

ESG  NEWS

# *ESGmakers*

Guida ai protagonisti della sostenibilità

---

---

**Speciale**

**Food**

---

---

**2026**



[www.esgnews.it](http://www.esgnews.it)

# Cibo rigenerativo: la sostenibilità per l'economia, il pianeta e le persone



**Alessandra Frangi**

Founder e Ceo, ESGnews

L'agroalimentare è un settore che sta vivendo una **forte trasformazione**, in cui la necessità di cambiare è spinta da un forte esigenza di rinnovamento, più che in altri comparti economici. Si manifesta nei campi colpiti dalla siccità, nei costi dell'energia che incidono sulla produzione, nelle filiere messe sotto pressione dalle tensioni geopolitiche, ma anche nelle nuove richieste di consumatori sempre più attenti a ciò che acquistano e a come e dove viene prodotto ciò di cui si nutrono. In un settore che vive del rapporto con la terra, con il clima, con le risorse naturali e con quelle culturali e territoriali, **la sostenibilità non può essere una semplice etichetta: è una condizione necessaria** per continuare a crescere.

Per anni l'azione sul fronte ambientale e sociale è stata raccontata soprattutto come un impegno valoriale o reputazionale. Oggi, per il food, è qualcosa di molto più concreto. Significa **garantire continuità produttiva**, ridurre sprechi e consumi, proteggere la qualità delle materie prime, rafforzare la catena di fornitura e costruire un rapporto di fiducia con mercato, distribuzione e finanza. Significa **imparare a produrre meglio nel rispetto del Pianeta e delle persone**.

Questo motore di cambiamento intrinseco all'agroalimentare sta modificando profondamente il modo di fare impresa. Tecnologie digitali e di monitoraggio dei dati (di cui nella guida ci parla osapiens), energie rinnovabili, tracciabilità e innovazione (come i biostimolanti di Yara) stanno entrando sempre più nelle **strategie aziendali**, insieme a una maggiore attenzione verso biodiversità, risorse idriche, packaging ed economia circolare. Parallelamente, normative europee come **CSRD, EUDR e Digital Product Passport** stanno accelerando una trasformazione che rende trasparenza e misurazione degli impatti la nuova grammatica del valore.

Da questo punto di vista, **il consumatore contribuisce a ridefinire le priorità industriali**: provenienza delle mate-

rie prime, modalità di produzione e certificazioni non sono dei "nice to have", bensì elementi che orientano le scelte di acquisto. La sostenibilità influenza infatti la percezione della qualità del prodotto alimentare.

In questa seconda guida ESGmakers dedicata al food abbiamo dunque cercato di individuare e segnare il momento in cui i fattori ambientali, sociali e di governance hanno smesso di essere temi paralleli al business e sono diventati componenti strutturali di questo. Lo abbiamo fatto attraverso un **assessment realizzato in collaborazione con Santa Chiara Next sulle PMI** del comparto e con un'**analisi delle rendicontazioni di sostenibilità dei principali gruppi industriali condotta da Deloitte**.

Ne emerge un settore più consapevole, che sta iniziando a **leggere la sostenibilità** non solo come risposta alle pressioni esterne, ma **come leva per aumentare resilienza, efficienza e capacità competitiva**. Un cambiamento che riguarda processi e tecnologie (di cui sono esempi Antares Vision e Carel), ma anche il modo in cui le imprese immaginano il proprio ruolo all'interno della società e dei territori.

La sostenibilità, quindi, assume una **dimensione culturale oltre che industriale**. Non a caso il modello della cucina italiana, riconosciuto patrimonio immateriale **UNESCO**, ha ispirato il *Food Manifesto* promosso da **Fiere di Parma** in occasione di TUTTOFOOD: una Carta dei Valori che mette al centro filiere corte e trasparenti, riduzione degli sprechi, consumo consapevole e rigenerazione del rapporto tra persone, comunità e ambiente.

Per l'**agroalimentare italiano**, che **vale circa il 15% del PIL nazionale e l'11% dell'export**, la sfida è chiara: **il futuro non si giocherà** soltanto sulla capacità di produrre di più, ma **sulla capacità di farlo meglio, in equilibrio con l'ambiente e il territorio da cui tutto ha origine**.

# Il settore agroalimentare italiano in numeri

**81,9** miliardi di euro

Il **VALORE AGGIUNTO** nell'agroalimentare di cui:  
 - **38 miliardi** nel Food&Beverage  
 - **43,9 miliardi** nel settore agricolo

**296** miliardi di euro

I **CONSUMI** alimentari di cui:  
 - **196 miliardi** la spesa alimentare domestica +1,8% sul 2023  
 - **100 miliardi** la spesa alimentare extradomestica

**1,5** milioni

Gli **OCCUPATI** del comparto di cui:  
 - **1 milione** quelli agricoli +2,9% la crescita nel decennio  
 - **500 mila** quelli dell'industria alimentare +11,4% la crescita nel decennio

## IL COMPARTO AGRICOLO

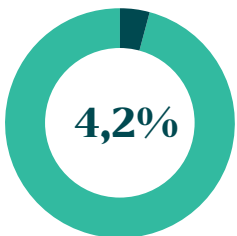
**10,6** miliardi di euro

Gli **INVESTIMENTI** +0,6% rispetto al 2023

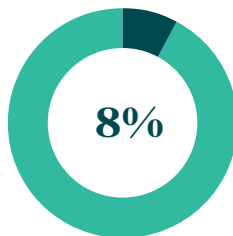
**15** miliardi di euro

Le **RISORSE PUBBLICHE** destinate all'AGRICOLTURA

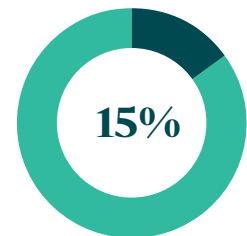
L'agroalimentare è un **settore trainante dell'economia perché attiva una filiera ampia**, capace di soddisfare bisogni primari e secondari. Dalla produzione agricola all'industria di trasformazione, fino alla distribuzione e alla ristorazione, coinvolge anche logistica, trasporti, packaging, controlli di qualità, tecnologie e ricerca. Ne deriva un sistema che vale circa **il 4,2% del PIL nel solo comparto agroalimentare, che sale all'8% includendo distribuzione e ristorazione e raggiunge il 15% considerando l'intera filiera.**



Settore agroalimentare



Settore agroalimentare +  
 +  
 Distribuzione e ristorazione



Settore agroalimentare + Distribuzione e ristorazione + Logistica, trasporti e intermediazione

## LA FORZA DELL'AGROALIMENTARE ITALIANO SUI MERCATI INTERNAZIONALI

17,4%

La quota dell'Italia sul valore aggiunto agricolo dell'UE, prima posizione in graduatoria

11,8%

La quota dell'Italia sul valore aggiunto dell'industria alimentare dell'UE, terza posizione in graduatoria

70 miliardi di euro

Il valore delle esportazioni agroalimentari italiane (11% delle esportazioni totali)

3,5%

la quota italiana sulle esportazioni mondiali di prodotti agroalimentari (maggiore di quella che l'Italia detiene sulle esportazioni mondiali del totale delle merci pari al 2,8%)

## AGROALIMENTARE DI QUALITÀ

21 miliardi di euro circa

Il valore della produzione IG italiana, di cui 9,6 miliardi di euro di prodotti agroalimentari e 11 miliardi di euro di vini

19%

Il peso della Dop economy sull'agroalimentare italiano

13,6 miliardi di euro

Il valore dell'agricoltura multifunzionale (pari al 18,8% della produzione agricola totale)

## È TEMPO DI BIO

20,2%

Il peso in Italia della superficie biologica su quella totale

+65,5%

L'incremento del numero di aziende agricole biologiche (nel 2024 rispetto al 2015)

4 miliardi di euro circa

I consumi domestici di prodotti biologici nel 2024 (+2,9% sul 2023)

La forza dell'agroalimentare italiano si esprime anche nella **qualità** del modello che rappresenta. L'Italia è tra i protagonisti in Europa per valore aggiunto sia nel settore agricolo sia nell'industria alimentare, con una presenza consolidata sui mercati internazionali, dove l'export continua a crescere. A distinguere il sistema italiano è soprattutto il **profondo legame tra prodotto, territorio e cultura, valorizzato da un patrimonio unico di denominazioni DOP e IGP, che nel 2024 ha raggiunto quota 900 registrazioni.**

Accanto a questa "economia della qualità", si consolida la transizione verso modelli più sostenibili: il **biologico** ha ormai superato un quinto della superficie agricola nazionale, accompagnato da una crescita significativa sia delle aziende coinvolte sia dei consumi interni. Parallelamente, l'agricoltura amplia il proprio raggio d'azione, spaziando dalla produzione di energia alle attività agrituristiche, fino ai servizi per la filiera. La multifunzionalità si afferma così come una componente strutturale del valore agricolo. Ne emerge un settore sempre più articolato e dinamico, capace di coniugare tradizione e innovazione e di generare valore lungo l'intera filiera, ben oltre la sola produzione primaria.

Fonte: RAPPORTO SULL'AGROALIMENTARE ITALIANO, ISMEA, 2025 (dati 2024)



Maddalena Fossati

Direttrice  
La Cucina Italiana

## Tra sostenibilità e diversità bioculturale perché la cucina italiana è un Patrimonio internazionale

La cucina italiana è stata riconosciuta come patrimonio immateriale dell'UNESCO, un traguardo che celebra non solo i suoi sapori, ma anche i valori che rappresenta. Al centro vi sono autenticità, legata alle tradizioni locali e alle ricette tramandate, salubrità, grazie a ingredienti semplici e genuini, e sostenibilità, espressa nell'uso di prodotti stagionali e filiere corte. Questo riconoscimento valorizza uno stile di vita che unisce cultura, territorio e benessere. Tra diversità gastronomica e culturale, Fossati, promotrice della candidatura, racconta il percorso per ottenere questo riconoscimento e cosa significa per l'ecosistema culinario della Penisola.

[Leggi l'intervista completa](#)

# Il valore della sostenibilità nel settore food

Il settore alimentare italiano (dalla coltivazione delle materie prime fino alla distribuzione al consumatore finale) rappresenta uno dei pilastri dell'economia nazionale; con un peso sul PIL pari al **15%** nel 2024, il settore si conferma come un sistema capace di creare valore, lavoro, reputazione internazionale, e di rappresentare l'Italia nel mondo con la credibilità e la qualità che ci contraddistinguono.

Negli ultimi anni, il settore ha dimostrato una straordinaria capacità di resilienza e crescita. Nonostante il contesto macroeconomico particolarmente complesso, caratterizzato dalla crisi pandemica del 2020, dall'aumento dei costi energetici e delle materie prime, nonché dalle tensioni geopolitiche globali, il settore ha mantenuto elevati livelli di performance economica, continuando ad essere un motore importante per l'economia italiana, capace di trasformare le sfide esogene in opportunità di consolidamento e crescita strutturale.

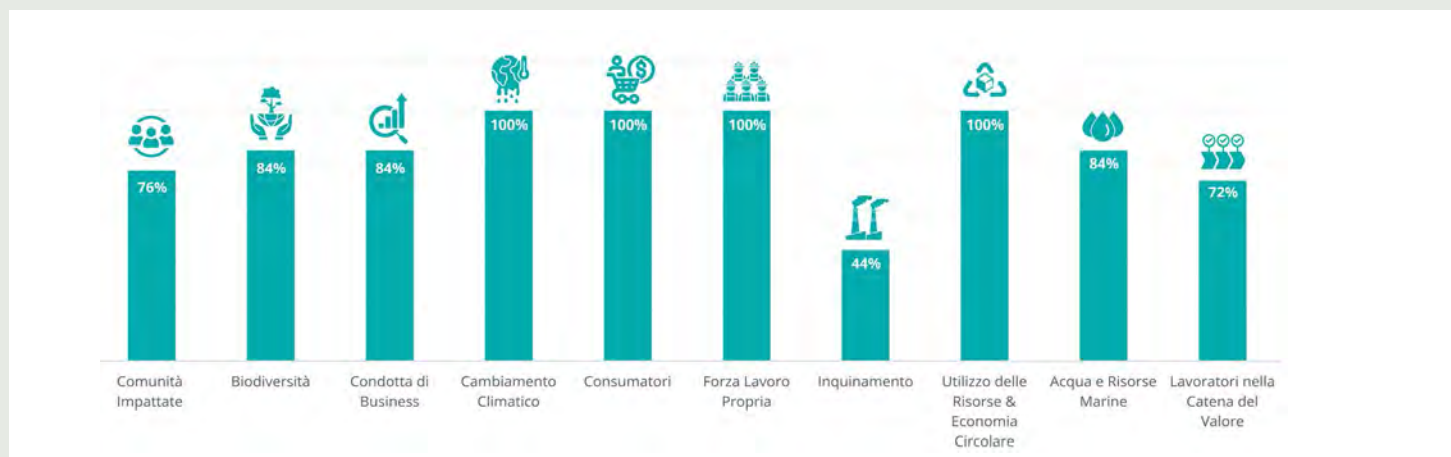
## LO STUDIO CONDOTTO

**Deloitte**, in collaborazione con l'**Università degli Studi di Parma**, ha condotto un'analisi su un campione di **player strategici del settore food**, selezionati in base a criteri dimensionali e di maturità nel percorso ESG, tenuto conto delle informazioni rendicontate nei rispettivi bilanci di sostenibilità dell'esercizio 2024. L'obiettivo è stato comprendere il **percorso di transizione sostenibile** in atto, con particolare attenzione alle leve strategiche quali **trasparenza, tracciabilità delle filiere, responsabilità sociale, riduzione dell'impatto ambientale e**

**agricoltura sostenibile**. Parallelamente, lo studio ha voluto individuare e offrire spunti di riflessione sui **fattori competitivi distintivi**, sulle **sfide** e sulle **opportunità strategiche** ancora da cogliere per **consolidare il proprio brand, attrarre consumatori più consapevoli e investitori sempre più orientati ai criteri ESG**.

## IL VALORE STRATEGICO DELLA SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE FOOD

### Le Tematiche ESG Rilevanti



L'analisi delle tematiche materiali rivela un'elevata omogeneità tra le società del campione.

Emergono in maniera preponderante sotto il profilo ambientale i temi **“Utilizzo delle Risorse ed Economia Circolare”** e **“Cambiamento Climatico”**, identificati come temi materiali dalla **totalità delle società** del campione, evidenziando come le aziende attribuiscono un ruolo centrale alla gestione efficiente delle risorse e alle opportunità derivanti dall'adozione di modelli di economia circolare, ad ulteriore conferma di una diffusa consapevolezza della rilevanza di tali temi lungo l'intera filiera, indipendentemente dal livello di integrazione verticale.

Anche l'impegno verso la **decarbonizzazione** e la riduzione delle emissioni di gas serra (GHG) è una priorità dell'intero settore: la totalità degli operatori analizzati riconosce l'importanza e l'opportunità di implementare percorsi di transizione energetica nei processi di trasformazione, attraverso l'adozione di tecnologie a basso impatto emissivo, tecniche di agricoltura rigenerativa e l'efficientamento degli impianti e la progressiva sostituzione di fonti energetiche tradizionali con alternative rinnovabili. Parallelamente, l'ottimizzazione delle rotte di trasporto, l'utilizzo di mezzi a minore impatto ambientale e la riduzione dei packaging risultano leve fondamentali per contenere l'impronta carbonica.

Nella dimensione sociale, i temi **“Forza Lavoro Propria”** e **“Consumatori”** risultano materiali per **tutte le società**, riflettendo non solo l'importanza del capitale umano in un settore ad alta intensità di lavoro, ma altresì l'attenzione prioritaria ai consumatori finali e alla qualità del prodotto. Da un lato la tutela dei diritti dei lavoratori, le condizioni di lavoro e la salute e sicurezza rappresentano valori imprescindibili, dall'altro la continua ricerca della qualità del prodotto, la sicurezza alimentare e l'attenzione al valore nutrizionale rappresentano il risultato di scelte consapevoli lungo tutta la filiera, orientate a garantire la tutela della salute, il miglioramento continuo dell'esperienza e del benessere dei consumatori attraverso pratiche virtuose e innovative.

Sotto il profilo della governance, il tema **“Condotta di Impresa”**, rilevante per l'**84%** delle aziende del campione, conferma come la cultura aziendale, l'attenzione all'adozione di pratiche etiche, trasparenti e responsabili siano, anche per il settore food, aree chiave nella conduzione delle attività operative.

### Le Strategie ESG

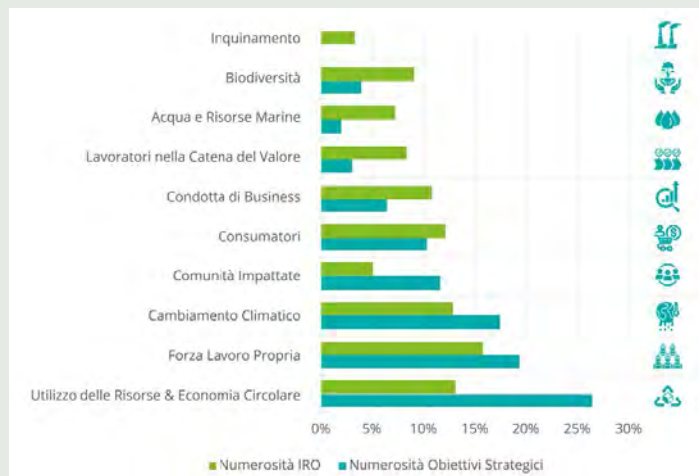
Il tema **“Utilizzo delle Risorse ed Economia Circolare”** risulta essere prioritario, citato dall'**81%** delle società, seguito da **“Cambiamento Climatico” (71%)** e **“Forza Lavoro Propria” (62%)**.



**L'analisi delle strategie dichiarate dalle società rivela una chiara gerarchia di priorità.**

Questi tre temi ricorrono con maggior frequenza nella declinazione delle strategie, indicando una focalizzazione marcata su elementi evolutivi in ambito ambientali e di gestione del capitale umano.

Lo studio mette a confronto, per ogni tema considerato, la **numerosità degli impatti rischi e opportunità dichiarati materiali** dagli operatori **con gli obiettivi strategici rendicontati**, al fine di evidenziare gli spazi per nuove opportunità e per la differenziazione e consolidamento del proprio vantaggio competitivo.



