

flash

PRODOTTI E MERCATO

Novità del settore

Tonda alle olimpiadi di Vancouver

www.ifi.it

Tonda di Ifi spa è la prima e unica vetrina gelato rotonda e rotante selezionata dalla Collezione Farnesina Design per far parte della "Nazionale italiana" di design nel mondo, tenutasi a febbraio, rappresentando il sesto cerchio olimpico di Vancouver.

L'innovativa vetrina è stata protagonista fino al termine dell'evento, in particolare nella serata dedicata al gelato e durante il convegno "Il Design: tra sostenibilità e sistemi", sul tema della tecnologia e della riduzione dell'impatto ambientale. La presenza di Tonda a Vancouver è dovuta al fatto che la rivoluzionaria vetrina di Ifi è stata selezionata per far parte della Collezione Farnesina Design, istituita a Roma con decreto dell'On. Ministro Franco Frattini, allo scopo di approfondire l'impegno del Ministero degli Affari Esteri nella valorizzazione della produzione artistica del nostro paese nel settore del design.



Sul podio per la creatività

www.icamcioccolato.it

La quinta edizione del concorso Icam Linea Professionale ha incoronato i vincitori dopo una gara che ha coinvolto 12 pasticceri, provenienti da tutta Italia che si sono cimentati nella realizzazione di inedite monoporzioni al cioccolato e pièce artistiche. I concorrenti hanno dato vita ad una competizione di alto livello tecnico e qualitativo nello spazio appositamente allestito presso lo stand Icam al Sigep 2010. La giuria internazionale ha assegnato la vittoria a Ernst Knam, nato in Germania ma residente a Milano da oltre 20 anni. Il vincitore, che ha saputo interpretare con creatività e maestria il tema del concorso, si è aggiudicato una Fiat 500 con la monoporzione "Semplicemente Dolce". Francesco Manfredi di Teggiano (Sa) e Gaetano Mignano di Monte di Procida (Na) si sono posizionati al secondo e terzo posto vincendo rispettivamente una "Vespa" e una Piaggio Typhoon. "Dessert Risveglio" e "Harmaskis" sono i nomi delle specialità che hanno permesso ai due brillanti professionisti di raggiungere il podio. Chiude la rosa dei vincitori Mario Primo Mosconi premiato per la "miglior presentazione artistica".

Debutta Reed Gourmet

www.reedbusiness.it

Con l'obiettivo di sottolineare l'impegno e la professionalità nel mondo dell'alta cucina, della pasticceria e dell'alimentazione, la divisione Food di Reed Business Information ha scelto di cambiare la propria corporate identity, partendo proprio dal nome. Reed Business Information Food diventa quindi Reed Gourmet, brand che d'ora in poi firmerà i periodici del gruppo, le collane di libri e i portali dedicati alla cucina. La scelta del nuovo nome nasce dall'esigenza di esprimere in maniera diretta l'area nella quale l'editore si impegnerà nei prossimi anni, con un occhio di riguardo ai professionisti e agli appassionati di questo mondo. A questo proposito è stato scelto il termine gourmet, simbolo non solo di passione per il cibo, ma anche di competenza, di amore e di calore. Caldi anche i colori scelti per il nuovo logo: il marrone e l'oro, abbinati a una scritta in corsivo, che rende il nuovo brand molto raffinato. "Riteniamo che il nuovo brand" - spiega Carla Icardi, responsabile della divisione Reed Gourmet - "racchiuda il significato di tutte le attività che stiamo realizzando, sottolineando il valore degli strumenti editoriali che vogliamo proporre a chi ci segue già da molti anni e a chi sta imparando a conoscerci".

Il nuovo logo e i colori marrone e oro verranno impiegati su tutti gli strumenti di comunicazione utilizzati dall'azienda.



Gelatieri "Dritti alla meta"

www.pregel.com

Prosegue la strategia di PreGel - azienda ai vertici nel settore della gelateria e pasticceria - che vede il coinvolgimento di personaggi - che vede il coinvolgimento di personaggi e simboli rappresentativi dell'Italia e che ha portato al recente accordo con i fratelli Bergamasco, campioni della nazionale di rugby. L'azienda di Reggio Emilia ha scelto Mauro e Mirco Bergamasco, simboli italiani del rugby e dei valori positivi trasmessi da questo sport, come testimonial per il 2010 e dei brand HappyGelato, Sogno Tricolore e Gelato della Salute. I campioni presteranno i loro volti per attività di comunicazione rivolte sia al trade sia al consumatore finale.

Diverse le attività promozionali previste dalla nuova intesa. Per la fase di start up, l'immagine dei Bergamasco è stata scelta per la copertina dei cataloghi di raccolta punti dedicati al trade. I due campioni con le divise da rugby personalizzate rappresentano i colori istituzionali di PreGel con il logo aziendale. Per incentivare i gelatieri al raggiungimento degli obiettivi commerciali, l'individuazione di un messaggio che mutua i termini tecnici del linguaggio del rugby: "Dritti alla meta".



Il giornale
marzo 2010 pagina 18