

## GLUTEN FREE EXPO

Bilancio positivo per la collettiva del Gluten Free Expo, il Salone internazionale dedicato ai prodotti e all'alimentazione senza glutine, a Tuttofood. Sono, infatti, più di cento i professionisti e i buyer del retail che hanno visitato la collettiva. Gli operatori erano provenienti da tutta Italia, oltre che dall'Europa, dall'Asia, dall'America, dall'Oceania e dall'Africa.

Le 14 aziende partecipanti, collocate in un'area espositiva di circa 300 mq nel padiglione 1, di fronte all'area eventi Tuttofood Academy, si sono dimostrate soddisfatte degli incontri realizzati nel corso della fiera e il numero sempre crescente di professionisti che si interessano ai prodotti senza glutine è sintomo di un mercato in forte e costante crescita, nel quale le aziende italiane e il made in Italy svolgono un ruolo importante. L'idea di organizzare l'unica collettiva dedicata ai prodotti senza glutine si è quindi rive-

lata vincente poiché, in questo modo, tutti i professionisti interessati al settore hanno potuto trovare alcune delle aziende leader del mercato raggruppate insieme sotto l'insegna del Gluten Free Expo. Nel dettaglio, ecco le 14 aziende presenti, dei diversi comparti: Dolci Palmisano, Farma & Co, Fomeria Veneziana, FreeG, Glorioso, Gruppo Lo Conte, Natural Food, Novaterra Zeelandia, Pasta D'Alba, Radeberger Gruppe, Salpa, Salumificio Zironi & C., Vama Farm e Voglia di pasta. Oltre alla collettiva, il Gluten Free Expo ha realizzato una Guida ai buyer con le maggiori aziende di prodotti senza glutine, distribuita gratuitamente durante i quattro giorni della manifestazione e che viene inviata a tutti i buyer invitati in formato digitale sfogliabile online. L'appuntamento con il Gluten Free Expo, salone internazionale dedicato ai prodotti e all'alimentazione senza glutine, è dal 14 al 17 novembre 2015 a Rimini Fiera.



# TUTTOGOOD:

## 4,5 TONNELLATE DI ALIMENTI RACCOLTI DAL BANCO ALIMENTARE

## BUON GUSTO VENETO



**Giancarlo Taglia**

2014 ricco di soddisfazioni per la rete d'impresie il Buon Gusto Veneto: "Il numero delle aziende che aderiscono al progetto è cresciuto e con esso le nuove opportunità di business e collaborazioni", spiega il manager di rete, Giancarlo Taglia. Obiettivo primario è l'internazionalizzazione: "Ci stiamo riuscendo. Abbiamo sviluppato interessanti progetti di collaborazione in tutto il mondo: dall'Australia all'America, passando per Asia e naturalmente Europa". La rete sta assumendo una dimensione sempre più nazionale: "Stiamo ampliando il progetto ad altre regioni, offrendo soluzioni di logistica e groupage di prodotti per ampliare la nostra offerta e quindi essere sempre più attrattivi per gli operatori internazionali".

### BOVIS



**Valentina Taliana**

"Il 2014 è stato un anno positivo, anche se speravamo in numeri migliori su alcuni mercati esteri", spiega Valentina Taliana del reparto marketing di Bovis. L'export, d'altronde, incide per il 30% sul fatturato dell'azienda veneta, con i prodotti diffusi dalla Spagna alla Russia e presto anche nel mercato asiatico. Tra le novità portate a Tuttofood, ci sono le nuove etichette per la linea granulati classici e per quella senza glutamato.

### BISCOTTERIA VENEZIANA



**Andrea Seno**

"Abbiamo chiuso il 2014 con un incremento del 20% nelle vendite", sottolinea il titolare di Biscotteria Veneziana, Andrea Seno. "E il segno più si sta confermando in questi primi mesi dell'anno". Questo nonostante tanti impedimenti, dalla burocrazia alle procedure di etichettatura, che non sempre agevolano il lavoro. Tra le novità portate a Tuttofood dall'azienda, due referenze di biscotti veneziani vegani e quattro nuovi prodotti Kosher.

### DOLCELAND



**Manuel Grava**

È stato un anno positivo per Dolceland, come conferma il suo titolare, Manuel Grava: "Il 2014 si è chiuso con una crescita del 50%". E il trend nei primi mesi del 2015 continua a essere positivo. Le crostate di alta qualità, disponibile in quattro versioni (albicocca, frutti di bosco, cioccolato e uva), sono le novità protagoniste in fiera.

### DOLCIARIA DI COLOGNA VENETA - NODARI



**Aleksiana Mangikyan**

"Quella 2014 è stata un'annata positiva, soprattutto nei dati di vendita in pasticceria e nella Gd", spiega Aleksiana Mangikyan, export manager di Dolciaria di Cologna Veneta. L'azienda sta puntando molto sull'export: "I nostri mercati esteri di riferimento sono Cina, Regno Unito e Dubai", precisa Mangikyan. Tra le novità di Tuttofood, la nuova linea 66, numero che rimanda alla percentuale di mandorle che, insieme a miele di acacia e albume, compongono questo mandorlato extrafriabile.