Interessante è quanto emerge sui temi **“Utilizzo delle Risorse ed Economia Circolare”** e **“Comunità Impattate”** che mostrano una maggiore frequenza nelle leve strategiche rispetto alla numerosità degli impatti, rischi e opportunità emersi dall’analisi di materialità, suggerendo come alcune società abbiano anticipato su tali temi strategici.

Il tema **“Condotta di Impresa”** (dichiarato materiale dall’**84%** delle società) presenta impatti rischi e opportunità non ancora pienamente coperti da obiettivi strategici, dichiarati e adottati da appena il **24%** delle società, evidenziando la maturità del settore rispetto ad ambiti principalmente legati alla brand reputation.

Allo stesso tempo, diverse tematiche ESG costituiscono interessanti opportunità per l’implementazione di nuove strategie e per creare un vantaggio competitivo distintivo. Per esempio, il tema **“Lavoratori nella Catena del Valore”** è riconosciuto come materiale dal **72%** del campione, ma solo il **14%** delle società individua specifiche strategie dedicate.

Anche **“Acqua e Risorse Marine”** e **“Biodiversità”** emergono come temi particolarmente rilevanti per le società che operano nella fase upstream, dove i consumi idrici possono essere molto significativi e l’attenzione alla biodiversità e alla salvaguardia del suolo sono centrali, ma gli obiettivi strategici su questi ambiti risultano declinati solo in casi limitati; tali aree sembrano dunque mostrare **ampi spazi per cogliere nuove opportunità strategiche e adottare azioni strutturate per gestire al meglio i relativi impatti** e ricorrere a soluzioni tecnologiche innovative, in particolare con riferimento alla tutela e rigenerazione della biodiversità che rappresenta una delle principali sfide per il futuro del settore e per la difesa dagli effetti del cambiamento climatico.

Dall’analisi dell’informativa emerge un chiaro segnale in relazione alla necessità di **implementare una gestione integrata di leve strategiche** necessarie per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità e individuazione strutturata di impatti, rischi e opportunità correlati e conseguentemente di modalità di gestione e di azioni necessarie.

Questo rappresenta anche un **concreto spazio di crescita e di miglioramento** nel processo di integrazione tra pianificazione strategica ESG e pianificazione economica finanziaria: tale integrazione permette di guidare l’allocazione di risorse finanziarie verso le priorità ed iniziative con impatto atteso chiaro e misurabile, consentendo di presidiare più efficacemente l’allineamento tra strategia ESG, piano industriale e risultati, nonché di riallocare in modo dinamico le risorse in funzione dell’evoluzione del contesto e del raggiungimento degli obiettivi strategici.

## TRACCIABILITÀ DELLA FILIERA

L’**analisi della filiera** rappresenta un elemento cruciale non solo per comprendere il livello di integrazione delle tematiche ESG nei processi operativi delle società, ma anche per valutare il grado di attenzione delle imprese alla gestione della filiera stessa, alla trasparenza, alla tracciabilità delle materie prime e all’adozione di tecnologie innovative a supporto di tali processi.

Nel settore food implementare un modello di inte-

grazione verticale lungo la filiera, oltre a consentire un'ottimizzazione dei costi, permette di raggiungere obiettivi di miglioramento della qualità del prodotto e di presidio sulla supply chain, che rappresentano sempre più fattori strategici rilevanti per differenziarsi sul mercato promuovendo pratiche responsabili.

In base a quanto si evince dall'informativa di sostenibilità il **60% delle società analizzate presenta un basso livello di integrazione verticale**, concentrandosi prevalentemente sulle fasi di trasformazione e packaging, mentre il **24% mostra un'integrazione intermedia** e il **16% un'elevata integrazione lungo l'intera catena del valore**.

In considerazione dell'attuale livello di integrazione delle filiere e tenuto conto delle crescenti aspettative di mercato e regolatorie in termini di trasparenza e tracciabilità, le società analizzate dichiarano **pratiche strutturate di monitoraggio delle materie prime** e presidi adottati lungo la filiera, incluse attività di selezione, qualifica e verifica dei fornitori, attraverso audit periodici, controlli qualitativi e analitici, sistemi di tracciabilità e requisiti contrattuali, formalizzati ad esempio tramite disciplinari di produzione e politiche di approvvigionamento responsabile, nonché specifici sistemi di gestione certificati da enti terzi.

Accanto a tali pratiche dallo studio emerge anche che il **56% delle società ha investito in tecnologie innovative per la tracciabilità**, inclusi, tra gli altri, sistemi digitali, che consentono di ricostruire il percorso delle materie prime dalla provenienza agricola fino al prodotto finito, sensori IoT e piattaforme di geolocalizzazione.

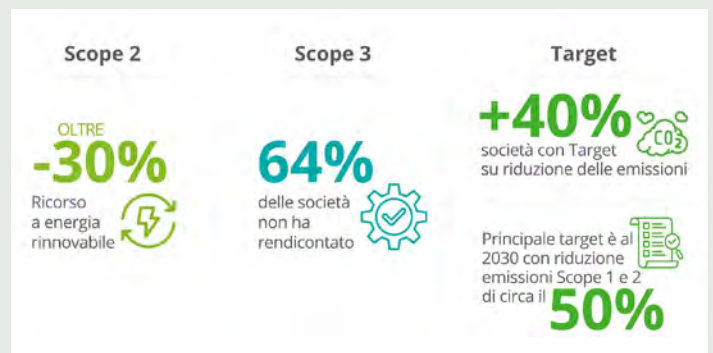
Se da un lato l'analisi evidenzia come molteplici società stiano già compiendo sforzi significativi per garantire una maggiore disponibilità delle informazioni lungo la filiera, dall'altro lato emerge che si tratta di un **percorso in itinere** dove i processi di raccolta e condivisione delle informazioni lungo la filiera sono ancora complessi e time-consuming. L'evoluzione tecnologica e l'adozione di nuove soluzioni avanzate, ad esempio basate sulla blockchain, consentirebbero

di migliorare l'accesso e la condivisione delle informazioni a tutta la filiera garantendo maggiore trasparenza, affidabilità delle informazioni e tracciabilità dei prodotti e delle risorse.

## IMPATTO AMBIENTALE E AGRICOLTURA SOSTENIBILE

Relativamente alle emissioni di gas serra, il quadro è eterogeneo.

Per le emissioni dirette cosiddette **"Scope 1"**, una parte significativa del campione registra ancora  **aumenti tra il 2% e il 15%**, spesso  **correlati a dinamiche di crescita produttiva**, mentre altre aziende mostrano **riduzioni con un range estremamente variabile** prevalentemente attribuibili a ristrutturazioni degli assetti produttivi.



Per quanto riguarda le emissioni indirette di **"Scope 2"**, il 52% degli operatori ha conseguito **riduzioni**, alcuni anche **superiori al 30%** grazie al ricorso ad acquisto o autoproduzione di **energia da fonti rinnovabili**.

Lo **Scope 3**, ovvero le emissioni prodotte lungo l'intera catena del valore, rappresenta ancora **una sfida complessa: il 64% degli operatori non ha ancora rendicontato** queste emissioni o ha appena avviato il processo di calcolo. Solo il 30% delle società mostra una rendicontazione delle emissioni di Scope 3 strutturata, complessivamente con un trend di riduzione.

Il **40%** delle società del campione dichiara **target misurabili**; i target maggiormente rendicontati riguardano le **riduzioni delle emissioni dirette di Scope 1 e indirette di Scope 2** (tra il 40% e il 50%) entro il 2030 con obiettivi paralleli di **riduzione**

dello Scope 3 tra il 25% e il 42% al 2030, alcune indicano il 2030 come anno per dimezzare le emissioni, confermando il 2050 come anno target per il Net Zero.

Per quanto concerne l'utilizzo del suolo e l'agricoltura sostenibile, l'80% delle società ha già implementato programmi concreti per la tutela del suolo, adottando lungo la filiera pratiche di agricoltura rigenerativa, rotazione delle colture, piantumazione di siepi ecologiche e riduzione degli input chimici. Diverse società hanno documentato riduzioni dei pesticidi fino al 67% e degli insetticidi fino al 33%.

Anche relativamente al packaging e all'economia circolare, il 68% del campione ha stabilito target quantitativi precisi, con l'impegno a rendere il 100% (o comunque quote rilevanti, superiori al 95%) del packaging riciclabile, riutilizzabile o compostabile entro il 2030. Parallelamente, molte società puntano alla riduzione della plastica vergine e all'incremento della percentuale di materiale riciclato, con obiettivi di circa il 50% al 2030. Inoltre, il 64% delle società dichiara di recuperare sottoprodotti per l'alimentazione animale, e quasi la totalità implementa iniziative per contrastare lo spreco alimentare attraverso recupero degli scarti, donazioni a organizzazioni benefiche e ottimizzazione dei processi produttivi.

## RESPONSABILITÀ SOCIALE E GOVERNANCE ESG

Nella dimensione sociale, il settore ha raggiunto una solida maturità nella gestione del proprio capitale umano, questo quanto emerge dalla lettura di una rendicontazione strutturata degli indicatori chiave riguardanti la propria forza lavoro, estese anche ai temi di diversità e inclusione, rispetto ai quali emerge che il 40% del campione rendiconta in modo trasparente il gender pay gap e i dati relativi alla salute e sicurezza dei propri dipendenti, rispetto a cui la quasi totalità delle società dichiara che il 100% dei dipendenti è coperto da sistemi di gestione conformi alla norma ISO 45001.

Una marcata attenzione e sensibilità da parte del

settore è confermata in relazione alle condizioni di lavoro degli attori lungo la filiera. La quasi totalità delle società del campione (96%) dichiara di aver adottato policy come Codici Etici e Codici di Condotta dei fornitori o di operare in conformità ai Principi e agli Standard Internazionali. Anche le politiche e le azioni intraprese sulle condizioni lavorative lungo la catena del valore evidenziano un elevato livello di attenzione da parte degli operatori analizzati (il 92% del campione dichiara politiche e azioni in tal senso). Oltre all'attivazione di sistemi strutturati di valutazione basati su audit periodici, verifiche di conformità a standard e certificazioni internazionali, emergono anche iniziative di risk assessment e due diligence volte a contrastare le principali aree di rischio.

Per quanto riguarda la dimensione della governance, il 92% delle società si è dotato di almeno un organismo dedicato alla sostenibilità all'interno della propria struttura organizzativa, con una media di 2 comitati dedicati per società. Il 52% delle aziende del campione dichiara la presenza di organi ESG con funzioni e ruoli approvativi dei piani di sostenibilità; per la restante parte degli operatori gli organi ESG probabilmente svolgono più spesso un ruolo consultivo e di supporto. In relazione al presidio degli impatti rischi e opportunità, il 72% delle aziende ha organi ESG dedicati a tale attività, con una frequenza di monitoraggio che varia significativamente da società in società, con prevalenza annuale in linea con la tempistica di rendicontazione ESG.

Per quanto concerne i sistemi di incentivazione, il 56% delle imprese dichiara di fare ricorso a KPI ESG nella remunerazione, con una prevalenza di indicatori quantitativi (64% dei casi), indirizzati principalmente alle figure apicali e agganciati ad obiettivi di efficienza energetica e di riduzione delle emissioni GHG, ottimizzazione nell'utilizzo delle risorse e limitazione di rifiuti e scarti, in linea con i propri piani strategici.

Per concludere va osservato che lo Stakeholder Engagement è una parte fondamentale della strategia di sostenibilità per il settore: il 100% delle società conduce forme di stakeholder engagement strutturate.



I **consumatori** e la **società civile** risultano essere gli **stakeholder più ingaggiati** a conferma di come gli operatori del settore dedichino particolare attenzione alla dimensione sociale, coinvolgendo in misura prevalente

(per l'80%) consumatori e comunità locali, valorizzando in tal modo l'impatto diretto sulla società e la promozione di un'offerta orientata a scelte sostenibili.

I business partner, costituiti prevalentemente dai fornitori, rappresentano stakeholder di riferimento nel settore food in quanto in grado di influenzare l'approvvigionamento responsabile delle materie prime, le pratiche agricole e la qualità e la sicurezza dei prodotti.

Gli stakeholder interni sono rappresentati da azionisti e dipendenti, che non possono mancare nel processo di ingaggio tenuto conto del valore che essi assumono per il funzionamento e lo sviluppo dell'impresa.

In sintesi lo studio conferma che **il settore food italiano si trova in una fase di transizione strutturale nella quale la sostenibilità è sempre più percepita come motore di crescita e non come vincolo**. Le aziende che sapranno integrare le tematiche ESG nelle proprie strategie, superando la logica della compliance e abbracciando la sostenibilità come generatore di valore, saranno meglio posizionate per rispondere alle nuove esigenze dei consumatori, attrarre investitori ESG-oriented, consolidare la reputazione del proprio brand e costruire un futuro competitivo sostenibile.

## Sostenibilità motore di crescita nel settore food

Il settore food italiano considera la sostenibilità una leva competitiva. Il 70% delle aziende analizzate dichiara obiettivi ESG specifici e misurabili, a testimonianza di un solido commitment. Integrare gli obiettivi ESG con la pianificazione strategica aziendale consente un controllo più efficace sull'avanzamento e maggiore trasparenza verso gli stakeholder.

[Leggi l'intervista completa](#)



**Alessandra Cerruti**

Partner Sustainability  
Deloitte & Touche



**Valeria Brambilla**

Amministratore Delegato  
Deloitte & Touche

# La sostenibilità delle PMI nel settore agrifood

La sostenibilità è entrata ormai a far parte a pieno titolo delle strategie di sviluppo delle piccole e medie imprese del settore agroalimentare italiano e rappresenta una leva decisiva di competitività.

Sebbene in maniera ancora non completamente omogenea e condizionata da vincoli finanziari e infrastrutturali, le PMI italiane del settore agrifood proseguono nel percorso di integrazione dei criteri ESG nei loro sistemi di gestione.

## L'ANALISI

E' quanto emerge dall'analisi realizzata da **Santa Chiara Next**, spin-off dell'Università di Siena, in collaborazione con **ESG News**, che ha coinvolto un campione di imprese agroalimentari italiane di sottosectori diversi e di aree geografiche differenti, che operano in particolare nel segmento della trasformazione.

Tali imprese si sono sottoposte ad un **assessment di sostenibilità**, basato su una metodologia definita dall'Università di Siena in collaborazione con lo **UN SDSN** (United Nations - Sustainable Development Solutions Network) e con il **Columbia Center on Su-**

**tainable Investment**, che prende in esame le diverse aree aziendali e le tematiche di sostenibilità a queste collegate, ed integrato in uno dei moduli della piattaforma digitale **Sostenibile.Cloud**, realizzata da Santa Chiara Next in collaborazione con il partner tecnologico **Zucchetti Centro Sistemi S.p.A.**, proprio per fornire alle imprese un supporto per il loro percorso di sostenibilità, in termini di definizione degli impegni assunti, di sistematizzazione delle iniziative intraprese, di raccolta dei dati e di produzione del complesso documentale che va dalla redazione di politiche e piani strategici alla rendicontazione di sostenibilità.

### 1 Prodotti e strategie che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030

- PORTAFOGLI DI PRODOTTI CHE CONTRIBUISCONO A REGIMI ALIMENTARI SANI E SOSTENIBILI
- SICUREZZA ALIMENTARE (Security)
- MARKETING, INFORMAZIONE E RAPPORTO CON LA CLIENTELA
- SICUREZZA DEGLI ALIMENTI (Safety)

### 2 Sostenibilità delle operazioni e dei processi interni

- LAVORO MINORILE
- LAVORO FORZATO
- LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA
- NON DISCRIMINAZIONE E UGUAGLIANZA
- SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO
- SALARI E REDDITI DIGNITOSI
- FORMAZIONE
- PRODUZIONE AGRICOLA SOSTENIBILE
- CAMBIAMENTI CLIMATICI E QUALITÀ DELL'ARIA
- BIODIVERSITÀ E TUTELA DEL PAESAGGIO
- RISORSE IDRICHE
- RIFIUTI
- PACKAGING E CONFEZIONAMENTO
- BENESSERE ANIMALE

### 3 Sostenibilità della catena di approvvigionamento e del valore

- SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE DELLA CATENA DEL VALORE
- SOSTENIBILITÀ SOCIALE DELLA CATENA DEL VALORE
- CAMBIAMENTI CLIMATICI E QUALITÀ DELL'ARIA NELLA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO E DEL VALORE
- PRODUZIONE AGRICOLA SOSTENIBILE
- TRACCIABILITÀ DELLA CATENA DI FORNITURA

### 4 Buona cittadinanza d'impresa

- GOVERNANCE E MANAGEMENT
- RELAZIONI CON LA COMUNITÀ\*
- TASSAZIONE
- ANTICORRUZIONE

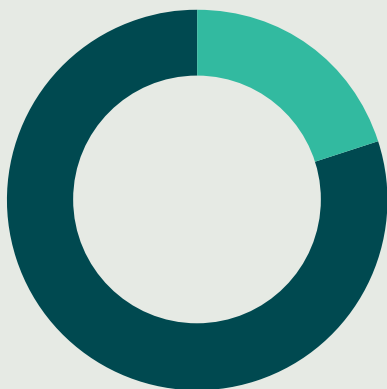
## I RISULTATI

L'analisi dei risultati dell'assessment fornisce un quadro d'insieme che mostra come in tutte le aree oggetto di valutazione le tematiche ambientali, sociali e di governance siano integrate nelle scelte aziendali e ne siano elemento distintivo da proporre come valore per la propria clientela ed in generale per i propri stakeholder.

Nel seguito, sono riportati alcuni dei risultati più significativi riferiti alle tematiche di sostenibilità ricomprese nell'assessment.

### Prodotti e Strategie che contribuiscono al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030

#### Sicurezza Alimentare



**80%**

Rilevante

**20%**

Non rilevante

La **Sicurezza Alimentare** è una tematica particolarmente rilevante per le imprese oggetto del campione che hanno adottato iniziative sia nella "riformulazione dei prodotti" perché siano sempre più funzionali a diete sane, sia nel ricorso a "ingredienti alimentari certificati".

Sempre in tema di sicurezza alimentare un dato significativo è l'**origine italiana delle materie prime e l'attenzione a processi produttivi** che evitino l'utilizzo di sostanze chimiche che possano nuocere alla salute dell'uomo.

