



LC

01 - 31 luglio 2022

INDICE

LC

27/07/2022 QN - Il Resto del Carlino - Pesaro Per lo studio Ceccarelli&Silvestri si aprono le porte dei big di Milano	5
21/07/2022 Il Giornale di Vicenza Premiata la Loison	6
15/07/2022 L'Azione Ponti premiato tra le eccellenze del Made in Italy food & beverage	7
14/07/2022 Libero - Nazionale ACCURACY E ANDAF E I MIGLIORI CFO	8
08/07/2022 La Gazzetta di Parma Culatello di Zibello importante premio	9
17/07/2022 La Liberta Di Piacenza lo Studio dell'anno che salva le aziende dalla crisi	10
15/07/2022 L'Informatore Borgomanerese Il "Save the Brand" del 2022 va all'eccellenza della ditta Ponti	11

LC WEB

21/07/2022 Ambiente Europa.info 00:22 Premio Internazionalizzazione ?Save The Brand 2022? a Dario Loison	13
15/07/2022 dire.it 11:40 Lo studio La Commara & Partners vince il premio Best Practice Consulenza Tributaria	14
11/07/2022 gdonews.it 00:26 Gruppo Mancuso vince il premio Save the Brand 2022	15
05/07/2022 beverfood.com 14:30 Acqua Sant'Anna riceve il premio Save The Brands	16
15/07/2022 cronachefermane.it 13:07 Legalcommunity Italian Awards 2022: lo studio legale Ciarrocchi vince il premio Best Practice Diritto di Famiglia e Tutela dei Minori	17

06/07/2022 padovaoggi.it 13:17	18
Il molino d'Italia ad aver creato una farina 100% veneta, Molino Cosma premiato a "Save the brand 2022"	
15/07/2022 informazioneonline.it 11:04	19
Lo studio legale A&A di Busto premiato ai Legalcommunity Italian Awards	
06/07/2022 agenfood.it 11:34	20
Pistì vince il premio Save The Brand	
05/07/2022 informazione.it 15:53	21
Siglata la partnership strategica tra Uber e ItTaxi: il contributo di Attilio...	
07/07/2022 corriereditaranto.it 13:54	22
Varvaglione premiata al Save The Brand 2022	
06/07/2022 globalmedianews.info 19:22	23
D'Alessandro Confetture premiata da Foodcommunity in occasione della nona edizione di Save the Brand. Lunedì 4 luglio al Four Seasons di Milano l'azienda abruzzese è stata premiata	
07/07/2022 horecanews.it 14:45	25
Ecco i vincitori di Save the Brand 2022, eccellenti imprenditori e brand made in Italy del settore Food & Beverage	

LC

7 articoli

Il riconoscimento di «Legalcommunity»

Per lo studio Ceccarelli&Silvestri si aprono le porte dei big di Milano

Richieste ai legali pesaresi per partnership di alto livello
«Devo ringraziare per il premio soprattutto i miei colleghi»

Si allunga il... medagliere per lo studio di avvocati Ceccarelli e Silvestri che nei mesi scorsi aveva già vinto prestigiosi attestati a livello nazionale. Ora questo studio legale ha ricevuto il premio avvocato dell'anno M&A durante una cerimonia che si è svolta nei giorni scorsi a Roma nel salone della Fontane. A ricevere il premio è stato Francesco Ceccarelli. Tutti i componenti di questo studio di affari sono rientrati nella short list dei migliori tre studi candidati al premio studio dell'anno. «Sono orgoglioso del premio conferito da Legalcommunity - dice Ceccarelli - ma non posso che ringraziare i miei colleghi di studio che mi hanno affiancato per tutti questi anni nelle tantissime opera-



Francesco Ceccarelli al centro con i colleghi del suo studio legale

zioni che abbiamo condotto nell'intero territorio nazionale». **Visto** il medagliere, questo studio legale è finito sotto la lente di ingrandimento del mondo finanziario milanese e tre di queste grandi firme del settore «si sono dimostrate molto interessate ad entrare in partnership

con la nostra realtà e questo anche perché abbiamo sviluppato un metodo di lavoro che si combina perfettamente con quello dei più rinomati legali, anche alla luce degli incontri lavorativi che intratteniamo da oltre un decennio con strutture professionali di grandi dimensioni».



COSTABISSARA Save the brand a Milano

Premiata la Loison

●● Loison vince il premio Save the brand 2022, un riconoscimento dedicato alle aziende enogastronomiche d'eccellenza che si sono distinte per il valore creato dal marchio. La cerimonia da Four seasons di Milano. A Dario Loison il premio Internazionalizzazione per aver promosso il consumo del panettone tutto l'anno. ● V.M.

© Immagine coordinata



Premiato Dario Loison v.m.

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



RICONOSCIMENTO INTERNAZIONALE

Ponti premiato tra le eccellenze del Made in Italy food & beverage

La nona edizione del Save the Brand incorona l'azienda di Ghemme

Il Gruppo Ponti di Ghemme premiata tra le eccellenze del Made in Italy nel settore food & beverage alla nona edizione del Save the Brand 2022. A ritirare il premio di Brand Hero nel settore Food & Beverage è stato Giacomo Ponti, amministratore delegato del Gruppo, in occasione della nona edizione del Save the Brand che si è svolta a Milano nei giorni scorsi.

L'evento, organizzato da LC Publishing Group con la testata digitale Foodcommunity.it, è dedicato agli imprenditori italiani e alle eccellenze del Made in Italy nel settore Food & Beverage che si sono distinte per il valore del loro marchio.

«Essere riconosciuti come uno dei marchi d'eccellenza del made in Italy, è un orgoglio e una responsabilità che la nostra famiglia porta avanti con impegno da generazioni. Il premio avvalorà gli sforzi pro-

fusi nel campo della sostenibilità dei nostri prodotti, attraverso la valorizzazione della filiera corta e la riduzione della plastica degli imballaggi – afferma Giacomo Ponti, che aggiunge –: anche il benesse-

re e la salute dei nostri dipendenti sono al centro del nostro piano di sviluppo, attraverso premi di produzione e più in generale un welfare aziendale attento all'equilibrio tra vita e lavoro»

Tra le iniziative intraprese, nel 2021 Ponti è diventata - prima nel suo settore - Società Benefit, una forma giuridica virtuosa e innovativa che im-

pegna l'azienda nell'avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

Per garantire che i requisiti di sostenibilità e di tutela sociale vengano rispettati, Ponti riporta in maniera trasparente e completa le proprie attività attraverso il Bilancio di Sostenibilità, una relazione annuale di impatto che descrive sia le azioni svolte che i piani e gli impegni per il futuro.

Una comunicazione diretta e

trasparente è da sempre alla base del rapporto tra Ponti e il consumatore: per questo molte delle attività comunicative dell'azienda sono orientate alla valorizzazione delle linee di prodotto storiche.

Emblema di questa politica è la nuova campagna di comunicazione con Maurizio Lastrico, che racconta l'unicità di Ponti con uno stile leggero e contemporaneo, e di cui è in onda in queste settimane lo spot sull'aceto di vino.

