

WINNER CATALOGUE 2019

FASC/COLO

ETICO
ETHICAL
FOOD DESIGN

1° EDIZIONE

Etico Ethical - Food Design
Comunicazione Etica | Gianna Paciello
Qualità-Prezzo | Cristina Lazzati
Suvenir da Vietri sul Mare | Ugo La Pietra



Sommario

Etico Ethical - Food Design

Introduzione

Comunicazione Etica

L'impegno di Aida Partners nell'Era Etica

Qualità-Prezzo

La scelta etica del consumatore

Suvenir da Vietri sul Mare

Un messaggio dall'artista Ugo La Pietra

Food Design

La Giuria

La Premiazione

Ètico Ethical - Food Design Award

Ètico Ethical - Food Design

1° Edizione - Premi e Menzioni

Criteri Etici

Nomination

Le Motivazioni della Giuria

Menzioni d'Onore

Menzioni Speciali

Awards

Premio Speciale MarkUp

Con il patrocinio di

Sponsor



ETICO ETHICVT FOOD DESIGN

L'evento è stato aperto da Sergio Costa, presidente di Associazione Culturale Plana, e poi moderato dal Presidente della Giuria Paolo Barichella, che ha così definito il progetto: "una costola di grandesignEtico con focalizzazione sul mondo del Food, un universo di aziende, produzioni e valori che hanno in questi anni iniziato a sviluppare attenzione per i temi dell'eticità. Ethical Food Design è quindi un Award che di edizione in edizione intende creare un network sempre più solido, ampio e di rilievo, in grado di incidere realmente nella società e nell'economia italiana in favore di una sostenibilità piena e reale".

"La nostra è una società di comunicazione presente sul mercato da oltre 25 anni, con una forte sensibilità verso la comunicazione di progetti legati alla sostenibilità e al mondo del Food – ha spiegato Gianna Paciello, membro della Giuria e Vicepresidente di Aida Partners – Essere chiamati a promuovere questo premio è stato quindi un percorso per noi molto naturale. La comunicazione è oggi il principale volano dei temi legati all'eticità e alla sostenibilità e il premio si pone proprio questo obiettivo: favorire un circolo virtuoso di etica, riuso e trasparenza che potremmo riassumere nel concetto di economia circolare".

Sponsor principale del progetto è Emanuele Gnemmi Consulting, il cui fondatore e Amministratore Emanuele Gnemmi ha così espresso il proprio sostegno all'Award e alla sua causa: "Ci occupiamo di Food&Beverage e Hospitality Management da anni ormai e siamo in grado di riconoscere una sfida con opportunità premianti quando la incontriamo. Ethical Food Design ha riconosciuto l'importanza dell'eticità nel Food, ha saputo alzare il livello della discussione sulla sostenibilità spingendo le realtà aziendali a confrontarsi con queste tematiche e si è posto l'obiettivo di valorizzare il riuso, la trasparenza e il corretto impiego delle risorse di quelle imprese per cui non sono solo parole ma progetti concreti. Per questo motivo non avremmo potuto non sposare una causa di alti ideali e sviluppi possibili da non sottovalutare".

In occasione della premiazione è stata inoltre allestita un'esposizione dedicata ai prodotti in nomination e vincitori, una mostra che nelle intenzioni degli organizzatori diventerà un progetto itinerante da portare nelle diverse città italiane al fine di mantenere viva l'attenzione sul premio e sui valori di cui è promotore.



Comunicazione Etica

L'impegno di Aida Partners nell'era etica

Ha scritto Andrea Camilleri:

«Mentre il rigore morale e l'onestà non sono contagiosi, l'assenza di etica e la corruzione lo sono, e possono moltiplicarsi esponenzialmente con straordinaria velocità».

La comunicazione, oggi più che mai, è chiamata a dare delle risposte, a smentire questo scenario, a frenare e arginare questa deriva. Lo facciamo da tanto tempo».

Ed è ormai evidente a tutti noi che non si può fare una buona comunicazione con un'etica fragile o assente.

Abbiamo preso alla lettera quello che scriveva Borges: "Forse l'etica è una scienza scomparsa dal mondo intero: non fa niente, dovremo inventarla un'altra volta". In Aida Partners lo facciamo tutti i giorni. L'etica la reiventiamo, insieme, da sempre. È da quasi 25 anni al centro della nostra missione di comunicatori istituzionali e aziendali. L'attenzione alla sostenibilità ambientale e all'etica dei prodotti sono infatti i due pilastri della nostra attività. Lo erano anche quando in Italia eravamo pochi, visionari pionieri, a sostenerlo. Per fortuna, e forse per ovvia esigenza, negli ultimi anni, soprattutto grazie all'impulso di Expo, la sostenibilità è entrata nel vocabolario degli italiani, che si dimostrano sempre più sensibili all'attenzione verso le dinamiche sociali, economiche e ambientali che sono alla base dell'ideazione di un prodotto. Adesso, finalmente, siamo in tanti a sostenere questi principi.

ETHICAL FOOD DESIGN, LA NUOVA FRONTIERA.

In questo contesto, il premio Ethical Food Design – il nuovo premio destinato alle migliori proposte nel campo dell'alimentazione nato con l'obiettivo di premiare aziende che per principi, servizi, filiere, produzioni evidenziano l'etica come base del loro modello – rappresenta una nuova frontiera decisiva per definire il legame tra i principi che sono alla base del nostro lavoro di comunicatori e il ruolo che vogliamo avere nella società. L'etica in questo settore è diventata decisiva nel definire il rapporto tra domanda e offerta, tra produzione e consumo. Le aziende oggi raccontano i loro prodotti, i loro servizi, la loro *mission* utilizzando elementi identitari come sostenibilità, qualità, trasparenza.

Questo paradigma etico, che potrei definire "di verità" e che è cresciuto nel tempo, è "utile" e "necessario" perché offre ai consumatori la possibilità di scegliere prodotti per un consumo sempre più consapevole e rispettoso e aiuta le aziende a posizionarsi meglio sul mercato della sostenibilità.

BENVENUTI NELL'ERA DELL'ETICA, CIRCOLARE E SOSTENIBILE.

Insomma, vogliamo tutti la stessa cosa. Basta guardare all'esplosione dell'economia circolare, strumento necessario a combattere ad esempio lo spreco di risorse alimentari e trasformare in materia prima-seconda tutto ciò che è scarto anche nell'industria del food. E sappiamo bene che l'economia circolare, la sua narrazione, sarà uno dei nuovi paradigmi di una buona comunicazione aziendale. E che dire della diffusione negli ultimi anni dei temi e presidi di CSR e dei bilanci sociali che stanno diventando i pilastri necessari alla *brand extension* dei valori di marca di un'impresa, di quello che fa e del posto che occupa nel mondo. E sappiamo bene che questi contenuti e il loro racconto sono già da tempo paradigmi fondamentali per una buona comunicazione aziendale.

La comunicazione "etica" per le imprese non è più una scelta possibile, ma l'**unica** scelta possibile. Rappresenta da sola il valore aggiunto decisivo per lo sviluppo e la crescita non solo delle singole imprese ma delle filiere, della qualità dei prodotti e di tutti i servizi offerti.

Con Ethical Food Design vogliamo andare ben oltre la specifica funzione del prodotto, vogliamo selezionare e premiare quelle eccellenze del "made in Italy" che meritano tutta l'attenzione possibile perché sono state capaci di innovare in un settore vitale come quello dell'alimentazione, portando un reale beneficio per la società, il territorio e il contesto che le circonda.