#### Marketing, Informazione e Rapporto con la Clientela



**75%**

Tematica rilevante

**25%**

Non rilevante / non affrontata

La tematica Marketing, informazione e Rapporto con la Clientela ha una particolare rilevanza per le PMI ed in modo particolare per quelle che operano con la GDO. L'adozione di **azioni di marketing responsabili, eque e oneste** è una delle buone pratiche che consente di promuovere la sostenibilità sociale e ambientale e che si riflette anche nella etichettatura dei prodotti.

La relazione con la clientela si sviluppa attraverso un **dialogo diretto e continuativo**, nonché attraverso un supporto tecnico-commerciale ed attività dimostrative realizzate a favore degli operatori della GDO.

Questo modello consente di costruire un rapporto di fiducia fondato su competenza, trasparenza e supporto operativo.

#### Sostenibilità delle operazioni e dei processi interni

- **Salute e Sicurezza sul lavoro**
- **Cambiamenti Climatici e Qualità dell'aria**
- **Formazione**



**100%**

Tematica rilevante

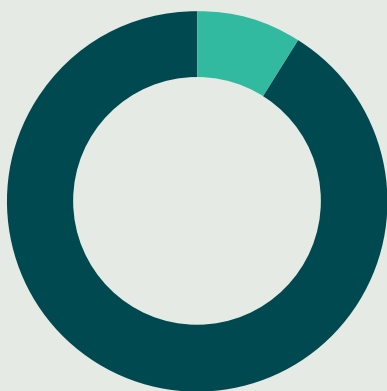
Tutte le aziende comprese nel campione esaminato hanno adottato impegni, iniziative e piani sulle 3 tematiche qui oggetto di esame

In particolare, per la **Salute e Sicurezza sul lavoro** emerge che le imprese effettuano periodici **audit sulla sicurezza** (in qualche caso anche esterni), somministrano **corsi di formazione obbligatoria**, monitorano il tasso di infortuni, promuovono la salute dei dipendenti;

per i **Cambiamenti Climatici e Qualità dell'aria** le imprese hanno effettuato investimenti in **Fonti di Energia Rinnovabile** ed hanno definito ulteriori piani di crescita della produzione di energia verde, monitorano le emissioni di GHG (soprattutto quelle relative a Scope 1 e 2) ed in qualche caso hanno ottenuto la certificazione ISO 14001;

per la **Formazione** le imprese adottano **piani strutturali di formazione** collettiva o individuale per lo sviluppo delle competenze, ma anche formazione sullo sviluppo sostenibile che mirano a disseminare la cultura ESG nell'organizzazione aziendale. Inoltre, monitorano le ore medie di formazione erogate per singola categoria di dipendenti e definiscono obiettivi su base annuale.

## Risorse idriche



**90,9%**

Tematica rilevante

**9,1%**

Non rilevante / non affrontata

Anche la tematica **Risorse idriche** ha una grande rilevanza per le imprese coinvolte nella ricerca, sebbene **differenti** siano, spesso, le **iniziative adottate**. Le azioni intraprese vanno, a seconda delle diverse real-

tà produttive, dal dialogo con i dipendenti per ridurre gli sprechi, all'adozione di procedure per un uso efficiente della risorsa idrica, al calcolo dell'impronta idrica di prodotto, all'investimento, in qualche caso, in attrezzature ad alta efficienza idrica. Il monitoraggio dei consumi e la definizione di target di utilizzo della risorsa idrica sono diffusi nella quasi totalità delle imprese del campione.

## Sostenibilità della catena di approvvigionamento e del valore

Anche in questo ambito l'indagine fornisce segnali di **crescita del numero delle imprese che operano una valutazione degli impatti** ambientali e sociali della loro catena di approvvigionamento, anche se le informazioni fornite contraddicono in parte questo trend.

I dati che emergono dall'assessment suggeriscono che la quasi totalità delle imprese adottano politiche di approvvigionamento sostenibile, ma solo alcune attivano iniziative sui temi ambientali e sociali con fornitori e clienti o hanno implementato un Codice di Condotta Fornitori o effettuano indagini sulle pratiche ambientali e sociali dei fornitori, almeno di quelli più importanti, anche se oltre l'80% delle imprese del campione dichiara di rifornirsi di materie prime certificate.

Solo il 9% delle imprese coinvolte monitora in maniera sistematica le emissioni nella catena di fornitura (Scope 3), mentre il 40% effettua comunque, attraverso questionari, una **raccolta di dati non strutturati**.

Infine, oltre il 63% delle imprese del campione ha adottato iniziative per **assicurare la tracciabilità della catena di fornitura** ed alcune hanno anche ottenuto la certificazione ISO 22005.

## Buona cittadinanza d'impresa

Le PMI che hanno partecipato all'assessment hanno tutte implementato modelli di organizzazione e di governance che mettono al centro le tematiche ESG.

L'87% presidia le tematiche di sostenibilità attraverso un **Comitato ESG** o altra struttura organizzativa dedicata.

Il 66% ha redatto, su base volontaria, almeno un report di sostenibilità e sul fronte della compliance l'impegno dichiarato si è già in qualche caso trasformato in azioni realizzate:

Codice di Condotta Anticorruzione

23%

Codice Etico

48%

Modello 231

29%

Per ciò che concerne la **Relazione con la Comunità** differenti sono le iniziative realizzate, che vanno dal

supporto ad enti ed associazioni locali o a sedi locali di associazioni nazionali, quali la Fondazione Banco Alimentare, ma anche alla scelta di approvvigionamento da fornitori aventi soltanto sede nel territorio.

Il 45% delle imprese del campione dichiara di **monitorare gli impatti** diretti ed indiretti della propria attività sulla comunità locale.

## LE CONCLUSIONI

L'analisi condotta sul campione di PMI agroalimentari italiane conferma che, pur in quadro politico internazionale particolarmente complesso, le imprese **continuano ad impegnarsi nel percorso di sostenibilità** e ad integrare i **criteri ESG** nei loro **modelli di business**.

La sostenibilità rappresenta, a pieno titolo, una leva di competitività ed un pilastro delle strategie aziendali.

## Sostenibilità e tracciabilità delle filiere agroalimentari italiane: a che punto siamo

La sostenibilità è da sempre uno degli elementi portanti del settore agroalimentare. Nell'ambito del **Programma Agritech**, finanziato dal PNRR, lo **Spoke 9** coordinato dal **Santa Chiara Lab dell'Università di Siena** ha svolto una serie di **analisi sulla sostenibilità delle imprese agroalimentari**. Dalle risposte di oltre 3.000 imprese, emerge, la presenza di un certo squilibrio tra i comportamenti delle PMI e delle grandi aziende. Le prime **consumano tre volte più energia e acqua** per unità di fatturato, mentre le seconde risultano più attente ai temi delle **certificazioni**, adottate da oltre il 90% contro circa il 66% delle PMI.

E' stata svolta anche un'indagine dal lato della **domanda**, rilevando l'opinione di 3.600 consumatori italiani. Ne emerge, innanzitutto, una maggiore **sensibilità verso le certificazioni etiche rispetto a quelle ambientali**. La disponibilità a pagare un sovrapprezzo è presente ma viene percepita dalle imprese non sufficiente a coprire i costi da loro sostenuti. Il profilo più propenso alla spesa include donne, giovani e individui con livelli più elevati di reddito e istruzione. Qualità e origine restano i principali driver di acquisto, superando il peso delle certificazioni.

Nell'ambito del progetto, è stata sviluppata **METRIQA**, un **ecosistema digitale** al cui interno la piattaforma AgriHub integra e armonizza dati e informazioni sui sistemi agroalimentari nazionali e locali provenienti da fonti diverse, rendendoli accessibili tramite dashboard intuitive e interrogazioni in linguaggio naturale. Questo consente di fornire a imprese e decisori pubblici utili parametri di mercato e territoriali, così da supportare l'assunzione di decisioni basate su evidenze. Accanto ad AgriHub, in METRIQA sono presenti **ESG4Agri** e **AgriTrack**, due piattaforme che consentono, rispettivamente, la misurazione delle performance di sostenibilità delle aziende agroalimentari e la tracciabilità dell'origine geografica dei prodotti delle filiere.



**Angelo Riccaboni**

Presidente  
Fondazione PRIMA,  
Barcellona e  
Santa Chiara Lab, UniSi

[Leggi l'intervista completa](#)

**Antonio Feola**

Direttore sostenibilità  
Unione Italiana Food

## Innovazione e sostenibilità guidano il futuro del food

La sostenibilità è da sempre uno degli elementi portanti del settore agroalimentare. Un valore intrinsecamente legato alla qualità che contraddistingue il cibo italiano e ne fa uno dei settori portanti dell'economia della Penisola. E oggi, in uno scenario segnato da tensioni geopolitiche che mettono sotto pressione le filiere alimentari globali e un comparto fortemente dipendente dai costi dell'energia, la sostenibilità assume un ruolo strategico ancora più importante. Per Unionfood (Unione Italiana Food), la principale associazione di rappresentanza dell'industria alimentare in Italia e tra le più rilevanti in Europa, operare nel mondo della sostenibilità significa promuovere modelli produttivi sempre più attenti all'impatto ambientale, all'uso efficiente delle risorse e alla riduzione delle emissioni e degli sprechi, ma anche sostenere innovazione, qualità e sicurezza lungo tutta la filiera alimentare.

[Leggi l'intervista completa](#)

**BIOS**  
MANAGEMENT

## Insieme per una crescita sostenibile

Supportiamo le aziende per affrontare le sfide ESG  
con STRATEGIA - COMPETENZA - INTELLIGENZA DIGITALE



Emissioni di CO2 e piani di  
decarbonizzazione



Strategie e piani di  
sostenibilità



Reporting di sostenibilità  
& Data Management



Governance di sostenibilità  
(Organizzazione, politiche, certificazioni ISO)

Take care of your Business

**Contattaci**

# Agroalimentare che innova: storie di sostenibilità

## Molino Pasini: sostenibilità integrata nella gestione d'impresa

Nel primo anno completo come Società Benefit, Molino Pasini ha strutturato la gestione dell'impatto integrandola nei processi aziendali. Ha definito una governance dedicata (Responsabile di Impatto e B Team) e introdotto KPI per misurare le performance. Le azioni si sono concentrate su tre ambiti: sviluppo e coinvolgimento delle persone, attivazione di un dialogo ESG con la filiera e costruzione di un sistema di monitoraggio di consumi ed emissioni. Un approccio che collega obiettivi, strumenti e operatività quotidiana, orientando il miglioramento nel tempo.



MOLINO PASINI

## Agrioil: eccellenza italiana nell'olio extra vergine d'oliva dal 1989

Fondata nel 1989 nel cuore del Cilento, Agrioil rappresenta un'eccellenza italiana nella produzione di olio extra vergine d'oliva. Grazie a una base sociale di 78 soci e a un frantoio di proprietà dotato di tecnologie all'avanguardia, l'azienda assicura una filiera corta e certificata. Specializzata nel confezionamento per marchi propri e privati, Agrioil esporta l'autenticità e la qualità della tradizione olearia campana sui principali mercati internazionali.



## Europasud: la rivoluzione sostenibile de "Il Nostro Forno"

Europasud lancia il primo progetto di filiera italiana per farine certificate con Coldiretti e Consorzi Agrari. L'accordo prevede grano coltivato senza glifosato, premi agli agricoltori e la piantumazione della pianta mellifera Facelia per le api. Prodotto con lievito madre, il pane de "Il Nostro Forno" unisce salute e tradizione. L'azienda punta ora alla massima sostenibilità grazie all'autoproduzione di energia pulita, riducendo l'impatto ambientale.



## Surgital: 89% di energia autoprodotta con fotovoltaico, cogenerazione, trigenerazione e AI

L'efficienza energetica è uno degli assi strategici del percorso ESG di Surgital. Attraverso un sistema energetico integrato e strumenti avanzati di monitoraggio, ottimizzazione e AI, l'azienda sviluppa un modello industriale capace di rafforzare efficienza, resilienza operativa, sostenibilità e capacità di adattamento. Il modello integra anche pratiche di economia circolare, recupero degli sfridi e soluzioni di packaging orientate alla riduzione degli impatti ambientali e a un uso più efficiente delle risorse.



# Osservatorio DiVino: sostenibilità e competitività

Analisi strutturale, ambientale e sociale delle cantine italiane nel contesto della transizione

Francesca Gagliardi

Università di Siena, Santa Chiara Lab

Il report Osservatorio DiVino 2025 analizza le **performance di sostenibilità ambientale, sociale ed economica delle cantine italiane**, mettendo a confronto le piccole e medie imprese con le grandi aziende. Lo studio evidenzia come si stia allargando il divario di produttività tra le realtà più grandi, che beneficiano di una maggiore **efficienza energetica e idrica**, e le piccole imprese. Di fronte alle attuali sfide, come l'aumento del costo dell'energia, la capacità di investire in fonti rinnovabili e in tecnologia per l'efficientamento dei processi produttivi diventa una leva indispensabile per salvaguardare la competitività. Le microimprese, d'altro canto, eccellono nel **legame con il territorio e nella tutela della biodiversità**. Nonostante un aumento nell'uso di energie rinnovabili, il settore affronta sfide critiche come il calo delle **certificazioni** tra le PMI e una persistente **disparità di genere** nei ruoli dirigenziali. Emerge tuttavia una **forte spinta verso l'innovazione commerciale**, trainata dal consolidamento della vendita diretta e dei canali digitali. Il documento sottolinea come **la sostenibilità sia ormai un pilastro imprescindibile della competitività globale**, pur con ritmi di adozione differenti legati alla dimensione aziendale.

## LA TRANSIZIONE ECOLOGICA È IN ATTO, MA IL DIVARIO DIMENSIONALE SI ALLARGA

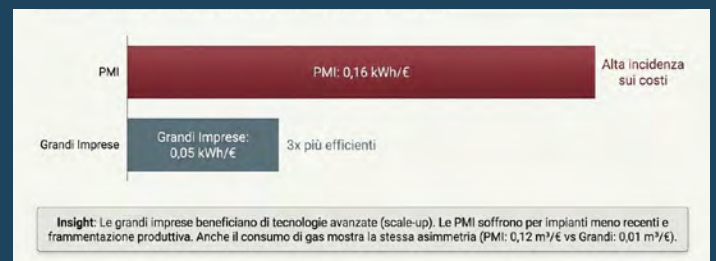
Mentre il settore consolida l'adozione delle rinnovabili e l'accesso diretto al mercato, emerge una netta **polarizzazione tra PMI e grandi imprese su efficienza e certificazioni**.



## IL DIVARIO DI EFFICIENZA ENERGETICA PENALIZZA LA COMPETITIVITÀ DELLE PMI

L'energia ha cessato di essere una mera utility per trasformarsi in una **variabile critica della marginalità operativa**. Le grandi imprese beneficiano di tecnologie avanzate (scale-up). Le PMI soffrono per impianti meno recenti e frammentazione produttiva. Anche il consumo di gas mostra la stessa asimmetria (PMI: 0,12 m<sup>3</sup>/€ vs Grandi: 0,01 m<sup>3</sup>/€).

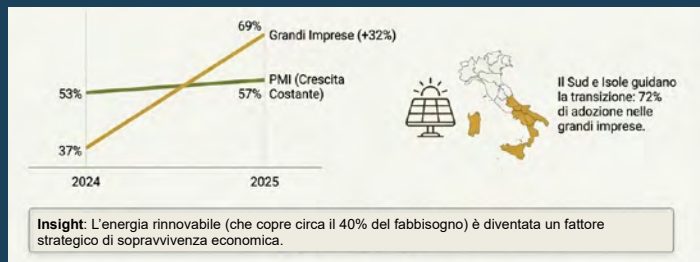
## Consumo medio di energia elettrica (Median kWh/€ Fatturato)



Metodologia: Indagine CATI condotta dall'Università di Siena nell'ambito del Centro Nazionale Agritech (PNRR)

## L'AUTOPRODUZIONE ENERGETICA È LA RISPOSTA DEL SETTORE ALLA VOLATILITÀ DEI COSTI

L'energia rinnovabile (che copre circa il 40% del fabbisogno) è diventata un **fattore strategico di sopravvivenza economica**. Le grandi Imprese hanno compiuto un balzo strategico nell'autoproduzione da fonti rinnovabili, passando dal 37% al 69% in un solo anno, segno di una pianificazione sistemica volta all'indipendenza energetica.



## L'EMERGENZA IDRICA È UN RISCHIO NON ANCORA MITIGATO STRUTTURALMENTE

La **scarsità idrica** è ormai una **variabile operativa** che impone il passaggio dalla gestione dell'emergenza alla pianificazione infrastrutturale. Il **monitoraggio dei prelievi e il recupero delle acque** sono diventati i nuovi **parametri della continuità aziendale**.



Metodologia: Indagine CATI condotta dall'Università di Siena nell'ambito del Centro Nazionale Agritech (PNRR)

## LE PMI SI CONFERMANO CUSTODI DELLA BIODIVERSITÀ E DEL PAESAGGIO RURALE

La **biodiversità** è l'**asset reputazionale** che distingue il vino italiano, ma l'analisi rivela un paradosso tra "passione e precisione tecnica". Se le PMI si confermano custodi del paesaggio, le grandi imprese dimostrano una gestione agronomica tecnicamente superiore.



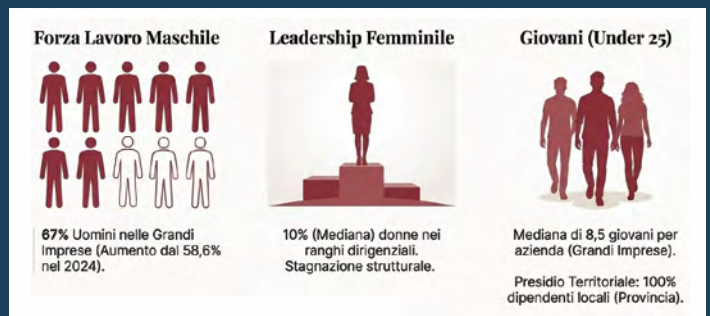
## LA SALUTE DEL SUOLO RIMANE UN "BLIND SPOT" AGRONOMICO

Persiste un **deficit conoscitivo**: circa il 70% delle imprese totali opera in uno stato di "ignoranza tecnica", non conoscendo la composizione del proprio suolo, fattore che limita la capacità di adottare strategie di fertilizzazione mirate. Manca quindi una cultura del monitoraggio. **Senza dati, è impossibile applicare strategie rigenerative efficaci.**



## CAPITALE UMANO: UN SETTORE ANCORA MASCHILE E POCO APERTO AI GIOVANI

Il settore vitivinicolo funge da **presidio occupazionale critico per le aree rurali**, ma sconta una stagnazione nei processi di inclusione e leadership moderna. La leadership femminile rimane marginale nella maggior parte delle organizzazioni, rappresentando un rischio per l'innovazione organizzativa. Il **radicamento locale totale** conferma però che la cantina è l'architrave socio-economica delle comunità rurali italiane.