Ma anche nella digital communication le iniziative non mancano, su tutte la partnership con Benedetta Rossi, tra le più importanti food influencer italiane, che, con il suo "Fatto in casa da Benedetta", racconta la tradizione dietro la cultura dell'aceto, presentando il prodotto in modo semplice e naturale con le tradizionali ricette homemade.

K.C.A.

Il riconoscimento è stato attribuito dalla testata digitale Foodcommunity.it e consegnato a Milano



MERCATINO

ACCURACY E ANDAF E I MIGLIORI CFO

■ Sono stati consegnati i riconoscimenti del Cfo Award, la manifestazione ideata da Accuracy (Independent international consulting firm) e Andaf (Associazione nazionale direttori amministrativi finanziari) in collaborazione con Borsa italiana, Elite e [Financecommunity](#).



Eccellenza Culatello di Zibello importante premio

» C'è anche il Consorzio di Tutela del Culatello di Zibello DOP tra le 30 realtà d'eccellenza espressione del made-in-Italy agroalimentare premiate a Milano nell'ambito del premio "Save The Brand", promosso dalla testata Foodcommunity.it. La giuria ha riconosciuto l'importante ruolo giocato dal Culatello di Zibello DOP nella valorizzazione del territorio della Bassa Parmense.

Questa la motivazione ufficiale del premio: «Il Culatello di Zibello DOP è espressione di un territorio, quello della Bassa Parmense, spesso dimenticato ma dalla forte impronta enogastronomica. Re, regine e attori e di tutto il mondo lo prenotano anno per anno».

Ha ritirato il premio il presidente Romeo Gualerzi.



Presidente Romeo Gualerzi

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



Di Piacenza lo Studio dell'anno che salva le aziende dalla crisi

● E' piacentino lo studio dell'anno per la categoria "Ristrutturazioni per la crisi d'impresa" secondo **Legal Community** Italian Awards. Si tratta dello studio aziendale di commercialisti Savi che è stato premiato ieri a Roma, al Salone delle Fontane. «Lo studio vanta una solida expertise nell'ambito delle ristrutturazioni del debito di pmi italiane - si legge nella motivazione del premio - di rilievo

vo è stata nell'ultimo anno un'operazione di risanamento di un'azienda colpita duramente dal Covid, il cui salvataggio ha evitato la perdita di circa 400 posti di lavoro anche grazie al coinvolgimento di una importante agenzia pubblica italiana a supporto della continuità di aziende a marchio storico». «Il nostro studio si occupa da anni di assistenza alle aziende in crisi, per cercare di evitarne la

Sul podio lo studio Saci

chiusura - spiega Daniela Savi - è un lavoro difficile da portare avanti oltre che con professionalità, anche con delicatezza e sensibilità, perché dietro ad ogni impresa in difficoltà ci sono storie di persone, di famiglie intere, di lavoratori». A Roma a testimoniarlo sono stati, oltre a lei, anche altri tre collaboratori dello studio: Davide Filadelfia, Federica Soncini e Benedetta Bruzzi. «Noi siamo molto contenti - conclude Savi - finalmente è arrivato anche un importante riconoscimento a livello nazionale a favore della nostra realtà e dei professionisti che svolgono questo lavoro con passione». **Parab.**



GHEMME

Il “Save the Brand” del 2022 va all’eccellenza della ditta Ponti

Il Gruppo Ponti di Ghemme premiato tra le eccellenze del Made in Italy nel settore food & beverage alla nona edizione del Save the Brand 2022. A ritirare il premio di Brand Hero nel settore Food & Beverage è stato Giacomo Ponti, amministratore delegato del Gruppo, in occasione della nona edizione del Save the Brand che si è svolta a Milano nei giorni scorsi. L'evento, organizzato da LC Publishing Group con la testata digitale Foodcommunity.it, è dedicato agli imprenditori ita-



liani e alle eccellenze del Made in Italy nel settore Food & Beverage che si sono distinte per il valore del loro marchio. «Essere riconosciuti come uno dei marchi d'eccellenza del made in Italy, è un orgoglio e una responsabilità che la no-

stra famiglia porta avanti con impegno da generazioni. Il premio avvalorerà gli sforzi profusi nel campo della sostenibilità dei nostri prodotti, attraverso la valorizzazione della filiera corta e la riduzione della plastica degli imballaggi – afferma Giacomo Ponti, che aggiunge –: anche il benessere e la salute dei nostri dipendenti sono al centro del nostro piano di sviluppo, attraverso premi di produzione e più in generale un welfare aziendale attento all'equilibrio tra vita e lavoro». **K.C.A.**



LC WEB

12 articoli

Premio Internazionalizzazione ?Save The Brand 2022? a Dario Loison

LINK: https://www.ambienteeuropa.info/news_dettaglio.php?id=6380

P r e m i o Internazionalizzazione "Save The Brand 2022" a Dario Loison 21/07/2022
P r e m i o Internazionalizzazione "Save The Brand 2022" a Dario Loison "per aver saputo guardare all'estero e per aver promosso il consumo del panettone tutto l'anno". Il premio "Save the Brand 2022", giunto alla nona edizione. Organizzato da LC Publishing Group - con la sua testata digitale Foodcommunity.it - è dedicato agli imprenditori italiani nel settore Food & Beverage che si sono distinti per il valore che hanno creato intorno al proprio marchio. A Dario Loison è stato assegnato il P r e m i o Internazionalizzazione "Save The Brand 2022" "per aver saputo guardare all'estero e per aver promosso il consumo del panettone tutto l'anno". Un premio di cui Dario Loison è particolarmente orgoglioso e che va ad affiancare i r i c o n o s c i m e n t i FoodCommunity conquistati nel 2018: il premio Save the Brand "Best Practice Tradizione e Innovazione" perché "L'azienda dolciaria dispone di una struttura

produttiva e commerciale agile e all'avanguardia, capace di mantenere i solidi legami con la tradizione pasticceria più antica e di rispondere alla domanda di un mercato globale" e il Premio Food Story "FoodCommunity Awards", con la seguente motivazione: "Pasticceri da tre generazioni, esporta i suoi prodotti in 55 paesi. Le università di tutto il mondo studiano il modello-Loison, connubio tra tradizione e innovazione".

