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket

mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come

imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - è fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al tempo stesso per creare nuove opportunità per le generazioni future. Per questo, in un momento così incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana".
(ITALPRESS). ©
Riproduzione riservata

Covid-19 e continuità aziendale. Il diritto della crisi d'impresa e dell'insolvenza al banco di prova della pandemia

LINK: <http://www.radioradicale.it/scheda/610847/covid-19-e-continuita-aziendale-il-diritto-della-crisi-dimpresa-e-dellinsolvenza-al>



07:00 Rassegna stampa di geopolitica a cura di Lorenzo Rendi 07:10 Agenda della settimana a cura di Roberta Jannuzzi e Federico Punzi 07:30 Nota antiproibizionista a cura di Roberto Spagnoli 07:35 Stampa e regime 09:30 Replica di Stampa e regime 10:45 Presentazione dei programmi 11:00 Capire per conoscere, rubrica di economia con il professor Mario Baldassarri a cura di Claudio Landi 12:00 Agricoltura? Parliamone a cura di Carlo Triarico 12:30 Trasmissione a cura dell'Asvis 13:00 Notiziario antiproibizionista 15:00 Trasmissioni delle sedute del Parlamento 19:30 Spazio Transnazionale 20:30 Notiziario 21:00 Speciale giustizia: Il futuro del processo penale tra nuove tecnologie e principi costituzionali. Convegno "Il futuro del processo penale tra nuove tecnologie e principi costituzionali", registrato a Youtube martedì 7 luglio 2020 alle ore 17:00. L'evento è stato

o r g a n i z z a t o d a ItaliaStatoDiDiritto. Sono intervenuti: Filippo Donati (consigliere del CSM e componente della Sezione Disciplinare), **Nicola Di Molfetta** (direttore di **Legalcommunity** e Direttore responsabile del quindicinale "MAG"), Eugenio Bruti Liberati (associato di Diritto Amministrativo all'Università degli Studi del Piemonte Orientale), Guido Camera (avvocato, consigliere dell'Associazione ItaliaStatoDiDiritto), Claudio Castelli (presidente della Corte di Appello di Brescia), Serena Quattrocolo (professore Ordinario di Diritto Processuale Penale all'Università del Piemonte Orientale), Gian Domenico Caiazza (presidente dell'Unione delle Camere Penali Italiane), Giuseppe Cascini (componente del Consiglio Superiore della Magistratura), Vinicio Nardo (presidente dell'Ordine degli Avvocati di Milano). 7 luglio 2020 23:00 Cittadini in

divisa 00:00 Prime pagine Programmazione notturna 00:30 servizio d'archivio a cura di Aurelio Aversa: la Costituzione, la difesa dello Stato di diritto, l'emergenza terroristica, il Parlamento, il Partito Radicale



Ashurst è "Real Estate Team of the Year" a Legalcommunity Forty under 40 Awards 2020

LINK: <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/newsStudiLegaliEOrdini/2020-07-06/ashurst-e-real-estate-team-of-the-year-legalcommun...>



Ashurst è "Real Estate Team of the Year" a Legalcommunity Forty under 40 Awards 2020 06/07/2020 13:54 Lo studio legale internazionale Ashurst è stato nominato "Real Estate Team of the Year" alla cerimonia dei Legalcommunity Forty under 40 Awards, tenutasi al Castello Visconteo, nella campagna lombarda, il 25 giugno scorso. Il premio Legalcommunity Forty under 40 viene attribuito agli avvocati e ai team italiani identificati come astri nascenti e riconosciuti con particolare merito come consulenti di società nazionali e internazionali. Andrea Caputo, partner e capo del team immobiliare italiano, ha commentato: "Siamo lieti di aver ricevuto questo riconoscimento di mercato, è una testimonianza del duro lavoro di tutto il team. Il settore immobiliare è un settore di importanza strategica per Ashurst in cui abbiamo una grande forza. È un onore ricevere questo

riconoscimento per la nostra competenza e ci auguriamo di continuare a fornire la nostra consulenza ai clienti su operazioni complesse e innovative. " Ashurst è stato anche selezionato in tre categorie aggiuntive: • Banking & Finance Team of the Year • Energy Team of the Year • Insolvency & Restructuring Team of the Year

Puccio - Penalisti Associati: lo studio legale bresciano eletto miglior team dell'anno Under 40

LINK: <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/newsStudiLegalIEOrdini/2020-06-30/puccio-penalisti-associati-studio-legale-bresciano...>



Puccio - Penalisti Associati: lo studio legale bresciano eletto miglior team dell'anno Under 40 30/06/2020 08:39 Invia articolo per email Lo studio legale Puccio - Penalisti Associati, fondato dall'avvocato bresciano Andrea Puccio è stato eletto miglior "team dell'anno" alla prima edizione dei **Legalcommunity Forty Under 40** Italy Awards, il premio che celebra le eccellenze professionali (team e singoli professionisti) con meno di 40 anni di età. In gara tutti i grandi studi legali, anche internazionali, presenti in Italia, ma il trentacinquenne Puccio, con il suo team completamente a trazione under 40, ha ottenuto il prestigioso riconoscimento, in quanto "in grado di fornire un'assistenza qualificata, oltre che a garantire una risposta pronta e attenta alle richieste dei clienti, in tutte le aree specifiche del diritto penale". Da far notare che lo studio

bresciano non ha vinto in una delle 40 categorie del diritto previste dal regolamento, ma è riuscito a centrare il miglior risultato assoluto, come "team dell'anno". Operazioni svolte (valore e numero); fattori rilevanti di crescita ed espansione dello studio; posizionamento e immagine: questi i tre criteri presi in considerazione dalla giuria, composta da esperti del settore, principalmente Legal Counsel e General Counsel di società come, fra altre, Intesa Sanpaolo, Moncler, Deutsche Bank, Huawei, Missoni, Ermenegildo Zegna, Rete Ferroviaria Italiana (Gruppo FSI), DHL. Lo Studio Puccio - Penalisti Associati ha sede, oltre che a Brescia, anche a Milano ed è specializzato nel diritto penale dell'economia e dell'impresa. [Clicca per Condividere](#)

Round per Deliveristo, entrano anche i Moratti

LINK: <https://wine.pambianconews.com/2020/07/round-per-deliveristo-entrano-anche-i-moratti/191099>



Round per Deliveristo, entrano anche i Moratti 23 Lug 2020 Andrea Guolo Il team di Deliveristo al premio per la startup dell'anno 2019, assegnato da **Foodcommunity**. Gli investitori hanno puntato a fare in maniera costante sui marketplace digitali. Una conferma arriva dal mondo della ristorazione, con 1,5 milioni di aumento di capitale ottenuto da Deliveristo, piattaforma dedicata agli acquisti per il canale horeca. A sottoscriverlo sono stati i business angels di Iag, Gellify Digital Investments, la famiglia Moratti tramite il fondo Seven, gli investitori della community della piattaforma Doorway e un pool di ulteriori privati. L'operazione porta a 2,5 milioni il totale finora raccolto da Deliveristo, startup fondata e amministrata da Ivan Aimo. Il quale afferma: 'Dopo aver validato il modello su Milano, questo bridge ha l'obiettivo di consolidare ed iniziare lo scaling sul resto d'Italia, che verrà

completato con la chiusura del Series A'. Il tutto avviene in un mercato, quello del food delivery b2b, che non ha certo raggiunto le dimensioni e la maturità dell'analogo segmento b2b, stimato in 21 miliardi di euro e presidiato da grandi realtà quali Justeat, Deliveroo, Uber Eats. Deliveristo attrae perché l'acquisto digitale, diretto dai produttori e distributori e senza un magazzino, essendo basato sul modello drop shipping, porta la società a essere snella e scalabile. Non c'è rischio di invenduto, a fronte di un catalogo potenzialmente infinito. 'Dopo aver analizzato Deliveristo e lavorato con i Founders posso affermare che siamo decisamente convinti del valore attuale e futuro di questa proposta. Il mix generato dal servizio offerto e dalle competenze della struttura ci ha convinto della bontà del progetto', afferma Silvia Pugi di Iag, acronimo di Italian Angels for Growth, che in dieci anni di attività

ha realizzato oltre 80 investimenti, per un totale di 200 milioni di euro investiti dai soci Iag e suoi coinvestitori. 'L'ingresso in Deliveristo fa parte della nostra strategia di investimento in piattaforme di e-commerce con approccio misto b2c e b2b già iniziata con Winelivery' le ha fatto eco Fabio Nalucci, ceo e founder di Gellify.

Premiata l'azienda Polli come brand storico

LINK: <https://iltirreno.gelocal.it/montecatini/cronaca/2020/07/22/news/premiata-l-azienda-polli-come-brand-storico-1.39113973>

Premiata l'azienda Polli come brand storico 22 Luglio 2020 MONSUMMANO Alla settima edizione di **Save the Brand**, organizzato da **FoodCommunity**. it per premiare le eccellenze del Made in Italy nel Food&Beverage, Fratelli Polli ha ricevuto il riconoscimento di brand storico. Come si legge nella motivazione del premio, "L'azienda, con 148 anni di storia, è alla sesta generazione tutta al femminile". All'evento, realizzato per la prima volta in streaming, ha partecipato Manuela Polli, Corporate Strategy&Development. «Rappresentare un brand con quasi 150 anni di storia che porta il nome della propria famiglia è motivo di orgoglio, ma ho consapevolezza della responsabilità nei confronti delle generazioni che ci hanno preceduto - ha detto - Siamo convinti dei nostri piani di sviluppo e i dati dimostrano che la direzione intrapresa è quella giusta. L'azienda ha chiuso il 2019 con 108 milioni di fatturato netto». L'evento ha premiato le realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio, individuate dalla

redazione di **Foodcommunity**.it e dal Centro Ricerche di **LC Publishing Group**. -

PEDERSOLI STUDIO DELL'ANNO M&A AI LEGALCOMMUNITY CORPORATE AWARDS 2020

LINK: <http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/newsStudiLegaliEOrdini/2020-07-21/pedersoli-studio-anno-ma-legalcommunity-corporate-...>



PEDERSOLI STUDIO DELL'ANNO M&A AI LEGALCOMMUNITY CORPORATE AWARDS 2020
21/07/2020 14:18 Invia articolo per email Pedersoli Studio Legale si è aggiudicato il premio "Studio dell'Anno M&A" ai Legalcommunity Corporate Awards 2020. Nel contesto della cerimonia di premiazione delle eccellenze tra i professionisti che operano in ambito Corporate M&A, il riconoscimento è stato attribuito da una giuria, composta da autorevoli advisor, general counsel e direttori affari legali e societari, che ha sottolineato come il team, composto da professionisti di altissimo livello, abbia prestato assistenza nei big deal nei settori delle telecomunicazioni e del banking, evidenziando inoltre che lo Studio ha ricoperto un ruolo da indiscusso protagonista per via della numerosa attività in ambito M&A. Luca Saraceni, Csaba Davide

Jákó, Alessandro Marena, Andrea Faoro e Diego Riva (in foto da sinistra verso destra) hanno ritirato il premio nel corso della serata di premiazione che si è svolta ieri presso WJC Square a Milano, alla presenza di oltre 350 tra operatori del mondo economico finanziario e professionisti. Clicca per Condividere

Alois Lageder tra i vincitori di "Save the Brand 2020 "

LINK: <http://www.comunicati-stampa.net/com/alois-lageder-tra-i-vincitori-di-save-the-brand-2020.html>



Alois Lageder tra i vincitori di "Save the Brand 2020 " July 20 2020 Mariella Belloni Marketing Journal Scheda utente Altri testi utente RSS utente La cantina altoatesina insignita per il 'passaggio generazionale' in occasione della settima edizione dell'evento che premia le eccellenze Made in Italy nel Food&Beverage L'azienda è portata avanti dalla quinta e sesta generazione della famiglia con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare', è con questa motivazione che la Tenuta Alois Lageder si è aggiudicata il riconoscimento 'passaggio generazionale' in occasione della settima edizione di Save The Brand, l'evento organizzato da Foodcommunity, testata giornalistica digitale di LC Publishing Group, che mira a esaltare quelle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Alois Lageder entra di diritto in questo

prestigioso palmares per il lavoro fatto negli anni, dove la passione e la tenacia della famiglia è stata tramandata di generazione in generazione, fino alla quinta e sesta che oggi sono alla guida della tenuta. 'Negli anni abbiamo rafforzato le nostre convinzioni e il nostro approccio biodinamico, muovendoci come sostenitori di un'economia circolare che mira a un uso più efficiente e sostenibile delle risorse', afferma Alois Lageder 'Per noi questo modus operandi è ormai una filosofia di vita, in vigna e in cantina. E ovviamente in bottiglia.' La Tenuta ha un'anima green consolidata e convinta, investe sempre più in ricerca e innovazione per esaltare nei vini la vivacità e la freschezza che incarnano tutte le diversità dell'Alto Adige e che da sempre li contraddistinguono, grande attenzione e rispetto è riservato alle forze e ai segreti della natura. Sperimentazione, cura del dettaglio, biodiversità,

artigianalità, creatività questi i valori della Tenuta da cui è impossibile prescindere. Un bagaglio valoriale che si tramanda e rafforza di generazione in generazione. Da qui il riconoscimento da parte di Foodcommunity.it. Durante la serata, per la prima volta in web edition, sono stati 35 i premiati - tra aziende e imprenditori del food&beverage - 'davanti' a oltre 300 persone collegate in live streaming. La Tenuta familiare Alois Lageder è un sinonimo di vini d'eccellenza prodotti in Alto Adige. Con un approccio consapevole alle risorse naturali, creatività e uno spirito innovativo Alois Lageder produce vini che incarnano la diversità dell'Alto Adige. Ispirata ai principi dell'agricoltura biologico-dinamica, la Tenuta continua ad acquisire nuove conoscenze, condividendole con i propri partner viticoltori, e applicandole in nuovi settori. Fondata nel 1823, oggi la Tenuta è gestita dalla quinta e sesta generazione. Licenza di