Il *food design* etico evidenzia così il rispetto e la responsabilità per una produzione di qualità responsabile e rispettosa dell'ambiente, attenta alla salute, capace di usare solo il linguaggio della verità. Consideriamo questa una frontiera irrinunciabile e una rinnovata opportunità straordinaria nella definizione del made in Italy soprattutto delle nostre pmi.

Qualità-Prezzo

La scelta etica del consumatore

Non abbiamo mai mangiato meglio e con maggiori garanzie come in questo momento.

Questo è un fatto.

Le restrizioni italiane in materia di sicurezza alimentare sono tra le più severe in Europa.

Altro fatto.

Ma al cittadino consumatore queste garanzie non bastano, o almeno non bastano più, è diventato più esigente: vuole informazioni, trasparenza, solidità. Lo attesta la crescita del biologico, ma anche la richiesta di prodotti alimentari che abbiano un pedigree totalmente italiano, così come (nei limiti), si fa sempre più attenzione alla stagionalità.

La spasmodica ricerca di benessere e salute, ormai parte dello stile di vita del mondo occidentale, sono sicuramente uno sprone in questo senso; gli scandali alimentari che si propongono almeno due volte l'anno e che coinvolgono i vari comparti dell'alimentare, dal vino all'olio, dalla pasta al pomodoro, sono lo spauracchio che rende il nostro consumatore più sospettoso.

Il prezzo rimane un criterio di scelta, ha assunto sempre più importanza e, gli anni della crisi, lo hanno reso ancora più rilevante agli occhi del consumatore, trasformandolo nel campo da gioco per molta parte dell'industria e della distribuzione. Il prezzo è diventato protagonista, sottolineato da promozioni incalzanti, da ribassi improvvisi e, così, il consumatore ci si è abituato.

La crisi è finita ma l'abitudine a pagare "meno" è rimasta, e per continuare a stupirlo, a intrattenerlo, i prezzi sono scesi ancora, ma a questo punto non si è più patteggiato con i margini, non è stata più questione di profitti, è diventato un problema di legalità.

Oggi si inizia a parlare di prezzo "giusto", dove la salubrità del prodotto è legata alla salubrità della filiera; finalmente, un prezzo "etico", trasparente fa capolino nello scaffale e si affianca ai già esistenti del Commercio Equo e Solidale. La tecnologia viene e verrà in aiuto nel fare maggior chiarezza, che si chiami *blockchain* o altro, i passaggi di filiera saranno sempre più certificati. Intanto, il consumatore, sempre più cittadino, inizia a porre e a porsi delle domande, perché a nessuno piace esser strumento di illegalità, i conti oltre che con il portafoglio, bisogna farli con la propria coscienza.

MARK UP

Cristina Lazzati

Laureata in Economia all'Università Bocconi, inizia la carriera giornalistica negli anni 90 collaborando da New York per Elle, L'Espresso e Italia Oggi. Lasciati gli Stati Uniti, nel 2000 si trasferisce a Milano dove, dopo una breve parentesi televisiva con il rotocalco Target (Canale 5), inizia a occuparsi di retail per Gdweek, diventando direttrice nel 2008. Nel 2011 è vicedirettrice dell'Area Retail e nel 2014, con il passaggio dal Gruppo 24 ORE al Gruppo Tecniche Nuove, assume la direzione di Mark UP, Gdweek e delle riviste dell'Area Retail, cui si aggiunge la direzione editoriale del mensile Cucina Naturale.

Spesso chiamata in campo sui temi dell'innovazione, del retail e del marketing, è direttore scientifico del Master in Retail & sales Management della 24Ore Business School e collabora con la LaRepubblica.it.



←

a cura di **Cristina Lazzati**
Direttrice Responsabile MarkUp

Gianna Paciello

Inizia a lavorare nel mondo della comunicazione e in particolare delle media relation, negli anni 80. Dopo esperienze anche imprenditoriali in agenzie internazionali, fonda nel 1995 Aida Partners con il fratello Alessandro.

Una delle sue specializzazioni è la comunicazione nel settore Food&Beverage, che segue dagli inizi della sua attività con passione e interesse personale.

Il connubio tra il mondo dell'etica e quello del food, entrambi assi portanti di Aida, porta alla partecipazione alla Giuria dell'Ethical Food Design.



→

a cura di **Gianna Paciello**
Vice Presidente Aida Partners

Souvenir di Vietri sul Mare

Un messaggio dall'artista Ugo La Pietra

Ai premiati della Prima Edizione di Ethical Food Design è stata consegnata l'Opera Multipla realizzata dall'architetto, designer e artista Ugo La Pietra che non potendo partecipare, ha voluto ringraziare con un messaggio speciale, comunicato gli intervenuti.

"Cari amici di Ethical Food Design e cari Amici dell'Associazione Culturale Plana, vi porto i miei saluti e miei auguri per il lavoro che con attenzione state svolgendo per la tutela e la valorizzazione delle nostre risorse alimentari. Il vostro lavoro rappresenta non solo uno slancio verso il futuro con criteri di sostenibilità ma anche una continuità con la nostra tradizione che è un aspetto fondamentale della cultura del nostro Paese. L'asinello in ceramica che ho disegnato e che è stato realizzato dai bravissimi ceramisti di Vietri sul Mare, è un simbolo che ben rappresenta questo mio pensiero: l'asinello fa parte della figurazione tradizionale della ceramica di Vietri, è sempre stato presente come motivo decorativo sui piatti, tazze, porta sale e pepe, in tutti gli oggetti di ceramica che hanno sempre arricchito le tavole delle famiglie della costiera. Negli anni Venti un gruppo d'artisti tedeschi in viaggio in Italia, si fermò proprio a Vietri sul Mare affascinato dai colori e dalle decorazioni della ceramica locale e cominciò a lavorare con i ceramisti per interpretarla. Ancora oggi la ceramica di Vietri sul Mare è viva e porta in tutto il mondo i suoi colori e i suoi simboli a testimonianza di una grande tradizione culturale. Spero quindi che l'asinello, come "Souvenir di Vietri sul Mare", possa essere per voi un simbolo e un augurio di buona fortuna e prosperità per il vostro lavoro."

Ugo La Pietra, luglio 2019.

Per dare testimonianza e mettere in evidenza la collaborazione con Associazione Culturale Plana del comparto di ceramiche d'arte di Vietri sul Mare dove sono state realizzate le opere di Ugo La Pietra, vi è stata anche la presenza istituzionale del Sindaco Giovanni De Simone di Vietri sul Mare, accompagnato dall'Assessore al Bilancio Marcello Civella.



