

## Caffè trasparente

"Dietro ogni tuo caffè, un'azienda trasparente". Recita così l'headline dell'ultima campagna stampa di CDA, azienda friulana della distribuzione automatica. "La pausa caffè è un momento irrinunciabile, entrato ormai a fare parte dello stile di vita di ognuno – spiega Fabrizio Cattelan, ceo dell'azienda. – Per questo abbiamo pensato di migliorare e rinnovare il nostro servizio con le nuove macchine Ducale, progettate appositamente con un vetro sul fronte che permette a tutti i consumatori di vedere il caffè in grani all'interno mentre viene macinato e di testare direttamente gli alti standard di igiene mantenuti dai nostri operatori". La campagna è stata affidata all'agenzia Emporio ADV, che ha sviluppato in modo diretto il concetto di trasparenza, sicurezza e qualità.

CDA, impegnata da anni in una serie di iniziative di alto profilo come Wellness, che prevede l'erogazione di alimenti provenienti da agricoltura biologica, è stata l'unica friulana tra i finalisti dell'ultimo Sodalitas Social Award, prestigioso premio nazionale per la sostenibilità d'impresa.



## Qualità e mercato orientano le strategie

È la qualità, secondo un'indagine svolta dall'ente di certificazione DNV Business Assurance e GfK Eurisko, la preoccupazione maggiore per le aziende del food & beverage in Italia, mentre in altri Paesi al primo posto è la sicurezza alimentare, data per scontata da noi. Nel nostro Paese, anche i rischi finanziari, che altrove hanno un peso ridotto, appaiono piuttosto importanti per gli operatori del settore. In Italia, inoltre, solo il 17% dei professionisti intervistati vede nell'impatto

ambientale una possibile area di minaccia del business. Nell'indagine vengono prese in considerazione anche le strategie adottate, che nel nostro Paese risultano fortemente condizionate dalla crisi: clienti, competizione e ragioni economiche orientano le scelte nella gestione del rischio di filiera. Per il futuro non cambieranno le priorità, ma è prevedibile anche per l'Italia una maggior consapevolezza della necessità di un approccio più sostenibile.

## Look mondiale per il gelato

Medac, azienda cartotecnica salernitana da oltre 50 anni leader del mercato nazionale e internazionale, sostiene da sempre l'esigenza di 'vestire' il gelato di qualità con contenitori di pregio. In quest'ottica, supporta il Gelato World Tour, manifestazione nata con l'obiettivo di diffondere la cultura del gelato artigianale nel mondo attraverso otto tappe, da Roma all'Oceania passando attraverso Spagna, Germania, America, Asia e Medio Oriente. Le coppe in cartoncino riciclabile nelle quali verrà degustato il

gelato realizzato dall'eccellenza dei gelatieri di ogni tappa sono prodotte dalla Medac con una personalizzazione originale che varierà da una capitale all'altra, una raccolta di cartoline dal mondo da collezionare per ripercorrere le tappe di un Tour che porterà all'acclamazione del World Best Gelatiere. Il tour è partito da Roma a maggio dalla scalinata del Pincio splendidamente riprodotta nella prima coppetta della serie e avrà il suo gran finale nel settembre 2014 a Rimini.