**distribuzione: Mariella
Belloni Vicecaporedattore -
Marketing Journal**

Il Gruppo Orsero premiato come eccellenza del made in Italy a 'Save the Brand 2020'

LINK: <https://www.freshplaza.it/article/9235654/il-gruppo-orsero-premiato-come-eccellenza-del-made-in-italy-a-save-the-brand-2020/>

Il Gruppo Orsero premiato come eccellenza del made in Italy a 'Save the Brand 2020'. Il Gruppo Orsero, leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi, comunica di essere stato premiato in occasione di "Save the Brand 2020", riconoscimento rivolto alle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Il Gruppo Orsero è stato riconosciuto come migliore interprete della categoria "Innovazione di Vendita" per essersi distinto in termini di innovazione di vendita per le nuove linee di produzione di prodotti pronti al consumo, la cosiddetta IV gamma di frutta. "Save the Brand", giunto quest'anno alla settima edizione, è un evento organizzato da Foodcommunity.it che si pone l'obiettivo di premiare i migliori imprenditori italiani operanti nel settore Food & Beverage. Il processo di selezione dei vincitori ha tenuto in considerazione, oltre alla performance economica, criteri che includono l'innovazione,

l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. Il premio è stato consegnato a Paolo Prudenziati, presidente del Gruppo, che ha commentato: "Sono orgoglioso di ricevere questo riconoscimento che valorizza il nostro impegno nell'innovazione di prodotto e servizio in un segmento, in cui crediamo molto e che ci sta dando ottimi riscontri, come quello della IV Gamma di frutta. Si tratta di frutta già lavata, tagliata a pezzi e porzionata, confezionata in comode vaschette che la rendono ideale per un consumo on the go e comoda da mangiare a casa". "Altra novità, pensata sempre per andare incontro alle nuove esigenze dei consumatori, è la linea di spremute e frullati freschi smoothies, al 100% naturali. Voglio condividere questo premio con tutte le persone che lavorano in Orsero, che quotidianamente si impegnano a fornire un ottimo servizio ai nostri clienti e che, anche in un periodo particolare come quello che abbiamo appena passato, hanno fatto il

possibile per garantire frutta e verdura di qualità sulla tavola di tantissime persone, in Italia e in Europa" ha concluso Prudenziati. Data di pubblicazione: lun 20 lug 2020

Andriani Spa, Premio 'Save the Brand 2020' per Felicia la pasta senza glutine

LINK: <https://www.le-ultime-notizie.eu/articolo/andriani-spa-premio-save-the-brand-2020-per-felicia-la-pasta-senza-glutine/6102014>

Andriani Spa, Premio 'Save the Brand 2020' per Felicia la pasta senza glutine Home Affari Italiani Notizie del giorno All'Azienda di Gravina in Puglia e al suo brand "Felicia" nuovamente riconosciuta la capacità di rinnovare le regole dell'alimentazione. Fari puntatti ancora sulla Andriani Spa, l'azienda di Gravina in Puglia, che vanta un know-how unico nella produzione di pasta alternativa di alta qualità a base di materie prime naturalmente prive di glutine come legumi e cereali. Innovazione e sostenibilità rappresentano i principali driver competitivi dell'Azienda che, nel 2009, ha avuto il coraggio di osservare il cibo da un'altra prospettiva, conquistando il mercato... la provenienza: Affari Italiani Oggi 10:58

Save the brand premia la famiglia Lageder

LINK: <https://corrieredelvino.it/news/save-the-brand-premia-la-famiglia-lageder/>



Save the brand premia la famiglia Lageder Di Tweet su Twitter ALOIS LAGEDER E ALOIS CLEMENS LAGEDER La cantina altoatesina insignita per il "passaggio generazionale" in occasione della settima edizione dell'evento che premia le eccellenze Made in Italy nel Food&Beverage. "L'azienda è portata avanti dalla quinta e sesta generazione della famiglia con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare", è con questa motivazione che la Tenuta Alois Lageder si è aggiudicata il riconoscimento "passaggio generazionale" in occasione della settima edizione di **Save The Brand**, l'evento organizzato da **Foodcommunity**, testata giornalistica digitale di **LC Publishing** Group, che mira a esaltare quelle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Alois Lageder entra di diritto in questo prestigioso palmares

per il lavoro fatto negli anni, dove la passione e la tenacia della famiglia è stata tramandata di generazione in generazione, fino alla quinta e sesta che oggi sono alla guida della tenuta. "Negli anni abbiamo rafforzato le nostre convinzioni e il nostro approccio biodinamico, muovendoci come sostenitori di un'economia circolare che mira a un uso più efficiente e sostenibile delle risorse", afferma Alois Lageder "Per noi questo modus operandi è ormai una filosofia di vita, in vigna e in cantina. E ovviamente in bottiglia." La Tenuta ha un'anima green consolidata e convinta, investe sempre più in ricerca e innovazione per esaltare nei vini la vivacità e la freschezza che incarnano tutte le diversità dell'Alto Adige e che da sempre i contraddistinguono, grande attenzione e rispetto è riservato alle forze e ai segreti della natura. Sperimentazione, cura del dettaglio, biodiversità, artigianalità, creatività

questi i valori della Tenuta da cui è impossibile prescindere. Un bagaglio valoriale che si tramanda e rafforza di generazione in generazione. Da qui il riconoscimento da parte di **Foodcommunity.it**. Durante la serata, per la prima volta in web edition, sono stati 35 i premiati - tra aziende e imprenditori del food&beverage - "davanti" a oltre 300 persone collegate in live streaming. A proposito di Alois Lageder La Tenuta familiare Alois Lageder è un sinonimo di vini d'eccellenza prodotti in Alto Adige. Con un approccio consapevole alle risorse naturali, creatività e uno spirito innovativo Alois Lageder produce vini che incarnano la diversità dell'Alto Adige. Ispirata ai principi dell'agricoltura biologico-dinamica, la Tenuta continua ad acquisire nuove conoscenze, condividendole con i propri partner viticoltori, e applicandole in nuovi settori. Fondata nel 1823, oggi la Tenuta è gestita dalla quinta e sesta

generazione.

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

PREMIO **SAVE THE BRAND** 2020: DISTILLERIA CASTAGNER FRA I 35 MARCHI DI RIFERIMENTO DEL FOOD & BEVERAGE ITALIANO

LINK: <https://corrierequotidiano.it/enogastronomia/premio-save-the-brand-2020-distilleria-castagner-fra-i-35-marchi-di-riferimento-del-food-bevera...>



16 Luglio 2020 Arriva una nuova e prestigiosa medaglia per l'azienda di Vazzola (TV), premiata per la capacità di costruire valore e reputazione intorno al proprio brand. Una celebrazione del Made in Italy e della sua capacità di creare valore. Questa la finalità di **Save the Brand**, premio ideato da **Foodcommunity** (testata del Gruppo **LC Publishing**) che, da ben sette edizioni, si pone l'obiettivo di riconoscere il merito dei migliori imprenditori italiani nel settore del food. **Save the Brand**, infatti, premia quelle aziende capaci di distinguersi per il valore che, negli anni, sono riuscite a costruire intorno al proprio marchio. E fra le 35 le aziende e imprenditori italiani del food & beverage premiati al **Save the Brand** 2020 (che per la prima volta si è tenuto in web edition, con oltre 280 persone collegate), anche la Distilleria Castagner, che ha conquistato il riconoscimento - come si

legge nella motivazione - per l'innovazione di prodotto: "Per la distilleria trevigiana, innovazione a 360 gradi, sia di prodotto - un concetto non scontato per la grappa - che di strategia commerciale e di comunicazione". Un premio che arriva in un anno denso di riconoscimenti per Roberto Castagner e il suo team: il conferimento del titolo di "Accademico Ordinario" al Mastro Distillatore da parte dell'Accademia italiana della Vite e del Vino, cui è seguita l'assegnazione di 5 grappoli d'oro ad altrettanti prodotti Castagner da parte della Guida Bibenda 2020 per arrivare all'inserimento della Distilleria di Vazzola tra le "100 Eccellenze Italiane 2020" di Forbes Italia, lo speciale realizzato dalla celebre rivista di economia e finanza con il supporto degli specialisti di So Wine So Food. Titoli di indiscusso prestigio, a cui ora si aggiunge anche il premio **Save the Brand**

2020 che riconosce l'innovativa visione del Mastro Distillatore Roberto Castagner, in cui la ricerca, base di una produzione sartoriale, ha reso il distillato italiano, la Grappa, un prodotto di successo: "La Grappa è vocazione, passione e cultura - sottolinea soddisfatto Roberto Castagner - non è un semplice prodotto ma un simbolo del Made in Italy, della nostra storia e dei nostri valori. Il mio impegno, da sempre, è la promozione del nostro distillato di bandiera, che oggi finalmente riscuote il successo che merita ben oltre i confini nazionali. Veder riconosciuta la mia azienda per aver saputo creare valore intorno al nostro brand, così strettamente legato alla Grappa, è quindi un doppio motivo d'orgoglio, perché premia anche tutto il lavoro fatto per la valorizzazione del nostro distillato". L'edizione 2020 di **Save the Brand** ha visto la

premiata di 35 realtà, individuate dalla redazione di **Foodcommunity.it** e dal Centro Ricerche di **LC Publishing Group**, sulla base di criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda, e infine la sostenibilità. Tra le aziende premiate, molti celebri e storici marchi italiani, come Ca' del Bosco e Fontanafredda per il settore enologico; Pastificio Rana, Segafredo Zanetti, Venchi, Nonno Nanni e Valsoia per il food & beverage; Lucano 1894 per i liquori e infine, insieme al marchio Castagner nel settore distillati, la Distilleria Branca. "È un vero onore essere al fianco di aziende che spesso hanno una lunga storia alle proprie spalle - conclude Castagner - e questo dimostra ancor più il valore di questo premio, che riconosce la vera forza del brand, ovvero la sua reputazione: quello speciale legame che riesce a creare con il consumatore in virtù dei valori che riesce a trasmettere". Condividi su:

Premiata la ditta Fileni per l'impegno nell'economia circolare

LINK: <https://www.ilrestodelcarlino.it/macerata/cronaca/premiata-la-ditta-fileni-per-l-impegno-nell-economia-circolare-1.5328027>

Premiata la ditta Fileni per l'impegno nell'economia circolare. L'azienda ha ricevuto il riconoscimento nell'ambito di **Save the Brand**. Pubblicato il 17 luglio 2020. Invia tramite email Fileni, azienda leader nella produzione di carni biologiche, è stata premiata per l'impegno nello sviluppo dell'economia circolare nell'ambito di **Save The Brand**, evento organizzato da **FoodCommunity** per premiare le aziende che, negli anni, hanno costruito valore attorno al proprio brand. Sono... Fileni, azienda leader nella produzione di carni biologiche, è stata premiata per l'impegno nello sviluppo dell'economia circolare nell'ambito di **Save The Brand**, evento organizzato da **FoodCommunity** per premiare le aziende che, negli anni, hanno costruito valore attorno al proprio brand. Sono state individuate le realtà più meritevoli sulla base di criteri che, oltre alla performance economica, valutano pure la capacità delle aziende di innovarsi, di cogliere i trend emergenti nella domanda dei consumatori e l'attenzione alla sostenibilità. Riconoscendo come questi

valori siano da sempre al centro della strategia di Fileni che lavora ogni giorno con amore e passione per contribuire a rendere il mondo un posto migliore, la giuria ha consegnato a Roberta Fileni, membro del Consiglio d'amministrazione dell'azienda il premio per l'economia circolare nella piena convinzione che "L'economia circolare sia una pratica quotidiana che l'azienda esprime in azioni e decisioni che hanno come obiettivo la sostenibilità ambientale". "È un onore - dice Roberta Fileni - essere premiati per il nostro orientamento all'economia circolare. La circolarità per Fileni è una vera e propria missione sia dal punto di vista dello sviluppo di business sia da un punto di vista più generale, perché da tempo abbiamo deciso di aderire a un sistema di valori etici e ambientali che ci permetta di contribuire a rendere il mondo un posto migliore, attraverso le nostre scelte lungo tutta la filiera, dai campi alla tavola". © Riproduzione riservata

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: https://www.affaritaliani.it/motori/notiziario/a_gian_luca_rana_il_premio_welfare_a_"save_the_brand";_2020-14989.html

15 luglio 2020- 16:33 A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il live llo di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione

che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per

fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - è fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al

tempo stesso per creare nuove opportunita' per le generazioni future. Per questo, in un momento cosi' incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana".(ITALPRESS).sat/com
15-Lug-20 16:32

Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per **Save the brand**

LINK: <https://www.bresciaoggi.it/home/italia/coronavirus-a-rana-premio-welfare-per-save-the-brand-1.8166207>



Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per **Save the brand** Aumenta Diminuisce Stampa (ANSA) - VENEZIA, 15 LUG - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha ricevuto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing Group** per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity.it**, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando ambasciatrici della cucina italiana. La motivazione del premio attribuito a Rana nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale il manager ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore di 2

milioni di euro; un riconoscimento speciale all'impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting. Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda. (ANSA). GM

Fratelli Branca Distillerie: "Save the Brand" premia la strategia ...