### LA BUROCRAZIA FRENA LA QUALITÀ CERTIFICATA: CROLLO VERTICALE NELLE PMI

Si registra un allarmante crollo nelle PMI: la **quota di aziende con prodotti certificati è precipitata** dal 75% del 2024 al 40,6% del 2025. Tale arretramento è riconducibile alla complessità burocratica e ai costi di mantenimento in un contesto economico meno favorevole. Le grandi imprese tengono meglio (54,7%), puntando su certificazioni multiple di prodotto, processo e territorio.



### ACCESSO AL MERCATO: LA DISINTERMEDIAZIONE DIVENTA LO STANDARD

La **vendita diretta si conferma il principale meccanismo di sopravvivenza economica**. Oltre l'86,2% delle PMI e l'83,8% delle grandi imprese accedono direttamente al mercato, con la vendita diretta tradizionale che raggiunge il 94,6% nelle piccole cantine. Le PMI compensano i gap di efficienza catturando **maggior valore aggiunto attraverso la relazione diretta (DTC)**.



### TRASFORMARE LE CRITICITÀ IN LEVE COMPETITIVE: LE PRIORITÀ D'AZIONE

1

**Tecnologia per le PMI**  
Incentivi non solo per le rinnovabili, ma per l'efficientamento dei processi produttivi.

2

**Semplificazione**  
Ridurre il carico burocratico per fermare la fuga delle PMI dalle certificazioni di qualità.

3

**Cultura del Suolo**  
Formazione agronomica urgente per monitorare la sostanza organica (oggi ignota al 70%).

4

**Inclusione Attiva**  
Politiche di welfare per sbloccare la leadership femminile e l'ingresso dei giovani.

**La sostenibilità non è più un'opzione, ma la condizione necessaria per la resilienza economica del settore.**



Antonio Cellie

Amministratore  
delegato

Fiere di Parma

## Oltre i volumi: verso filiere agroalimentari circolari e virtuose

Oggi la vera sfida per le filiere è essere resilienti ma, al contempo, anche sufficientemente elastiche da rimodellarsi alla luce dei grandi cambiamenti che stiamo vivendo. Il contesto è strutturalmente cambiato: costi, geopolitica e materie prime impongono un'evoluzione del modello cui eravamo abituati. La sostenibilità futura non sarà dunque nei volumi, ma nel valore che saremo capaci di generare e portare, attraverso tutti gli anelli della filiera, sulle tavole dei consumatori.

[Leggi l'intervista completa](#)

# FOOD MANIFESTO

## La carta dei valori del cibo del futuro

Il Food Manifesto è la Carta dei Valori del cibo del futuro, promosso da Fiere di Parma in occasione di TUTTO-FOOD. Un documento che non è solo una dichiarazione d'intenti, ma una piattaforma operativa pensata per guidare nei prossimi anni le scelte della filiera internazionale del Food & Beverage. Il Manifesto si propone come un riferimento condiviso per imprese, istituzioni e operatori chiamati a confrontarsi con trasformazioni sempre più complesse. Fondato su cinque pilastri (Inclusività - Sostenibilità e Rigenerazione - Sicurezza, Fiducia e Trasparenza - Origine, Qualità e Patrimoni Viventi - Salute, Benessere e Longevità), intende mettere su carta prima e nell'operatività poi, un nuovo modo di pensare e vedere il cibo: non solo nutrizione, ma una leva potente per rigenerare il legame tra persone, comunità e pianeta.

***"In un'epoca in cui il cibo è al centro delle crisi climatiche, sanitarie, economiche e democratiche, noi-rappresentanti delle filiere agroalimentari, istituzioni, comunità scientifiche e civili - riconosciamo che non è più sufficiente nutrire il mondo: occorre nutrire il futuro."***

### INCLUSIONE

**Il cibo è un diritto**, non un privilegio.  
Accesso equo a cibo sano, sostenibile e culturalmente appropriato.  
Filiere giuste, lavoro dignitoso, comunità protette.

*Il cibo è dignità condivisa.*

### RIGENERAZIONE

Non basta ridurre l'impatto: bisogna rigenerare.  
Suolo, acqua, biodiversità e paesaggi sono capitale vitale.  
Ecologia integrale: clima, salute, giustizia e cultura sono inseparabili.

*Il cibo del futuro rigenera ciò che nutre.*

### FIDUCIA

**La fiducia** è il vero capitale del sistema alimentare.  
**Sicurezza** e trasparenza devono guidare tutta la filiera.  
**Tracciabilità** significa responsabilità condivisa.

*La fiducia è il primo ingrediente per costruire il futuro.*

### IDENTITÀ

Origini, territori e saperi generano valore autentico.  
I patrimoni viventi sono cultura, non solo mercato.  
La qualità del cibo è nutrizionale, ambientale e culturale.

*Il cibo è codice culturale e patrimonio identitario vivente dei territori.*

### BENESSERE

Cibo, salute e benessere sono un unico sistema.  
I modelli alimentari virtuosi generano equilibrio e prevenzione.  
Il futuro richiede scelte sane, consapevoli e accessibili.

*La longevità si coltiva con cura e si nutre ogni giorno, dalla terra alle tavole.*

**DALLA SOSTENIBILITÀ ALLA RIGENERAZIONE  
DAL FOOD SYSTEM AL LIFE SYSTEM  
DAL PRODOTTO ALL'IMPRONTA CHE LASCIAMO**

**Leggi qui il Manifesto!**

# La sostenibilità non è più solo un tema reputazionale, ma un concreto fattore di accesso al mercato e competitività



## Consumatori

Circa 7 italiani su 10 ritengono **rilevante o molto rilevante** la sostenibilità dei prodotti alimentari<sup>1</sup>

## GDO

Diventano più stringenti i **criteri di selezione** dei fornitori. Il 55% afferma di considerare la loro **performance ambientale**, a partire da elementi come la riciclabilità dei prodotti fino alla sostenibilità del packaging, degli ingredienti e dello stesso processo di trasformazione e distribuzione. Non solo, l'80% afferma di richiedere **certificazioni di sostenibilità** ai propri fornitori<sup>2</sup>.



## Banche e investitori

La BCE considera il **rischio climatico un rischio prudenziale**, non solo reputazionale. Dal 2026, le banche devono adeguarsi alle linee guida EBA sui rischi ESG, integrando tali fattori nella governance e nella gestione dei rischi. Per gli istituti di credito è importante **valutare i fattori ESG dei propri crediti e investimenti**.

## Quadro normativo

Il Green Deal è il piano lanciato nel 2019 per rendere l'Europa più competitiva e garantire un futuro sostenibile. L'obiettivo è ridurre le emissioni di almeno il 55% entro il 2030 e rendere giuridicamente vincolante la neutralità climatica entro il 2050. In questa direzione, **l'UE ha adottato numerose riforme per tradurre questi traguardi in azioni concrete**.



<sup>1</sup>La Roadmap del futuro per il Food&Beverage, Rapporto 2025, THEA

<sup>2</sup> Gli approcci alla sostenibilità della GDO italiana, Accenture e Jeme

# Consumatori e sostenibilità

Per gli italiani, il cibo non è solo nutrizione, ma racchiude valori di convivialità, piacere e benessere, anche in ottica di prevenzione. Non a caso, **il 79% dei consumatori considera le scelte alimentari tra gli ambiti più rilevanti in tema di sostenibilità.**

Questa sensibilità si traduce sempre più in pratiche quotidiane: oggi **circa il 38% degli italiani adotta abitudini alimentari "green"**<sup>1</sup>

Tra i comportamenti più diffusi emergono l'attenzione **alla riduzione degli sprechi**, la **preferenza per prodotti locali o sfusi** e l'interesse verso **packaging più sostenibili**.

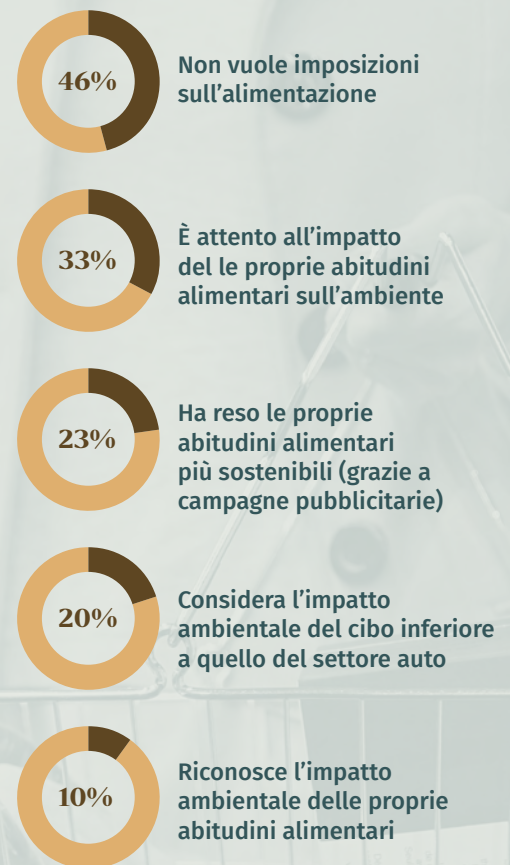
## Quali elementi guidano le scelte d'acquisto dei consumatori<sup>2</sup>



## Cosa fanno i consumatori per essere più sostenibili<sup>2</sup>



## La consapevolezza dei consumatori<sup>2</sup>



La **sostenibilità nel settore alimentare** rappresenta un **fattore rilevante per circa 7 italiani su 10**, in un ambito in cui la qualità continua a rappresentare il principale driver nelle scelte di acquisto (71,4%), seguita, nell'attuale complesso contesto economico, dal prezzo (61,4%).

Tuttavia, solo il 4,4% dei consumatori è disposto a pagare oltre il 20% in più per un prodotto sostenibile. Questo dato mette in luce una crescente tensione tra valori e capacità di spesa: se da un lato la consapevolezza ambientale è ormai diffusa, dall'altro la disponibilità a sostenere costi aggiuntivi rimane limitata.

# La sostenibilità nella GDO

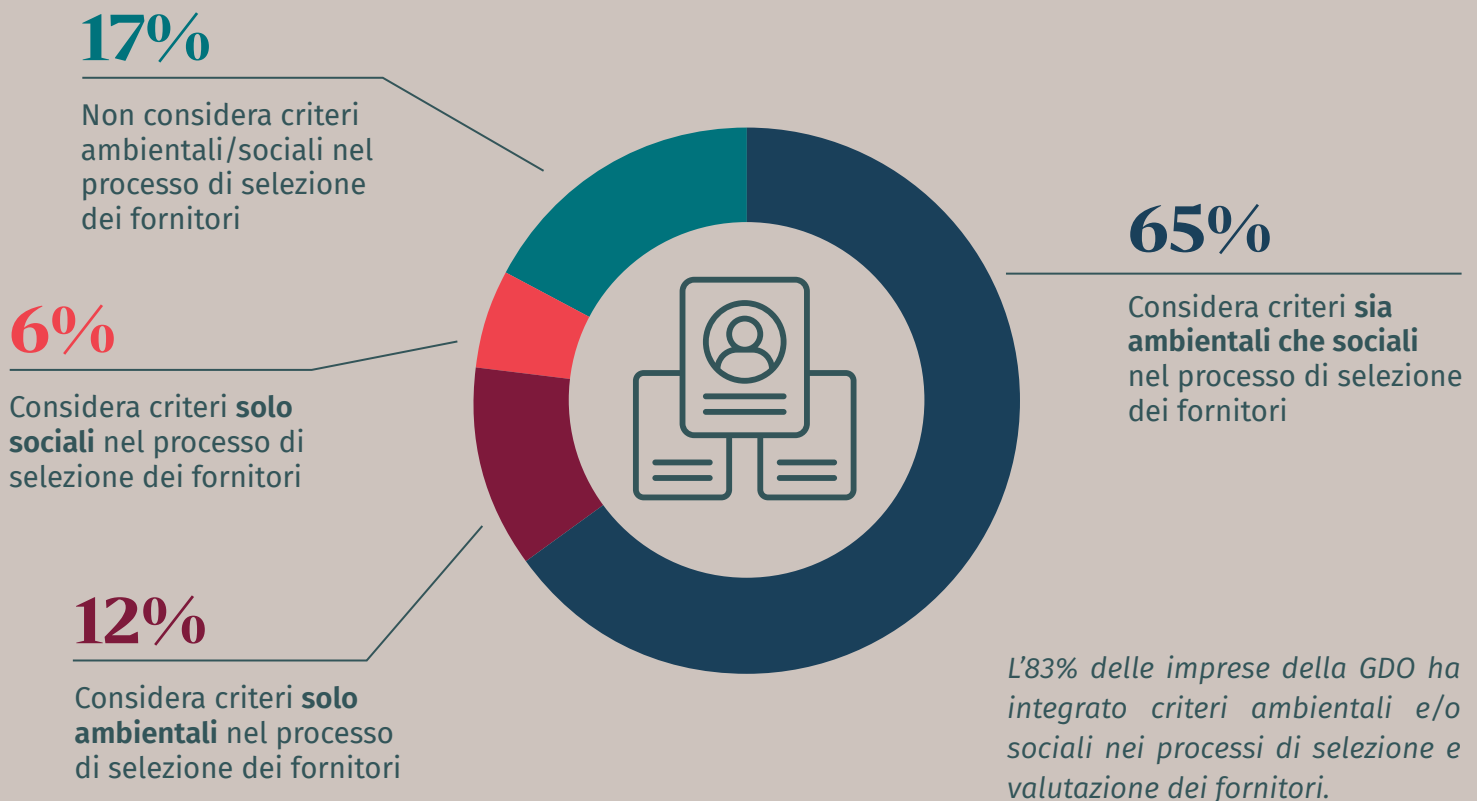
Nel settore della grande distribuzione organizzata (GDO), la sostenibilità sta assumendo un ruolo sempre più centrale, non solo come **leva competitiva** ma anche come risposta a un **contesto normativo in evoluzione**. La direttiva europea CSRD sta infatti accelerando questo processo: il 94% delle aziende dichiara di essere già impegnato, direttamente o come parte di un gruppo, nell'allineamento ai nuovi requisiti.

Tanto è vero che la sostenibilità diventa ormai strategia: **il 59% delle imprese della GDO ha definito un piano di sostenibilità con target quantitativi, mentre il 29% si è dotato di obiettivi qualitativi**. Il restante 12%, pur non avendo ancora formalizzato una strategia, prevede di farlo nei prossimi mesi.

In questo scenario, la sostenibilità per la GDO non è più solo un tema di rendicontazione, ma diventa una leva operativa che incide direttamente sulle scelte di business. In particolare, assume un ruolo chiave la gestione della filiera e dei fornitori, che si traduce in una domanda centrale anche per i consumatori, ovvero **quali prodotti mettere sullo scaffale**.

Le insegne della distribuzione si trovano infatti in una posizione unica: da un lato intercettano le preferenze d'acquisto, dall'altro influenzano l'intera catena del valore attraverso le proprie scelte di approvvigionamento. Decidere cosa entra a scaffale significa quindi orientare produzione, standard e comportamenti lungo tutta la filiera.

## Processi di selezione e valutazione dei fornitori<sup>1</sup>

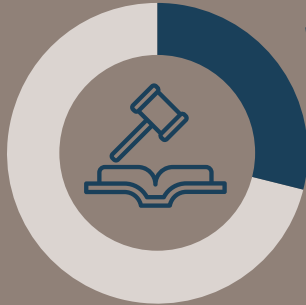


## Codice di condotta per i fornitori<sup>1</sup>

**SI**

Ha formalizzato un codice di condotta dei fornitori

**29%**



**71%**

**NO**

Non ha formalizzato un codice di condotta dei fornitori

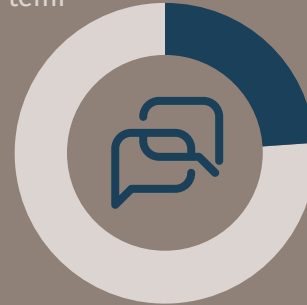
La maggior parte delle aziende della GDO ha adottato un codice di condotta per i fornitori, segnale di una crescente attenzione agli aspetti etici e di governance della supply chain.

## Engagement con i fornitori<sup>1</sup>

**SI**

Ha sviluppato iniziative di coinvolgimento dei fornitori su temi relativi alla sostenibilità

**24%**



**76%**

**NO**

Non ha sviluppato iniziative di coinvolgimento dei fornitori su temi relativi alla sostenibilità

La maggior parte delle imprese della GDO ha attivato iniziative di engagement, che spaziano dalla condivisione degli obiettivi di sostenibilità fino a veri e propri progetti di collaborazione.

## Impatti degli acquisti sulla biodiversità<sup>1</sup>

**18%**

Ha già adottato criteri di selezione dei fornitori che tengono conto degli effetti degli acquisti sulla biodiversità lungo l'intera filiera

**9%**

Applica tali parametri esclusivamente ai fornitori del proprio marchio

**24%**

Li considera per una parte selezionata della propria supply chain

Il 18% delle aziende della GDO integra già criteri d'impatto sulla biodiversità, anche a seguito della regolamentazione europea EUDR, nella selezione dei fornitori lungo tutta la filiera, mentre altre li applicano in modo parziale o limitato a specifiche categorie di prodotto.

## Il monitoraggio e controllo dei fornitori<sup>1</sup>

**29%**

Ha già implementato procedure di audit e verifiche specifiche per i fornitori a marchio proprio

**24%**

Estende i controlli all'intera filiera

**24%**

Li applica a una parte selezionata dei propri fornitori

Cresce l'attenzione verso il monitoraggio continuo: audit, controlli periodici e attività di due diligence vengono progressivamente estesi lungo la filiera. Il 77% delle imprese della GDO valuta il rispetto dei criteri di sostenibilità dei fornitori

## Diritti umani lungo la catena di fornitura<sup>1</sup>

**24%**

Ha formalizzato una procedura di due diligence/audit sui diritti umani per i fornitori a marchio proprio

**18%**

Ha formalizzato una procedura di due diligence/audit sui diritti umani per alcuni fornitori

**12%**

Ha formalizzato una procedura di due diligence/audit sui diritti umani per tutti i fornitori

Il 54% delle aziende della GDO ha avviato misure concrete di monitoraggio del rispetto dei diritti umani lungo la supply chain. Il restante 56% non ha formalizzato una procedura di due diligence e o audit sui diritti umani e dei lavoratori per la catena di fornitura.