Lo studio La Commara & Partners vince il premio Best Practice Consulenza Tributaria

LINK: <https://www.dire.it/15-07-2022/762533-lo-studio-la-commara-partners-vince-il-premio-best-practice-consulenza-tributaria/>

Lo studio La Commara & Partners vince il premio Best Practice Consulenza Tributaria. Al Salone delle Fontane di Roma si sono svolti i **Legalcommunity** Italian Awards 2022. La cerimonia è stata l'occasione per celebrare le eccellenze del mercato legale italiano su tutto il territorio nazionale. Tra queste lo studio La Commara & Partners (Legale Tributario) si è aggiudicato il premio Best Practice Consulenza Tributaria. Con un team multidisciplinare composto sia da avvocati che dottori commercialisti, lo studio è particolarmente attivo nella fiscalità delle imprese e delle persone fisiche come anche nella consulenza tributaria in sede di verifiche e controlli fiscali. La quinta edizione dell'evento, organizzata da **legalcommunity.it**, ha visto il conferimento dei riconoscimenti alle eccellenze che nel corso dell'anno si sono distinte maggiormente per reputazione ed attività. Le notizie del sito Dire sono

utilizzabili e riproducibili, a condizione di citare espressamente la fonte Agenzia DIRE e l'indirizzo www.dire.it

Gruppo Mancuso vince il premio **Save the Brand** 2022

LINK: <https://www.gdonews.it/2022/07/11/gruppo-mancuso-vince-il-premio-save-the-brand-2022/>



Lunedì 4 luglio, al Four Seasons Hotels and Resorts di Milano si è tenuta la nona edizione di **Save the Brand**, l'evento organizzato da **Foodcommunity.it**, che celebra le eccellenze del Made in Italy, per essersi distinte nel settore Food & Beverage italiano. Il Gruppo Mancuso è stato premiato nella categoria Sviluppo e Innovazione: "Siamo orgogliosi che il nostro impegno quotidiano nel creare e distribuire prodotti di alta qualità da materie prime italiane e siciliane, investendo nell'innovazione, venga premiato e apprezzato da una platea così ben riconosciuta" afferma Antonio Mancuso, Presidente del Gruppo "ma è soprattutto un impegno che io e i miei fratelli Salvatore e Rosario dedichiamo a nostra madre e a tutti i collaboratori delle nostre aziende". Ritirano il premio in foto il consigliere della holding di famiglia Dott. Prof. Angelo Mormina e il Dott. Federico Fumagalli.

Acqua Sant'Anna riceve il premio Save The Brands

LINK: <https://www.beverfood.com/acqua-santanna-riceve-il-premio-save-the-brands-wd/>



Acqua Sant Anna riceve il premio Save The Brands 05/07/2022 Acqua Sant'Anna Spa ottiene il premio Save The Brands, giunto alla nona edizione, in occasione dell'evento organizzato da **LC Publishing Group** - con la sua testata digitale Foodcommunity.it - dedicato agli imprenditori italiani e vere eccellenze del Made in Italy nel settore Food & Beverage che si sono distinte per il valore che sono riuscite a creare intorno al proprio marchio.

Acqua Sant'Anna riceve il premio di "Azienda 4.0" ottenuto "per la tecnologia in costante aggiornamento grazie a continui investimenti per soluzioni robotizzate che hanno consentito elevati controlli qualitativi e velocità di produzione, permettendo grandi volumi di produzione". Sono state premiate quelle aziende che, per performance economica, innovazione di prodotto, attenzione alla sostenibilità, livello di

internazionalizzazione, espansione a nuovi mercati esteri, apertura del capitale a nuovi investitori, innovazione e strategie di branding e comunicazione sono arrivate ad essere veri protagonisti del settore. Altri criteri che hanno portato queste aziende nel mercato del food a distinguersi sono state la qualità del prodotto, lo sviluppo di piani di investimento, la capacità di previsione dei trend della domanda, l'attenzione alla filiera. In questo contesto si premia Acqua Sant'Anna spa, a coronare un percorso di crescita economica continua, volta a consolidare la propria leadership nel settore del beverage, grazie a continui investimenti per lo sviluppo della produzione. La ricetta del successo di Acqua Sant'Anna si fonda infatti sulla ricerca continua, il costante investimento in tecnologia, innovazione, e sviluppo di nuovi prodotti. Alberto Bertone, Presidente e AD, ha puntato da sempre sulla tecnologia,

l'automazione, l'innovazione, creando da subito uno tra i più moderni stabilimenti al mondo nel settore del beverage, che si è costantemente rinnovato e ingrandito, un gioiello hi-tech in alta montagna. + Scheda e news: Acqua Sant'Anna SpA Tu cosa ne pensi? Scrivi un commento (0)

Legalcommunity Italian Awards 2022: lo studio legale Ciarrocchi vince il premio Best Practice Diritto di Famiglia e Tutela dei Minori

LINK: <https://www.cronachefermane.it/2022/07/15/legalcommunity-italian-awards-2022-lo-studio-legale-ciarrocchi-vince-il-premio-best-practice-dirit...>



Legalcommunity Italian Awards 2022: lo studio legale Ciarrocchi vince il premio Best Practice Diritto di Famiglia e Tutela dei Minori PORTO SAN GIORGIO - Giunto alla sua quinta edizione, l'evento ha visto il conferimento dei riconoscimenti alle eccellenze che nel corso dell'anno si sono distinte maggiormente per reputazione ed attività. Tra le varie eccellenze del mercato legale italiano di tutto lo Stivale, la cerimonia ha visto anche l'inaspettata premiazione dello studio legale di Sabrina Ciarrocchi 15 Luglio 2022 - Ore 13:07 ...

Nella giornata di ieri, al Salone delle Fontane di Roma si sono svolti i **Legalcommunity** Italian Awards 2022. Un evento per celebrare e premiare gli studi legali che quotidianamente affiancano il tessuto economico e produttivo del Paese e che mira a promuovere le boutique legali quali eccellenze territoriali sul

panorama nazionale. Giunto alla sua quinta edizione, l'evento ha visto il conferimento dei riconoscimenti alle eccellenze che nel corso dell'anno si sono distinte maggiormente per reputazione ed attività. Tra le varie eccellenze del mercato legale italiano di tutto lo Stivale, la cerimonia ha visto anche l'inaspettata premiazione dello studio legale Ciarrocchi di Porto San Giorgio dell'avvocato Sabrina Ciarrocchi. A lei e alla sua associata dottoressa Diletta Renzi è stato conferito il Best Practice Diritto di Famiglia e Tutela dei Minori con la seguente motivazione: "Boutique a forte vocazione civilistica, con un approccio focalizzato sul rapporto diretto con il cliente che spesso prevede un significativo supporto psicologico. L'attività si incentra su questioni delicate come diritto della famiglia e tutela dei minori .