LINK: <http://www.comunicati-stampa.net/com/fratelli-branca-distillerie-save-the-brand-premia-la-strategia-internazionale-dell-azienda.html>



Fratelli Branca Distillerie: "Save the Brand" premia la strategia internazionale dell'azienda July 16 2020 RSS utente Fratelli Branca Distillerie è stata premiata per la "strategia internazionale" portata avanti negli anni con continuità ed efficacia, in occasione della settima edizione di "Save the Brand", il riconoscimento che ogni anno viene assegnato da Foodcommunity.it (LC Publishing Group) alle eccellenze del Made in Italy nel food & beverage. Si legge nella motivazione: "La strategia di internazionalizzazione continua a essere uno dei pilastri della crescita aziendale che l'hanno portata a ricoprire nuove significative posizioni sui mercati esteri e a rafforzare brand storici". "Siamo orgogliosi di questo riconoscimento che ci incentiva a proseguire per la strada intrapresa, puntando sulla qualità dei nostri prodotti che,

rinnovandosi nel tempo sempre nel rispetto della tradizione, sono diventati veri e propri ambasciatori dell'eccellenza del Made in Italy in tutto il mondo. Le scelte strategiche adottate ci hanno permesso di rafforzare la nostra presenza a livello internazionale, consentendoci di competere con le più importanti realtà multinazionali" ha dichiarato il Presidente Niccolò Branca. La premiazione si è svolta martedì 14 luglio con un evento organizzato per la prima volta in web edition. Durante la serata sono state premiate 35 aziende che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio. Tali realtà sono state individuate dalla redazione di Foodcommunity.it in collaborazione con il Centro Ricerche di LC Publishing Group con criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione,

l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e, infine, la sostenibilità. Fratelli Branca Distillerie, fondata nel 1845 a Milano, è leader nella produzione di spirits. Tra i suoi prodotti: Fernet, Branca Menta e altri storici marchi come Grappa Candolini, Caffè Borghetti e Carpano. L'azienda agisce riferendosi ai principi dell'Economia della Consapevolezza, perseguendo il profitto nel pieno rispetto delle persone, dell'ambiente e del consumatore finale, nel segno di una responsabilità consapevole della profonda interconnessione esistente tra gli uomini e con l'ambiente. Per ulteriori informazioni sulla serata, i premiati e le motivazioni: <https://foodcommunity.it/save-the-brand-2020-vincitori/>

Nonno Nanni si è aggiudicato il premio ?**Save the Brand** 2020?

LINK: https://www.focus-online.it/news_dettaglio.php?id=6412

Nonno Nanni si è aggiudicato il premio "**Save the Brand** 2020" 24/07/2020 L'azienda trevigiana Nonno Nanni, che, nei mesi scorsi, si era aggiudicata il premio Prodotto dell'Anno 2020 con la sua Mozzarella campana di Bufala Dop, ha ricevuto, lo scorso 14 luglio, il premio **Save the brand** 2020, nella categoria "Innovazione e sostenibilità", che attese l'impegno e gli investimenti indirizzati in ottica ambientale e, in particolar modo, per il recente lancio sul mercato del primo Stracchino in confezione biodegradabile e compostabile. Ha ritirato, virtualmente, il premio Silvia Lazzarin, Amministratore di Nonno Nanni: Il nuovo packaging compostabile e biodegradabile del nostro Stracchino di 100g fa parte della strategia aziendale che vuole fare di Nonno Nanni una realtà produttiva a basso impatto ambientale. La sua realizzazione ha richiesto un elaborato scouting tecnologico a livello internazionale che ci ha permesso di rispondere ai requisiti di economia circolare e al contempo di garantire il gusto, la

freschezza e la genuinità del nostro Stracchino. - ha aggiunto Silvia Lazzarin - Già da alcuni anni abbiamo intrapreso questo percorso di sostenibilità, iniziando con il sistema di gestione ambientale con l'applicazione della norma ISO 14001 per arrivare alla carbon foot print nel con la totale compensazione delle emissioni di co2 per 4 prodotti di punta (Stracchino classico 125g, Stracchino con fermento probiotico 125g, Squaquerello 250g e Robiola 100g). Nonno Nanni ha avviato degli interventi al fine di compensare queste emissioni, contribuendo ad alcune iniziative di sostenibilità ambientale, una in Italia e una all'estero. - ha concluso Silvia Lazzarin - Ci dedichiamo anche alla continua ricerca di soluzioni sempre più ecosostenibili, da applicare nei processi produttivi e negli imballaggi dei prodotti. Ricordiamo che il premio **Save the brand** 2020 è organizzato dalla testata giornalistica digitale **Foodcommunity**.it, edita da **LC** Publishing Group, che premia le eccellenze alimentari del Made in Italy, che si sono distinte per il valore che negli anni sono

riuscite a costruire intorno al proprio marchio. A causa dell'emergenza sanitaria da COVID 19, come anticipato, quest'anno, l'evento di premiazione delle 35 aziende premiate, individuate sia dalla redazione di **Foodcommunity**.it sia dal Centro Ricerche di **LC** Publishing Group, è avvenuto in versione digitale.

Albenga, il gruppo Orsero premiato eccellenza made in Italy a 'Save the Brand'

LINK: https://www.virgilio.it/italia/albenga/notizielocali/albenga_il_gruppo_orsero_premiato_eccellenza_made_in_italy_a_save_the_brand_-62896524.h...



Albenga, il gruppo Orsero premiato eccellenza made in Italy a 'Save the Brand'
Prudenzia ti: 'Il riconoscimento valorizza l'innovazione di prodotto e servizio'

Andriani Spa, Premio 'Save the Brand 2020' per Felicia la pasta senza glutine

LINK: <https://www.affaritaliani.it/puglia/andriani-spa-premio-save-the-brand-2020-per-felicia-la-pasta-senza-glutine-685306.html>



Venerdì, 17 luglio 2020 - 14:56:00 Andriani Spa, Premio 'Save the Brand 2020' per Felicia la pasta senza glutine All'Azienda di Gravina in Puglia e al suo brand "Felicia" nuovamente riconosciuta la capacità di rinnovare le regole dell'alimentazione. Fari puntati ancora sulla Andriani Spa, l'azienda di Gravina in Puglia, che vanta un know-how unico nella produzione di pasta alternativa di alta qualità a base di materie prime naturalmente prive di glutine come legumi e cereali. Innovazione e sostenibilità rappresentano i principali driver competitivi dell'Azienda che, nel 2009, ha avuto il coraggio di osservare il cibo da un'altra prospettiva, conquistando il mercato dell'Innovation food, di cui oggi è leader. Con il suo brand "Felicia", punto di riferimento del mercato healthy food e con il più alto numero di referenze prevalentemente bio del comparto, si pone l'obiettivo di offrire al

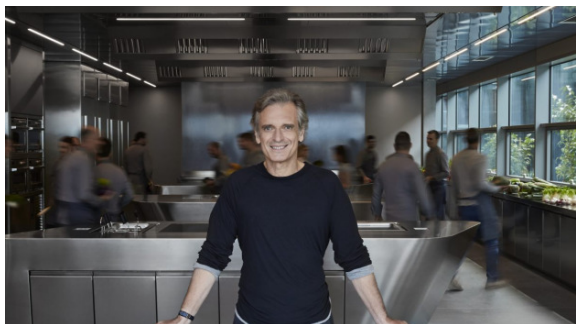
consumatore un nuovo modo di alimentarsi, sano e naturale, portando in tavola un'esperienza eclettica improntata al benessere, all'equilibrio e all'ottimismo. Un impegno e un merito più volte riconosciuti e nuovamente premiati: all'Azienda e al suo brand, rappresentati per l'occasione da Francesco Andriani, Vice presidente e AD, è stato conferito il **Save The Brand 2020** nella categoria Innovazione di Prodotto grazie alla capacità di rinnovare le regole dell'alimentazione. **Save The Brand**, organizzato da **LC Publishing Group** e quest'anno per la prima volta in web edition, premia le eccellenze del Made in Italy nel food&beverage secondo criteri che includono performance economica, innovazione, internazionalizzazione, strategie di branding e comunicazione. "Sono onorato di ricevere questo riconoscimento - ha commentato Francesco Andriani - che condivido con

mio fratello Michele e con l'intera famiglia di Andriani Spa. La nostra azienda ha scelto di dare nuova forma a legumi e cereali trasformando materie prime come lenticchie, ceci, riso integrale, avena, grano saraceno etc. in pasta. Contribuiamo a una nuova educazione alimentare e, anticipando un trend oggi sempre più radicato, offriamo ai consumatori la più ampia offerta di pasta alternativa alla tradizionale, adatta a tutti, sana, gustosa e ricca di preziosi nutrienti per un nuovo stile di vita orientato all'ottimismo." Andriani, con sede a Gravina in Puglia, è specializzata dal 2009 nella produzione di pasta naturalmente senza glutine di alta qualità, sia con il suo brand Felicia sia conto terzi. Le materie prime utilizzate, tra cui mais, riso integrale, riso, grano saraceno, avena, lenticchie, ceci e piselli, sono accuratamente selezionate e naturalmente prive di glutine. La lavorazione avviene

all'interno di uno stabilimento produttivo 100% gluten free: cinque linee produttive, oltre 55 differenti formulazioni e 900 Sku gestite. Tra i principali player del mercato della pasta gluten free, Andriani è presente nelle maggiori catene distributive di oltre 30 Paesi nel mondo. Flessibilità organizzazione dinamica, ricerca, innovazione e impegno nella sostenibilità economica, ambientale e sociale, con azioni concrete e buone pratiche nei confronti di tutti gli stakeholder, sono i fattori che guidano le performance dell'azienda, che contribuisce al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'agenda 2030, promossi dall'ONU per un'economia globale più sostenibile. (gelormini@gmail.com)

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: <https://gazzettadelsud.it/speciali/terra-e-gusto/2020/07/15/a-gian-luca-rana-il-premio-welfare-a-8220save-the-brand8221-2020-35acc0a0-e495-4...>



A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 15 Luglio 2020 MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il

livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket

mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come

imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - è fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al tempo stesso per creare nuove opportunità per le generazioni future. Per questo, in un momento così incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana".
(ITALPRESS). ©
Riproduzione riservata

Noberasco si distingue al **Save the Brand** 2020 e viene premiata per

...

LINK: <http://www.comunicati-stampa.net/com/noberasco-si-distingue-al-save-the-brand-2020-e-viene-premiata-per-valorizzazione-della-filiera.html>



Noberasco si distingue al **Save the Brand** 2020 e viene premiata per valorizzazione della filiera July 17 2020 RSS utente **Save the Brand** Web Edition 2020: il premio riconosciuto a Noberasco tra le imprese italiane che si sono distinte nel settore Food **Save The Brand** 2020, organizzato da **LC** Publishing Group in edizione digitale, ha appena celebrato i brand italiani del settore food premiando Noberasco, in una selezione di 35 aziende, per valorizzazione della filiera: l'azienda ligure, alla quarta generazione, ha promosso un sistema di implementazione e garanzia per tutti i progetti di filiera con l'obiettivo di supportare in modo etico e sostenibile la crescita dei partner produttori. Dal 1908, Noberasco è un'azienda a conduzione familiare che ha saputo interpretare al meglio l'innovazione e la ricerca del food made in Italy con l'obiettivo di garantire elevati standard al cliente. La società,

specializzata in linee bio, snack salutistici e funzionali, con un'ampia gamma di referenze tra frutta secca, morbida ed essiccata, ha un ruolo di leader, consolidato dai risultati in costante miglioramento che la posizionano tra le eccellenze dell'articolato panorama delle imprese alimentari italiane. Così ringrazia Mattia Noberasco "Sono onorato di ricevere questo premio rivolto agli imprenditori italiani che hanno saputo costruire intorno al proprio marchio un valore. In un momento così particolare per il nostro Paese, riconoscimenti come questo costituiscono un forte stimolo ad andare avanti ed impegnarsi per superare la situazione contingente. Dedico questo premio e il mio grazie a tutta la nostra "filiera" che ogni giorno ci permette di migliorare, crescere e guardare al futuro con positività." Le ultime novità Viva il Mix Tropicale, Bio Mango, Bio Ananas e la

versione Bio Mix Tropicale - di recente lancio- sono al centro di un importante progetto di sviluppo della nazione d'origine di tutte le materie prime: lo Sri Lanka. Nella piccola nazione asiatica Noberasco è impegnata, attraverso il proprio know how, a supportare la locale realtà cooperativa che si dedica al conferimento e fornitura della frutta, al fine di migliorare tra le altre cose, il processo complessivo di gestione del prodotto sia dal punto di vista territoriale che logistico in senso ampio. Una missione, quella di Noberasco, che poggia le basi su alcuni pilastri valoriali, che insieme danno vita al "Metodo Noberasco" (sistema basato sulle linee guida della ISO 20400): - attenzione alle condizioni di lavoro in essere presso i propri partner fornitori - rispetto e sostenibilità ambientale - correttezza delle procedure gestionali dei propri partner fornitori - coinvolgimento e sviluppo

delle comunità, in particolare, nelle aree in via di sviluppo. Automazione e tecnologie avanzate, ma da sempre la persona al primo posto: Noberasco è consapevole che la selezione dei propri fornitori sia un concreto investimento nel capitale umano oltre che garanzia di qualità per i propri consumatori.
www.noberasco.it