<sup>1</sup> REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI SETTORE DELLA DISTRIBUZIONE MODERNA, 2025, FEDERDISTRIBUZIONE con il supporto di Altis Advisory

# La sostenibilità: leva di accesso a credito e finanza

Il settore agroalimentare è chiamato a **sostenere investimenti crescenti** per affrontare sfide strutturali come il **cambiamento climatico**, l'**innovazione tecnologica** e la **digitalizzazione**. Questo percorso richiede risorse rilevanti e rende l'accesso al credito sempre più strategico. Parallelamente, anche il sistema bancario sta cambiando le proprie politiche di finanziamento, legando sempre più la possibilità di ottenere credito alla sostenibilità delle imprese, in linea con le politiche europee e le indicazioni della BCE che spingono verso una crescente integrazione dei criteri ESG nella concessione dei finanziamenti. Un fenomeno che riguarda anche investitori istituzionali e private equity. Nel 2024, a fare domanda di finanziamento è stato il **30% delle imprese alimentari** e il **25% delle aziende agricole**.

## LE AREE DI FINANZIAMENTO

<b>35%</b>	Acquisto di macchine e attrezzature
<b>22%</b>	Costruzioni agricole
<b>22%</b>	Impianti per energie rinnovabili
<b>16%</b>	Introduzione di nuove coltivazioni
<b>11%</b>	Introduzione o sostituzione di sistemi di irrigazione
<b>9%</b>	Ristrutturazioni di immobili
<b>&lt;1%</b>	Tecnologia per l'agricoltura di precisione e software

Gli investimenti restano concentrati su asset tradizionali, mentre **le tecnologie digitali sono ancora poco diffuse**

## FONTI DI FINANZIAMENTO

<b>26%</b>	Risorse proprie
<b>17%</b>	Credito bancario
<b>16%</b>	Fondi pubblici
<b>7%</b>	Combinazione di più fonti

Il ricorso al credito è ancora limitato: prevale l'autofinanziamento, segnale di accesso al capitale non sempre semplice.

## QUANTO PESA L'AGROALIMENTARE SUI PRESTITI TOTALI

**Agricoltura:** rappresenta il 5,8% dei prestiti totali, contro il 2,3% del valore aggiunto

**Industria alimentare:** pesa il 5,1% sui prestiti totali contro l'1,9% sul valore aggiunto

L'importanza dell'agroalimentare sulle consistenze totali di prestiti è ben superiore a quella che lo stesso comparto ha sull'economia italiana nel suo complesso. Il settore riceve più credito rispetto al suo peso economico, segno della sua rilevanza strategica

Fonte: Ismea, 2025



**Massimiliano Cattozzi**

Responsabile della  
Direzione Agribusiness  
della Divisione Banca  
dei Territori

**Intesa Sanpaolo**

## L'agroalimentare tra crescita e transizione ESG: il ruolo strategico delle banche

In una congiuntura segnata da instabilità, volatilità e competizione, il settore agroalimentare italiano affronta **sfide cruciali** legate a innovazione, internazionalizzazione e rafforzamento strutturale. In questo scenario, l'**azione della Direzione Agribusiness di Intesa Sanpaolo** evolve integrando l'erogazione di finanziamenti con un modello di partnership strategica, capace di offrire sia **competenze specialistiche**, sia **strumenti di advisory** per favorire operazioni di finanza straordinaria e crescita dimensionale anche tra le PMI.

Tra i pilastri dell'azione si distingue il **Programma Sviluppo Filiere** con focus sulle filiere agro-industriali in grado di migliorare l'accesso al credito e la stabilità lungo l'intera catena del valore, con un'attenzione specifica verso le "Filiera Sostenibili". Per accompagnare concretamente queste transizioni, sono state attivate risorse significative, tra cui uno stanziamento di **dieci miliardi di euro** per l'innovazione e il consolidamento della presenza sui mercati esteri delle imprese delle diverse filiere.

L'**analisi della sostenibilità aziendale** viene condotta da Intesa Sanpaolo in modo integrato: sul piano ambientale si valutano efficienza energetica e gestione delle risorse; su quello sociale la qualità del lavoro e il legame con il territorio; la governance agisce invece come elemento abilitante per rendere gli investimenti duraturi. Un approccio inclusivo, con strumenti di accompagnamento pensati **anche per le imprese ai livelli iniziali del percorso ESG**.

Un ruolo centrale è ricoperto dagli S-Loan, finanziamenti che hanno già superato **1,1 miliardi di euro** di erogato incentivando obiettivi misurabili attraverso meccanismi di premialità sui tassi e su **progettualità ESG condivise**, includendo anche l'aumento dell'occupazione giovanile e femminile. L'obiettivo finale è supportare il successo e la crescita delle imprese, mantenendo e valorizzando le specializzazioni territoriali, tratto distintivo del **modello agroalimentare italiano**.

[Leggi l'intervista completa](#)

## Le aspettative del private equity sulla sostenibilità delle imprese agroalimentari

La sostenibilità è diventata una leva sempre più rilevante per gli **investitori di private equity**. Nel settore agroalimentare lo è ancora di più. In questo comparto, infatti, le imprese operano a stretto contatto con risorse naturali e filiere complesse, rendendo imprescindibile un **approccio orientato al lungo periodo e al rispetto ambientale, dei lavoratori e delle comunità**.

Per l'agrifood, la **sostenibilità** è diventata un **elemento centrale** perché, se realmente integrata nel modo di operare e nella strategia, incide direttamente sull'efficienza operativa, sulla riduzione dei costi e sul profilo di rischio. Integrare i criteri ESG nei processi aziendali significa migliorare la governance, aumentare la trasparenza e costruire modelli di business più robusti, capaci di reggere nel tempo e di essere riconosciuti dal mercato in termini di valore. La sostenibilità, quindi, non è solo un requisito reputazionale, ma una **condizione per garantire continuità e sviluppo**. Elementi che risultano strategici ancor più nel contesto italiano dove molte imprese sono di piccole dimensioni, con prodotti di alta qualità ma ancora poco internazionalizzati: per gli investitori rappresentano opportunità di crescita attraverso innovazione, aggregazione e rafforzamento manageriale.

Il valore della sostenibilità si manifesta quando questi elementi diventano concreti: maggiore organizzazione, trasparenza e affidabilità riducono il rischio percepito dagli investitori e aumentano l'attrattività dell'impresa. Anche se l'impatto non è sempre immediato sui risultati economici, **il mercato tende a riconoscere queste qualità** nella valutazione complessiva, **premiando le aziende capaci di coniugare crescita e sostenibilità**.

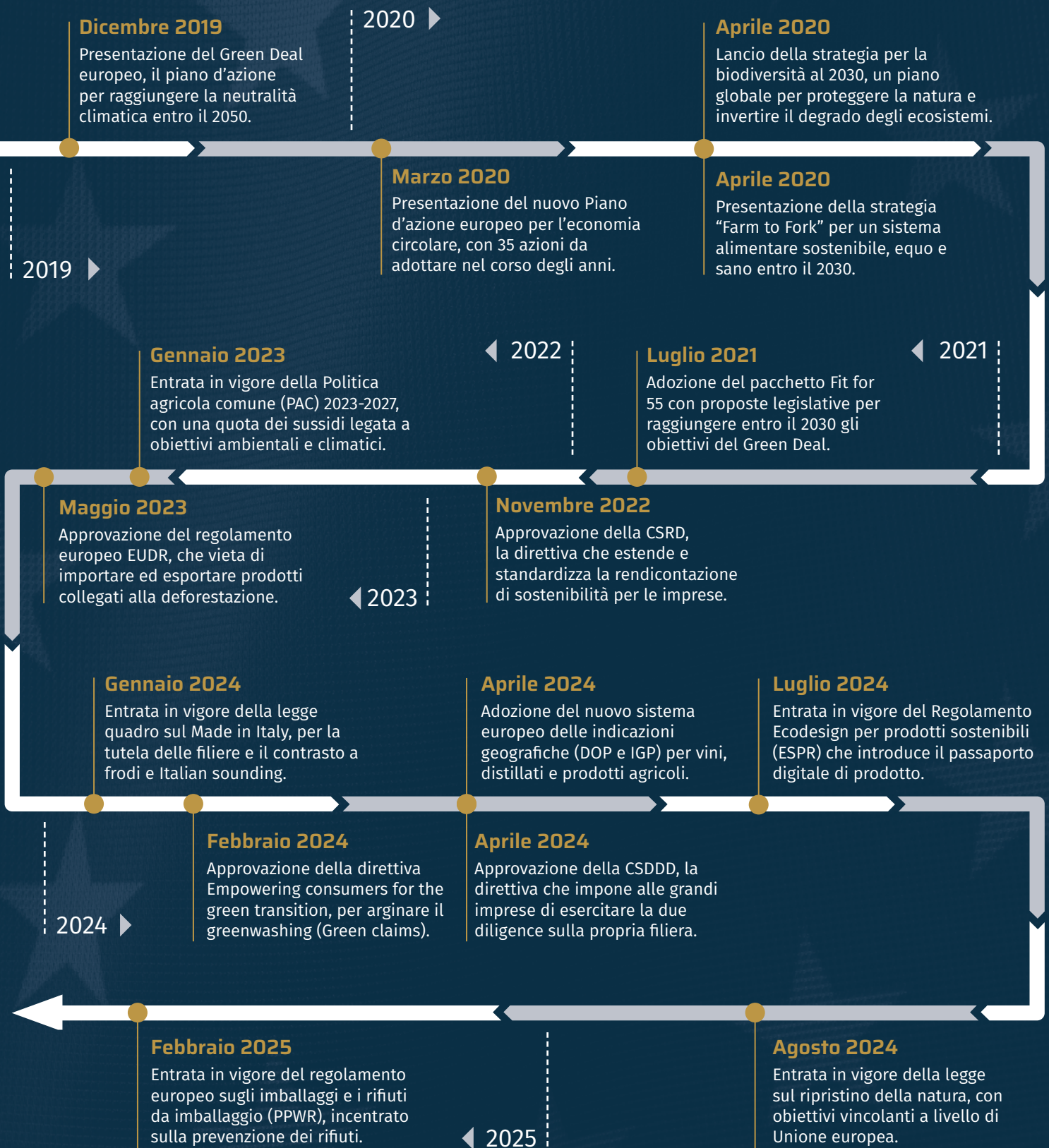
[Leggi l'intervista completa](#)



**Giovanna Dossena**

Founding partner  
e Principal  
**AVM SGR**

# Normative europee sulla sostenibilità del settore agroalimentare



## EUDR

Il regolamento europeo sulla deforestazione (EUDR) introduce un divieto chiaro: nell'Unione europea non si possono importare né esportare i prodotti associati alla distruzione di foreste dopo il 31 dicembre 2020. Riguarda sette filiere (legname, carne bovina, cacao, soia, olio di palma, caffè, gomma) e i loro prodotti derivati, tra cui cioccolato, mobili, pellame. Nel concreto, le aziende devono esercitare una **due diligence** per dimostrare che i prodotti non provengano da aree deforestate o degradate e siano stati ottenuti nel rispetto delle leggi del Paese d'origine. In caso di rischio non trascurabile, devono adottare misure di mitigazione o fermare la commercializzazione. L'entità e la complessità degli obblighi aumentano se i Paesi di provenienza sono classificati come a medio o ad alto rischio di deforestazione. Le medie e grandi imprese devono adeguarsi entro il 30 dicembre 2026, **le micro e piccole imprese entro il 30 giugno 2027**.

## CSRD

La CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) è la direttiva europea che rende più rigorosa la rendicontazione della sostenibilità delle imprese, rafforzando il percorso iniziato con la NFRD (Non-Financial Reporting Directive). La norma impone alle imprese di **pubblicare informazioni su temi ambientali, sociali e di governance (ESG), inserendole nella relazione sulla gestione e sottoponendole a revisione**. I dati vanno redatti secondo gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS), per garantire che siano comparabili e utili per investitori, banche, clienti e autorità. L'approccio alla base è la doppia materialità: le imprese devono spiegare sia in che modo i fattori ESG incidono sui loro risultati economici, sia quali impatti generano le loro attività. Adottata nel 2022, la direttiva è stata semplificata con il primo pacchetto Omnibus che ha ridotto il perimetro di applicazione e alleggerito la quantità e complessità delle informazioni da rendicontare.

## CSDDD

A lungo, sono stati solo gli standard volontari promossi da ONU e OCSE a raccomandare alle aziende il rispetto dei diritti umani e dell'ambiente lungo le filiere. La Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD) introduce un obbligo giuridico vincolante, che ricade sulle grandi imprese che hanno sede nell'Unione europea e sui soggetti extra-Ue con un rilevante volume d'affari nell'Unione. Tali soggetti sono tenuti a **valutare i rischi di danni ambientali o violazioni dei diritti umani nella propria catena del valore e attuare misure per prevenirli e ridurli**. Devono inoltre dotarsi di procedure per gestire e porre rimedio alle eventuali violazioni. Dopo l'approvazione nella primavera 2024, l'anno successivo il primo pacchetto Omnibus ha alzato la soglia di applicazione, rinviato il termine per adeguarsi (ora fissato a luglio 2029) e semplificato gli adempimenti, permettendo ad esempio di orientare la due diligence verso le aree ritenute più a rischio.

## Digital Product Passport

Il Digital Product Passport è una "carta d'identità" per i prodotti immessi nel mercato europeo. Lo prevede il Regolamento Ecodesign per prodotti sostenibili (ESPR), entrato in vigore a luglio 2024. **Attraverso un QR Code o un codice a barre evoluto, il consumatore potrà accedere a dati che gli permettono di valutare il profilo di sostenibilità dell'oggetto**: natura e origine delle materie prime, percentuale di contenuto riciclato, presenza di sostanze pericolose, stabilimenti produttivi, certificazioni ambientali, impronta di CO2. Disporrà inoltre delle informazioni su manutenzione, disponibilità di pezzi di ricambio, smaltimento e recupero dei materiali. Secondo il piano di lavoro ESPR 2025-2030, i primi prodotti coinvolti saranno quelli intermedi come ferro e acciaio (dal 2026), seguiti da tessili e pneumatici (2027), alluminio (2027), mobili (2028) e materassi (2029). Alcune filiere, come le batterie, sono già coperte da regolamenti che prevedono l'obbligo di DPP dal

## Green claims

Tutelare i consumatori dal rischio di greenwashing è l'obiettivo fondamentale della direttiva Empowering Consumers for the Green Transition, adottata a febbraio 2024 con l'obbligo di recepimento in tutti gli Stati membri entro marzo 2026. Il testo interviene in modo puntuale sulla comunicazione da parte delle imprese, **vietando le dichiarazioni ambientali generiche o non verificabili** – come "eco", "green" o "climate neutral" – se non sono supportate da prove concrete. **La definizione di "green claim" è molto ampia**, perché comprende anche colori e immagini evocative. Anche i marchi di sostenibilità volontari vanno supportati da sistemi di certificazione trasparenti e verificati da terzi. La direttiva introduce tra le pratiche commerciali sleali anche l'obsolescenza precoce e le informazioni ingannevoli sulla durata dei prodotti o sugli aggiornamenti software. A partire dal 27 settembre 2026, le disposizioni diventano pienamente operative in tutti i Paesi

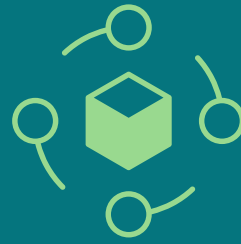
## PPWR

Il regolamento europeo sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio (Packaging and Packaging Waste Regulation, PPWR) impone agli Stati membri **obiettivi vincolanti di prevenzione dei rifiuti di imballaggio pro-capite**, tutti calcolati sul 2018: meno 5% entro il 2030, meno 10% entro il 2035, meno 15% entro il 2040. Per renderli possibili agisce innanzitutto sulla progettazione degli imballaggi, attraverso obblighi legati a riciclabilità, riduzione di peso e volume, contenuto di plastica riciclata. Cerca anche di limitare gli imballaggi evitabili, promuovendo sistemi di riutilizzo, ricarica e refill e vietando alcune confezioni monouso. Un altro focus sono i materiali: il testo, infatti, introduce restrizioni alle sostanze che destano preoccupazione (come i **PFAS**) e rende progressivamente incompatibili alcune soluzioni multistrato non separabili. L'etichettatura armonizzata fornisce al consumatore informazioni chiare sulla composizione e sullo smaltimento del packaging.



## Packaging

È uno dei principali driver di scelta per il consumatore e una leva chiave per ridurre l'impatto ambientale. La sua sostenibilità non dipende da un solo fattore, ma dalla capacità di ottimizzare l'intero ciclo di vita, tra materiali, emissioni e sprechi lungo la filiera.



## Origine del prodotto e catene di fornitura

L'origine è sempre più sinonimo di qualità e trasparenza per il consumatore, ma anche un fattore strategico per le aziende. Presidiare la filiera significa aumentare la resilienza e ridurre i rischi legati a instabilità globali e interruzioni.

# I 4 PILASTRI DELLA TRANSIZIONE SOSTENIBILE: COSA CERCANO I CONSUMATORI



## Certificazioni

Le certificazioni garantiscono standard riconosciuti di qualità, sicurezza e sostenibilità. Sono strumenti fondamentali per rafforzare la fiducia, assicurare trasparenza e rendere misurabili gli impegni di sostenibilità lungo tutta la filiera.



## Produzione sostenibile

Riguarda l'ottimizzazione dei processi produttivi per ridurre consumi, emissioni e impatti ESG. Consente alle aziende di coniugare efficienza operativa, innovazione e responsabilità ambientali e sociali.