Souvenir di Vietri sul Mare
Opera Multipla, Ugo La Pietra

L'intervento del Sindaco di Vietri sul Mare, Giovanni De Simone all'evento di Premiazione



Food Design

La Giuria



Paolo Barichella - Presidente

Consulente, imprenditore attivo nell'applicazione pratica del Food Design nel business. Ha teorizzato il food design in Italia nel 2002. Ha sviluppato concept di successo per il food format retail, prodotti e linee per il food e il suo consumo, scritto articoli e libri sul Food Design. È docente di Food Design, ha partecipato come food designer e a competizioni



Marina Bellati



Emanuele Gnemmi



Ilaria Legato



Paolo Mamo



Mauro Olivieri



Gianna Paciello



Marco Pietrosante



Francesco Subioli

I Presidi Etici

È sicuramente da attribuire parte del merito della riuscita dell'evento ai prestigiosissimi componenti del Presidio Etico: un dispositivo capillare, regionale, composto da un'eterogeneità di professionisti spesi nel supporto, come impegno attivo nella promozione locale, nel territorio, delle attività di Associazione Culturale Plana. Tra i componenti:

Fabrizio Bianchetti (Regione Piemonte e Valle D'Aosta), **Cristina Carosino** (Lombardia), **Gabriele Ciullo**, **Fabrizio Citton** (Veneto), **Emanuela Corradini** (Trentino Alto Adige), **Sara Costantini** (Basilicata e Puglia), **Michele Cuomo** (Campania), **Cristiano Giustozzi** (Umbria), **Giorgio Gurioli** (Emilia Romagna), **Anna Maria Gullì** e **Tito Malara** (Calabria), **Gianni Di Matteo** (Sicilia), **Marco Pietrosante** (Lazio), **Ilaria Legato** (Toscana), **Mauro Olivieri** (Regione Liguria).

La Premiazione

Ètico Ethical - Food Design Award



Il 9 luglio 2019 si è tenuta la premiazione per la prima edizione di **Ètico Ethical Food Design**, il premio patrocinato dal Comune di Milano e da ADI-Associazione per il Design Industriale che intende promuovere l'etica tra le aziende del Food, presso la prestigiosissima Sala Conferenza di **Palazzo Reale di Milano**.

Sono 23 le aziende e 28 i prodotti che la Giuria ha selezionato per la nomination al premio, nato dall'incontro tra l'**Associazione Culturale Plana** - realtà milanese che da 40 anni opera con l'obiettivo di fornire al mondo industriale strumenti per far prevalere criteri etici nel pensare, concepire, produrre e scambiare beni e servizi - e **Aida Partners**, società di consulenza nella comunicazione dal forte posizionamento nei settori food e sostenibilità, e sponsorizzato da **Emanuele Gnemmi Consulting**. Tra i nominati compaiono prodotti e realtà aziendali che spaziano dall'alimentare in senso stretto all'Ho.re.ca, ciascuno dei quali, rispondendo alle intenzioni e ai criteri selettivi dell'award, con una particolare sensibilità ai temi dell'innovazione e della trasparenza, della sostenibilità e del riuso.

A partire da questi principi, una giuria di esperti ha selezionato e valutato i migliori progetti candidati. Il comitato selettivo, coordinato dai Food designer **Paolo Barichella** (Presidente della Giuria) e **Mauro Olivieri** e da **Gianna Paciello**, Vicepresidente di Aida Partners, è composto dal Restaurant Management Consultant **Emanuele Gnemmi**, dal designer **Marco Pietrosante**, dal food designer **Francesco Subioli**, dalla giornalista food **Marina Bellati**, dalla designer della comunicazione **Ilaria Legato** e dall'imprenditore **Paolo Mamo**. L'evento è stato aperto da **Sergio Costa**, presidente di Associazione Culturale Plana, e poi moderato dal Presidente della Giuria Paolo Barichella, che ha così definito il progetto: "una costola di grandesignEtico con focalizzazione sul mondo del Food, un universo di aziende, produzioni e valori che hanno in questi anni iniziato a sviluppare attenzione per i temi dell'eticità. Ethical Food Design è quindi un Award che di edizione in edizione intende creare un network sempre più solido, ampio e di rilievo, in grado di incidere realmente nella società e nell'economia italiana in favore di una sostenibilità piena e reale".

Presente all'evento anche l'Assessore a Politiche del Lavoro, Attività produttive, Commercio e Risorse umane **Cristina Tajani**, nonché membro del Comitato d'Onore del Premio Etico promosso da Associazione Culturale Plana.

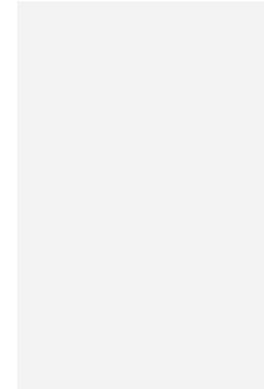
Tra gli ospiti istituzionali anche il Sindaco Giovanni De Simone di Vietri sul Mare, dove sono state realizzate le opere di Ugo La Pietra, accompagnato dall'Assessore al Bilancio Marcello Civella.



dall'alto:

1. La Premiazione
2. La mostra
3. C. Tajani, S. Costa, P. Barichella

MENZIONI D'ONORE



Agraria Riva del Garda
Linea di produzione
Olio Extravergine d'Oliva

Industrie Celtex
Omnia Labor

Opera MaGè
Canestrello e Biscotto

Syngenta
Vino ValeLaPena

ETHICAL FOOD AWARD



Acetificio Mengazzoli
Parpaccio
Aceto da Grattuciare

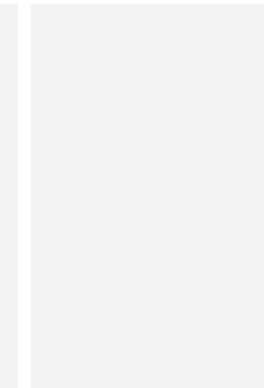
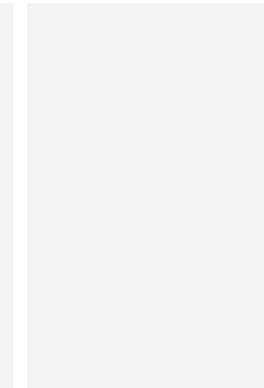
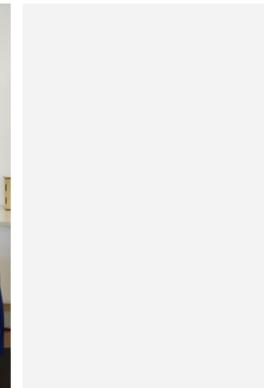
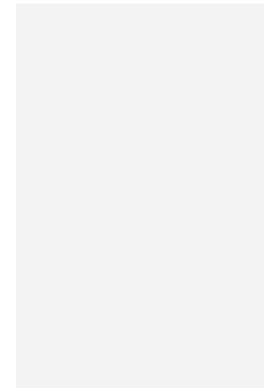
Bonduelle
linea prodotti
Be!Bio

Essenza Gelato
LESSenza

Pappami
Piatto di Pane

Rosso di Mazara
Message in the Bottle

PREMIO MARKUP



Alcenero
Yogurt "Latte di Fieno STG"
Biologico

ETHICO ETHICAVT FOOD DESIGN

1° EDIZIONE

PREMI E MENZIONI

Criteria etici *Ethical criteria*

innovazione
innovation

responsabilità sociale
social responsibility

tracciabilità del cibo
traceability of food

salvaguardia dell'ambiente
safeguard of the environment

criteri di produzione
production criteria

benessere del bestiame
cruelty free

sostenibilità dei processi
Cycle sustainability of process

rispetto per la biodiversità
biodiversity respect

interesse alla cultura
interest to culture

salute e sicurezza del cibo
health and food safety

riduzione degli sprechi
waste reduction

riciclo e riutilizzo
recycle and recovery

consapevolezza delle decisioni progettuali
awareness of project choise

Nomination

32 Via dei Birrai *Bottiglia di Vetro con Caratteri Braille*
Acetificio Mengazzoli *Bottiglia prodotto Odette*

Parpaccio – Aceto da Grattugiare

Agraria Riva del Garda - Cantina Frantoio dal 1926 *Linea di produzione Olio Extravergine d'Oliva*