SAVE THE BRAND 2020, ORSERO PREMIATO NELLA CATEGORIA INNOVAZIONE DI VENDITA

LINK: <http://www.corriereortofrutticolo.it/2020/07/15/save-the-brand-2020-orsero-premiato-nella-categoria-innovazione-di-vendita/>



class="post-title item fn">

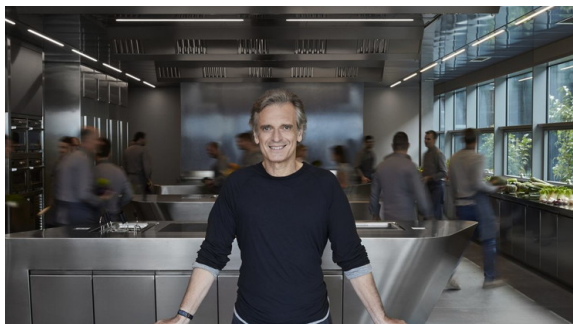
SAVE THE BRAND 2020, ORSERO PREMIATO NELLA CATEGORIA INNOVAZIONE DI VENDITA Dalle Aziende Pubblicato il 15 luglio 2020 di emanuele Il Gruppo Orsero, leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi, comunica di essere stato premiato in occasione di "Save the Brand 2020", riconoscimento rivolto alle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Il Gruppo Orsero è stato riconosciuto come migliore interprete della categoria "Innovazione di Vendita" per essersi distinto in termini di innovazione di vendita per le nuove linee di produzione di prodotti pronti al consumo, la cosiddetta IV gamma di frutta. "Save the Brand", giunto quest'anno alla settima edizione, è un evento organizzato da Foodcommunity.it che si

pone l'obiettivo di premiare i migliori imprenditori italiani operanti nel settore Food & Beverage. Il processo di selezione dei vincitori ha tenuto in considerazione, oltre alla performance economica, criteri che includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. Paolo Prudenziati Il premio è stato consegnato a Paolo Prudenziati, Presidente del Gruppo, che ha commentato: "Sono orgoglioso di ricevere questo riconoscimento che valorizza il nostro impegno nell'innovazione di prodotto e servizio in un segmento, in cui crediamo molto e che ci sta dando ottimi riscontri, come quello della IV Gamma di frutta. Si tratta di frutta già lavata, tagliata a pezzi e porzionata, confezionata in comode vaschette che la rendono ideale per un consumo on

the go e comoda da mangiare a casa. Altra novità, pensata sempre per andare incontro alle nuove esigenze dei consumatori, è la linea di spremute e frullati freschi smoothies, al 100% naturali. Voglio condividere questo premio con tutte le persone che lavorano in Orsero, che quotidianamente si impegnano a fornire un ottimo servizio ai nostri clienti e che, anche in un periodo particolare come quello che abbiamo appena passato, hanno fatto il possibile per garantire frutta e verdura di qualità sulla tavola di tantissime persone, in Italia e in Europa".

A gian luca rana il premio welfare a "save the brand" 2020

LINK: https://www.gazzettadiparma.it/italpress/2020/07/15/news/a_gian_luca_rana_il_premio_welfare_a_save_the_brand_2020-3829448/



A gian luca rana il premio welfare a "save the brand" 2020 15 luglio 2020, 16:35 MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il

livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni

giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato

che il mio ruolo come imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - e' fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilita', che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilita' e al tempo stesso per creare nuove opportunita' per le generazioni future. Per questo, in un momento cosi' incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana". (ITALPRESS). sat/com 15-Lug-20 16:32 © RIPRODUZIONE RISERVATA

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: <https://www.ilcorrieredellacitta.com/news/a-gian-luca-rana-il-premio-welfare-a-save-the-brand-2020.html>

Home News A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 Di WhatsApp MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il live llo di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i

trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e

prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - è fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro

famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al tempo stesso per creare nuove opportunità per le generazioni future. Per questo, in un momento così incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana".
(ITALPRESS).

Albenga, il gruppo Orsero premiato eccellenza made in Italy a "Save the Brand"

LINK: <https://www.ivg.it/2020/07/albenga-il-gruppo-orsero-premiato-eccellenza-made-in-italy-a-save-the-brand/>



Albenga Albenga. Il gruppo Orsero, leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi, è stato premiato in occasione di "Save the Brand 2020", riconoscimento rivolto alle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il brand, appunto). Il gruppo è stato riconosciuto come migliore interprete della categoria "Innovazione di Vendita" per essersi distinto in termini di innovazione di vendita per le nuove linee di produzione di prodotti pronti al consumo, la cosiddetta IV gamma di frutta. "Save the Brand", giunto quest'anno alla settima edizione, è un evento organizzato da Foodcommunity.it che si pone l'obiettivo di premiare i migliori imprenditori italiani operanti nel settore Food & Beverage. Il processo di selezione dei vincitori ha tenuto in considerazione, oltre alla

performance economica, criteri che includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. Il premio è stato consegnato al presidente Paolo Prudenziati, che ha commentato: "Sono orgoglioso di ricevere questo riconoscimento che valorizza il nostro impegno nell'innovazione di prodotto e servizio in un segmento, in cui crediamo molto e che ci sta dando ottimi riscontri, come quello della IV Gamma di frutta. Si tratta di frutta già lavata, tagliata a pezzi e porzionata, confezionata in comode vaschette che la rendono ideale per un consumo on the go e comoda da mangiare a casa. Altra novità, pensata sempre per andare incontro alle nuove esigenze dei consumatori, è la linea di spremute e frullati freschi smoothies, al 100% naturali. Voglio

condividere questo premio con tutte le persone che lavorano in Orsero, che quotidianamente si impegnano a fornire un ottimo servizio ai nostri clienti e che, anche in un periodo particolare come quello che abbiamo appena passato, hanno fatto il possibile per garantire frutta e verdura di qualità sulla tavola di tantissime persone, in Italia e in Europa". Leggi anche

Premio «Save The Brand 2020» alla «Andriani Spa» di Gravina

LINK: <https://www.lagazzettadelmezzogiorno.it/news/home/1231931/premio-save-the-brand-2020-alla-andriani-spa-di-gravina.html>

Premio «Save The Brand 2020» alla «Andriani Spa» di Gravina. Grazie alla pasta innovativa naturalmente priva di glutine GIANPAOLO BALSAMO 17 Luglio 2020 GRAVINA - Un prestigioso riconoscimento che premia le realtà imprenditoriali italiane che si sono distinte nel settore food per particolari performance economiche, per l'innovazione, l'internazionalizzazione, strategie di branding e comunicazione. Tutti criteri che, da qualche anno, hanno contribuito a creare il miracolo economico dell'«Andriani Spa» di Gravina in Puglia alla quale è stato assegnato il «Save The Brand 2020» organizzato da «LC Publishing Group» in edizione digitale. Andriani, infatti, con la sua pasta innovativa «Felicia», a base di cereali e legumi naturalmente privi di glutine, dal 2007 è riuscita conquistare i palati più difficili, proponendo una nuova esperienza a tavola, improntata al benessere, all'equilibrio e all'ottimismo. Da qualche anno oramai è presente nelle maggiori catene distributive di oltre 30 Paesi nel mondo. Flessibilità organizzazione

dinamica, ricerca, innovazione e impegno nella sostenibilità economica, ambientale e sociale, con azioni concrete e buone pratiche nei confronti di tutti gli stakeholder, sono i fattori che guidano le performance dell'azienda pugliese, che contribuisce al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'agenda 2030, promossi dall'ONU per un'economia globale più sostenibile. Il «Save The Brand 2020» è stato conferito in videoconferenza all'azienda murgiana rappresentata per l'occasione da Francesco Andriani vice presidente & chief marketing officer di «Andriani SpA». «Siamo onorati di ricevere questo riconoscimento - hanno commentato i fratelli Michele e Francesco Andriani - che dedichiamo all'intera famiglia di Andriani Spa. L'innovazione è il motore della nostra attività, investiamo in ricerca e sviluppo, dedicando estrema attenzione alla qualità, e trasformiamo in pasta innovativa materie prime come avena, grano saraceno, lenticchie, ceci, piselli, in uno stabilimento

100% allergen free, per offrire ai consumatori prodotti in grado di soddisfare contemporaneamente il desiderio di benessere e il piacere del gusto».

Gian Luca Rana riceve il premio Welfare a "Save the brand" 2020

LINK: <https://www.newsfood.com/gian-luca-rana-riceve-il-premio-welfare-a-save-the-brand-2020/>



Gian Luca Rana riceve il premio Welfare a "Save the brand" 2020 16 Luglio 2020 in : In evidenza , News dalle Aziende , PRIMA PAGINA Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ieri sera è stato insignito del premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing Group** per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity.it**, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di **Foodcommunity.it** e il Centro Ricerche di **LC Publishing Group** hanno preso in esame non solo la

performance economica, ma anche l'innovazione, il **l i v e l l o** di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. Un riconoscimento speciale per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la **c o n t i n u i t a** nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una

maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting. Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. " Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana. - dichiara Gian Luca Rana - La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa

straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - e' fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilita', che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilita' e al tempo stesso per creare nuove opportunita' per le generazioni future. Per questo, in un momento cosi' incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana." Pastificio Rana e' stato fondato nel 1962 a San Giovanni Lupatoto (VR) da Giovanni Rana e da oltre 30 anni e' guidato da Gian Luca Rana, amministratore delegato,

che ha portato il Gruppo a diventare leader mondiale nel settore della produzione e commercializzazione di prodotti alimentari freschi (pasta, liscia e ripiena, gnocchi, piatti pronti e sughi). Con 8 stabilimenti (5 in Italia, 1 in Belgio e 2 in USA) e filiali in Francia, Spagna, UK, Germania e USA, e' presente con i propri prodotti in 58 Paesi nel mondo e conta circa 3.500 persone. Da sempre il Pastificio Rana e' concentrato in ricerca e innovazione, nella selezione delle migliori materie prime con l'obiettivo di dare ai consumatori solo prodotti della piu' alta qualita' e con un gusto unico. Dal 2007 il Pastificio Rana e' 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, piu' uno a Berlino. Nel 2017 il gruppo aumenta la propria capacita' produttiva con l'acquisizione dello stabilimento di Buitoni a Moretta (CN).

SAVE THE BRAND 2020, PREMIATA NOBERASCO

LINK: <http://www.corriereortofrutticolo.it/2020/07/15/save-the-brand-2020-premiata-noberasco/>



class="post-title item fn">
SAVE THE BRAND 2020, PREMIATA NOBERASCO
Dalle Aziende Pubblicato il 15 luglio 2020 di emanuele **Save The Brand 2020**, organizzato da **LC Publishing** Group in edizione digitale, ha appena celebrato i brand italiani del settore food premiando Noberasco, in una selezione di 35 aziende, per valorizzazione della filiera: l'azienda ligure, alla quarta generazione, ha promosso un sistema di implementazione e garanzia per tutti i progetti di filiera con l'obiettivo di supportare in modo etico e sostenibile la crescita dei partner produttori. Dal 1908, Noberasco è un'azienda a conduzione familiare che ha saputo interpretare al meglio l'innovazione e la ricerca del food made in Italy con l'obiettivo di garantire elevati standard al cliente. La società, specializzata in linee bio, snack salutistici e funzionali, con un'ampia gamma di referenze tra frutta secca, morbida ed

essiccata, ha un ruolo di leader, consolidato dai risultati in costante miglioramento che la posizionano tra le eccellenze dell'articolato panorama delle imprese alimentari italiane. Così ringrazia Mattia Noberasco: "Sono onorato di ricevere questo premio rivolto agli imprenditori italiani che hanno saputo costruire intorno al proprio marchio un valore. In un momento così particolare per il nostro Paese, riconoscimenti come questo costituiscono un forte stimolo ad andare avanti ed impegnarsi per superare la situazione contingente. Dedico questo premio e il mio grazie a tutta la nostra "filiera" che ogni giorno ci permette di migliorare, crescere e guardare al futuro con positività." Le ultime novità Viva il Mix Tropicale, Bio Mango, Bio Ananas e la versione Bio Mix Tropicale - di recente lancio- sono al centro di un importante progetto di sviluppo della nazione d'origine di tutte le materie prime: lo Sri Lanka.

Nella piccola nazione asiatica Noberasco è impegnata, attraverso il proprio know how, a supportare la locale realtà cooperativa che si dedica al conferimento e fornitura della frutta, al fine di migliorare tra le altre cose, il processo complessivo di gestione del prodotto sia dal punto di vista territoriale che logistico in senso ampio. Una missione, quella di Noberasco, che poggia le basi su alcuni pilastri valoriali, che insieme danno vita al "Metodo Noberasco" (sistema basato sulle linee guida della ISO 20400): -
attenzione alle condizioni di lavoro in essere presso i propri partner fornitori -
rispetto e sostenibilità ambientale -
correttezza delle procedure gestionali dei propri partner fornitori -
coinvolgimento e sviluppo delle comunità, in particolare, nelle aree in via di sviluppo.