© RIPRODUZIONE

RISERVATA

Il molino d'Italia ad aver creato una farina 100% veneta, Molino Cosma premiato a "Save the brand 2022"

LINK: <https://www.padovaoggi.it/social/molino-cosma-farina-100-veneta-premiato-save-the-brand-2022-6-luglio.html>



Il molino d'Italia ad aver creato una farina 100% veneta, Molino Cosma premiato a "Save the brand 2022" Premiate al Four Seasons di Milano le aziende del settore Food & Beverage in occasione della nona edizione del **Save the Brand**. Fra le aziende premiate anche Molino Cosma per essere il primo molino d'Italia ad aver creato una farina 100% veneta vince per la sezione valorizzazione del territorio Redazione 06 luglio 2022 15:17 Condividi Premiate al Four Seasons di Milano le aziende del settore Food & Beverage in occasione della nona edizione del **Save the Brand**. L'evento - organizzato da **LC Publishing** Group con la testata digitale Foodcommmunity.it - è dedicato agli imprenditori italiani e alle eccellenze del Made in Italy nel settore Food & Beverage che si sono distinte per il valore del loro marchio. Valorizzazione del territorio Fra le aziende premiate

anche Molino Cosma per essere il primo molino d'Italia ad aver creato una farina 100% veneta vince per la sezione valorizzazione del territorio. I criteri Selezionate da **Foodcommunity.it**, sono state premiate quelle aziende che, per performance economica, innovazione di prodotto, attenzione alla sostenibilità, **l i v e l l o** di internazionalizzazione, espansione a nuovi mercati esteri, apertura del capitale a nuovi investitori, innovazione e strategie di branding e comunicazione sono arrivate ad essere veri protagonisti del settore. Di fatto sono state selezionate 20 aziende del food&beverage fra le oltre 500 aziende italiane. Altri criteri che hanno portato queste aziende nel mercato del food a distinguersi sono stati la qualità del prodotto, lo sviluppo di piani di investimento, la capacità di previsione dei trend della domanda e l'attenzione alla filiera. Un premio che

valorizza il territorio «Per il Molino Cosma è un grande pregio aver partecipato e aver vinto questo prestigioso premio che ci onora per il grande lavoro che stiamo realizzando in questi anni - dichiara Piero Cosma - Le nostre farine con la filiera corta e certificata dimostrano la qualità e, al tempo stesso, valorizziamo il nostro territorio. Il grano delle nostre farine 100% Venete viene raccolto nelle campagne della nostra regione, in particolare nella provincia di Rovigo, e seguiamo tutta la filiera, dal seme allo scaffale, per dare una garanzia di qualità al c l i e n t e ». <https://molinocosma.com/Gallery> © Riproduzione riservata

Lo studio legale A&A di Busto premiato ai **Legalcommunity** Italian Awards

LINK: <https://www.informazioneonline.it/2022/07/15/leggi-notizia/argomenti/busto-1/articolo/lo-studio-legale-aa-di-busto-premiato-ai-legalcommunit...>



Lo studio legale A&A di Busto premiato ai **Legalcommunity** Italian Awards Riconosciuto come "studio dell'anno Mergers & Acquisitions", un ramo del diritto che comprende la consulenza in operazioni di acquisizione e fusione. La premiazione nel suggestivo Salone delle Fontane a Roma Ieri sera, 14 luglio, nel suggestivo Salone delle Fontane a Roma si sono svolti i **Legalcommunity** Italian Awards, nati del Gruppo **LC** Publishing con l'obiettivo di far emergere le eccellenze del mercato legale Italiano su tutto il territorio nazionale. Lo Studio Legale A&A di Busto Arsizio per l'occasione è stato riconosciuto come "Studio dell'Anno M&A - Mergers & Acquisitions", un ramo del diritto che comprende la consulenza in operazioni di acquisizione e fusione che hanno lo scopo di modificare l'assetto di due o più aziende, con la seguente motivazione: "Lo Studio è molto rinomato per la sua attività nelle operazioni corporate, fornendo assistenza in fusioni e acquisizioni sia alle società venditrici che agli investitori". Si legge in una nota del Gruppo **LC**

Publishing: "L'editore del Gruppo, il direttore, i giornalisti e gli analisti del centro ricerche, impegnati da anni a fornire contenuti, informazioni, ricerche, analisi e intelligence nel mondo degli studi legali e tax, hanno incontrato e continuano ad incontrare realtà eccezionali su tutto il territorio italiano. Gli Italian Awards sono dedicati a queste realtà e a questi professionisti eccelsi. L'Italia, infatti, dispone di un tessuto economico fatto di aziende distribuite lungo tutto lo stivale. Queste aziende lavorano con professionisti di eccellenza a loro geograficamente vicini i quali, pur non avendo sedi principali a Roma o Milano, sono in grado di offrire assistenza legale di primissimo piano in ogni ambito in cui l'azienda sviluppa le proprie complessità giuridiche".
Redazione

Pistì vince il premio **Save The Brand**

LINK: <https://www.agenfood.it/cibo/pisti-vince-il-premio-save-the-brand/>



CIBO NL Pistì vince il premio **Save The Brand** Lug 6, 2022 Pistì (Agen Food) - Milano, 06 lug. - Lo scorso lunedì 4 luglio al Four Seasons Hotel di Milano si è tenuto **Save The Brand** 2022, l'evento organizzato da **Foodcommunity** - testata del Gruppo **LC Publishing** - che quest'anno è giunto alla sua nona edizione. Obiettivo dell'evento è riconoscere e premiare il merito dei migliori imprenditori italiani nel settore del food. Le aziende ogni anno vengono premiate poiché si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio. Tra queste anche Pistì, pasticceria nata ai piedi dell'Etna, che si è distinta grazie all'impegno nella promozione del pistacchio di Bronte in tutto il mondo, oltre che per la produzione artigianale e l'uso di ingredienti locali e bio. Pistì nasce a Bronte, ai piedi dell'Etna, una quindicina di anni fa. Nino Marino era un manager creativo proveniente dal

settore alimentare, Vincenzo Longhitano invece era un abile dirigente cresciuto in una storica famiglia di produttori di Pistacchio. Nel 2000 i due giovani uniscono le loro forze per dare vita a una piccola produzione di alta pasticceria. Nello stesso anno, subito dopo il debutto al "Cibus" di Parma, le numerose richieste da parte della grande distribuzione rendono necessario l'acquisto di un'intera pasticceria nel centro di Bronte. Oggi Pistì è un punto di riferimento per il territorio di Bronte e, proprio grazie alla scelta di privilegiare uno standard qualitativo eccellente, impiega stabilmente 90 dipendenti fissi, che diventano 160 nei periodi di alta stagione. Tutte le materie prime impiegate da Pistì raccontano la millenaria storia dolciaria siciliana, in un ideale itinerario attraverso l'Isola: il pistacchio verde di Bronte DOP, la mandorla siciliana, le nocciole dei Nebrodi, lavorati e trasformati

secondo criteri che ne preservano l'integrità e li traducono in squisitezze inimitabili. I dolci sono realizzati a mano, senza l'impiego di bracci o macchine, ma con un lavoro certosino che in cui nulla viene lasciato al caso e tutto l'impegno viene messo in ogni lavorazione. Il fatturato globale è di oltre 55 milioni di euro e venduto unicamente al dettaglio specializzato come boutique, gastronomie e piccoli punti vendita. Pistì è presente in 80 Paesi in tutto il mondo, in particolare Nuova Zelanda, Australia e Giappone. #Pistì

Siglata la partnership strategica tra Uber e ItTaxi: il contributo di Attilio...