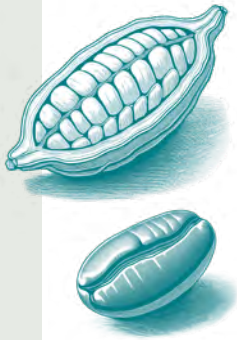
# Origine del prodotto e catene di fornitura

L'ORIGINE DEL PRODOTTO È UN FATTORE STRATEGICO:

per il consumatore perchè conoscere l'origine del prodotto è garanzia di qualità, trasparenza e sostenibilità.

La provenienza del cibo è oggi uno degli elementi più rilevanti per i consumatori. I prodotti che richiamano l'italianità nell'etichetta rappresentano il **27,9% del mercato**, per un valore di circa **13,5 miliardi di euro**, mentre cresce (+7,2%) anche la domanda di prodotti **DOP (Denominazione di Origine Protetta)**<sup>1</sup>.

Per le aziende conoscere e presidiare l'origine è un fattore sempre più rilevante perchè significa gestire meglio resilienza e rischi.



Le recenti tensioni geopolitiche e le criticità su materie prime come **cacao, caffè, zafferano e pistacchio** hanno mostrato quanto le catene di approvvigionamento siano esposte a rischi esterni.

**I rischi principali oggi riguardano:**

fermi operativi - interruzioni nella supply chain - instabilità globale  
Secondo il *Global Food, Beverage and Agriculture Risk Report 2024* di WTW, proprio le interruzioni della catena di approvvigionamento sono tra i rischi più rilevanti per il settore.



<sup>1</sup> Osservatorio Immagino, GS1 Italy, Le etichette dei prodotti raccontano i consumi degli italiani, 2025

## Dalla compliance alla competitività. Perché è fondamentale il monitoraggio della supply chain nel settore agroalimentare

Nell'attuale contesto, la capacità di monitorare la supply chain e avere visibilità puntuale su materie prime, fornitori e processi è una leva strategica per mantenere standard elevati e proteggere la propria posizione sul mercato. Viceversa, quando questo non accade, le aziende si espongono a rischi significativi, soprattutto legati al quadro normativo europeo in rapida evoluzione.

Tre normative ridisegnano oggi le regole del gioco per il settore agroalimentare: il Regolamento sulla deforestazione (EUDR), che impone di dimostrare che i prodotti non contribuiscano alla deforestazione globale; la Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD), che estende la responsabilità delle imprese agli impatti sociali e ambientali lungo l'intera filiera; il Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR), che introduce requisiti stringenti di sostenibilità per gli imballaggi. Il denominatore comune è chiaro: occorre disporre di dati aggiornati e verificabili lungo tutta la catena del valore.

Investire in sistemi avanzati di monitoraggio consente alle aziende di trasformare la compliance in un vantaggio competitivo, rafforzando trasparenza e capacità decisionale. In questo percorso, il ruolo delle tecnologie d'avanguardia diventa determinante.



**Manuel Fiordalisi**

Account Executive  
osapiens

[Leggi l'intervista completa](#)

# PACKAGING

Uno degli aspetti a cui i **consumatori** dichiarano di essere più sensibili nelle proprie scelte di acquisto di prodotti alimentari è la sostenibilità (almeno percepita) del packaging:

**Per sette italiani su dieci il packaging sostenibile orienta infatti le decisioni di acquisto nel settore alimentare<sup>1</sup>.**

## MA COS'È UN PACKAGING SOSTENIBILE?

Per i **responsabili degli acquisti food**, un packaging è considerato sostenibile quando è:



**Completamente riciclabile (51%)**



**Privo di overpackaging (43%)**



**Realizzato con materie prime provenienti da fonti rinnovabili (40%)**



**Prodotto con emissioni di CO<sub>2</sub> ridotte (35%)**

Eppure, per un'**azienda alimentare**, scegliere un packaging sostenibile non è sempre semplice. La **sostenibilità dei materiali** di imballaggio **varia** infatti **in funzione degli aspetti che si decidono di privilegiare**.

Gli sforzi in questo ambito si concentrano spesso su tre obiettivi principali:

- ridurre la dispersione nell'ambiente
- aumentare la circolarità (riciclo e contenuto riciclato)
- diminuire le emissioni di gas serra

Negli ultimi anni molte aziende hanno fissato obiettivi ambiziosi di riduzione delle emissioni, ma nel packaging l'attenzione si è spesso fermata a riciclabilità e contenuto di riciclato. Per incidere davvero sull'impatto climatico serve invece un approccio più ampio e scientifico, che consideri **l'intero ciclo di vita**.

Questo significa valutare sia gli **impatti diretti** (come la produzione dei materiali, i processi di confezionamento che secondo ENEA assorbono circa il 10% dei consumi elettrici di uno stabilimento alimentare e la gestione del fine vita) sia quelli **indiretti** lungo la filiera (come trasporto, resistenza degli imballaggi e spreco alimentare).

La vera leva, quindi, è la **capacità di progettare packaging che riducano l'impronta di carbonio complessiva**.

## DUE ESEMPI SIGNIFICATIVI<sup>2</sup>

### Contenitori per bevande: confronto tra PET, alluminio e vetro



Riciclo: alluminio e vetro più alti (~70%) vs PET (~46%)



Impronta di carbonio: vetro e alluminio 2-6 volte superiori.

Perché? la produzione e il trasporto sono più "carbon-intensive"

### Bicchieri per bevande: confronto tra PET, carta e vetro



Tasso di riciclo dei singoli bicchieri: basso per tutti e tre i materiali



Emissioni: un bicchiere di carta monouso ha un'impronta di carbonio inferiore rispetto a quello in plastica



Riutilizzo: poter ri-utilizzare il bicchiere (come nel caso del vetro) riduce le emissioni del 50/60% emissioni.

Ci dice che: il riuso può battere il monouso

<sup>1</sup> Osservatorio Packaging del Largo Consumo Nomisma 2025

<sup>2</sup> True packaging sustainability: Understanding the performance trade-offs, McKinsey & Company

RUOLI PPWR: GUIDA RAPIDA

# Perché la Chiarezza dei Ruoli Rappresenta la Base della Conformità degli Imballaggi nell'UE

Il regolamento sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio (PPWR) introduce un modello di conformità basato sui ruoli, che stabilisce chi è responsabile degli imballaggi immessi sul mercato UE. In teoria, i ruoli sembrano semplici. In pratica, però, rappresentano una delle fonti di rischio di non conformità più sottovalutate.

Il motivo è il seguente: **Le responsabilità PPWR sono attribuite per prodotto, non per azienda.** Una singola organizzazione può ricoprire più ruoli contemporaneamente, ognuno con obblighi, requisiti di dati e responsabilità differenti.

## I Cinque Ruoli Principali del PPWR

### Fornitori

Il fornitore fornisce il **packaging o i materiali per il packaging** a un fabbricante. I fornitori devono fornire dati completi e accurati sull'imballaggio, in modo che il fabbricante possa eseguire la valutazione della conformità e creare la documentazione tecnica richiesta dal PPWR.

### Fabbricante

Il fabbricante è l'entità che **produce fisicamente** il packaging o i suoi componenti. I fabbricanti sono responsabili della produzione di imballaggi conformi alle specifiche, ma non sono automaticamente responsabili della loro immissione sul mercato.

### Importatore

L'importatore è l'azienda che immette nel mercato UE beni confezionati **provenienti da un paese extra UE**. Gli importatori sono responsabili in via completa di garantire la conformità al PPWR **prima** che l'imballaggio venga immesso sul mercato, indipendentemente da dove o da chi sia stato progettato.

### Distributore

Il distributore rende disponibili i beni confezionati **all'interno dell'UE**, senza però produrli o importarli. I distributori devono verificare che l'imballaggio sia conforme e correttamente etichettato e devono intervenire se viene riscontrata una non conformità.

### Produttore

Il produttore è qualsiasi fabbricante, importatore o distributore con sede nell'UE che immette **per la prima volta sul mercato di uno specifico Stato membro dell'UE** un imballaggio o dei prodotti confezionati. I produttori rientrano nel regime della responsabilità estesa del produttore (EPR) e devono registrarsi presso le autorità nazionali, oltre a finanziare la raccolta e il recupero dei rifiuti di imballaggio nel rispettivo Stato membro.

## Perché la classificazione errata dei ruoli crea rischi di non conformità

Nel PPWR, i ruoli spesso si sovrappongono e, per questo, il PPWR richiede una classificazione dei ruoli a livello di prodotto. Un'assegnazione generica del ruolo a livello aziendale non è sufficiente. Quando i ruoli vengono classificati in modo errato, le aziende applicano misure di compliance sbagliate, generando lacune in aree come:

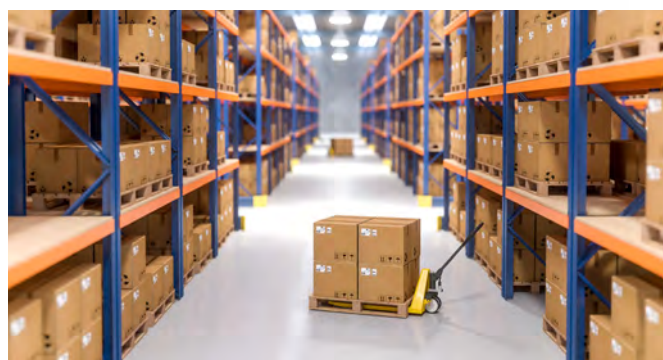
- ▶ **raccolta e divulgazione dei dati di imballaggio,**
- ▶ **rispetto dei requisiti di progettazione e dei materiali,**
- ▶ **documentazione e dichiarazioni di conformità,**
- ▶ **obblighi di etichettatura e informazione,**
- ▶ **coordinamento e accountability nella supply chain.**

Questi gap sono facilmente individuabili dalle autorità di vigilanza del mercato e, una volta identificati, sono difficili da colmare.

Il PPWR non è una norma incentrata principalmente sulla progettazione degli imballaggi, è un framework di accountability basato sui ruoli.

Per approfondire l'argomento, consultate la guida osapiens sulla conformità al PPWR.

Scarica ora



# Produzione sostenibile

Produrre in modo sostenibile non è più un'opzione, bensì una modalità di operare richiesta da tutti gli stakeholder. Ambiente, consumatori, distributori, regolatori e investitori domandano un impegno concreto nella **tutela e nella salvaguardia delle risorse naturali e nella promozione del benessere sociale**.

Al contempo, sostenibilità non vuol dire semplicemente ridurre l'impatto ambientale: oggi è più che mai diventata una **leva strategica per migliorare efficienza, produttività e competitività**. In un contesto segnato da tensioni geopolitiche e da una crescente pressione sui costi di produzione, ottimizzare l'uso delle risorse ed essere efficienti è fondamentale per le imprese e per la loro resilienza nel breve e nel lungo periodo.

## COSA SIGNIFICA PRODURRE IN MODO SOSTENIBILE NEL SETTORE FOOD

Per le aziende del settore food le direttrici chiave per una produzione sostenibile sono:



### Efficienza energetica

Le tensioni sui costi dell'energia, già evidenti ben prima della recente crisi legata allo Stretto di Hormuz, e gli obiettivi di decarbonizzazione hanno reso l'efficienza energetica una priorità. Ridurre i consumi significa contenere i costi e allo stesso tempo diminuire le emissioni.

### Gestione sostenibile dell'acqua

L'agricoltura utilizza circa il 70% dell'acqua dolce globale, rendendo cruciale l'adozione di soluzioni per ridurre l'uso e migliorare l'efficienza idrica lungo tutta la filiera, diminuendo gli sprechi.



### Uso efficiente del suolo

La pressione sulle risorse naturali richiede pratiche agricole più sostenibili e rigenerative, capaci di preservare la fertilità del terreno e ridurre il degrado ambientale.

### Economia circolare

Riduzione degli scarti, valorizzazione dei sottoprodotti e ottimizzazione dei processi produttivi sono elementi sempre più rilevanti per migliorare la sostenibilità complessiva del sistema.



### Biodiversità

Rispetto ad altri ambiti della sostenibilità, la tutela della biodiversità è ancora poco integrata nelle strategie aziendali, nonostante il suo ruolo fondamentale per la resilienza degli ecosistemi agricoli.

## L'IMPATTO CLIMATICO DELLA FILIERA AGROALIMENTARE

La filiera agroalimentare è responsabile di circa il **31% delle emissioni globali di gas serra**, una quota destinata ad aumentare senza interventi strutturali<sup>1</sup>.

All'interno della filiera:



Dalla **Produzione agricola** deriva circa il **40% delle emissioni**



Dalla **Trasformazione industriale** deriva circa il **13,9% delle emissioni**



Da **Deforestazione e cambiamento d'uso del suolo** deriva circa il **27% delle emissioni**

Da **Consumi finali e spreco alimentare** deriva poco meno del **17% delle emissioni**



## PRODUZIONE AGRICOLA: QUALI SONO LE PRINCIPALI FONTI EMISSIVE

Le principali fonti emmissive nella fase agricola includono:

**Allevamento (soprattutto bovini)** → emissioni di metano (CH<sub>4</sub>) dalla digestione dei ruminanti

**Fertilizzanti azotati** → rilascio di protossido di azoto (N<sub>2</sub>O), tra i gas serra più potenti

**Gestione dei reflui zootecnici** → emissioni di metano e N<sub>2</sub>O

**Macchinari agricoli e irrigazione** → consumo di combustibili fossili e emissioni di CO<sub>2</sub>

A queste si aggiungono le emissioni indirette legate alla deforestazione e al cambiamento d'uso del suolo, che comportano una significativa perdita di carbonio immagazzinato.

## Meno CO<sub>2</sub> nelle filiere agroalimentari grazie ai fertilizzanti low-carbon

Metti insieme tre elementi: entro il 2050 la popolazione mondiale potrebbe avvicinarsi ai 10 miliardi di persone, per nutrirla sarà necessario aumentare la produzione alimentare di circa il 50% e allo stesso tempo, le emissioni di gas serra dovranno ridursi di almeno il 90% per rispettare l'obiettivo di contenere il riscaldamento globale entro 1,5 °C, come previsto dall'Accordo di Parigi. Sembra un rompicapo, ma è proprio questa la sfida che affronta Yara International, gruppo norvegese leader nei fertilizzanti. Scopri le iniziative e i progetti dell'azienda per garantire la sicurezza alimentare, riducendo al tempo stesso l'impatto dell'agricoltura sulle risorse naturali e sugli ecosistemi, in linea con il principio del "restore nature".

[Leggi l'intervista completa](#)



**Giulia Castellucci**

Business Development  
Partnership & Public  
Affairs Manager  
Yara Italia

<sup>1</sup> Fonte: FAO, Global food system emissions could increase by 30% by 2050 (2021).

## CASE HISTORY

# Rivoluzionare la conservazione dei dolci con efficienza, controllo e rispetto dell'ambiente: il caso di Pasticceria Veneta con Carel

Ridurre il **consumo energetico** e l'**impatto ambientale** in una fase di espansione della gamma di prodotti con nuove linee dedicate anche a prodotti per celiaci e vegani: è da questa esigenza concreta che **Pasticceria Veneta** ha intrapreso un percorso di transizione green degli impianti. Guidata dalla volontà di allinearsi alle normative europee, l'azienda con sede a Cona (Venezia) ha puntato su soluzioni sostenibili e durature per realizzare una struttura "a prova di futuro".

## COSA HA FATTO PASTICCERIA VENETA CON IL SUPPORTO DI CAREL

L'azienda ha **rinnovato il proprio impianto di refrigerazione** adottando soluzioni sviluppate da **Carel Industries**, basate su **refrigeranti naturali (CO<sub>2</sub>)** e **tecnologia inverter DC**. Il sistema consente un controllo preciso e dinamico della temperatura nelle celle frigorifere, fondamentale per preservare qualità, struttura e caratteristiche organolettiche dei prodotti.

Grazie a un sistema di supervisione digitale:

- la **temperatura** è regolata in modo uniforme
- eventuali **anomalie** sono segnalate in tempo reale
- i **consumi energetici** vengono ottimizzati riducendo le emissioni di gas serra

La gestione centralizzata e da remoto permette inoltre maggiore efficienza operativa e il rispetto degli standard HACCP.



## COSA DIMOSTRA IL CASO PASTICCERIA VENETA

- L'**innovazione tecnologica** dei processi produttivi (come la refrigerazione) è determinante per qualità e sostenibilità del prodotto finale
- L'integrazione tra **soluzioni avanzate e competenze specialistiche**, come quelle di Carel Industries, consente anche a una PMI di accelerare la transizione green
- **Investire in efficienza energetica** genera benefici concreti: **-30% di consumi**, minore impatto ambientale in termini di emissioni e maggiore controllo produttivo
- La **sostenibilità diventa una leva operativa e competitiva**

Un modello replicabile che dimostra come innovazione e sostenibilità possano rafforzarsi a vicenda lungo la filiera produttiva.



## CASE HISTORY

# Innovazione sostenibile: Antares Vision Group abbatte del 75% i reclami di Fumagalli Salumi



**Fumagalli Salumi**, azienda brianzola specializzata nella produzione di salumi, con filiera integrata e attenzione al benessere animale, ha collaborato con **Antares Vision Group** per migliorare qualità e tracciabilità. L'adozione del sistema **ALL-IN-ONE** ha infatti portato, in soli tre mesi, a una riduzione dei reclami del 75% e a processi più efficienti.

## INNOVAZIONE E QUALITÀ: UNA STRATEGIA INTEGRATA

Da sempre orientata all'innovazione, Fumagalli Salumi ha investito in soluzioni in grado di aumentare la sicurezza dei prodotti e la shelf-life, tra cui ALL-IN-ONE di Antares Vision Group, che consente di effettuare, con un'unica macchina e in uno spazio ridotto, diverse ispezioni di controllo qualità ed è stata implementata in una configurazione personalizzata con:

- Rilevazione in linea dei microfori;
- Tecnologia a raggi X per l'individuazione di corpi estranei;
- Pesatura ponderale.

Il controllo dei microfori è particolarmente critico nel settore dei salumi: i grassi possono infatti depositarsi nell'area di saldatura della confezione, causando microfori e deterioramento precoce del prodotto. Si tratta di una verifica fondamentale nel confezionamento in **atmosfera protettiva (MAP)** ove anche discontinuità microscopiche possono compromettere l'atmosfera interna, causando alterazioni di colore, odore, sapore e delle principali caratteristiche organolettiche. Ciò può tradursi in non conformità spesso rilevabili solo nelle fasi successive di distribuzione o commercializzazione.