Covid e welfare aziendale: premio a Gian Luca Rana

LINK: <https://www.ilgiornaledivicenza.it/home/veneto/covid-e-welfare-aziendale-premio-a-gian-luca-rana-1.8166205>



Covid e welfare aziendale: premio a Gian Luca Rana. Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha ricevuto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing Group** per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity.it**, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando ambasciatrici della qualità italiana. La motivazione del premio attribuito a Rana nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale il manager ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore di 2 milioni di euro; un riconoscimento speciale all'impegno dei 700

lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting. Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda.

L'azienda calabrese Caffo premiata «per aver riportato in Italia storici marchi di liquori»

LINK: https://www.lacnews24.it/economia-e-lavoro/caffo-premiata-eccellenza-made-italy_121019/



Economia e Lavoro
L'azienda calabrese Caffo premiata «per aver riportato in Italia storici marchi di liquori» Il gruppo ha trionfato nella sezione Operazioni strategiche per aver riportato a casa storici brand nazionali e internazionali contribuendo così alla valorizzazione del patrimonio liquoristico italiano di Redazione 09:20 Nuccio Caffo L'azienda Caffo è stata premiata per essere l'azienda che ha riportato nel Paese storici brand nazionali e internazionali, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio liquoristico italiano. L'amarissimo Petrus e Ferro China Bisleri sono le ultime importanti acquisizioni del gruppo che in passato aveva già assorbito altri brand storici, uno tra tutti Elisir Borsci S. Marzano quest'anno al suo centottantesimo anniversario. Il piano di rilancio è ormai pronto. Il mercato - riferisce una nota stampa - sta premiando Gruppo Caffo 1915 che nel

mele di giugno ha superato quota 40% nel comparto amari del canale grande distribuzione. Il premio Il sipario si è aperto con un link alla prima web edition di **Save the Brand**, l'evento giunto alla settima edizione che celebra le eccellenze del Made in Italy nel food& beverage e che ieri, ha visto tra i vincitori Gruppo Caffo 1915. Nella sezione 'Operazioni strategiche' l'azienda calabrese si è distinta per «Aver riportato nel Paese storici brand nazionali e internazionali, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio liquoristico italiano». Gli storici marchi tornano "a casa" La motivazione di per sé è già un valido riconoscimento all'impegno profuso dall'azienda nel 'portare a casa' storici marchi quali l'amarissimo Petrus, marchio con un passato glorioso entrato a far parte della gamma di prodotti Caffo i primi mesi dell'anno, attraverso una transazione internazionale che ha

coinvolto la multinazionale Diageo dalla quale è stato acquisito. Come Ferro China Bisleri, ceduta dalla stessa Diageo a pochi mesi di distanza da Petrus e che Gruppo Caffo 1915 non si è lasciato sfuggire per far tornare in Italia un nome che nel nostro Paese ha segnato la storia. Il rilancio dell'elisir Borsci C'è da dire che Gruppo Caffo 1915 non è nuovo a questo tipo di interventi come è stato già in passato con l'acquisizione di Elisir Borsci S. Marzano, una scelta dimostratasi vincente e che oggi, attraverso un importante piano di rilancio, ha portato Elisir Borsci S. Marzano a vivere una nuova fase di successi. Quest'anno, il più sensuale dei sapori festeggia il suo centottantesimo anniversario che lo rende, di fatto, il più antico liquore del Sud ancora in commercio. **Save the Brand** è uno dei principali eventi del mondo food & beverage che ha l'obiettivo di riconoscere il merito degli

imprenditori italiani nel settore agroalimentare Made in Italy. Durante la serata, sono state premiate 35 aziende, le migliori realtà in Italia che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al brand, appunto. Le parole di Nuccio Caffo Gruppo Caffo 1915 ha guadagnato il podio con l'impegno, il duro lavoro e scelte imprenditoriali oculate e strategiche che ne hanno fatto una delle aziende di riferimento nel panorama nazionale, riconosciuta a livello internazionale. Il riconoscimento è stato consegnato all'ad del gruppo, Nuccio Caffo, che ha ringraziato con queste parole: «Abbiamo lavorato duramente per riuscire in queste due importanti operazioni, soprattutto se si pensa che sono state concluse nel periodo più critico del lockdown. Riporteremo entrambi i prodotti ad una nuova giovinezza. Stiamo già preparando il rilancio sapendo che abbiamo il mercato dalla nostra parte come dimostrano i risultati che segnano una crescita. Dopo le difficoltà di tutto il comparto Ho.re.ca, il mese di giugno ha fatto registrare un trend di crescita particolarmente favorevole, nel comparto amari abbiamo superato quota 40% nel canale gdo». La

nascita dell'impero Caffo Caffo Antica Distilleria produce e distribuisce bevande alcoliche dal 1915. Gruppo Caffo si compone di varie distillerie: la storica e più antica con sede a Limbadi e l'unica distilleria in tutta la Calabria, un vero fiore all'occhiello del gruppo tanto da aggiudicarsi il premio come Miglior Distilleria Italiana 2019 all'Annual Berlin International Spirits Competition, la Distilleria Friulia- Passons Pasian di Prato (Udine) e Mangilli - Cantine e Distillerie - Flumignano di Talmasson (Udine). La costruzione di un'intera filiera produttiva inizia dalla coltivazione delle erbe officinali, ingredienti base dei propri liquori. Vecchio Amaro del Capo fa parte di questa famiglia insieme a un catalogo di numerose ricette fra liquori, distillati, premiscelati e sciroppi tra cui gli apprezzatissimi Liquorice, l'originale liquore di pura liquirizia calabrese, Limoncino dell'Isola, nato come tributo a Tropea e alla generosità dei frutti di Calabria, Elisir Borsci S. Marzano il più sensuale dei sapori - prodotto nello storico stabilimento Borsci S. Marzano 1870 di Taranto - e l'amaro S. Maria al Monte la cui ricetta segreta è tramandata da cinque generazioni. L'amaro Petrus Tra le specialità del

gruppo, la new entry l'amarissimo Petrus Boonekamp, il padre di tutti gli amari, storico marchio olandese, per le sue caratteristiche organolettiche fa parte di una categoria di amari i cosiddetti 'amarissimi' (Magenbitter) molto apprezzati in Germania e in generale in tutto il nord Europa. Con l'acquisizione di Petrus Boonekamp, Gruppo Caffo 1915 conferma la sua vocazione internazionale, rafforzando la sua presenza in tutta Europa, negli Stati Uniti e in Australia. Il marchio Vecchio Amaro del Capo resta il più amato fra gli italiani e si aggiudica oltre il 33% di quota di mercato presso la Grande Distribuzione, come dimostra anche il rapido sviluppo nel canale Ho.Re.Ca. (bar, ristoranti e locali di entertainment). Vecchio Amaro del Capo è un'eccellenza firmata Caffo: la special edition Riserva del Centenario è stata premiata con la Grand Gold Medal al Concorso Mondiale Spirits Selection di Bruxelles, venendo di fatto riconosciuto come il miglior liquore d'erbe al mondo. Il World Grappa Awards 2020 è il riconoscimento conferito alle grappe Mangilli che guadagnano i tre gradini più alti del podio come Migliori grappe al mondo e con il

Miglior design.

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

Albenga, il gruppo Orsero premiato eccellenza made in Italy a "Save the Brand"

LINK: <https://www.liguria24.it/2020/07/21/albenga-il-gruppo-orsero-premiato-eccellenza-made-in-italy-a-save-the-brand/223115/>



Albenga, il gruppo Orsero premiato eccellenza made in Italy a "Save the Brand" di Redazione IVG - 21 Luglio 2020 - 11:43 Albenga. Il gruppo Orsero, leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi, è stato premiato in occasione di "Save the Brand 2020", riconoscimento rivolto alle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il brand, appunto). Il gruppo è stato riconosciuto come migliore interprete della categoria "Innovazione di Vendita" per essersi distinto in termini di innovazione di vendita per le nuove linee di produzione di prodotti pronti al consumo, la cosiddetta IV gamma di frutta. ...

L'impegno di Fileni verso l'economia circolare premiato a **Save The Brand**

LINK: <https://www.newsfood.com/l'impegno-di-fileni-verso-leconomia-circolare-premiato-a-save-the-brand/>

L'impegno di Fileni verso l'economia circolare premiato a **Save The Brand** 17 Luglio 2020 in : In evidenza , News dalle Aziende , PRIMA PAGINA Fileni, azienda marchigiana leader nella produzione di carni biologiche in Italia, ha ricevuto un importante riconoscimento al suo orientamento alla circolarità: ieri è stata infatti premiata per il proprio impegno nello sviluppo dell'economia circolare nell'ambito di **Save The Brand**, l'evento organizzato da **FoodCommunity** per premiare le aziende che, negli anni, hanno saputo costruire valore attorno al proprio brand. La redazione di **Foodcommunity.it** e il Centro Ricerche di **LC Publishing Group** si sono impegnati per individuare le realtà più meritevoli sulla base di criteri che, oltre alla performance economica, valutano anche la capacità delle aziende di innovarsi, di cogliere i trend emergenti nella domanda dei consumatori e infine l'attenzione alla sostenibilità. Riconoscendo come questi valori siano da sempre al centro della strategia di Fileni che lavora ogni giorno con amore e

passione per contribuire a rendere il mondo un posto migliore, la giuria ha consegnato a Roberta Fileni, membro del Consiglio d'Amministrazione dell'Azienda il premio per l'economia circolare nella piena convinzione che "L'economia circolare sia una pratica quotidiana che l'azienda esprime in azioni e decisioni che hanno come obiettivo la sostenibilità ambientale". Fileni, anticipatrice di tendenze e pioniera del biologico fin dal 2001, ha sempre promosso una sana e genuina alimentazione, avvicinandosi al mondo della sostenibilità quando per molti esso rappresentava ancora un universo sconosciuto e misterioso. Da sempre molto legata al territorio marchigiano, dove è nata e si è sviluppata nel corso degli anni, Fileni si impegna per rendere sostenibile ogni aspetto della produzione, a partire dalla rigenerazione dei terreni e dall'attenzione per il benessere degli animali, fino alla responsabilità sociale nei confronti della comunità locale e dei consumatori che ripongono la propria fiducia nell'Azienda, per chiudere il cerchio con la

scelta di packaging a basso impatto ambientale. "Essere premiati per il nostro orientamento all'economia circolare è un vero onore", afferma Roberta Fileni, membro del CDA del Gruppo. "La circolarità per Fileni è una vera e propria missione sia dal punto di vista dello sviluppo di business, sia da un punto di vista più generale, perché da tempo abbiamo deciso di aderire a un sistema di valori etici e ambientali che ci permetta di contribuire a rendere il mondo un posto migliore, attraverso le nostre scelte lungo tutta la filiera, dai campi alla tavola."

La Tenuta Alois Lageder tra i vincitori di **Save The Brand** 2020

LINK: <https://www.newsfood.com/la-tenuta-alois-lageder-tra-i-vincitori-di-save-the-brand-2020/>

La Tenuta Alois Lageder tra i vincitori di **Save The Brand** 2020 16 Luglio 2020 in : In evidenza , News dalle Aziende , PRIMA PAGINA "L'azienda è portata avanti dalla quinta e sesta generazione della famiglia con un approccio biodinamico e promuovendo un'economia circolare", è con questa motivazione che la Tenuta Alois Lageder si è aggiudicata il riconoscimento "passaggio generazionale" in occasione della settima edizione di **Save The Brand**, l'evento organizzato da **Foodcommunity**, testata giornalistica digitale di **LC Publishing Group**, che mira a esaltare quelle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Alois Lageder entra di diritto in questo prestigioso palmares per il lavoro fatto negli anni, dove la passione e la tenacia della famiglia è stata tramandata di generazione in generazione, fino alla quinta e sesta che oggi sono alla guida della tenuta. "Negli anni abbiamo rafforzato le nostre convinzioni e il nostro approccio biodinamico, muovendoci come

sostenitori di un'economia circolare che mira a un uso più efficiente e sostenibile delle risorse", afferma Alois Lageder "Per noi questo modus operandi è ormai una filosofia di vita, in vigna e in cantina. E ovviamente in bottiglia." La Tenuta ha un'anima green consolidata e convinta, investe sempre più in ricerca e innovazione per esaltare nei vini la vivacità e la freschezza che incarnano tutte le diversità dell'Alto Adige e che da sempre i contraddistinguono, grande attenzione e rispetto è riservato alle forze e ai segreti della natura. Sperimentazione, cura del dettaglio, biodiversità, artigianalità, creatività questi i valori della Tenuta da cui è impossibile prescindere. Un bagaglio valoriale che si tramanda e rafforza di generazione in generazione. Da qui il riconoscimento da parte di **Foodcommunity.it**. Durante la serata, per la prima volta in web edition, sono stati 35 i premiati - tra aziende e imprenditori del food&beverage - "davanti" a oltre 300 persone collegate in live streaming.