LINK: <https://www.informazione.it/c/33E2302C-D976-41FE-9F6A-AA1036BBCC5/Siglata-la-partnership-strategica-tra-Uber-e-ItTaxi-il-contributo-di-Atti...>

Siglata la partnership strategica tra Uber e ItTaxi: il contributo di Attilio Mazzilli (Orrick) Attilio Mazzilli: lo studio legale Orrick ha assistito Splyt nell'accordo siglato tra la piattaforma Uber e l'operatore ItTaxi Roma, 05 / 07 / 2022 (informazione.it - comunicati stampa - società) L'accordo con Uber consentirà agli utenti dei servizi di trasporto pubblico e privato di avvalersi di oltre 12mila mezzi e operatori di cui dispone ItTaxi. Orrick, di cui Attilio Mazzilli è Partner, ha assistito Splyt. Attilio Mazzilli: accordo tra Uber e ItTaxi, Orrick affianca Splyt Oltre 12mila mezzi di cui dispone ItTaxi, operatore italiano per i servizi taxi, potranno lavorare per mezzo Uber, la nota piattaforma globale di mobilità urbana. Con l'accordo strategico recentemente firmato si conclude così la lunga questione che ha riguardato le procedure adottate nel tempo dal colosso americano. Nella stesura della partnership, Splyt, partner di diritto inglese che ha consentito di integrare i sistemi di interconnessione fra Uber e ItTaxi, è stato

assistito da Cernelutti Uk e Orrick. Il team di Orrick ha visto la collaborazione di diversi professionisti tra cui Attilio Mazzilli che, oltre a essere Partner, è anche Responsabile del Tech Group Italiano e membro dell'International Technology Companies Group. La piattaforma Uber è stata assistita da Hogan Lovells, mentre ItTaxi da Longo & Rossetti. I primi a beneficiare del nuovo servizio saranno gli utenti presenti nelle città di Milano e Roma, ma in futuro si prevede che l'attuazione dell'accordo possa raggiungere anche le altre città italiane. Attilio Mazzilli: la carriera in Orrick La carriera di Attilio Mazzilli presso il noto studio legale internazionale Orrick, Herrington & Sutcliffe, fondato nel 1863 a San Francisco, ha inizio nel 2015: la sua attività si concentra in particolare nell'ambito di operazioni M&A, sia nazionali sia cross border, nel private equity e nel venture capital. Si occupa inoltre di startup e fondi di Venture Capital offrendo assistenza in operazioni di finanziamento, ma anche negli ambiti legati al diritto societario e alle q u o t a z i o n i . H a

recentemente assistito Safety21 nell'acquisizione dell'intero capitale sociale di Kapsch TrafficCom S.r.l., filiale italiana di Kapsch TrafficCom AG; Cerba HealthCare, leader nella diagnostica ambulatoriale, nell'acquisizione dell'intera partecipazione di Lifebrain da Global Healthcare Services Srl; Scalapay nel round Serie B da 497 milioni di euro guidato da Tencent e Willoughby Capital, oltre all'investimento per 27 milioni di dollari da parte di Poste Italiane, in un'estensione del round Serie B. Per le sue profonde competenze e per l'impegno dimostrato in Orrick, nel 2020 Attilio Mazzilli è stato insignito del Premio "Avvocato dell'Anno Venture Capital" ai **Legalcommunity Awards**.

Varvaglione premiata al **Save The Brand** 2022

LINK: <https://www.corriereditaranto.it/2022/07/07/varvaglione-premiata-al-save-the-brand-2022/>

L'azienda vinicola tarantina, unica pugliese a ricevere il riconoscimento, prima nella categoria Sviluppo e Innovazione redazioneonline pubblicato il 07 Luglio 2022, 15:21 Tra le migliori aziende dell'anno, secondo **Save The Brand** 2022, c'è anche Varvaglione1921. Durante l'evento organizzato nei giorni scorsi al Four Seasons Hotel di Milano da **Foodcommunity**, testata del Gruppo **LC Publishing**, sono stati premiati come al solito i migliori imprenditori italiani del food & beverage che si sono distinti per creatività, originalità e attenzione alla sostenibilità. Nella rassegna, giunta alla nona edizione, non è passata inosservata la crescita esponenziale di Varvaglione, azienda vitivinicola tarantina che ha battuto tutti nella categoria "Sviluppo e Innovazione": a pesare nella scelta il fatto che la cantina ionica, guidata da Cosimo e Maria Teresa Varvaglione, abbia coniato la prima etichetta di realtà aumentata, realizzata dall'illustratrice Lucia Emanuela Curzi e dal digital storyteller Frankie Caradonna per il vino Masseria Pizzariello, un Cru da single vineyard che vuole celebrare i cento anni

di Varvaglione1921. Si tratta dell'ennesimo riconoscimento per questa secolare realtà tutta tarantina, che è riuscita a conciliare nel tempo know-how e tradizione con le più avanzate tecnologie di vinificazione, mantenendo un occhio vigile sui mercati nazionali e internazionali. "Siamo orgogliosi di aver ricevuto l'ambito premio **Save The Brand** - ha dichiarato Marzia Varvaglione, Responsabile Marketing e Mercati Esteri di Varvaglione1921-, sicuramente è il giusto riconoscimento di un lavoro incentrato sulla storia e sulla tradizione vinicola della provincia di Taranto, e più in generale di una regione ricca di materie prime come la Puglia, ma che da anni guarda al futuro con sempre più attenzione e lungimiranza".

D'Alessandro Confetture premiata da Foodcommunity in occasione della nona edizione di Save the Brand. Lunedì 4 luglio al Four Seasons di Milano l'azienda abruzzese è stata premiata

LINK: <https://globalmedianews.info/2022/07/06/dalessandro-confetture-premiata-da-foodcommunity-in-occasione-della-nona-edizione-di-save-the-brand-...>



D'Alessandro Confetture premiata da Foodcommunity in occasione della nona edizione di Save the Brand. Lunedì 4 luglio al Four Seasons di Milano l'azienda abruzzese è stata premiata a Save the Brand da Foodcommunity per la sezione Sostenibilità e iniziative sociali. Posted on 6 Luglio 2022. D'Alessandro Confetture è stata premiata per la Sostenibilità e le iniziative sociali a Save the Brand questo lunedì 4 luglio al Four Seasons di Milano. Il concorso organizzato da Foodcommunity (testata del Gruppo LC Publishing) giunto alla sua nona edizione premia le aziende italiane che si sono distinte per merito nel settore food. La sostenibilità ambientale e l'impegno sociale sono valori che da sempre accompagnano l'azienda di Giuliano Teatino: la produzione artigianale di confetture, marmellate, salse e composte per

l'approvvigionamento di materie prime si avvale principalmente di aziende del territorio abruzzese che lavorano con metodi rispettosi per l'ambiente e la comunità di appartenenza con programmi di inclusione sociale. Cinzia D'Alessandro, direttore commerciale di D'Alessandro Confetture commenta così il premio ricevuto: "Siamo lieti di aver avuto questo riconoscimento perché siamo stati tra le trenta aziende selezionate a livello nazionale per il merito e l'innovazione che portiamo nel settore agroalimentare. Siamo orgogliosi di poter affermare che i nostri rapporti con i fornitori sono lavorativi ma soprattutto sono rapporti di fiducia: conosciamo ed amiamo il nostro territorio e condividiamo con loro gli stessi valori. Stiamo attuando sempre più azioni quotidiane per rendere la

