

Cliente: Federazione Latterie Alto Adige

Data: 2 Maggio 2016

Prodotto: Brimi – Linea Senza Lattosio

Testata: GDOWEEK N.8

Frequenza: quindicinale

www.gdoweeek.it

GDOWEEK

8 - 2016

2 maggio

GDOWEEK 2016 - Settimanale - New Business Media s.r.l. - via Eritrea, 21 - 20157 MILANO - ISSN 1123-7260
Poste Italiane S.p.A. - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (Conv. in L. 27/02/2004 n. 46) - art. 1, Comma 1, DCB Milano



Patara
Gnocchi

Pronti ad
innamorarvi
della
vegana?

CIBUS2016
PARMA 9-12 MAGGIO • PAD 3 STAND D038



LAST PIN

Crederci in se stessi significa anche credere in quello che si fa e investirci: come Unes con il Viaggiatore Goloso, che continua ad accrescere la propria brand equity, grazie a passaggi ben dosati: prima una selezione accurata e un packaging originale, poi il negozio monomarca (temporary) e oggi una parete dedicata. Assistiamo ad un ribaltamento di ruoli: non più l'insegna che trascina la propria marca, ma la mdd che crea valore per l'insegna.

retailer
ancora

TAIL&INDUSTRIA

Il mercato della pasta secca si acciana nuovi ingredienti per nuovi get salutistici

Primi della classe e geni ribelli, le intuizioni della gdo per il canale olistico

Il lattosio è preso per le corna



L'altoatesina Brimi ha arricchito il proprio assortimento di formaggi freschi con diverse novità senza lattosio: dopo la mozzarella ha lanciato il filone pizza (250 g) e la ricotta senza lattosio (200 g). Nuova anche la mozzarella light (nel formato singolo da 125 g o in quello doppio), che contiene il 30% di grassi in meno.

Latteria Merano, invece, punta sul senza lattosio con due nuove referenze: il burro senza lattosio e la nuova linea dello yogurt Bellavita, senza lattosio, e con zero grassi.

Dopo il successo dei formaggi a fette senza lattosio Emmentaler, Edamer e Tilsiter, l'azienda bavarese Bayernland lancia ora la Mozzarella Valfiorita lactose free nei formati da 100 g e da 400 g, ideata per il consumatore finale ma anche per le pizzerie, i ristoranti e per tutto il segmento Horeca.



Un'altra altoatesina, Stuffer, ha lanciato sul mercato una nuova referenza, i Focchi di latte senza lattosio gluten free, da 150 g, privi di conservanti e allergeni e con solo il 2,2% di grassi per 100 g di prodotto,



andando ad ampliare la gamma "Stuffer Liberi dal Lattosio" che include attualmente 12 referenze.

twitter

ANSA

Senza glutine e #bio, ecco il settore alimentare che non conosce crisi #glutenfree

DIRE.IT

Passione "senza". Volano in #Italia consumi #glutenfree #ogmfree e #biologici. #QualitaReale per #consumoconsapevole

COLDIRETTI

Il 70% degli italiani è disposto a pagare di più un alimento del tutto naturale, il 65% per uno #ogmfree il 63% per prodotti #bio

100% farina di piselli verdi, rigorosamente senza glutine, biologici e vegan, caratterizzata da un alto contenuto di fosforo, ferro, zinco e manganese, ricca di proteine, fibre e altri apporti nutrizionali preziosi alleati della salute e del benessere quotidiano. Perfetta per i celiaci e per chi è sensibile al glutine, per chi segue una dieta vegana, per gli sportivi e per chi conduce semplicemente uno stile di vita sano ed equilibrato. Legù, l'antipasta, è la recentissima proposta di ITineri, azienda di Albizzate, in provincia di Varese, prodotta solo con farina di legumi in proporzione variabile tra ceci, fagioli bianchi, piselli gialli decorticati.

La risposta dell'industria di marca

I produttori non stanno certo a guardare e sul mercato sono arrivate nelle ultime settimane moltissime novità. Un fronte molto caldo è senz'altro quello dell'olio di palma, che sta scomparendo da moltissime ricette, con diversificate soluzioni di sostituzione. Si è mossa Colussi su tutto il protafoglio prodotti. Sarchio, specializzata in prodotti biologici, privi di glutine e vegani, ha recentemente lanciato due nuove versioni di mini crackers, al grano e al farro, certificate Vegan Society, senza lievito né derivati animali. Fiore all'occhiello è l'assenza di olio di palma. Per chi punta a inserire sul packaging il logo della spiga barrata (che raccoglie l'incondizionata fiducia dei celiaci) diventa fondamentale garantire la sicurezza da contaminazioni nel tempo. Gli specialisti in tal senso possono dunque lavorare in direzione di progressivi e veloci ampliamenti dell'offerta. Dr Schär si è data come mission la possibilità di portare sul mercato il maggior numero di soluzioni adatte al fuoricasa, che resta il punto debole di molte situazioni free-from, in particolare per chi ha reali problemi di salute. Rinnova così la linea pizza, gnocchi e lasagne. E i trend si incrociano sempre: così le nuove pizze surgelate sono guarnite con ingredienti made in Italy: olio extra vergine d'oliva, passata di pomodoro e mozzarella (prodotta con latte dell'Alto Adige, ma senza lattosio in una versione di Margherita). Granoro nella sua evoluzione gluten-free sottolinea la filiera garantita (Pasta di Filiera 100% Puglia) e il servizio: pronta in due minuti.