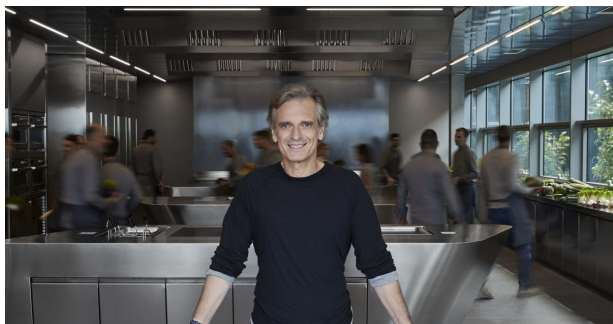
Valsoia: premiata come eccellenza del Made in Italy

LINK: http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=202007151328001740&chkAgenzie=PMFNW

Valsoia: premiata come eccellenza del Made in Italy
15/07/2020 12:54 MILANO (MF-DJ)--Valsoia e' stata premiata come eccellenza del Made in Italy nella categoria "Innovazione di Prodotto" in occasione dell'edizione 2020 di "Save the Brand", riconoscimento rivolto alle realta' che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno alla propria Marca. Valsoia, spiega una nota, e' stata riconosciuta quale azienda che si distingue in termini di innovazione di prodotto per il suo ingresso nel segmento degli integratori alimentari proponendo, per il canale GDO, una linea completa di integratori naturali 100% vegetali che risponde alle esigenze dei consumatori, anche vegetariani, attenti al proprio stile di vita e benessere quotidiano.
com/lab (fine) MF-DJ NEWS

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: <https://www.iltempo.it/italpress/2020/07/15/news/a-gian-luca-rana-il-premio-welfare-a-save-the-brand-2020-23822063/>



A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 15 luglio 2020 MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il

livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket

mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come

imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - è fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al tempo stesso per creare nuove opportunità per le generazioni future. Per questo, in un momento così incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana".
(ITALPRESS).

Orsero premiato per Innovazione di vendita

LINK: <https://www.italianfoodtoday.it/2020/07/16/orsero-premiato-per-innovazione-di-vendita/>



Orsero premiato per Innovazione di vendita di ITALIANFOODTODAY · 16 Luglio 2020 Il Gruppo Orsero, leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi, comunica di essere stato premiato in occasione di "Save the Brand 2020", riconoscimento rivolto alle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Il Gruppo Orsero è stato riconosciuto come migliore interprete della categoria "Innovazione di Vendita" per essersi distinto in termini di innovazione di vendita per le nuove linee di produzione di prodotti pronti al consumo, la cosiddetta IV gamma di frutta. "Save the Brand", giunto quest'anno alla settima edizione, è un evento organizzato da Foodcommunity.it che si pone l'obiettivo di premiare i migliori imprenditori italiani operanti nel settore Food & Beverage. Il

processo di selezione dei vincitori ha tenuto in considerazione, oltre alla performance economica, criteri che includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. Il premio è stato consegnato a Paolo Prudenziati, Presidente del Gruppo, che ha commentato: "Sono orgoglioso di ricevere questo riconoscimento che valorizza il nostro impegno nell'innovazione di prodotto e servizio in un segmento, in cui crediamo molto e che ci sta dando ottimi riscontri, come quello della IV Gamma di frutta. Si tratta di frutta già lavata, tagliata a pezzi e porzionata, confezionata in comode vaschette che la rendono ideale per un consumo on the go e comoda da mangiare a casa. Altra novità, pensata sempre per andare incontro alle nuove esigenze dei consumatori, è la linea di spremute e

frullati freschi smoothies, al 100% naturali. Voglio condividere questo premio con tutte le persone che lavorano in Orsero, che quotidianamente si impegnano a fornire un ottimo servizio ai nostri clienti e che, anche in un periodo particolare come quello che abbiamo appena passato, hanno fatto il possibile per garantire frutta e verdura di qualità sulla tavola di tantissime persone, in Italia e in Europa".

Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per **Save the brand**

LINK: <http://www.tviweb.it/coronavirus-a-rana-premio-welfare-per-save-the-brand/>



Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per **Save the brand** REDAZIONE Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha ricevuto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing** Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity**.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando ambasciatrici della a italiana. La motivazione del premio attribuito a Rana nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale il manager ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore di 2 milioni di euro; un riconoscimento speciale all'impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo

d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting. Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda. (ANSA).

SAVE THE BRAND 2020, AGROMONTE VINCE NELLA CATEGORIA "PRODOTTI INNOVATIVI"

LINK: <http://www.corriereortofrutticolo.it/2020/07/17/save-the-brand-2020-agromonte-vince-nella-categoria-prodotti-innovativi/>



class="post-title item fn">
SAVE THE BRAND 2020, AGROMONTE VINCE NELLA CATEGORIA "PRODOTTI INNOVATIVI" Dalle Aziende Pubblicato il 17 luglio 2020 di emanuele Prosegue la serie di riconoscimenti attribuiti all'azienda Agromonte di Chiaramonte Gulfi (Ragusa). Dopo essersi aggiudicata nei mesi scorsi il premio Food, ora arriva un nuovo attestato che conferma Agromonte come realtà dal forte spirito innovativo. Martedì 14 luglio, in web edition, Nonno Nanni ha ricevuto il **Save the brand 2020**, organizzato da **Foodcommunity.it**, testata giornalistica digitale di **LC Publishing Group**, con l'obiettivo di premiare le eccellenze alimentari del Made in Italy, distintesi per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al proprio marchio. Quest'anno l'evento di premiazione, diversamente dalle precedenti edizioni che hanno avuto luogo a Milano, è stato organizzato in

versione digitale, contando su un parterre di oltre 280 rappresentanti dell'imprenditoria italiana del settore food & beverage. Le 35 aziende premiate sono state individuate, sia dalla redazione di **Foodcommunity.it**, sia dal Centro Ricerche di **LC Publishing Group** con criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda, e infine la sostenibilità. Agromonte ha vinto nella categoria "Prodotti Innovativi" grazie al lancio sul mercato della linea "I Gialli di Agromonte": salsa pronta e passata preparati con una particolare varietà di pomodoro, il ciliegino giallo. Ha ritirato, virtualmente, il premio, Miriam Arestia, responsabile marketing di Agromonte: "L'innovazione è, insieme alla qualità, uno dei

principali driver che guida l'azienda, fin dalla sua nascita nel 2000. Questo premio, quindi, ci dà ulteriore conferma di come la strada perseguita sia stata corretta e vincente. Non solo, Agromonte ha evidenziato performance ancora più soddisfacenti e tassi di crescita superiori al mercato. Nel 2019 il brand ha registrato un incremento del fatturato pari al +17% rispetto all'anno precedente, un risultato davvero eccellente se confrontato a un trend di crescita del mercato pari al 2%". Del resto, sono molte le risorse investite dall'azienda siciliana in ottica di innovazione, sia di prodotto, sia di processo produttivo. "Proprio quest'anno abbiamo inaugurato un'importante linea produttiva, altamente tecnologica, con l'obiettivo di assicurare una maggiore sicurezza alimentare pur mantenendo inalterate alcune procedure artigianali" - conclude Miriam Arestia.

Fileni premiata per la sua Economia Circolare

LINK: <https://youmark.it/ym-forgood/fileni-premiata-per-la-sua-economia-circolare/>



Fileni premiata per la sua Economia Circolare 16 Luglio 2020 Fileni, azienda marchigiana attiva nella produzione di carni biologiche in Italia, ha ricevuto un riconoscimento al suo orientamento alla circolarità: è stata infatti premiata per il proprio impegno nello sviluppo dell'economia circolare nell'ambito di **Save The Brand**, evento organizzato da **FoodCommunity** per premiare le aziende che, negli anni, hanno saputo costruire valore attorno al proprio brand. La giuria ha consegnato a Roberta Fileni, membro del Consiglio d'Amministrazione dell'azienda il premio per l'economia circolare nella convinzione che 'L'economia circolare sia una pratica quotidiana che l'azienda esprime in azioni e decisioni che hanno come obiettivo la sostenibilità ambientale'. Fileni si impegna per rendere sostenibile ogni aspetto della produzione, a partire dalla rigenerazione dei terreni e dall'attenzione per il benessere degli

animali, fino alla responsabilità sociale nei confronti della comunità locale e dei consumatori, per chiudere il cerchio con la scelta di packaging a basso impatto ambientale.

Orsero: premiata come eccellenza del Made in Italy

LINK: http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=202007151556001711&chkAgenzie=PMFNW

Orsero: premiata come eccellenza del Made in Italy 15/07/2020 15:23 MILANO (MF-DJ)--Il Gruppo Orsero, leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi, comunica di essere stato premiato in occasione di "Save the Brand 2020", riconoscimento rivolto alle realta' che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il Brand, appunto). Il Gruppo Orsero, spiega una nota, e' stato riconosciuto come migliore interprete della categoria "Innovazione di Vendita" per essersi distinto in termini di innovazione di vendita per le nuove linee di produzione di prodotti pronti al consumo, la cosiddetta IV gamma di frutta. "Save the Brand", giunto quest'anno alla settima edizione, e' un evento organizzato da Foodcommunity.it che si pone l'obiettivo di premiare i migliori imprenditori italiani operanti nel settore Food & Beverage. Il processo di selezione dei vincitori ha tenuto in considerazione, oltre alla performance economica, criteri che includono l'innovazione,

l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacita' e la velocita' di cogliere i trend della domanda e la sostenibilita'. Il premio e' stato consegnato a Paolo Prudenziati, Presidente del Gruppo, che ha commentato: "Sono orgoglioso di ricevere questo riconoscimento che valorizza il nostro impegno nell'innovazione di prodotto e servizio in un segmento, in cui crediamo molto e che ci sta dando ottimi riscontri, come quello della IV Gamma di frutta. Si tratta di frutta gia' lavata, tagliata a pezzi e porzionata, confezionata in comode vaschette che la rendono ideale per un consumo on the go e comoda da mangiare a casa. Altra novita', pensata sempre per andare incontro alle nuove esigenze dei consumatori, e' la linea di spremute e frullati freschi smoothies, al 100% naturali. Voglio condividere questo premio con tutte le persone che lavorano in Orsero, che quotidianamente si impegnano a fornire un ottimo servizio ai nostri clienti e che, anche in un periodo particolare come quello che abbiamo appena passato, hanno fatto il possibile per garantire

frutta e verdura di qualita' sulla tavola di tantissime persone, in Italia e in Europa". com/lab (fine) MF-DJ NEWS

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: <https://www.italpress.com/a-gian-luca-rana-il-premio-welfare-a-save-the-brand-2020-2/>



LinkedIn MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing Group** per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity.it**, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di **Foodcommunity.it** e il Centro Ricerche di **LC Publishing Group** hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e

comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana

ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che

lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - è fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al tempo stesso per creare nuove opportunità per le generazioni future. Per questo, in un momento così incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana".
(I T A L P R E S S) .

L'azienda Polli premiata con il riconoscimento "Save the brand"

LINK: <https://www.lanazione.it/pistoia/cronaca/l-azienda-polli-premiata-con-il-riconoscimento-save-the-brand-1.5325371>

L'azienda Polli premiata con il riconoscimento "Save the brand" L'iniziativa nazionale pone in evidenza le imprese d'eccellenza del made in Italy Alla settima edizione di "Save the brand", organizzato da Food Community.it per premiare le eccellenze del made in Italy nel food & beverage, Fratelli Polli ha ricevuto il riconoscimento di brand storico. Come si legge nella motivazione del premio, "l'azienda, con 148 anni di storia, è alla sesta generazione tutta al femminile". Alla premiazione, realizzata per la prima volta in streaming, ha partecipato la manager Manuela Polli. "Rappresentare un brand con quasi 150 anni di storia che porta il nome della propria famiglia - dice - è motivo di orgoglio, ma ho consapevolezza anche della responsabilità nei confronti delle generazioni che ci hanno preceduto. Siamo convinti dei piani di sviluppo che stiamo conducendo e i dati dimostrano che la direzione intrapresa è quella giusta. L'azienda ha chiuso il 2019 con 108 milioni di fatturato netto". L'evento ha voluto premiare quelle realtà che si sono distinte per il valore che

negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio (il brand, appunto), individuate sia dalla redazione di Foodcommunity.it, testata digitale del gruppo Lc Publishing, che dal Centro ricerche di Lc Publishing Group con criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di marchio e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda, e infine la sostenibilità.

A Noberasco il premio **Save the Brand** Web

LINK: <https://distribuzionemoderna.info/news/a-noberasco-il-premio-save-the-brand-web>



17 Luglio 2020 A Noberasco il premio **Save the Brand** Web **Save The Brand** 2020, organizzato da **LC Publishing** Group in edizione digitale, ha appena celebrato i brand italiani del settore food premiando Noberasco, in una selezione di 35 aziende, per valorizzazione della filiera: l'azienda ligure, alla quarta generazione, ha promosso un sistema di implementazione e garanzia per tutti i progetti di filiera con l'obiettivo di supportare in modo etico e sostenibile la crescita dei partner produttori. Dal 1908, Noberasco è un'azienda a conduzione familiare che ha saputo interpretare l'innovazione e la ricerca del food made in Italy con l'obiettivo di garantire elevati standard al cliente. La società, specializzata in linee bio, snack salutistici e funzionali, con un'ampia gamma di referenze tra frutta secca, morbida ed essiccata, ha un ruolo di leader, consolidato dai risultati in costante miglioramento che la

posizionano tra le eccellenze dell'articolato panorama delle imprese alimentari italiane. Le ultime novità Viva il Mix Tropicale, Bio Mango, Bio Ananas e la versione Bio Mix Tropicale -di recente lancio- sono al centro di un importante progetto di sviluppo della nazione d'origine di tutte le materie prime: lo Sri Lanka. Nella piccola nazione asiatica Noberasco è impegnata, attraverso il proprio know how, a supportare la locale realtà cooperativa che si dedica al conferimento e fornitura della frutta, al fine di migliorare tra le altre cose, il processo complessivo di gestione del prodotto sia dal punto di vista territoriale che logistico in senso ampio.