ALL-IN-ONE supera i limiti dei test tradizionali grazie a un'ispezione **non distruttiva** del packaging, senza compromettere prodotto e materiale di confezionamento. Questo approccio consente il **controllo in linea del 100% della produzione**, contribuendo in modo significativo alla sostenibilità del processo attraverso la riduzione degli scarti.

*“Come pionieri della filiera controllata e ferventi sostenitori del benessere animale”, spiega **Andrea Fumagalli**, Operations Director di Fumagalli Industria Alimentari, “sogniamo un futuro in cui la tradizione culinaria italiana possa essere apprezzata in tutto il mondo, promuovendo una cultura alimentare consapevole e sostenibile”.*

*“Antares Vision Group si dimostra ancora una volta in prima linea nello sviluppo di tecnologie innovative che innalzano qualità e sostenibilità dei processi”, afferma **Piero Polastri**, sales Italia di Antares Vision Group, “a vantaggio sia del consumatore finale sia dell'azienda, con evidenti miglioramenti in termini di efficienza”.*

## I RISULTATI RAGGIUNTI

- **-75% reclami** nei primi 3 mesi di utilizzo;
- Maggiore **efficienza produttiva**;
- Incremento della **sostenibilità di prodotti e processi**.





# Le certificazioni del settore agroalimentare

Clicca sui loghi per scoprire il loro significato!



# Indice alfabetico

A. BARBAGALLO DI MAURO SRL	44	ARTIGIANI DEI SAPORI SRL	45
ABO KHALIL COMPANY FOR PICKLES	58	ASSOPAF AGRINDUSTRIA ALIMENTARE SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA	45
ACCADEMIA OLEARIA SRL	44	ASTORINO PASTA SRL	45
ACETAIA BELLEI	44	AUGUSTO LARRAIN SUTIL	58
ACETAIA TERRA DEL TUONO S.A.R.L.	44	AURELIO CASTRO Y GONZALEZ, S.A.	58
ACETIFICIO CARANDINI EMILIO SPA	44	AUSTRIAN FEDERAL ECONOMIC CHAMBER/ ADVANTAGE AUSTRIA	58
ACETIFICIO MARCELLO DE NIGRIS SRL	44	AZ. AGR. CALLERI SALVATORE - FRANTOIO MANDREDONNE	45
ACQUA EVA - FONTI ALTA VALLE PO SPA SB	44	AZ. AGRICOLA DI DOMENICO DE LILLAS ROMANO	45
ACQUA SAN FELICE MINERAL WATER & SPIRITS	44	AZ. AGR. IL BOTTACCIO DI LUCA GUGLIELMI	45
AGREE NET SRL	44	AZIENDA AGRICOLA BARBUSCIA	45
AGRICOLA BORDUITO SOCIETA SEMPLICE AGRICOLA	44	AZIENDA AGRICOLA COPPINI ARTE OLEARIA	45
AGRIOIL SPA	44	AZIENDA AGRICOLA DI LORENZO S.S.A.	45
AGRO-FLORENTINA SH.PK	58	AZIENDA AGRICOLA FISICARO SEBASTIANA - FRANTOIO GALIOTO	45
AGROLIO SRL - GRUPPO AGRESTI	44	AZIENDA AGRICOLA PORCELLI GIUSEPPE	45
ALFI SRL	44	AZIENDA AGRICOLA SAN SALVATORE DI PAGANO GIUSEPPE	45
ALIFOOD SRL	44	AZIENDA AGRIMONTANA SPA	45
ALIMENTA PRODUZIONI S.R.L.	44	BABY FOOD FACTORY LTD	58
ALJOMAR	58	BALOCCO SPA	45
ALTROMERCATO IMPRESA SOCIALE SOC. COOP.	44	BASE PIZZA SRL A SOCIO UNICO	45
AMBROSI SPA	44	BASSO FEDELE & FIGLI SRL	45
ANABASIS DI MICHELANGELO ALAGNA	44	BAUER SPA	45
ANDRIANI SPA	44	BEHER	58
ANTAAR&S SRL	44	BERARDO SAS	45
ANTICA MARINERIA FAMIGLIA GALLO	44	BIO ITALY NATURE SRL	45
ANTICA PASSIONE SOC. COOP. SOC.	44	BIO VERDE SRL	45
ANTICO FRANTOIO CARLETTI	44	BLANCO SRL	45
ARBI DARIO SPA	45	BONINI SRL	46
ARINI ENOT. GIUSEPPE CASA VINICOLA DI ARINI VITO ROMUALDO S.A.S.	45		
ARTERIMPEX	58		
ARTIBEL SRL	45		

BONIVIRI SOCIETA' BENEFIT A RESPONSABILITA' LIMITATA	46
BONOMELLI SRL	46
BOTALLA SRL	46
BOTTEGA DI SICILIA	46
BOX MARCHE S.P.A.	46
BRESCIANGRANA SOCIETA' AGRICOLA SRL	46
BRUNO PICCOLO	46
CABEZUELO FOODS, S.L	58
CACAO CRUDO SRL	46
CAFFE' FANTINO DI FANTINO PAOLO E C. SAS	46
CAFFE' MARTELLA SRL	46
CAFFE' MAURO - GRUPPO GIMOKA SPA	46
CAFFÈ MONFORTE - TORREFAZIONE MONFORTE SRL	46
CALABRAITICA SNC	46
CALUGI SRL	46
CAMARDO SPA - CAFFÈ CAMARDO	46
CAMPO D'ORO SRL	46
CANTINA QUISTELLO 1928	46
CASA DEL GELATO SPA	46
CASAFOLINO	46
CASA IUORIO SOC. AGR. S.S.	46
CASALASCO SOCIETA' AGRICOLA SPA	46
CASCINA ALBERONA - RISO	46
CASEIFICIO ARTIGIANA - D'AMBRUOSO FRANCESCO SRL	46
CASEIFICIO COMELLINI ROBERTO SPA	46
CASEIFICIO DEFENDI LUIGI SRL	47
CASEIFICIO ELDA SRL	47
CASEIFICIO PALAZZO SPA	47
CASINA ROSSA SRL	47
CASULA SRL	47
CAVIAR GIAVERI	47
CDM FOOD SRL	47
CD S.A.	58
CENTRO CARNE SRL	47

CENTRO DOLCE FRIULI SRL	47
CERRETO SRL	47
CICCOLELLA SOC. AGR. A R.L.	47
CIEMME ALIMENTARI SRL	47
CIOCOLATERIA MARCO	58
CIPRIANI TARTUFI	47
CITTERIO GIUSEPPE SPA	47
CLECA SPA	47
COAM INDUSTRIE ALIMENTARI SPA	47
COLANCECCO LAILA - TENUTA SANT'ILARIO PINETO	47
COLLEGIO TOSCANO DEGLI OLIVICOLTORI OL.MA. S.A.C	47
COLLI DEL GARDA GOURMET SRL	47
COMMERCIALE EXPORT SRL	47
CONAPI SOC. COOP. AGRICOLA	47
CONESA GROUP	58
CONSERVAS LA GAVIOTA, S.L.-ARROYABE	58
CONSERVE BONETTO S.R.L.	47
CONSORZIO DEL PROSCIUTTO TOSCANO	47
CONSORZIO FIRENZE A TAVOLA	47
CONSORZIO LATTERIE VIRGILIO SOC. AGR. COOP.	48
CONSORZIO PESCATORI DI GORO SOC. COOP. O.P.	48
CONSORZIO PRODUTTORI AGLIO DI VOGHIERA SOC. COOP. CONS	48
COPPOLA ENTERPRICE SRL	48
DALLA TORRE DOROTEA SRL	48
D'AMICO - D&D ITALIA SPA SOCIETA' BENEFIT	48
DEL COLLE SRL	48
DELFORTGROUP AG	58
DELICIOUS FOOD	58
DELICIOUS RIZZOLI S.P.A., SOCIETÀ BENEFIT	48
DELIZIE DI CALABRIA SRL	48
DE MATTEIS AGROALIMENTARE SPA - PASTA ARMANDO	48
DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY - EXPORT MARKETING BUREAU	58
DEVODIER PROSCIUTTI SRL	48
DIANA 2.0	48

DIANTO - OPIFICIO OLEARIO DAL 1934	48
DIAVENA LTD	58
DI CARO SRL	48
DIEMME FOOD SRL	48
DI FILIPPO LEGNAMI SRL	48
DISAÑA S.L.	58
DOLCERIA ALBA SPA	48
DOMENICO MANCA SPA	48
DONGGUAN YONGFENG PACKAING TECHNOLOGY CO., LTD	58
DRORYS PACKLIST S.P.A	48
DULCIAR SRL	48
ELHENA AGRO (PVT) LTD	58
EURO COMPANY SPA SOCIETA' BENEFIT	48
EUROVERDE SOCIETÀ AGRICOLA SRL	48
EVRAFISH SP. Z O. O.	58
FATTORIE GIACOBAZZI SRL	48
FAVA BIBITE SRL	49
FINI SWEETS ITALIA S.R.L.	49
FIORDELISI SRL	49
F.LLI GARUTI SRL	48
F.LLI RUATA SPA	48
FONDAZIONE BANCO ALIMENTARE ETS	49
FONTANETO SRL	49
FORNOPRONGO SRL	49
FRANGIULIA EXPORT SAS DI CORIGLIANO ESPOSITO FABIO & C.	49
FRANTOI CUTRERA SRL	49
FRANTOIO DI SANT'AGATA D'ONEGLIA S.R.L.	49
FRANTOIO D'ORAZIO	49
FRANTOIO GALANTINO SRL UNIPERSONALE	49
FRANTOIO PRUNETI SRL	49
FRATELLI POLLI SRL	49
FRATELLI ROTELLA OLI	49
FRUVECO, S.A.	59
FUMAGALLI INDUSTRIA ALIMENTARI SPA	49

FUNGHI MODENA SRL	49
GAMBARDELLA FOOD LAB SRLS - CASA GAMBARDELLA	49
GEUMSAN GINSENG & HERB DEVELOPMENT AGENCY	59
GIROLOMONI	49
GLUTEN FREE FOODS SRL - PASTA GUSTOSA BIO	49
G.M. PICCOLI SPA	49
GONNELLI 1585 SRL - FRANTOIO DI SANTA TEA	49
GRUPPO FAI E G MURACA SRL	49
GRUPPO FINI	49
GRUPPO G. CALABRIA	49
GRUPPO VACCARA S.R.L	50
HEALTION SRL SOCIETA' BENEFIT (PROBIOS GROUP)	50
IDEARISO SOCIETA' AGRICOLA SRL	50
I DOLCI SAPORI DELL'ETNA SRL	50
IGOR SRL	50
INALPI	50
INDUSTRIA ITTICA TORRENOVESE	50
INTERNATIONAL FOOD SRL	50
INTRAMARK SRL - FREOLI SRL	50
ITALIANA VERA SRL	50
ITALIA OLIVICOLA SCARL	50
I TESORI DELLA TERRA / BIOMU	50
ITOLIVA	50
JAFFA PLUS L.L.C	59
JAMONES IBERICOS BLAZQUEZ, S.L.	59
JAS JUICY AND SPARKLING S.R.L.	50
JAVA SPICES	59
KAMPANERA	59
KIJAMI TABLE	59
KLEPPER&KLEPPER	59
LA DORIA SPA	50
LAFARGES SRL	50
LA GALLINARA SRL	50
LA GRANDA TRASFORMAZIONE S.R.L.	50
LA GRANDE RUOTA	50

LAKI LUK & CO.	59	MATESE UFFICINALE DI ITALO RISI	51
LAMEX FOODS EUROPE BV	59	MEDIOLAT SRL	51
LA MOLAZZA S.A.S.	50	MEDITERRANEA FOODS SRL	52
LA PASTA DI ALDO SRL	50	MERIGGIO 1924	52
LASELVA SOCIETA' BIOAGRICOLA A R L	50	MILAREX AS	59
LATTEGRA INDUSTRIA CASEARIA SPA	51	MOBILPESCA SURGELATI SRL	52
LATTERIA SOCIALE DI CHIURO	51	MOLINI PIVETTI SPA	52
LATTERIA SOCIALE MANTOVA SOC. AGR. COOP.	51	MOLINI PIZZUTI SRL	52
LATTERIA SORESINA S.C.A.	51	MOLINO CRISAFULLI	52
LATTICINI ORCHIDEA	51	MOLINO IAQUONE	52
LAURETANA SPA	51	MOLINO NALDONI SRL	52
LA VECCHIA DISPENSA SRL	50	MOLINO NICOLI SPA	52
LA VINICOLA DEL TITERNO	50	MOLINO PORDENONE SPA SOCIETA' DI MACINAZIONE	52
LDC GROUP	59	MOLINO SIMA COOP G.BELLINI	52
LE 4 CONTRADE - SOC. AGR. EREDI DI SPAGNOLETTI ZEULI GIOVANNI S.S	51	MOLINO SUL CLITUNNO SPA	52
LE CONSERVE DAUNE SRL	51	MOLITORIA UMBRA SRL	52
LE MAREVIGLIE SRL	51	MORATO GROUP	52
LE OLIVE DA TAVOLA DI SICILIA SOC COOP AGRICOLA	51	MURAGLIA SAVINO & C. SAS - FRANTOIO MURAGLIA	52
LEVONI SPA SOC. BENEFIT	51	NATURA HUMANA HAPPY FOOD	52
LIFFEY MEATS	59	NEROBIO TARTUFI	52
L'ISOLA DEI SAPORI DI CARTA VERONICA	51	NHSUPERFOODS   CACAO   COFFEE	59
L'ORTOFRUTTICOLA SOC AGR COOP	51	NICOLA PANTALEO SPA	52
LT FOODS EUROPE	59	NIVEL SRL SOCIETÀ BENEFIT / BIOLÙ	52
LUCIANA MOSCONI SRL	51	NOLANO SRL	52
LYNGEN REKER AS	59	NOSTROMO SPA	52
MADAMA OLIVA SPA	51	NOVAMEAT	59
MADE IN DIGNITY - ALTROMERCATO IMPRESA SOCIALE - SOC. COOP.	51	NUOVA SARDA INDUSTRIA CASEARIA SRL	52
MADEO INDUSTRIA ALIMENTARE SRL	51	OLEARIA CONGEDI SRL	52
MAJANI 1796 SPA	51	OLEARIA SAN GIORGIO FRATELLI FAZARI S.R.L.	52
MALVASIA FOIE GRAS / FOIEGOOD - THE ALTERNATIVE	59	OLEIFICIO COPPINI ANGELO S.P.A	53
MAMMOLA FUNGHI DI ROMEO BRUNO	51	OLEIFICIO MAMBUCA SRL	53
MARISTELLA SRL	51	OLEIFICIO TERRANO SAS	53
MARTELLI SALUMI SPA	51	OLEIFICIO TOSCANO MORETTINI SRL	53
MATERLAND SRL - TERRAVECCHIA	51	OLEUM SICILIA SOC. COOP.	53
		OLIO GUGLIELMI	53

OLIO MIO	53	REVISAN, S.L.	60
OLIO RAINERI	53	RIGGI M. & A. FRATELLI SRL	54
OLIO RANIERI S.R.L. SOCIETA' BENEFIT	53	RISI & CO SRL - GLI AIRONI	54
OLIO TAMIA - SOC. AGR. SERGIO DELLE MONACHE SRL	53	RISO DAMA DI DAVIDE LIPPIELLO	54
OLIVETI TERRA DI BARI ORGANIZZAZIONE PRODUTTORI OLIVICOLI SOC. COOP. AGR.	53	RISO GALLO S.P.A.	54
OMNIA GROUP S.R.L.	53	RISO INVERNIZZI SRL	54
OROPAN S.P.A.	53	RISO MELOTTI SRL	54
ORTO D'AUTORE SRL	53	RISO MERACINQUE	54
PANBISCO' SRL	53	RISO SCOTTI SPA	54
PANIFICIO ZORZI SRL	53	ROMA FINE FOODS SRL	54
PAPARELLA SALVATORE E FRANCESCO SRL	53	ROMEO FICACCI SRL	54
PASTA BIO LORI	53	RONCADIN SPA SB	54
PASTA COZZOLINO	53	ROOTS AGRICULTURE	60
PASTA DELLE MARCHE S.R.L.	53	SABOR VERDE	60
PASTA IRIS SRL - COLUMBRO	53	SAC S.R.L.	55
PASTIFICIO 28 PASTAI SRL	53	SAEC GROUP SRL	55
PASTIFICIO ATTILIO MASTROMAURO GRANORO SRL	53	S.A.K. SRL	54
PASTIFICIO DEI CAMPI SRL	53	SALEMI PINA SOC AGR SRL	55
PASTIFICIO DI BARI TARALL'ORO SRL	54	SALLEMI RAFFAELE S.R.L.	55
PASTIFICIO F.LLI CELLINO SPA	54	SALMON EVOLUTION ASA	60
PASTIFICIO MINARDO SOCIETÀ AGRICOLA A R.L. - PASTIFICIO MINARDO	54	SALUMIFICIO BORDONI SRL	55
PATATAS NANA SRL	54	SALUMIFICIO SAN MICHELE SPA	55
PEDON SPA	54	SALUMIFICIO TERRE DI CALABRIA DI LAVORATO GIUSEPPE	55
PELLEGRINO 1890 SRL	54	SALUMI VIDA SAS	55
PETRA MOLINO QUAGLIA	54	SALVIANI SRL	55
PICHURRIS TRADING GROUP, S.L.	59	SANCON COSTA LIGURE S.R.L.	55
POLICOM SRL	54	SAN DOMENICO SRL	55
PROGEO MOLINI	54	SAPORI DI CASA S.S. AGRICOLA	55
PRUNOTTO MARIANGELA SSA	54	SARCHIO SPA	55
PUMA CONSERVE SRL	54	SAVINI TARTUFI SRL	55
PURE CHOCOLATE SA	59	SBEG BONA SRL	55
QUARTZ LABS LTD	59	S.BERNARDO SPA	54
QUEVANA VEGAN CHEESE	59	SEMIX PLUSO SPOL. S.R.O.	60
RESCH&FRISCH HOLDING GMBH	59	SEMOLIFICIO LOIUDICE SRL	55