Agricoltura Capodarco Copoperativa Sociale *Xenia Vino Rosso Biologico*

Alcenero *Yogurt "Latte Fieno STG" Biologico*

Benvolio *Olio di Semi di Lino Biologico 100% Italiano*

Bonduelle *linea prodotti - Be!Bio*

Crucolo *Formaggio Crucolo Saporito*

De Matteis Agroalimentare *Pastine Armando - Le stelline, Metodo Zero Residui*

Essenza Gelato *LESSenza*

Ferrari Formaggi *linea prodotti - Parmigiano Reggiano Prodotto di Montagna*

Fileni Simar *Hamburger di Pollo Fileni Bio*

Gruppo Fini *Lampomodoro, Passata di Pomodoro Dolce 100% Emilia*

Industrie Celtex *Omnia Labor*

Madre Natura

Intinifood *Farina di Tritordeum*

Mareblu *linea prodotti - Tonno Non Si Sgocciola*

Opera MaGè – Vitruvio Cooperativa Sociale *Canestrello e Biscotto*

Pappami *Piatto di Pane*

Rosso di Mazara Imbrand *Message In The Bottle*

Società agricola Pian Delle Vette *Mat'55*

Syngenta *Vino ValeLaPena*

Mais In Italy

Zini Prodotti Alimentari *Pennette al Farro Integrale Bio*

Oleificio Zucchi *Olio Extravergine di Oliva 100% Italia*

Olio Extravergine di Oliva 100% EU

Le motivazioni della Giuria

Menzioni d’Onore

Agraria Riva del Garda - Cantina Frantoio dal 1926
Linea di produzione Olio Extravergine d’Oliva

«Per aver intuito ed applicato da tempo i principi di sostenibilità di una filiera produttiva in tutte le sue sezioni, attraverso un modello di sistema che lega tutte le sue parti nel portare qualità e benessere con modalità non solo biologiche ma con attenzione alla valorizzazione del territorio sia in termini di produzione sia di smaltimenti con un recupero virtuoso di sfridi importante. La Menzione d’Onore va a Agraria Riva del Garda – Cantina Frantoio dal 1926, quale esempio sociale etico di presenza attiva sul territorio attraverso la sua buona pratica del saper fare».

Industrie Celtex
Omnia Labor

«Per essere stata in grado di concentrare l’uso del Design in ambito Food quale strumento in grado di ridurre lo spreco di carta, prezioso elemento in termini di impatto sull’ecosistema, la menzione d’onore va a Industrie Celtex per il prodotto Omnia Labor, dispenser di carta per uso professionale in cucina in grado di ridurre sensibilmente il quantitativo di carta sprecato rispetto all’uso dei convenzionali rotoloni».

Opera MaGè – Vitruvio Cooperativa Sociale
Canestrello e Biscotto

«Per aver saputo raccontare la grande tipicità di un luogo attraverso un contenitore utilizzato come strumento di comunicazione e promozione in grado di elevare il sistema territorio attraverso un processo etico di utilizzo con una confezione. La menzione d’Onore va a Opera Magè per i prodtti Canestrello e Biscotto di Taggia, parti di un progetto inclusivo verso soggetti deboli, attraverso il lavoro in cooperativa sociale».

Syngenta
Vino ValeLaPena

«Per l’impegno infuso nel contribuire al recupero sociale di categorie svantaggiate, volto al reintegro in società di persone impegnate in un percorso di riabilitazione attraverso il lavoro e la cultura del vino e della terra, la Menzione d’Onore va a Syngenta per il progetto Valelapena, in grado di valorizzare l’agricoltura quale via per il riscatto sociale».

Menzioni Speciali

32 Via dei Birrai
Bottiglia di Vetro con Caratteri Braille

«Per prestare particolare attenzione all’accessibilità del prodotto, che diventa riconoscibile e di facile consultazione anche da soggetti ipovedenti e non vedenti. I temi cari a 32 Via dei Birrai rispecchiano il canone Etico nell’impegno nell’inclusione sociale».

Ferrari Formaggi
Parmigiano Reggiano Prodotto di Montagna

«Per riuscire ad integrare la dimensione della grande industria con la preziosa ed alta qualità del prodotto. Un’attenzione particolare alla filiera produttiva di qualità, nell’ambiente naturale di alta montagna, con rispetto per le condizioni di vita degli animali».

Intinifood
Farina di Tritordeum

«Per la coltivazione del Tritordeum, un nuovo cereale nato dall’incrocio naturale tra grano duro e orzo selvatico, prodotto tramite una filiera a km 0, che valorizzi il territorio locale e ponga l’attenzione sulla corretta alimentazione derivante dagli aspetti enormemente benefici del prodotto finale».

Awards

Acetificio Mengazzoli
Parpaccio – Aceto da Grattugiare

«Per aver portato i principi del Food Design in un progetto complessivo con un approccio etico, attraverso la creazione di un prodotto alimentare nuovo derivato dalla lavorazione di parti di aceto recuperate e da una nuova comunicazione a scaffale capace di offrire in modo trasparente e totale tutte le informazioni per un acquisto consapevole. Il premio va al nuovo Aceto da Grattugiare Parpaccio di Acetificio Mengazzoli, per il rispetto dei valori storici di un prodotto fortemente territorializzato pur nella forte innovazione apportata».

Bonduelle
Be!Bio

Per l’attenzione e la sensibilità mostrate verso temi di primaria importanza in termini di Biodiversità, ambiente e sostenibilità applicate a tutta la filiera, il premio va a Be!Bio di Bonduelle, un’insalata in IV gamma controllata e certificata dai più importanti organi e attenta alle tematiche etiche durante tutti i processi.

Essenza Gelato
LESSenza

«Per aver saputo creare innovazione nel pieno rispetto dell’etica e della sostenibilità, proponendo al mercato inediti ingredienti di base vegetale naturale con alto valore aggiunto per la salute della persona, il premio va a LESSenza di Essenza Gelato, sciroppo di fibre in grado di ridurre le quantità di zuccheri e grassi di origine animale in un gelato, mantenendo le qualità organolettiche al più elevato livello».

Premio Speciale MarkUp

Alcenero

Yogurt “Latte Fieno STG” Biologico

«Per aver saputo dare forma alla condivisione di esperienza e valori nello sviluppo di un Business etico e sostenibile con apprezzabile spirito di collaborazione tra imprese vocate al rispetto per l’origine e attenzione alla cultura e al territorio. MarkUp ed Ethical Food Design assegnano un premio speciale ad Alce Nero per il pvrodotto Yogurt Biologico con Latte Fieno STG».

Pappami
Piatto di Pane

«Per aver saputo interpretare appieno uno dei principi cardine del Food Design in senso etico. Poichè nella Progettazione Alimentare spesso il contenitore, strumento di consumo, può coincidere con l’alimento stesso, il premio va a Pappami per l’apprezzabile obiettivo di contribuire a un nuovo modo di rispettare l’ambiente attraverso la capacità di rendere organico ed edibile il contenitore».