nostra azienda più sostenibile: da oltre vent'anni crediamo nel biologico e per questo abbiamo una linea dedicata di confetture extra, cerchiamo di ridurre il nostro impatto massimizzando i trasporti e non effettuando spedizioni troppo piccole e prossimamente avremo un impianto fotovoltaico in azienda per alimentarci con energia pulita. Vorrei ringraziare tutti i nostri collaboratori, partner e fornitori oltre a Confartigianato Chieti - L'Aquila per averci supportato e sostenuto." L'impegno nella salvaguardia ambientale e la sostenibilità economica e sociale, infatti, sono valori chiave che D'Alessandro Confetture si impegna a perseguire per i suoi clienti e per il rispetto e l'amore verso il proprio territorio. L'importante riconoscimento di Save the Brand si inserisce nel contesto di

operazioni innovative che l'azienda ha messo in campo da quest'anno: partendo dal rebranding delle linee di prodotto, al rifacimento del logo e del sito web, la comunicazione di D'Alessandro Confetture ha optato per a cura della redazione

Ecco i vincitori di **Save the Brand** 2022, eccellenti imprenditori e brand made in Italy del settore Food & Beverage

LINK: <https://horecanews.it/ecco-i-vincitori-di-save-the-brand-2022-eccellenti-imprenditori-e-brand-made-in-italy-del-settore-food-beverage/>

Ecco i vincitori di **Save the Brand** 2022, eccellenti imprenditori e brand made in Italy del settore Food & Beverage. Alla serata di **Save The Brand** al Four Seasons di Milano, imprenditori e brand made in Italy sono stati premiati distinguendosi nel settore Food & Beverage. Premi & Riconoscimenti Redazione 2 - 7 Luglio 2022. Si è tenuta lo scorso lunedì 4 luglio la nona edizione di **Save the Brand**, evento organizzato da **LC Publishing Group** con la testata digitale **Foodcommunity.it**, dedicato agli imprenditori italiani e alle eccellenze del Made in Italy nel settore Food & Beverage che si sono distinte per il valore del loro marchio. Trenta le aziende premiate al Four Seasons di Milano. Ponti, premiato tra le eccellenze del Made in Italy "Nato nel 1787, Ponti è un brand affermato a livello internazionale tra i primi a portare l'aceto italiano in tutto il mondo. La storia di questa impresa, brand hero 2022 del **Save The Brand** di **Foodcommunity.it**, attraversa nove generazioni e ha fatto dell'attività di comunicazione e marketing una delle leve più strategiche del proprio

successo globale. La storia di Ponti si distingue in questi tempi, anche per l'impegno nella sostenibilità. Dal 2017 aderisce al programma di Azione delle Nazioni Unite, Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. Ponti produce anche una linea Bio con prodotti ottenuti solo da coltivazioni biologiche e senza conservanti." Con queste motivazioni ieri sera **Giacomo Ponti**, amministratore delegato del gruppo Ponti, ha ritirato il premio Brand Hero nel settore Food & Beverage in occasione della nona edizione del **Save the Brand**. "Essere riconosciuti come uno dei marchi d'eccellenza del made in Italy, è un orgoglio e una responsabilità che la nostra famiglia porta avanti con impegno da generazioni. Il premio avvalorà gli sforzi profusi nel campo della sostenibilità dei nostri prodotti, attraverso la valorizzazione della filiera corta e la riduzione della plastica degli imballaggi" - afferma Giacomo Ponti, che aggiunge: "Anche il benessere e la salute dei nostri dipendenti sono al centro del nostro piano di sviluppo, attraverso premi di produzione e più in

generale un welfare aziendale attento all'equilibrio tra vita e lavoro". Tra le iniziative intraprese, nel 2021 Ponti è diventata prima nel suo settore Società Benefit, una forma giuridica virtuosa e innovativa che impegna l'azienda nell'avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Per garantire che i requisiti di sostenibilità e di tutela sociale vengano rispettati, Ponti riporta in maniera trasparente e completa le proprie attività attraverso il Bilancio di Sostenibilità, una relazione annuale di impatto che descrive sia le azioni svolte che i piani e gli impegni per il futuro. Una comunicazione diretta e trasparente è da sempre alla base del rapporto tra Ponti e il consumatore, per questo molte delle attività comunicative dell'azienda sono orientate alla valorizzazione delle linee di prodotto storiche. Emblema di questa politica è la nuova campagna di comunicazione con Maurizio Lastrico, che racconta l'unicità di Ponti con uno stile leggero e contemporaneo, e di cui è in onda in queste settimane lo spot sull'Aceto di Vino. Ma anche nella digital communication le iniziative

non mancano, su tutte la partnership con Benedetta Rossi, tra le più importanti food influencer italiane, che con il suo "Fatto in casa da Benedetta" racconta la tradizione dietro la cultura dell'aceto, presentando il prodotto in modo semplice e naturale con le tradizionali ricette homemade. I criteri di assegnazione da parte della redazione di **Foodcommunity.it**, riguardano le aziende che, per performance economica, innovazione di prodotto, attenzione alla sostenibilità, livello di internazionalizzazione, espansione a nuovi mercati esteri, apertura del capitale a nuovi investitori, innovazione e strategie di branding e comunicazione sono arrivate ad essere stakeholder di riferimento del settore. Pistì vince il premio **Save the Brand**. Le aziende ogni anno vengono premiate da **Save the Brand** poiché si sono distinte per il valore che negli anni sono riuscite a costruire intorno al marchio. Tra queste anche Pistì, pasticceria nata ai piedi dell'Etna, che si è distinta grazie all'impegno nella promozione del pistacchio di Bronte in tutto il mondo, oltre che per la produzione artigianale e l'uso di ingredienti locali e bio. Pistì nasce a Bronte, ai piedi dell'Etna, una quindicina di anni fa. Nino Marino era un manager

creativo proveniente dal settore alimentare, Vincenzo Longhitano invece era un abile dirigente cresciuto in una storica famiglia di produttori di Pistacchio. Nel 2000 i due giovani uniscono le loro forze per dare vita a una piccola produzione di alta pasticceria. Nello stesso anno, subito dopo il debutto al "Cibus" di Parma, le numerose richieste da parte della grande distribuzione rendono necessario l'acquisto di un'intera pasticceria nel centro di Bronte. Oggi Pistì è un punto di riferimento per il territorio di Bronte e, proprio grazie alla scelta di privilegiare uno standard qualitativo eccellente, impiega stabilmente 90 dipendenti fissi, che diventano 160 nei periodi di alta stagione. Tutte le materie prime impiegate da Pistì raccontano la millenaria storia dolciaria siciliana, in un ideale itinerario attraverso l'Isola: il pistacchio verde di Bronte DOP, la mandorla siciliana, le nocciole dei Nebrodi, lavorati e trasformati secondo criteri che ne preservano l'integrità e li traducono in squisitezze inimitabili. I dolci sono realizzati a mano, senza l'impiego di bracci o macchine, ma con un lavoro certosino che in cui nulla viene lasciato al caso e tutto l'impegno viene messo