Grappa Castagner si aggiudica il premio innovazione **Save the Brand** 2020 by **Foodcommunity.it**

LINK: <https://www.beverfood.com/grappa-castagner-aggiudica-premio-innovazione-save-the-brand-2020-wd/>



Grappa Castagner si aggiudica il premio innovazione **Save the Brand** 2020 by **Foodcommunity.it** 16/07/2020 96 letture Share "Innovare il mondo della grappa è da sempre la nostra mission, siamo per questo particolarmente orgogliosi e grati di aver ricevuto il premio **#SaveTheBrand** by **foodcommunity.it** insieme a grandi eccellenze del food italiano". Il post sull'account Facebook ufficiale della Distilleria Castagner evidenzia soddisfazione ma anche la consapevolezza di un brand che ha sempre seguito la strada dell'innovazione in un prodotto all'apparenza antico come la grappa. Ultimo esempio calzante il lancio di Alto Grado 71°, lo spray ad alta gradazione lanciato in piena emergenza Covid-19, la cui finalità primaria non è stata quella degustativa vista l'alta gradazione di 71° alcolici, ma voleva riportare in auge l'antico significato del nome Acquavite, ovvero "acqua di vita". Il patron Roberto

Castagner è stato tra i primi a uscire con un prodotto da utilizzare come spray allo scopo di ottenere un effetto protettivo sulle labbra, in bocca e in gola, finalità e vantaggi simili di lavarsi le mani con l'alcol, dimostrando tempismo e innovazione. La distilleria veneta è stata inserita tra le 35 le aziende e gli imprenditori italiani del food & beverage premiati al **Save the Brand** 2020, evento per la prima volta in web edition, con oltre 280 persone accreditate, giunto alla settima edizione, è stato organizzato da **Foodcommunity.it**, con la collaborazione di Focus, Latham & Watkins e Trevisan & Cuonzo. Durante la serata sono state premiate quelle realtà che si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio, individuate sia dalla redazione di **Foodcommunity.it** che dal Centro Ricerche di **LC Publishing** Group con criteri che, oltre alla performance economica, includono

innovazione, internazionalizzazione, strategie di branding e comunicazione, capacità e velocità di cogliere i trend della domanda e sostenibilità. "Per la distilleria trevigiana innovazione a 360 gradi, sia di prodotto - un concetto non scontato per la grappa - che di strategia commerciale e di comunicazione" - la motivazione del premio nella sezione Innovazione di prodotto. INFO www.grappacastagner.it Scheda e news: ACQUAVITE S.p.A.- CASTAGNER

Gruppo Caffo 1915: premiato come eccellenza Made in Italy a **Save the Brand**

LINK: http://finanza.tgcom24.mediaset.it/news/dettaglio_news.asp?id=202007151828191391&chkAgenzie=PMFNW

Gruppo Caffo 1915: premiato come eccellenza Made in Italy a **Save the Brand** 15/07/2020 17:57 MILANO (MF-DJ)--**Save the Brand**, l'evento giunto alla settima edizione che celebra le eccellenze del Made in Italy nel food & beverage e che ieri, ha visto tra i vincitori Gruppo Caffo 1915. Nella sezione "Operazioni Strategiche" l'azienda calabrese si è distinta per "aver riportato nel Paese storici brand nazionali e internazionali, contribuendo alla valorizzazione del patrimonio liquoristico italiano". La motivazione di per sé, spiega il gruppo in una nota, è già un valido riconoscimento all'impegno profuso dall'azienda nel "portare a casa" storici marchi quali l'amarissimo Petrus, marchio con un passato glorioso entrato a far parte della gamma di prodotti Caffo i primi mesi dell'anno, attraverso una transazione internazionale che ha coinvolto la multinazionale Diageo dalla quale è stato acquisito. Come Ferro China Bisleri, ceduta dalla stessa Diageo a pochi mesi di distanza da Petrus e che Gruppo Caffo 1915 non si è lasciato sfuggire per far tornare in

Italia un nome che ha segnato la storia nel Paese. Il riconoscimento è stato consegnato all'amministratore delegato del gruppo, Nuccio Caffo, che ha ringraziato con queste parole: "abbiamo lavorato duramente per riuscire in queste due importanti operazioni, soprattutto se si pensa che sono state concluse nel periodo più critico del lockdown. Riporteremo entrambi i prodotti ad una nuova giovinezza. Stiamo già preparando il rilancio sapendo che abbiamo il mercato dalla nostra parte come dimostrano i risultati che segnano una crescita. Dopo le difficoltà di tutto il comparto Ho.re.ca, il mese di giugno ha fatto registrare un trend di crescita particolarmente favorevole, nel comparto amari abbiamo superato quota 40% nel canale Gdo". alb alberto.chimenti@mfdownjon.es.it (fine) MF-DJ NEWS

Fileni: l'impegno verso l'economia circolare premiato a **Save the brand**

LINK: <https://distribuzionemoderna.info/news/fileni-limpegno-verso-leconomia-circolare-premiato-a-save-the-brand>



17 Luglio 2020 Fileni: l'impegno verso l'economia circolare premiato a **Save the brand**. Fileni, azienda marchigiana leader nella produzione di carni biologiche in Italia, ha ricevuto un importante riconoscimento al suo orientamento alla circolarità: è stata infatti premiata per il proprio impegno nello sviluppo dell'economia circolare nell'ambito di **Save the brand**, l'evento organizzato da **FoodCommunity** per premiare le aziende che, negli anni, hanno saputo costruire valore attorno al proprio brand. La giuria ha consegnato a Roberta Fileni, membro del Consiglio d'amministrazione dell'azienda il premio per l'economia circolare nella piena convinzione che "L'economia circolare sia una pratica quotidiana che l'azienda esprime in azioni e decisioni che hanno come obiettivo la sostenibilità ambientale". Da sempre molto legata al territorio marchigiano, dove è nata e

si è sviluppata nel corso degli anni, Fileni si impegna per rendere sostenibile ogni aspetto della produzione, a partire dalla rigenerazione dei terreni e dall'attenzione per il benessere degli animali, fino alla responsabilità sociale nei confronti della comunità locale e dei consumatori che ripongono la propria fiducia nell'azienda, per chiudere il cerchio con la scelta di packaging a basso impatto ambientale.

Gian Luca Rana vince il premio ?Welfare? a **Save the Brand** 2020

LINK: <https://www.crisalidepress.it/food-taste/gian-luca-rana-vince-il-premio-welfare-a-save-the-brand-2020/>



giovedì, 16 luglio 2020 Gian Luca Rana vince il premio "Welfare" a **Save the Brand** 2020 di Redazione Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, è stato insignito del premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing** Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity**.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di **Foodcommunity**.it e il Centro Ricerche di **LC Publishing** Group hanno preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il

livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. Un riconoscimento speciale per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket

mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting. Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana. - dichiara Gian Luca Rana - La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962".

Fonte Margherita premiata per l'innovazione

LINK: <http://www.tviweb.it/fonte-margherita-premiata-per-linnovazione/>



Fonte Margherita premiata per l'innovazione REDAZIONE Per la prima volta in versione 'digitale', il premio **Save The Brand** - giunto alla settima edizione - ha scelto anche quest'anno diverse aziende del mondo food&beverage che si sono distinte tra le altre per il valore che sono riuscite a creare intorno al proprio marchio. La redazione di **Foodcommunity.it** e il Centro Ricerche di **LC Publishing Group** hanno selezionato 35 aziende tra le candidate considerando, oltre alla performance economica, altri criteri come l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di comunicazione, la capacità di cogliere nuovi trend, e infine la sostenibilità. Tra queste la vicentina Fonte Margherita 'L'impresa veneta ha promosso sul mercato (oltre alle bottiglie in vetro per lo più a rendere) l'acqua in cartone riciclabile ed ha ampliato l'offerta con bibite analcoliche con l'acqua delle Piccole Dolomiti' questa la

motivazione del premio per la valorizzazione e lo sviluppo del brand conferito da **Save The Brand** a Fonte Margherita. Fonte Margherita annovera tre stabilimenti, cinque marchi di storiche acque minerali delle Piccole Dolomiti, due nuove linee di bibite analcoliche ed è presente in tutta Italia nella grande distribuzione, nell'horeca di qualità, nel porta a porta - limitatamente al Veneto - e nel vending. Sostenibilità ambientale e sicurezza delle acque e dei processi di imbottigliamento i suoi primi valori. 'Questo premio riconosce e valorizza l'impegno quotidiano di tutti gli uomini e di tutte le donne che lavorano per consolidare sul mercato Fonte Margherita. Se un brand cresce è merito dell'intero gruppo di lavoro. La nostra strategia attenta all'ambiente, al territorio e alle sue comunità assieme alla sicurezza delle acque minerali imbottigliate sono tra i primi valori fondanti del nostro gruppo che

trovano in una comunicazione attenta e qualificata la loro giusta canalizzazione' dichiara Denis Moro, il giovane amministratore di Fonte Margherita.

L'azienda pugliese 'Andriani' vince il premio 'Save the brand 2020'

LINK: <https://www.ilikepuglia.it/notizie/cultura-e-spettacoli/bari/17/07/2020/lazienda-pugliese-andriani-vince-il-premio-save-the-brand-2020.html>



L'azienda pugliese 'Andriani' vince il premio 'Save the brand 2020'. All'Azienda e al suo brand Felicia nuovamente riconosciuta la capacità di rinnovare le regole dell'alimentazione. Lettore Vocale Lettore Vocale Andriani Spa vanta un know-how unico nella produzione di pasta alternativa di alta qualità a base di materie prime naturalmente prive di glutine come legumi e cereali. Innovazione e sostenibilità rappresentano i principali driver competitivi dell'Azienda che, nel 2009, ha avuto il coraggio di osservare il cibo da un'altra prospettiva conquistando il mercato dell'Innovation food, di cui oggi è leader. Con il suo brand Felicia, punto di riferimento del mercato healthy food e con il più alto numero di referenze prevalentemente bio del comparto, si pone l'obiettivo di offrire al consumatore un nuovo modo di alimentarsi, sano e naturale, portando in tavola un'esperienza eclettica

improntata al benessere, all'equilibrio e all'ottimismo. Un impegno e un merito più volte riconosciuti e nuovamente premiati: all'Azienda e al suo brand, rappresentati per l'occasione da Francesco Andriani, Vice presidente e AD, è stato conferito il 'Save The Brand 2020' nella categoria Innovazione di Prodotto grazie alla capacità di rinnovare le regole dell'alimentazione. 'Save The Brand', organizzato da LC Publishing Group e quest'anno per la prima volta in web edition, premia le eccellenze del Made in Italy nel food&beverage secondo criteri che includono performance economica, innovazione, internazionalizzazione, strategie di branding e comunicazione. "Sono onorato di ricevere questo riconoscimento - ha commentato Francesco Andriani - che condivido con mio fratello Michele e con l'intera famiglia di Andriani Spa. La nostra azienda ha scelto di dare nuova forma

a legumi e cereali trasformando materie prime come lenticchie, ceci, riso integrale, avena, grano saraceno etc. in pasta. Contribuiamo a una nuova educazione alimentare e, anticipando un trend oggi sempre più radicato, offriamo ai consumatori la più ampia offerta di pasta alternativa alla tradizionale, adatta a tutti, sana, gustosa e ricca di preziosi nutrienti per un nuovo stile di vita orientato all'ottimismo."

Save the Brand 2020, Mulinum premiata tra le eccellenze del Made in Italy

LINK: <http://ildispaccio.it/catanzaro/249579-save-the-brand-2020-mulinum-premiata-tra-le-eccellenze-del-made-in-italy>

Save the Brand 2020, Mulinum premiata tra le eccellenze del Made in Italy. A brillare tra le eccellenze del Made in Italy nel food&beverage premiate, martedì 14 luglio, al **Save the Brand** 2020, insieme ad aziende come Cà del Bosco, Valsoia e Segafredo Zanetti, c'è anche Mulinum, la startup agricola ideata dal giovane imprenditore Stefano Caccavari. Nella sezione "Rising Star" dell'evento organizzato dalla testata **Foodcommunity**.it, giunto alla settima edizione, l'azienda agricola calabrese si è distinta per "aver saputo ridare centralità alla cultura dei grani antichi ed essere in rapida crescita grazie a social ed e-commerce". "Un ulteriore riconoscimento che ci inorgoglisce e ci conferma che, grazie al recupero della tradizione, stiamo creando un ponte virtuoso tra passato e presente, mirando a un futuro sempre più sostenibile" dichiara Caccavari che ha ricevuto il premio, durante la cerimonia in web edition, a seguito della valutazione di criteri quali performance economica, innovazione, strategie di branding e comunicazione, capacità di

cogliere i trend della domanda e sostenibilità.