Rosso di Mazara Imbrand
Message In The Bottle

«Per aver intuito e dato origine a un nuovo alimento, frutto di un’attenta percezione di un valore etico nel rispettare e recuperare tutte le potenzialità di prodotto che la natura ci offre utilizzandone tutte le sue parti. Questo nel forte e sentito rispetto dei processi di lavorazione che contraddistinguono già la lavorazione nella prima fase della materia prima come il Gambero Rosso di Mazara. La giuria assegna il premio Ethical Food Design a Rosso di Mazara».

32 Via dei Birrai

Bottiglia con caratteri Braille



Bottiglia con caratteri Braille stampati su vetro. Per ogni bottiglia venduta vengono devoluti 3cent/€ alla scuola per bambini ciechi ed ipovedenti, Fondazione Lucia Guderzo

32 Via dei Birrai s.r.l.
Via Cal Lusent 41, 31040, Onigo di Pederobba (TV) | Italy
www.32viadeibirrai.it

Acetificio Mengazzoli

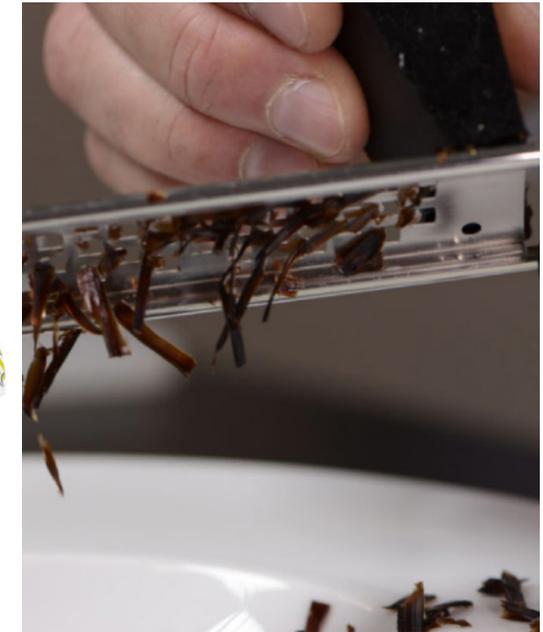
Bottiglia prodotto Odette



Il prodotto in oggetto nasce dall'esigenza di fornire su una serie di aceti della stessa linea, informazioni e caratteristiche tipologiche e organolettiche per guidare ad una scelta attraverso un display informativo da banco GDO eGDOS

Acetificio Mengazzoli S.n.c.
Via Costituzione 41/43, 46010 Levata di Curtatone (MN) | Italy
www.mengazzoli.it

Parpaccio - Aceto da Grattugiare



Il prodotto si propone come nuovo modo di considerare l'aceto balsamico attraverso una consistenza da grattugiare evocativa del tradizione parmigiano, vestito di una comunicazione che orienti il consumatore ad una lettura completa del prodotto sulla scaffale della GDO eGDOS.

Agraria Riva del Garda

Linea produzione Olio Extravergine d'Oliva



Agraria Riva del Garda è un'azienda leader riconosciuta a livello mondiale per la sua eccellente produzione di olio extravergine d'oliva. Agisce nel massimo rispetto delle tradizioni tramandate da generazione in generazione e del territorio circostante. Investe ogni anno in ricerca e sviluppo oltre a tecnologie all'avanguardia e di tendenza, sia per quanto riguarda la coltivazione dell'olivo e della produzione di olio evo, sia nella viticoltura e produzione di vini trentini di alta qualità, compresa la trasformazione, curando anche la vendita diretta dei prodotti del territorio nello store rurale di oltre 700 mq. Questo ha consentito di sviluppare l'economia rurale visto che sono trasformati realizzati

molte volte da soci della cooperativa stessa. Promuove la cultura di prodotto al top del mercato e da anni fa in modo che nessuna componente agricola del territorio venga esclusa e si occupa di sviluppare modalità biologiche di coltura oltre a recuperare ad esempio i residui della lavorazione dell'olio per recuperare le acque vegetative, senza per alimentare i bovini, nocciolino per riscaldare case e aziende e un concentrato in polifenoli per diversi usi. Opera costantemente in contatto con università, la Fondazione Edmund Mach (FEM) e l'Associazione Interregionale Produttori Olivicoli (AIPO Verona) per lo sviluppo di progetti di ricerca.

Agraria Riva del Garda S.c.a.
Via San Nazzaro 4, 38066 Riva del Garda (Tn) | Italy
www.agriva.it

Alcenero

Yogurt "Latte di Fieno STG" Biologico



Alce Nero è il marchio di agricoltori e trasformati biologici che dal 1978 producono un cibo che ha cura della terra e delle persone. Più di mille agricoltori e trasformati in Italia, a cui si aggiungono quelli del biologico Fairtrade.

Proponiamo la candidatura del nostro yogurt biologico con "Latte Fieno STG" poiché crediamo sia un prodotto che in prima istanza è un progetto capace di prendere in carico tutti gli attori della filiera di produzione, nato con la finalità di recuperare un modello tradizionale di allevamento che ha rispetto della terra, del territorio, dell'animale e delle persone.

Si tratta del punto di arrivo di un percorso di ricerca e condivisione condotto con Mila, storica azienda altoatesina specializzata nella produzione di latte e derivati. Un progetto che ha inizio con la salvaguardia dell'ambiente: quello dell'alpeggio, ad opera di allevatori "contadini" impegnati nella difesa di un

modello agricolo e produttivo che preserva la salute della terra e dell'uomo. Lo yogurt con "Latte Fieno STG" è dunque il risultato di un lavoro di condivisione non solo con un importante partner strategico come Mila ma anche con gli allevatori che sono in primo luogo contadini, se si considera la preziosa attività di presidio e salvaguardia del territorio montano e dei pascoli alpini, che essi svolgono. Insieme a questi allevatori e con Mila, abbiamo deciso precise regole di produzione del latte, a partire da un importante controllo sull'alimentazione e più in generale delle condizioni di benessere degli animali.

Un prodotto pensato infine con una ricetta quanto più "pulita": oltre all'imprescindibilità del biologico, ai nostri yogurt ai gusti di frutta non vengono aggiunti aromi o addensanti. Ad oggi il latte fieno prodotto si avvale della certificazione STG, Specialità Tradizionale Garantita, riconoscimento dell'Unione Europea in vigore dall'anno 2016.

Alce Nero S.p.a
Via Palazzetti 5/C 40068 San Lazzaro di Savena (BO) | Italy
www.alcenero.com

Benvolio

Olio di Semi di Lino Biologico 100%



Materiali eco-compatibili per progettare insieme alla natura. Il continuo impegno nella ricerca e l'utilizzo della tecnologia per cercare di migliorare le prestazioni tecniche e la tutela dell'ambiente ci ha portato a utilizzare un elemento naturale come l'olio di girasole, ottenendo la prima OLEOMALTA® al mondo. È un prodotto certificato, appositamente studiato per migliorare le performance e portare maggior benessere negli spazi residenziali e nei luoghi pubblici destinati a uso commerciale. È la superficie del futuro dalle prestazioni straordinarie per rivestire pavimenti, pareti, mobili e complementi d'arredo ed è destinata a rivoluzionare il mondo delle superfici continue da: pavimento, rivestimento e per complementi d'arredo.