in ogni lavorazione. Il fatturato globale è di oltre 55 milioni di euro e venduto unicamente al dettaglio specializzato come boutique, gastronomie e piccoli punti vendita. Pistì è presente in 80 Paesi in tutto il mondo, in particolare Nuova Zelanda, Australia e Giappone. D'Alessandro Confetture premiata da **Foodcommunity** in occasione della nona edizione di **Save the Brand**. D'Alessandro Confetture è stata premiata per la Sostenibilità e le iniziative sociali a **Save the Brand** questo lunedì 4 luglio al Four Seasons di Milano. La sostenibilità ambientale e l'impegno sociale sono valori che da sempre accompagnano l'azienda di Giuliano Teatino: la produzione artigianale di confetture, marmellate, salse e composte per l'approvvigionamento di materie prime si avvale principalmente di aziende del territorio abruzzese che lavorano con metodi rispettosi per l'ambiente e la comunità di appartenenza con programmi di inclusione sociale. Cinzia D'Alessandro, direttore commerciale di D'Alessandro Confetture commenta così il premio ricevuto: "Siamo lieti di aver avuto questo riconoscimento perché siamo stati tra le trenta

aziende selezionate a livello nazionale per il merito e l'innovazione che portiamo nel settore agroalimentare. Siamo orgogliosi di poter affermare che i nostri rapporti con i fornitori sono lavorativi ma soprattutto sono rapporti di fiducia: conosciamo ed amiamo il nostro territorio e condividiamo con loro gli stessi valori. Stiamo attuando sempre più azioni quotidiane per rendere la nostra azienda più sostenibile: da oltre vent'anni crediamo nel biologico e per questo abbiamo una linea dedicata di confetture extra, cerchiamo di ridurre il nostro impatto massimizzando i trasporti e non effettuando spedizioni troppo piccole e prossimamente avremo un impianto fotovoltaico in azienda per alimentarci con energia pulita. Vorrei ringraziare tutti i nostri collaboratori, partner e fornitori oltre a Confartigianato Chieti - L'Aquila per averci supportato e sostenuto." L'impegno nella salvaguardia ambientale e la sostenibilità economica e sociale, infatti, sono valori chiave che D'Alessandro Confetture si impegna a perseguire per i suoi clienti e per il rispetto e l'amore verso il proprio territorio. L'importante riconoscimento di **Save the Brand** si

inserisce nel contesto di operazioni innovative che l'azienda ha messo in campo da quest'anno: partendo dal rebranding delle linee di prodotto, al rifacimento del logo e del sito web, la comunicazione di D'Alessandro Confetture ha optato per la semplicità e la trasparenza in modo da trasmettere i propri valori in modo immediato e d'impatto. Al Gruppo Lo Conte il premio **Save the Brand** 2022 Il Gruppo Lo Conte conquista il premio **Save The Brand** 2022, nella categoria Sviluppo e Innovazione grazie alla vasta gamma di referenze tra farine speciali, miscele per dolci e salati, ingredienti e accessori per la decorazione, simboli di tradizione e qualità. **Save The Brand** è il premio alle 30 migliori aziende del settore Food&Beverage, organizzato da **LC Publishing Group** in collaborazione con la testata **Foodcommunity.it**, che premia imprenditori e aziende eccellenze del Made in Italy. Le migliori aziende si sono distinte per il valore creato intorno al proprio marchio, in un settore in continua crescita come quello del Food&Beverage arrivando ad essere vere protagoniste. "Siamo orgogliosi di aver ricevuto questo importante premio che certifica l'impegno della nostra azienda

nell'innovazione e nello sviluppo delle materie prime e delle formulazioni"- dichiara Cristian Ciccone, Global Brand Director FarmaFood e Consigliere di Amministrazione Gruppo Lo Conte - "Grazie all'ampia gamma di referenze oggi il Gruppo Lo Conte risponde a tutte le esigenze di mercato con un'offerta distintiva e funzionale alle esigenze di utilizzo con i brand Le Farine Magiche, Molino Vigevano, Decorì e da ultimo anche nell'alimentazione speciale con il brand Giusto". Acqua Sant Anna riceve il premio Save the Brands È Alberto Bertone, Presidente e AD di Acqua Sant'Anna Spa, a ritirare il premio Save The Brands, giunto alla nona edizione, in occasione dell'evento organizzato da **LC Publishing Group** - con la sua testata digitale Foodcommunity.it - dedicato agli imprenditori italiani e vere eccellenze del Made in Italy nel settore Food & Beverage che si sono distinte per il valore che sono riuscite a creare intorno al proprio marchio. Acqua Sant'Anna riceve il premio di "Azienda 4.0" ottenuto "per la tecnologia in costante aggiornamento grazie a continui investimenti per soluzioni robotizzate che hanno consentito elevati controlli qualitativi e velocità di

produzione, permettendo grandi volumi di produzione". Si corona così un percorso di crescita economica continua, volta a consolidare la propria leadership nel settore del beverage, grazie a continui investimenti per lo sviluppo della produzione. La ricetta del successo di Acqua Sant'Anna si fonda infatti sulla ricerca continua, il costante investimento in tecnologia, innovazione, e sviluppo di nuovi prodotti. Alberto Bertone, Presidente e AD, ha puntato da sempre sulla tecnologia, l'automazione, l'innovazione, creando da subito uno tra i più moderni stabilimenti al mondo nel settore del beverage, che si è costantemente rinnovato e ingrandito, un gioiello hi-tech in alta montagna. Ecco tutti i premiati dell'edizione **Save The Brand** 2022: **BRAND HERO** Ponti Aceto Ponti, nato nel 1787, è un brand affermato a livello internazionale tra i primi a portare l'aceto italiano in tutto il mondo. La storia di questa impresa, brand hero 2022 del **Save The Brand** di **Foodcommunity**.it, attraversa nove generazioni e ha fatto dell'attività di comunicazione e marketing una delle leve più strategiche del proprio successo globale. La storia di Ponti si distingue in questi tempi, anche per l'impegno nella

sostenibilità. Dal 2017 aderisce al programma di Azione delle Nazioni Unite, Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile. Ponti produce anche una linea Bio con prodotti ottenuti solo da coltivazioni biologiche e senza conservanti. **STRATEGIA DI SVILUPPO** Sal de Riso Tra i più creativi imprenditori del sud Italia, ha saputo far diventare la sua pasticceria una vera azienda del Made in Italy. **SVILUPPO & INNOVAZIONE** Varvaglione La prima cantina in Italia a realizzare un'etichetta che utilizza la tecnologia della Realtà Aumentata, nata per celebrare il centenario dell'azienda. **SVILUPPO & INNOVAZIONE** Lo Conte La produzione di Lo Conte comprende oltre 350 referenze tra farine speciali, miscele per dolci e salati, ingredienti, accessori...Il Brand Farine magiche nato nel 1980 è il simbolo dello spirito innovatore di questa azienda che da anni investe nella ricerca e sviluppo a partire dalle materie prime (ex. deglutinazione del chicco attraverso un processo tecnologico brevettato. O invenzione del prototipo per la concentrazione della biomassa microbica che ha portato allo sviluppo di una mousse a base di farina di castagne). **SVILUPPO & INNOVAZIONE** Cantina Santa Lucia Una cantina che