L'impegno di Fileni verso l'economia circolare premiato a **Save The Brand**

LINK: <https://www.mediakey.tv/leggi-news/limpegno-di-fileni-verso-leconomia-circolare-premiato-a-save-the-brand>



L'impegno di Fileni verso l'economia circolare premiato a **Save The Brand**. Fileni, azienda marchigiana leader nella produzione di carni biologiche in Italia, ha ricevuto un importante riconoscimento al suo orientamento alla circolarità: ieri è stata infatti premiata per il proprio impegno nello sviluppo dell'economia circolare nell'ambito di **Save The Brand**, l'evento organizzato da **FoodCommunity** per premiare le aziende che, negli anni, hanno saputo costruire valore attorno al proprio brand. La redazione di **Foodcommunity.it** e il Centro Ricerche di **LC Publishing** Group si sono impegnati per individuare le realtà più meritevoli sulla base di criteri che, oltre alla performance economica, valutano anche la capacità delle aziende di innovarsi, di cogliere i trend emergenti nella domanda dei consumatori e infine l'attenzione alla sostenibilità. Riconoscendo

come questi valori siano da sempre al centro della strategia di Fileni che lavora ogni giorno con amore e passione per contribuire a rendere il mondo un posto migliore, la giuria ha consegnato a Roberta Fileni, membro del Consiglio d'Amministrazione dell'Azienda il premio per l'economia circolare nella piena convinzione che "L'economia circolare sia una pratica quotidiana che l'azienda esprime in azioni e decisioni che hanno come obiettivo la sostenibilità ambientale". Fileni, anticipatrice di tendenze e pioniera del biologico fin dal 2001, ha sempre promosso una sana e genuina alimentazione, avvicinandosi al mondo della sostenibilità quando per molti esso rappresentava ancora un universo sconosciuto e misterioso. Da sempre molto legata al territorio marchigiano, dove è nata e si è sviluppata nel corso degli anni, Fileni si impegna per rendere sostenibile ogni

aspetto della produzione, a partire dalla rigenerazione dei terreni e dall'attenzione per il benessere degli animali, fino alla responsabilità sociale nei confronti della comunità locale e dei consumatori che ripongono la propria fiducia nell'Azienda, per chiudere il cerchio con la scelta di packaging a basso impatto ambientale. "Essere premiati per il nostro orientamento all'economia circolare è un vero onore", afferma Roberta Fileni, membro del CDA del Gruppo. "La circolarità per Fileni è una vera e propria missione sia dal punto di vista dello sviluppo di business, sia da un punto di vista più generale, perché da tempo abbiamo deciso di aderire a un sistema di valori etici e ambientali che ci permetta di contribuire a rendere il mondo un posto migliore, attraverso le nostre scelte lungo tutta la filiera, dai campi alla tavola." 15/07/2020 |

Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per **Save the brand**

LINK: <https://www.larena.it/home/veneto/coronavirus-a-rana-premio-welfare-per-save-the-brand-1.8166203>



Coronavirus: a Rana premio 'Welfare' per **Save the brand** Aumenta Diminuisce Stampa (ANSA) - VENEZIA, 15 LUG - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha ricevuto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing Group** per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity.it**, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando ambasciatrici della a italiana. La motivazione del premio attribuito a Rana nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale il manager ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore di 2 milioni di euro; un

riconoscimento speciale all'impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting. Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda. (ANSA). GM

A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020

LINK: <https://sicilianews24.it/a-gian-luca-rana-il-premio-welfare-a-save-the-brand-2020-612523.html>



Home - Top News - A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 A Gian Luca Rana il premio Welfare a "Save the Brand" 2020 16 Luglio 2020 Top News _ MILANO (ITALPRESS) - Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ha vinto il premio "Welfare" nell'ambito della settima edizione di Save the Brand, l'evento promosso da LC Publishing Group per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da FoodCommunity.it, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la redazione di Foodcommunity.it e il Centro Ricerche di LC Publishing Group hanno

preso in esame non solo la performance economica, ma anche l'innovazione, il livello di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area "Welfare" è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. "Un riconoscimento speciale - si legge in una nota - per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la continuità nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie,

tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting". Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. "Ricevere questo riconoscimento è per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana - afferma Gian Luca Rana -. La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa

straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962". "Ho sempre pensato che il mio ruolo come imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'AD di Pastificio Rana - e' fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilita', che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilita' e al tempo stesso per creare nuove opportunita' per le generazioni future. Per questo, in un momento cosi' incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana". (ITALPRESS).

«Save the Brand» premia l'innovazione di Agromonte

LINK: <http://www.italiafruit.net/DettaglioNews/55679/mercati-e-imprese/save-the-brand-premia-linnovazione-di-agromonte>



venerdì 17 luglio 2020
«Save the Brand» premia l'innovazione di Agromonte. Prosegue la serie di riconoscimenti attribuiti all'azienda Agromonte di Chiaramonte Gulfi. Dopo essersi aggiudicata nei mesi scorsi il premio Food, ora arriva un nuovo attestato che conferma Agromonte come realtà dal forte spirito innovativo. Martedì 14 luglio, in web edition, Nonno Nanni ha ricevuto il **Save the brand** 2020, organizzato da **Foodcommunity.it**, testata giornalistica digitale di **LC Publishing Group**, con l'obiettivo di premiare le eccellenze alimentari del Made in Italy, distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al proprio marchio. Quest'anno l'evento di premiazione, diversamente dalle precedenti edizioni che hanno avuto luogo a Milano, è stato organizzato in versione digitale, contando su un parterre di oltre 280 rappresentanti dell'imprenditoria italiana del settore food &

beverage. Le 35 aziende premiate sono state individuate, sia dalla **redazione di Foodcommunity.it**, sia dal Centro Ricerche di **LC Publishing Group** con criteri che, oltre alla performance economica, includono l'innovazione, l'internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda, e infine la sostenibilità. Agromonte ha vinto nella categoria "Prodotti Innovativi" grazie al lancio sul mercato della linea "I Gialli di Agromonte": salsa pronta e passata preparati con una particolare varietà di pomodoro, il ciliegino giallo. Ha ritirato, virtualmente, il premio, Miriam Arestia, responsabile marketing di Agromonte: "L'innovazione è, insieme alla qualità, uno dei principali driver che guida l'azienda, fin dalla sua nascita nel 2000. Questo premio, quindi, ci dà ulteriore conferma di come la strada perseguita sia

stata corretta e vincente. Non solo, Agromonte ha evidenziato performance ancora più soddisfacenti e tassi di crescita superiori al mercato. Nel 2019 il brand ha registrato un incremento del fatturato pari al +17% rispetto all'anno precedente, un risultato davvero eccellente se confrontato a un trend di crescita del mercato pari al 2%". Del resto, sono molte le risorse investite dall'azienda siciliana in ottica di innovazione, sia di prodotto, sia di processo produttivo. "Proprio quest'anno abbiamo inaugurato un'importante linea produttiva, altamente tecnologica, con l'obiettivo di assicurare una maggiore sicurezza alimentare pur mantenendo inalterate alcune procedure artigianali" - conclude Miriam Arestia. Fonte: Ufficio stampa Agromonte

Welfare aziendale, Gian Luca Rana premiato

LINK: <https://www.larena.it/home/economia/economia-veronese/welfare-aziendale-gian-luca-rana-premiato-1.8165548>



Welfare aziendale, Gian Luca Rana premiato Gian Luca Rana, ad del Pastificio Rana Tutto Schermo Aumenta Diminuisce Stampa Invia Gian Luca Rana, amministratore delegato di Pastificio Rana, ieri sera è stato insignito del premio «Welfare» nell'ambito della settima edizione di **Save the Brand**, l'evento promosso da **LC Publishing Group** per celebrare le eccellenze del Made in Italy. La cerimonia di premiazione in web edition, organizzata da **FoodCommunity.it**, ha visto la partecipazione di molte aziende e imprenditori italiani del food & beverage. L'obiettivo era valorizzare quelle realtà del settore che, negli anni, si sono distinte per il valore che hanno costruito intorno al loro marchio, diventando così ambasciatrici del gusto, della qualità e dell'inventiva italiana. Per individuarle, la **redazione** di **Foodcommunity.it** e il Centro Ricerche di **LC Publishing Group** hanno preso in esame non solo la performance economica,

ma anche l'innovazione, il **l i v e l l o** di internazionalizzazione, le strategie di branding e comunicazione, la capacità e la velocità di cogliere i trend della domanda e la sostenibilità. La motivazione che ha spinto la giuria a insignire Gian Luca Rana e il Pastificio Rana di questo riconoscimento nell'area «Welfare» è legata all'emergenza sanitaria degli ultimi mesi, durante la quale l'amministratore delegato ha varato un piano straordinario di aumenti salariali del valore complessivo di 2 milioni di euro. Un riconoscimento speciale per il grande impegno dei 700 lavoratori che, nei cinque stabilimenti italiani del gruppo, per tutto il periodo d'emergenza hanno garantito la **c o n t i n u i t a** nell'approvvigionamento alimentare. Per essere vicini ai propri dipendenti e di sostegno alle loro famiglie, tra le misure previste, una maggiorazione dello stipendio del 25% per ogni giorno lavorato e un ticket

mensile straordinario di 400 euro per le spese di babysitting. Gianluca Rana ha inoltre deciso di stipulare una polizza assicurativa a favore di tutti i dipendenti del Pastificio Rana, compresi quelli in smart working, in caso di contagio da Covid-19, a integrazione del rafforzamento delle procedure di sicurezza e prevenzione già messe in atto dall'azienda per fronteggiare l'emergenza. «Ricevere questo riconoscimento e per me motivo di profondo orgoglio, sia come uomo che come imprenditore. Un premio che sono onorato e felice di condividere con le 3.500 persone che fanno parte della grande famiglia Rana. - dichiara Gian Luca Rana - La nostra è una realtà familiare fatta prima di tutto di persone, unite dalla passione per questo lavoro. Ed è proprio grazie a questa forza che siamo riusciti a realizzare questa straordinaria storia aziendale cominciata nel 1962». «Ho sempre pensato che il mio ruolo

come imprenditore fosse proprio quello di ispirare, stimolare e proteggere le persone che lavorano con me, mettendo al primo posto la valorizzazione dei loro talenti in un ambiente di lavoro dinamico e propositivo, che da molto spazio all'iniziativa e all'intuizione del singolo. La guida di 3.500 persone - continua l'ad di Pastificio Rana - è fonte di grande soddisfazione ma anche di immense responsabilità, che ogni giorno mi assumo nei confronti di tutti i miei dipendenti e delle loro famiglie, per poter assicurare loro stabilità e al tempo stesso per creare nuove opportunità per le generazioni future. Per questo, in un momento così incerto come quello attuale, ho varato il piano straordinario di supporto, per dare un segno chiaro e tangibile di vicinanza alle persone e alle loro famiglie, testimoniando ancora una volta l'impegno e il ruolo che riveste per me il fare impresa e riconoscendo la dedizione di tutta la grande famiglia Rana». Pastificio Rana è stato fondato nel 1962 a San Giovanni Lupatoto da Giovanni Rana e da oltre 30 anni è guidato da Gian Luca Rana, amministratore delegato, che ha portato il Gruppo a diventare leader mondiale nel settore della produzione e commercializzazione di

prodotti alimentari freschi (pasta, liscia e ripiena, gnocchi, piatti pronti e sughi). Con 8 stabilimenti (5 in Italia, 1 in Belgio e 2 in USA) e filiali in Francia, Spagna, UK, Germania e USA, è presente con i propri prodotti in 58 Paesi nel mondo e conta circa 3.500 persone. Da sempre il Pastificio Rana è concentrato in ricerca e innovazione, nella selezione delle migliori materie prime con l'obiettivo di dare ai consumatori solo prodotti della più alta qualità e con un gusto unico. 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. Nel 2017 il gruppo aumenta la propria capacità produttiva con l'acquisizione dello stabilimento di Buitoni a Moretta (CN).

Fonte Margherita premiata per sostenibilità e comunicazione

LINK: <https://www.mediakey.tv/leggi-news/fonte-margherita-premiata-per-sostenibilita-e-comunicazione>



Fonte Margherita premiata per sostenibilità e comunicazione Fonte Margherita ha ricevuto il premio "Save the Brand 2020" organizzato da Foodcommunity.it durante una serata esclusiva in web edition. Il premio, giunto alla settima edizione, è diretto alle aziende e agli imprenditori italiani del food & beverage che hanno meglio valorizzato e sviluppato il proprio Brand in termini di strategia, sostenibilità e comunicazione. "L'impresa veneta ha promosso sul mercato (oltre alle bottiglie in vetro per lo più a rendere) l'acqua in cartone riciclabile ed ha ampliato l'offerta con bibite analcoliche con l'acqua delle Piccole Dolomiti" questa la motivazione del premio. Il gruppo Fonte Margherita annovera tre stabilimenti, cinque marchi di storiche acque minerali delle Piccole Dolomiti, due nuove linee di bibite analcoliche ed è presente in tutta Italia nella grande distribuzione, nell'

ho.re.ca. di qualità, nel porta a porta - limitatamente al Veneto - e nel vending. Sostenibilità ambientale e sicurezza delle acque e dei processi di imbottigliamento i suoi primi valori. "Questo premio riconosce e valorizza l'impegno quotidiano di tutti gli uomini e di tutte le donne che lavorano per consolidare sul mercato Fonte Margherita. Se un brand cresce è merito dell'intero gruppo di lavoro. La nostra strategia attenta all'ambiente, al territorio e alle sue comunità assieme alla sicurezza delle acque minerali imbottigliate sono tra i primi valori fondanti del nostro gruppo che trovano in una comunicazione attenta e qualificata la loro giusta canalizzazione" dichiara Denis Moro, il giovane amministratore di Fonte Margherita. *Foodcommunity.it è la testata giornalistica digitale di LC Publishing Group. 15/07/2020 |