Benvolio 1938 S.r.l.
Località Lagarine 20, 38050 Scurelle (TN) | Italy
www.olidelbenessere.it

Bonduelle

Be!Bio



Be!Bio di Bonduelle è una linea completa di prodotti biologici, freschi, confezionati e pronti all'uso, perfetti per ogni occasione e pronte a soddisfare ogni palato. Be!Bio è il bio a portata di mano, buono e semplice da portare sulla tavola. I prodotti che compongono la linea Be!Bio sono lattughino, spinaci, carote ed i mix sfizioso (lattughino verde e rosso, carote), mista croccante (pan di zucchero, radicchio, carote, riccia, rucola) e insalatine gustose (lattughino verde e rosso, red mustard, red chard, rucola).

Ogni prodotto Be!Bio è sicuro e garantito perché contrassegnato dal logo UE, facilmente visibile sul packaging. Inoltre, tutta la linea Be!Bio è certificata Bioagricert, un ente riconosciuto a livello internazionale per la certificazione del biologico. In questo modo, la salute e la sicurezza del prodotto Be!Bio è riconosciuta e il benessere del consumatore tutelato.

Tutti i prodotti Be!Bio provengono da una filiera controllata e tracciata, di livello nazionale o europeo in cui i contratti stipulati da Bonduelle con i produttori rispettano e valorizzano la dimensione umana del lavoro agricolo. Le pratiche di agricoltura biologica che in questo modo Be!Bio promuove implicano una tutela della biodiversità e una

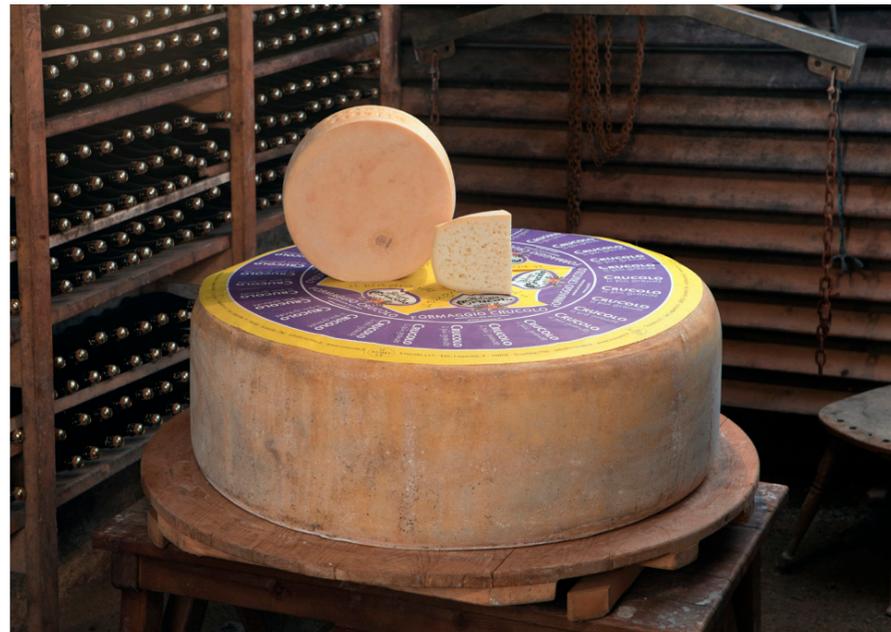
promozione di un'agricoltura e un ambiente maggiormente sostenibile.

Be!Bio rappresenta una vera e propria innovazione nel biologico in IV gamma in ogni suo aspetto. Il prodotto è inserito all'interno di una filiera certificata e controllata, in cui dal produttore al banco del punto vendita il prodotto è mantenuto fresco e naturale, rispettando le normative in termini di prodotto biologico. Il packaging stesso rappresenta, all'interno della categoria, una profonda innovazione, con la decisione di mantenere il pack interamente trasparente e l'apposizione di un cavalierino sulla parte alta: in questo modo il prodotto è visibile a 360° dal consumatore. Infine, l'intera gamma è sottoposta a continua innovazione del prodotto, con nuove referenze pronte per il lancio nei prossimi mesi. Di conseguenza, il progetto Be!Bio è di ampio respiro e mira a creare valore in un mercato crescente, quello del biologico, e importante per il consumatore. Tutti i principi e i valori dell'operato di Bonduelle sono da anni promossi dalla Fondazione Bonduelle, che si occupa di sostenere iniziative di sensibilizzazione a una alimentazione e una cura dell'ambiente più sana, e di cui Be!Bio chiaramente riflette gli scopi.

Bonduelle Italia s.r.l.
Via Trento 1, 24060 San Paolo D'Argon (BG) | Italy
www.bonduelle.it

Crucolo

Formaggio Crucolo Saporito



L'azienda sta valutando nuove possibilità per un corso etico, iniziato con il recupero del vecchio processo con cui il nonno aveva iniziato, riproducendolo in maniera artigianale, anche nel formato più grande del mondo.

Crucolo s.r.l.
Località Lagarine 20, 38050 Scurelle (TN) | Italy
www.crucolo.it

De Matteis Agroalimentare

Pastine Armando - Le Stellinghe



La linea Pastine Armando - Metodo Zero Residui rappresenta compiutamente la filosofia produttiva del Brand Armando: realizzare pasta di altissima qualità, buona, sana e genuina con l'utilizzo esclusivo di grano 100% Italiano, proveniente dalla Filiera agricola Armando di oltre 1.400 aziende del Centro-Sud Italia. Grazie ai nostri controlli e alla certificazione imparziale di un ente terzo, il grano di Armando contiene meno dello 0,0001g (zero tecnico) di residui dei più diffusi prodotti fitosanitari (i pesticidi) utilizzati nella coltivazione e conservazione del grano duro, come ad esempio il glifosato.

De Matteis Agroalimentare S.p.a.
A.S.I. Valle Ufita 83040 Flumeri (AV) | Italy
www.dematteisfood.it



Essenza Gelato

LESSenza



il prodotto LESSenza è uno sciroppo di fibre (composto dal 77% di fibre vegetali di origine sostenibile) capace di ridurre sino al 50% degli zuccheri totali nel Gelato senza compromettere e alterare il gusto e la struttura del prodotto finito. Attraverso questo sistema tecnologico ed innovativo, è possibile avere un gelato con solo il 10% degli zuccheri aggiunti, avvalendosi inoltre del claim "ricco in fibre" visto la percentuale delle stesse presente nel gelato oltre il 6%.

Lo sciroppo LESSenza è stato abbinato a una formulazione che diversi anni di studio, che permette così di avere un gelato con una sensibile diminuzione degli zuccheri attraverso l'utilizzo di fibre vegetali con un composto totalmente clean label e quindi senza additivi. Lo sciroppo, avendo una

struttura amorfa, permette la vetrificazione della miscela, quindi limitando la formazione dei cristalli di ghiaccio. Infatti si è evidenziato come il primo cristallo di ghiaccio tenda a formarsi a -28°, quindi garantendo una struttura più morbida nonostante la diminuzione dello zucchero. Inoltre come detto sopra, è ricavato da fonti sostenibili, e non vi è aggiunto alcun zucchero o molecola dolcificante. Ovviamente non contenendo zuccheri, lo sciroppo LESSenza si trascina solo 170 Kcal.

La nostra ricerca che nasce grazie al laboratorio di gelato che abbiamo installato all'interno del Campus Universitario di Parma, ci permette di studiare e sviluppare ingredienti vegetali innovativi, per la costruzione di prodotti sempre più vicini ai trend attuali e verso un'alimentazione ancora più sana.