ha puntato per prima a promuovere il Nero di Troia come vitigno autoctono in purezza **SVILUPPO & INNOVAZIONE** Pinsami Per la creazione di un nuovo modo di fruire della tipica pinsa, portando un prodotto facile da utilizzare in tutta la ristorazione **SVILUPPO & INNOVAZIONE** Andriani Per aver saputo cogliere la sfida di produrre e raccontare un nuovo modo di alimentarsi con legumi e cereali. **SVILUPPO & INNOVAZIONE** Mancuso Gruppo Mancuso, da 100 anni attiva nella produzione di gelati e dessert, nel periodo 2022-2024 sarà protagonista di un piano di investimento per rispondere alle crescenti esigenze del mercato e di un piano assunzioni che prevede 80 ingressi in Italia. Nel 2022 la società ha, inoltre, lanciato una nuova divisione specializzata nella produzione del gelato senza glutine e senza lattosio, con un nuovo stabilimento specializzato nella produzione di gelati e dessert per il mercato della celiachia e delle nuove esigenze alimentari. **SVILUPPO & INNOVAZIONE** Damiano Damiano è l'azienda siciliana leader nel mondo nella produzione e trasformazione di frutta secca biologica. Fondata nel 1964 da Pasquale Damiano in un territorio vocato alla produzione delle nocciole,

Damiano ha introdotto la sua prima produzione biologica nel 1976, pionieri del settore in Italia ed in Europa. Damiano è certificata anche Benefit Corporation, certificazione assegnata a quelle aziende che agiscono secondo i più alti standard di responsabilità e che soddisfano i più elevati criteri di trasparenza e di impegno sociale e ambientale. INNOVAZIONE DEL PRODOTTO Joy Brand storico negli alimenti planted based. PROMOZIONE DEL TERRITORIO Aceto Balsamico del Duca Tra i promotori della tutela dell'aceto balsamico di Modena IGT nel mondo. PROMOZIONE DEL TERRITORIO Amaro Amara L'amaro siciliano nasce sulle pendici dell'Etna, è promotore di una cultura e di un territorio ed è prodotto con Arancia rossa di Sicilia IGP coltivata in aranceti di proprietà. Le arance vengono rigorosamente sbucciate a mano e le scorze sono poi infuse con erbe selezionate. La coltivazione viene fatta in assenza di sostanze chimiche. PROMOZIONE DEL TERRITORIO Pistì L'azienda vanta una produzione artigianale, l'utilizzo di ingredienti locali e biologici e si impegna a promuovere il pistacchio di Bronte PROMOZIONE DEL

TERRITORIO Mieli Thun Originario della Val di Non, Mieli Thun è un miele trentino che produce mieli monoflora in purezza coltivati nel momento di massima fioritura. SVILUPPO SOSTENIBILE Lungarotti Azienda all'avanguardia sul fronte della salvaguardia ambientale, da anni pratica una viticoltura sostenibile non usando diserbanti e componenti chimici SOSTENIBILITÀ E INIZIATIVE SOCIALI Confetture d'Alessandro L'azienda, da sempre attiva nel sociale, ha intrapreso un percorso di inclusione coinvolgendo nel percorso produttivo anche fornitori che favoriscono l'integrazione lavorativa di persone con disabilità. STRATEGIA DI MARKETING Valdo Azienda dall'e-commerce più fruttuoso, ha superato la soglia dei sei z e r i . F I L I E R A ECOSOSTENIBILE Brazzale Nel mondo del latte dalla fine del '700, la famiglia Brazzale realizza formaggi di qualità con un'attenzione particolare alla sostenibilità con una filiera ecosostenibile VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO Consorzio del Culatello di Zibello DOP Il Culatello di Zibello della bassa parmense racconta di un'eccellenza di un territorio spesso dimenticato ma dalla forte

impronta enogastronomica. Re, regine e attori e di tutto il mondo lo prenotano anno per anno. Ambasciatori del buon cibo italiano in tutto il mondo, il culatello è un'eccellenza d'eccezione. VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO Molino Cosma Il primo molino a produrre una farina 100% veneta. INTERNAZIONALIZZAZIONE Loison Terza generazione di pasticceri, Dario Loison ha saputo guardare all'estero e sta cercando di portare il consumo del panettone a tutto l'anno VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO Ceretto Tra gli imprenditori più visionari nel mondo del vino. L'azienda ha saputo investire e trovare un parallelo con il mondo dell'arte. SICUREZZA ALIMENTARE 4.0 Giò Porro Attraverso il metodo Bresola Zero hanno comunicato in modo nuovo e innovativo valori legati al benessere e alla sicurezza alimentare. BRAND STORICO Galup La Galup è un'azienda italiana specializzata nella produzione di dolci, fondata a Pinerolo nel 1922 da Pietro Monsù Ferrua, pasticciere piemontese. BRAND STORICO Orco Da 110 anni presente nelle dispense è lo specialista italiano delle salse che, tra tradizione e innovazione, sfida i colossi del settore. BRAND STORICO Nonino La

grappa Nonino rappresenta da oltre 120 anni la storia della distilleria italiana e in particolare della grappa monovitigno, tecnica unica e rivoluzionaria di cui ne detengono la paternità. BRAND STORICO Vergani La storia del Panettone Vergani nasce a Milano nel 1944, in un piccolo laboratorio di pasticceria in viale Monza. L'impresa ancora oggi, dopo quattro generazioni, vede tramandata la ricetta originale del panettone. BRAND STORICO Campari Campari nasce nel 1860 da un'idea di Gaspare Campari e il primo stabilimento aprì a Milano nel 1904. Oggi Campari è un marchio conosciuto in tutto il mondo con 22 impianti distributivi e 190 mercati di distribuzione attivi. Anche per campari la sostenibilità sta al centro del sistema di valori e si concretizza in quattro aree di impegno: persone, pratiche responsabili, ambiente e impegno nelle comunità. BRAND D'ECCELLENZA Consorzio Prosciutto di Parma Nato nel 1963, il Consorzio del prosciutto di Parma ha lo scopo di tutelare e valorizzare in tutto il mondo questo prosciutto. Il consorzio sviluppa attività di promozione del prodotto (campagne pubblicitarie, attività informative) garantisce il rispetto della

protezione della denominazione DOP e garantisce assistenza alle aziende associate. AZIENDA 4.0 Acqua Sant'Anna Azienda Made in Italy che possiede uno degli Impianti produttivi tra i più grandi al mondo con 16 linee produzione di cui tre di asettico. Capacità produttiva di 54 mila bottiglie all'ora da 1,5 litri e 81 mila bottiglie all'ora da 0,5 l. Innovazione, tecnologia e continua ricerca che hanno reso Acqua Sant'Anna un'eccellenza unica.