Essenza S.r.l.
Via Bruno Buozzi 15/17, 41122 Modena (MO) | Italy
www.essenzagelato.com

Ferrari Formaggio

Parmigiano Reggiano Prodotto di Montagna



Parmigiano Reggiano prodotto di Montagna Ferrari valorizza una produzione di nicchia e di alta qualità, preservando l'economia montana della zona salvaguardando così il territorio e l'attività delle persone che ci lavorano. Tutelando la biodiversità del territorio e dei saperi produttivi tradizionali.

Ferrari Giovanni S.p.a.
Strada Provinciale 107, Ossago Lodigiano (LO) | Italy
www.ferrariformaggi.it

Fileni Simar

Hamburger di Pollo Fileni Bio

Innovare non significa solo andare alla ricerca del mai visto ma anche e soprattutto avere la forza di trasformare ed attualizzare i valori della tradizione e del gusto.

Ecco perché abbiamo scelto di candidare il nostro hamburger di pollo Fileni BIO: un grande classico della cucina italiana proposto però in chiave biologica, a testimonianza dell'impegno di Fileni sul fronte del benessere e della sostenibilità.



Fileni Simar S.r.l.
Località Cerrete Collicelli 8, 62011 Cingoli (MC) | Italy
www.fileni.it

Gruppo Fini

Lampomodoro - Passata di Pomodoro Dolce

Passata di pomodoro realizzata grazie al progetto di valorizzazione territoriale e di prodotto DOLCEMILIO:

- Cultivar selezionate di pomodoro lungo, coltivate esclusivamente per noi in Emilia Romagna, in campi a pochi chilometri dallo stabilimento di produzione.
- Filiera controllata a 360° dalla selezione delle sementi al prodotto finito.
- Raccolta pomodoro esclusivamente per via meccanica, nel pieno rispetto delle condizioni di lavoro.

- Certificazione "Qualità Controllata" della regione Emilia Romagna, sinonimo di prodotto coltivato e trasformato con metodologie a basso impatto ambientale.
- Alta qualità del prodotto finito, grazie al metodo produttivo tradizionale con concentrazione per evaporazione sottovuoto, che permette di ottenere una passata particolarmente dolce e corposa, come la passata fatta in casa.



Gruppo Fini S.p.a.
Via Confine 1583, 41017 Ravarino (MO) | Italy
gruppofini.it



Industrie Celtex

Omnia Labor

Omnia Labor nasce 4 anni fa nel dipartimento di Ricerca e Sviluppo, nel quale il mantra ricorrente è l'applicazione dei principi del Design Antropocentrico.

Il detentore della filosofia progettuale risiede nel Presidente-Inventore Andrea Bernacchi, fondatore di un piccolo convertiting di carta tissue nel 1985 ed ora a capo della multinazionale europea con un fatturato complessivo di 200 milioni di euro.

Il presidente-inventore ha seguito i 7 stadi del ciclo di azione, iniziando con la ricerca progettuale e l'osservazione degli utilizzatori secondo i canoni dell'etnografia applicata. Seguono la fase di test con gli utilizzatori finali, registrazione di brevetti e definizione del sistema dispenser + carta.

Di concerto con il Dipartimento Marketing è stata definita la proposta di valore responsabile basata sui principi del marketing sostenibile, per soddisfare le esigenze dei consumatori obiettivo (cuochi), senza trascurare gli effetti sociali e ambientali delle attività dell'impresa a salvaguardia

dell'ambiente e delle generazioni successive. L'obiettivo etico del progetto consiste nel ridurre il consumo eccessivo di carta nelle cucine professionali. L'obiettivo dichiarato è il cambiamento comportamentale in cucina del cuoco e della sua brigata nell'utilizzo della carta.

Il ruolo del brand CELTEX si umanizza, si costruisce e si rafforza sulla base dei bisogni sociali e valoriali che rappresentano l'anima di marca, l'orgoglio di appartenere a una comunità quella dei cuochi. Celtex suggerisce al cuoco quello di cui ha bisogno prima che se ne renda conto. Un pensiero che va oltre l'orizzonte del mondo cucina "BOBINO-CENTRICO" e che traduce l'immaginazione di una soluzione in ingegnerizzazione di prodotto.

Descrizione del Prodotto: Omnia Labor è un sistema "patent pending", formato da un dispenser specifico che eroga carta PULITUTTO in formato PIEGATO. La soluzione che semplifica la vita dei cuochi, garantendo continuità di dispensazione, zero sprechi.



Industrie Celtex S.p.a.
Via Traversa del Marginone 21-23, 55015 Montecarlo (LU) | Italy
www.industrieceltex.com

Industrie Celtex

Madre Natura

Il tovagliolo Madre Terra va oltre la funzionalità del mero tovagliolo per l'Ho. Re.Ca. e incarna l'innovazione di chi sceglie di rispettare l'ambiente attraverso la propria attività di ristorazione.

L'impatto ambientale dei prodotti è definito per l'80%, in fase di progetto. Le scelte di design alla base delle referenze, la selezione delle materie prime e soprattutto la previsione di cosa accadrà al fine vita di tali prodotti può dare un contributo rilevante per orientare,

con responsabilità, i processi di innovazione e sviluppo e gli stili di vita in una direzione più sostenibile.

Il tovagliolo Madre Natura, 100% carta riciclata, si propone come soluzione innovativa e sostenibile, capace di coniugare la dimensione ambientale, socio-culturale ed economica della sostenibilità.

Certificato per il contatto con gli alimenti, FSC Recycled ed Ecolabel, il prodotto incontra le richieste di un consumo etico e responsabile.



Industrie Celtex S.p.a.
Via Traversa del Marginone 21-23, 55015 Montecarlo (LU) | Italy
www.industrieceltex.com



Intinifood

Farina di Tritordeum

Abbiamo introdotto il Tritordeum, cereale salutistico in Italia nel 2009. Dopo aver fatto un triennio di test molto approfonditi con il CNR di Bari sull'adattabilità al nostro territorio pugliese, e valutato attentamente le qualità nutrizionali del prodotto nel 2013, abbiamo avviato la vendita della farina e ad oggi la produzione nei nostri terreni di Putignano (BA) e comuni limitrofi cresce ogni anno.

La filiera è totalmente e rigorosamente nelle nostre mani.



Intini & C. S.a.s.
Via Cavalieri del Lavoro Z.I., 70017 Putignano (BA) | Italy
www.intinifood.it

Mareblu

Tonno Non si Sgocciola

Mareblu presenta la nuova linea di Tonno Non si sgocciola che nasce dalla volontà di rispondere alle esigenze dei consumatori, alla ricerca di prodotti buoni, di qualità e sempre più pratici. La gamma include il Tonno all'Olio d'Oliva, il nuovo Tonno VeroNaturale, il Tonno VeroSapore e il Tonno Leggero. Tutti accomunati da una caratteristica: non è necessario sgocciolarli prima dell'uso.

Tonno Mareblu VeroNaturale è l'importante innovazione del 2019 che nasce dalla combinazione di soli tre ingredienti: tonno, sale e un filo d'acqua. La presenza di una quantità minore di acqua consente al prodotto di preservare il suo buon sapore e ne rende la consistenza soda e compatta, mentre l'aggiunta di vapore ne garantisce la perfetta conservazione.

La referenza può essere consumata appena aperta senza dover eliminare l'acqua.

Dalla collaborazione tra Mareblu e Legambiente, invece, nasce il Tonno all'Olio d'Oliva. La ricetta prevede la stessa quantità di tonno presente in una lattina di 80g ma meno olio. In questo modo, inoltre, Mareblu contribuisce alla prevenzione dell'inquinamento dei mari italiani, evitando che vi siano disperse inutilmente mille tonnellate di olio all'anno.

Completano la gamma, infine, Tonno VeroSapore, il preferito da coloro che apprezzano il sapore ricco dell'olio extra vergine di oliva, e Tonno Leggero, con il 60% di grassi in meno. Entrambi i prodotti sono conditi con un filo di olio e possono essere consumati appena aperti.



Mareblu S.r.l.
Via dei Missaglia 97 ed. B2, 20142 Milano (MI) | Italy
www.mareblu.it



Opera MaGè

Canestrello e Biscotto

Candidiamo i nostri prodotti per i valori di comunicazione nel trasferire il "terroir" che racconta una cultura e una storia da tramandare come territorio di origine comunicandone i valori intrinseci e la peculiarità di un luogo. Per una comunicazione verso l'esterno come traino alla conoscenza dei gusti del luogo.



Opera Magè Vitruvio Società Cooperativa Sociale
Via Mameli 60/C, 18018 Taggia (IM) | Italy

Pappami

Piatto di Pane

Produzione di un piatto di pasta di pane edibile con catena produttiva brevettata, inserita in un progetto di ristorazione che usa esclusivamente il prodotto edibile, evitando la produzione di rifiuti di plastica. L'impatto ambientale quasi pari a zero, e la proposta culinaria rispecchia rigorosamente le regole di alimentazione mediterranea.



Pappami S.r.l.
Via del Brennero 320, 38121 Trento (TN) | Italy
www.pappami.com



Rosso di Mazara

Message in the Bottle

Message in the Bottle è un particolare olio da condimento estratto dalle teste dei Gamberi Rossi di Mazara del Vallo.

Tutta la filiera è controllata e rispetta il disciplinare Rosso di Mazara ed in special modo è: Senza Solfiti, Friend of the Sea, DNA controllato.

In più nasce da gamberi che sono surgelati a bordo con la tecnica del Flash Freezing. Il prodotto è già commercializzato in tutto il mondo e stiamo collaborando con aziende farmaceutiche europee per l'estrazione dell'astaxantina.

prodotto: Oleomalta
anno: 2016



Rosso di Mazara S.r.l.
Via Mario Fani 35, 91026 Mazara del Vallo (TP) | Italy
rossodimazara.eu

Pian delle Vette

Mat' 55

Vino Metodo Classico, 72 mesi di sosta sui lieviti, ottenuto da uva Pinot/Chardonnay coltivate in vigneto montano (600m s.l.m.) coltivato a mano dove ogni operazione viene valutata in modo di avere il minor impatto ambientale.



Società Agricola Pian delle Vette S.r.l.
Via Teda 11, 32032 Feltre (BL) | Italy
www.piandellevette.it



Syngenta

Valelapena

Il progetto Valelapena ha come obiettivo quello di valorizzare il ruolo di agricoltura e produzione agroalimentare come strumento di riscatto sociale e il reinserimento di soggetti svantaggiati. Nato nel 2007 dalla collaborazione tra la Casa Circondariale di Alba, la Fondazione Casa di Carità Arti e Mestieri Onlus, l'I.I.S.S. "Umberto I" di Alba - Scuola enologica e altre realtà locali, sostiene il recupero dei detenuti con percorsi di formazione e l'impiego del vigneto del carcere per la raccolta dell'uva, vinificata dagli studenti dell'Istituto Enologico. Syngenta ha aderito al progetto nel 2009 fornendo prodotti per la protezione del vigneto e formazione tecnica. Valelapena rappresenta un'occasione reale di riscatto sociale e un prodotto "unico", simbolo del legame con il territorio.



Syngenta Italia S.p.a
Via Gallarate 139, 20151 Milano (MI) | Italy
www.syngenta.it

Syngenta

Mais in Italy

Syngenta ha ideato "Mais in Italy", il progetto per rilanciare la coltura del mais in Italia in un contesto di cambiamenti e sfide. Il comparto è strategico e deve evolversi per essere sostenibile a livello economico, sociale e ambientale. Mais in Italy si basa su tre pilastri - produttività, sostenibilità e innovazione - e propone soluzioni concrete di buone pratiche agricole a supporto della biodiversità e programmi di formazione per l'uso dei mezzi tecnici. La polenta Combi Mais 5.0, commercializzata da alcune insegne della gdo a marchio Il Viaggiator Goloso, la linea top di gamma, è l'esempio concreto di output del progetto di filiera che ha il merito di aver rilanciato la maicoltura del nostro Paese.



Syngenta Italia S.p.a
Via Gallarate 139, 20151 Milano (MI) | Italy
www.syngenta.it

Zini Prodotti Alimentari

Pennette al Farro Integrale Bio

Il prodotto si presenta come pasta fresca surgelata e ha un tempo di rigenerazione di 2 minuti sia in pentola che in padella, facendo risparmiare sia acqua che risorse energetiche. Inoltre il prodotto è confezionato in un pack 100% biodegradabile che non avrà alcun impatto sull'ambiente.



Zini Prodotti Alimentari S.p.a.
Via Libertà 36, 20090 Cesano Boscone (MI) | Italy
www.pastazini.it

Oleificio Zucchi

Olio Extravergine d'Oliva 100% Italia/ 100% EU

Gli oli extravergine di oliva Zucchi, 100% italiano e dell'unione europea, sono i primi provenienti da una filiera certificata sostenibile, che segue cioè una produzione trasparente in ogni suo passaggio, dalla raccolta delle olive alla spremitura, dall'imbottigliamento al blending, fino alla tavola, rispettano l'ambiente e le persone e coniugando gusto e benessere. Nasce così un prodotto unico che racconta una storia fatta di qualità, sicurezza ed etica, animata dalla passione di tutti i suoi attori.



Oleificio Zucchi S.p.a.
Via Acquaviva 12, 26100 Cremona (CR) | Italy
www.oleificiozucchi.it



FASCICOLO Winner Catalogue 2019
Etico Ethical - Food Design
1° Edizione

pubblicato da / published by

Associazione Culturale Plana
P.le Cadorna 2, 20123 Milano
www.associazioneplana.it

direttore responsabile / editor

Sergio Costa

grafica / layout

Andrea Renucci

redazione / editorial staff

Claudia Agostoni
Bianca Bonafede
Giada Casartelli
Federica Crespi
Noemi Marconi
Andrea Renucci
Giorgia Salvadori

fotografie / photography

Andrea Ceriani

© Copyright 2016 Associazione Culturale Plana.
Tutti i diritti di proprietà letteraria e artistica sono riservati.

Registrazione Tribunale di Milano n.172 del 24.04.1977.
La riproduzione intera o parziale dei testi o fotografie è vietata.
Diritti riservati in tutto il mondo. I paesi, le aziende e i pezzi eventualmente pubblicati sono citati senza responsabilità e a puro titolo informativo per rendere un servizio ai lettori. I testi e il materiale fotografico inoltrati alla redazione non vengono restituiti anche in caso di non avvenuta pubblicazione.