SEPOFA S.R.L.: SERENA WINES 1881 S.R.L. - POLINI GROUP ITALIA S.R.L.	55	TERRE DI ULIVI ORGANIZZAZIONE PRODUTTORI OLIVICOLI DELLA PROVINCIA DI FOGGIA SOCIETA' COOPERTAIVA AGRICOLA	56
SERFUNGHI DI CALABRETTA BRUNO	55	TIPICO SRL	56
SERRIS ITALIA SRL	55	TORELLO TRASPORTI SRL	56
SHANDONG MANHING SPICE CO., LTD.	60	TORRECAZA	60
SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO	55	TORRENTE LOCONO	56
SOBAKO PRODUCTS (PVT) LTD	60	TRUE CO.	60
SOC. AGRICOLA OLEIFICIO MIGLIORE SRL	55	TURCI FIRENZE - OTITALIA SRL SB	56
SOCIETA' AGRICOLA ACETOMODENA S.S.	55	UOP SRL SB	56
SOCIETA' AGRICOLA BIOFACTOR SAS	55	VAINILLA PIRINOLA	60
SOCIETÀ AGRICOLA BIOXFARM S.R.L.S.	55	VANDRIE GROUP	60
SOCIETA' AGRICOLA PEDDIO DI COCCO GIOVANNI SAS	56	VETRERIA ETRUSCA SPA	56
SOL LIMÓN SPA	60	VIRTO GROUP	60
SORI' ITALIA SRL	56	VISCONTI - STORIE DI TERRA	57
SPADAFORA SRL	56	VITALYV INTERNATIONAL SRL	57
SPIEDI' SRL	56	VITAVIGOR SRL	57
SPIRITO CONTADINO	56	VIVOLAT SRL	57
STEVIA KOREA	60	WADI EL NILE ITALIA SRL	57
STRAMPELLI SRL	56	WAWA SRL - LOCOMEAL	57
TAGLIAPIETRA E FIGLI SRL	56	WERNESING FEINKOST GMBH	60
TARALIA SRL	56	Wyke Farms	60
TARTUFI LE IFE SRL	56	YANCHENG WEIGUAN FOODS CO., LTD.	60
TARTUFLANGHE SRL	56	ZINI PRODOTTI ALIMENTARI SPA	57
T&C TARTUFI - TRUFFLES	56		
TENUTA CHIARAMONTE SOCIETA' AGRICOLA S.R.L.	56		
TENUTA IL RADICHINO	56		
TENUTA MARCHESE DEL CERRANO DI CERQUITELLI DANIEL FELIPE	56		
TENUTA VENTERRA DI ANTONELLA FERRARA	56		
TERRE DEI TRULLI	56		
TERRE DI PUGLIA DI VISAGGIO NICOLA	56		

Le **aziende incluse nella presente guida** hanno compilato all'atto dell'iscrizione a TUTTOFOOD un'apposita **autocertificazione relativa all'impegno in ambito di sostenibilità** e/o hanno compilato l'anagrafica di ESGnews dichiarando di aver intrapreso un percorso di sostenibilità più o meno avanzato. Per maggiori informazioni o dettagli sulle attività concretamente realizzate dalle singole aziende in quest'ambito, vi invitiamo a prendere contatti diretti con gli interessati presso i loro stand in fiera o tramite i contatti indicati. La presenza nella guida non implica una valutazione da parte di ESGnews.

# Aziende italiane

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>A. BARBAGALLO DI MAURO SRL</b> <a href="http://www.barbagallo1911.it">www.barbagallo1911.it</a>	VIA REGINA MARGHERITA NR 56 95013 FIUMEFREDDO DI SICILIA (CT) ☎ 095 641059 agata@barbagallo1911.it	<b>ALFI SRL</b> <a href="http://www.alfifood.com">www.alfifood.com</a>	VIA ARTIGIANI 18/B 30010 CAMPONOGARA (VE) ☎ 0414 165392 alfi@alfifood.com
<b>ACCADEMIA OLEARIA SRL</b> <a href="http://www.accademiaolearia.it">www.accademiaolearia.it</a>	REGIONE UNGIAS GALANTÈ 7041 ALGHERO (SS) ☎ 347 797140 export@accademiaolearia.it	<b>ALIFOOD SRL</b> <a href="http://www.alifoodsrl.com">www.alifoodsrl.com</a>	SALITA SANTA CATERINA 4/6A 16123 GENOVA (GE) ☎ 01 02091025 trading@alifood.it
<b>ACETAIA BELLEI</b> <a href="http://www.bellei.it">www.bellei.it</a>	VIA NUOVA 55/B 41017 CASONI DI RAVARINO (MO) ☎ 059 909111 info@bellei.it	<b>ALIMENTA PRODUZIONI S.R.L.</b> <a href="http://www.alimentaproduzioni.it">www.alimentaproduzioni.it</a>	VIA DEL PROGRESSO 4/6 47838 RICCIONE (RN) ☎ 0541 729427 alessia.morciano@alimentaproduzioni.it
<b>ACETAIA TERRA DEL TUONO S.A.R.L.</b> <a href="http://www.terradeltuono.it">www.terradeltuono.it</a>	VIA PAOLO MONZANI 5 42122 REGGIO NELL'EMILIA (RE) ☎ 0522 343317 massimo@terradeltuono.it	<b>ALTROMERCATO IMPRESA SOCIALE SOC. COOP.</b> <a href="https://www.altromercato.it/">https://www.altromercato.it/</a>	VIA CRISPI, 9 39100 BOLZANO (BZ) ☎ 39045822600 info@altromercato.it
<b>ACETIFICIO CARANDINI EMILIO SPA</b> <a href="http://www.carandini.it">www.carandini.it</a>	VIA PER FORMIGINE 54/A 41051 CASTELNUOVO RANGONE (MO) ☎ 059 535320 info@carandini.it	<b>AMBROSI SPA</b> <a href="http://www.ambrosi.it">www.ambrosi.it</a>	VIA OTTORINO AMBROSI 1 25014 CASTENEDOLO (BS) ☎ 39 0302134811 info.marketing@ambrosi.it
<b>ACETIFICIO MARCELLO DE NIGRIS SRL</b> <a href="http://www.denigris.it">www.denigris.it</a>	VIA BADAGNANO 1 80021 AFRAGOLA (NA) ☎ 081 8808911 sales@denigris.it	<b>ANABASIS DI MICHELANGELO ALAGNA</b> <a href="http://www.anabasis.it">http://www.anabasis.it</a>	C/DA TORRELUNGA PULEO NR 264 91025 MARSALA (TP) ☎ 3471553692 info@anabasis.it
<b>ACQUA EVA - FONTI ALTA VALLE PO SPA SB</b> <a href="http://www.acquaeva.it">www.acquaeva.it</a>	VIA ROMA 61 12034 PAESANA (CN) ☎ 0175 989111 marketing@acquaeva.it	<b>ANDRIANI SPA</b> <a href="http://www.andrianispa.com">www.andrianispa.com</a>	VIA N. COPERNICO ZONA PIP 70024 GRAVINA IN PUGLIA (BA) ☎ 0803 255801 info@andrianispa.com
<b>ACQUA SAN FELICE MINERAL WATER &amp; SPIRITS</b> <a href="http://www.sanfelice.org">www.sanfelice.org</a>	VIA DI IGNO, 9 51100 PISTOIA (PT) ☎ 0573 41049 barbara@sanfelice.org	<b>ANTAAR&amp;S SRL</b> <a href="http://www.arnaboldi.com">www.arnaboldi.com</a>	VIA UBERTO VISCONTI DI MODRONE, 11 20122 MILANO (MI) ☎ 0382 554514 info@antaares.it
<b>AGREE NET SRL</b> <a href="http://www.agreenet.it">www.agreenet.it</a>	VIA GIOACCHINO QUARELLO 10135 TORINO (TO) ☎ 328 1823240 g.gonzalez@agreenet.it	<b>ANTICA MARINERIA FAMIGLIA GALLO</b> <a href="http://www.anticamarineriafamigliagalio.it">www.anticamarineriafamigliagalio.it</a>	VIA DEI PRINCIPATI 66 84121 SALERNO (SA) ☎ 329 5897005 info@anticamarineriafamigliagalio.it
<b>AGRICOLA BORDUITO SOCIETA SEMPLICE AGRICOLA</b> <a href="http://www.borduito.it">www.borduito.it</a>	VIA CORATO 193 76123 ANDRIA (BT) ☎ 328 4785806 info@borduito.it	<b>ANTICA PASSIONE SOC. COOP. SOC.</b> <a href="http://www.anticapassione.it">www.anticapassione.it</a>	VIA DEI NORMANNI 90 80011 ACERRA (NA) ☎ 349 4043672 anticapassione23@libero.it
<b>AGRIOIL SPA</b> <a href="http://www.agrioil.it">www.agrioil.it</a>	VIA SEUDE SNC 84069 ROCCADASPIDE (SA) ☎ 0828 943685 marela@agrioil.it	<b>ANTICO FRANTOIO CARLETTI</b> <a href="http://www.anticofrantoiocarletti.it">www.anticofrantoiocarletti.it</a>	Via Camesena, 1 6042 CAMPELLO SUL CLITUNNO (PG) ☎ 366 4147494 info@anticofrantoiocarletti.it
<b>AGROLIO SRL - GRUPPO AGRESTI</b> <a href="http://www.gruppoagresti.it">www.gruppoagresti.it</a>	S.P. 231 KM 55+120 76123 ANDRIA (BT) ☎ 0883 1953203 commerciale@gruppoagresti.it		

NOME	INDIRIZZO
<b>ARBI DARIO SPA</b> <a href="http://www.arbi.it">www.arbi.it</a>	VIA DOTT. SALVATORE GIOVANNOLI 131/135 51015 MONSUMMANO TERME (PT) ☎ 0572 95771 arbi@arbi.it
<b>ARINI ENOT. GIUSEPPE CASA VINICOLA DI ARINI VITO ROMUALDO S.A.S.</b> <a href="https://www.cantinearini.it">https://www.cantinearini.it</a>	VIA SALEMI NR 105 91025 MARSALA (TP) ☎ 320 041 3878 arinivini@gmail.com
<b>ARTIBEL SRL</b> <a href="http://www.artibel.com">www.artibel.com</a>	S.P.CUOCO 39 87033 BELMONTE CALABRO (CS) ☎ 0982 47210 commerciale@artibel.com
<b>ARTIGIANI DEI SAPORI SRL</b> <a href="http://www.artigianideisapori.com">www.artigianideisapori.com</a>	VIA BALZATA 96A 87054 ROGLIANO (CS) ☎ 0984 961365 info@artigianideisapori.com
<b>ASSOPAF AGRINDUSTRIA ALIMENTARE SOCIETA' COOPERATIVA AGRICOLA</b> <a href="http://www.assopaf.it">www.assopaf.it</a>	VIA APPIA KM 166 81030 CELLOLE (CE) ☎ 0823 703785 assopaf@assopaf.it
<b>ASTORINO PASTA SRL</b> <a href="http://www.astorinopasta.it">www.astorinopasta.it</a>	VIA C.MATTEUCCI 18 88900 CROTONE (KR) ☎ 0962 69448 info@astorinopasta.it
<b>AZ. AGR. CALLERI SALVATORE - FRANTOIO MANDREDONNE</b> <a href="http://www.frantoiomandredonne.it">www.frantoiomandredonne.it</a>	CONTRADA MANDREDONNE SNC 96010 PALAZZOLO ACREIDE (SR) ☎ 327 1880030 salvatorecalleri@virgilio.it
<b>AZ. AGR. IL BOTTACCIO DI LUCA GUGLIELMI</b> <a href="http://www.ilbottaccio.it">www.ilbottaccio.it</a>	VIA DEL PINO 1 57025 PIOMBINO (LI) ☎ 0565 228951 commerciale@ilbottaccio.com
<b>AZ. AGRICOLA DI DOMENICO DE LILLAS ROMANO</b> <a href="http://www.delillas.it">www.delillas.it</a>	VIA PREIOTI 3 89040 GERACE (RC) ☎ 366 1272466 commerciale@delillas.it
<b>AZIENDA AGRICOLA BARBUSCIA</b> <a href="http://www.prodottitipicibarbuscia.com">www.prodottitipicibarbuscia.com</a>	VIA GIUSTOLISI, 91- 95040 MIRABELLA IMBACCARI (CT) ☎ 329 7138644 info@prodottitipicibarbuscia.com
<b>AZIENDA AGRICOLA COPPINI ARTE OLEARIA</b> <a href="http://www.coppiniarteolearia.com">www.coppiniarteolearia.com</a>	CONTRADA REMARTELLO 65014 LORETO APRUTINO (PE) ☎ 0521 877633 segreteria@coppini.it
<b>AZIENDA AGRICOLA DI LORENZO S.S.A.</b> <a href="https://aziendabiodilorenzo.it">https://aziendabiodilorenzo.it</a>	CONTRADA CAVALLARO SN, MARINELLA DI SELINUNTE 91022 CASTELVETRANO (TP) ☎ 3391341539 / 3394221991 aziendabiodilorenzo@libero.it

NOME	INDIRIZZO
<b>AZIENDA AGRICOLA FISICARO SEBASTIANA - FRANTOIO GALIOTO</b> <a href="http://www.frantoiogalioto.it">http://www.frantoiogalioto.it</a>	VIA R.CO D'AQUILE, 1 96100 SIRACUSA (SR) ☎ 338 2131983 info@frantoiogalioto.it
<b>AZIENDA AGRICOLA PORCELLI GIUSEPPE</b> <a href="https://www.livasi.com">https://www.livasi.com</a>	LOC. LIVASÌ SNC 89864 SPILINGA (VV) ☎ 0963 582222 commerciale@livasi.com
<b>AZIENDA AGRICOLA SAN SALVATORE DI PAGANO GIUSEPPE</b> <a href="https://www.sansalvatore.it/">https://www.sansalvatore.it/</a>	CONTRADA ZERILLI SNC 84075 STIO (SA) ☎ 3908281998888 info@sansalvatore.it
<b>AZIENDA AGRIMONTANA SPA</b> <a href="https://www.agrimontana.it">https://www.agrimontana.it</a>	CAMILLO BENSO CONTE DI CAVOUR 185 12011 BORGO SAN DALMAZZO (CN) ☎ 0171 261157 agrimontana@agrimontana.it
<b>BALOCCO SPA</b> <a href="http://www.balocco.it">http://www.balocco.it</a>	VIA S. LUCIA 51 12045 FOSSANO (CN) ☎ 39 0172653411 marketing@balocco.it
<b>BASE PIZZA SRL A SOCIO UNICO</b> <a href="http://www.basepizzaitalia.com">http://www.basepizzaitalia.com</a>	VIA BAFFI 7 70024 GRAVINA IN PUGLIA (BA) ☎ 0803 250183 sales@basepizzasrl.it
<b>BASSO FEDELE &amp; FIGLI SRL</b> <a href="http://oliobasso.com/it/">oliobasso.com/it/</a>	VIA NOCELLETO, 46 83020 SAN MICHELE DI SERINO (AV) ☎ 39 0825595781 ordini@oliobasso.com
<b>BAUER SPA</b> <a href="http://www.bauer.it">http://www.bauer.it</a>	VIA KUFSTEIN 6 38121 TRENTO (TN) ☎ 39 0461944350 info@bauer.it
<b>BERARDO SAS</b> <a href="https://oleificioberardo.it/">https://oleificioberardo.it/</a>	CONTRADA TERZI 7/A 66052 GISSI (CH) ☎ 3468003895 info@oleificioberardo.it
<b>BIO ITALY NATURE SRL</b> <a href="http://www.bioitalynature.com">www.bioitalynature.com</a>	V.LE G. MAZZINI 112 195 ROMA (RM) ☎ 0942 986366 info@bioitalynature.com
<b>BIO VERDE SRL</b> <a href="https://bioverdesrl.it">https://bioverdesrl.it</a>	VIA STABIA, SNC 84012 ANGRÌ (SA) ☎ 39081949243 info@bioverdesrl.it
<b>BLANCO SRL</b> <a href="https://shopblancodolci.it">https://shopblancodolci.it</a>	VIALE MARIO GORI N.513 93015 NISCEMI (CL) ☎ 39 0933951761 info@blancodolci.it

NOME	INDIRIZZO
<b>BONINI SRL</b> <a href="https://www.balsamicobonini.it/">https://www.balsamicobonini.it/</a>	VIA PIERO GOBETTI, 89 41058 VIGNOLA (MO) ☎ 0599 38433 info@balsamicobonini.it
<b>BONIVIRI SOCIETA' BENEFIT A RESPONSABILITA' LIMITATA</b> <a href="https://www.boniviri.com/">https://www.boniviri.com/</a>	VIA ETNEA 29, 95124 CATANIA (CT) ☎ 351 577 0816 info@boniviri.com
<b>BONOMELLI SRL</b> <a href="http://www.bonomelli.it">www.bonomelli.it</a>	VIA E. MATTEI 6 40069 ZOLA PREDOSA (BO) ☎ 39 0516170411 fornitori@montenegro.it
<b>BOTALLA SRL</b> <a href="http://www.botallaformaggi.com">www.botallaformaggi.com</a>	VIA RAMELLA GERMANIN 5 13900 BIELLA (BI) ☎ 3901526353 ufficio.commerciale@botallaformaggi.com
<b>BOTTEGA DI SICILIA</b> <a href="https://www.bottegadisicilia.it/">https://www.bottegadisicilia.it/</a>	VIA MAGENTA 290 P1 97019 VITTORIA (RG) ☎ 0932 519080 info@bottegadisicilia.it
<b>BOX MARCHE S.P.A.</b> <a href="https://www.boxmarche.it">https://www.boxmarche.it</a>	VIA SAN VINCENZO, 67 60013 CORINALDO (AN) ☎ 3334749497 sales@boxmarche.it
<b>BRESCIANGRANA SOCIETA' AGRICOLA SRL</b> <a href="http://www.bresciangrana.it">www.bresciangrana.it</a>	STRADA PER VEROLANUOVA 6 25020 CIGNANO DI OFFLAGA (BS) ☎ 39030979480 commerciale@bresciangrana.it
<b>BRUNO PICCOLO</b> <a href="https://www.brunopiccolo.it/">https://www.brunopiccolo.it/</a>	VIA G. MARCONI SNC 89044 LOCRI (RC) ☎ 39 3791534538 ledeliziedibruno@gmail.com
<b>CACAO CRUDO SRL</b> <a href="http://www.cacaocrudo.it">http://www.cacaocrudo.it</a>	VIA PRENESTINA NUOVA 86 36 PALESTRINA (RM) ☎ 39069537218 info@cacaocrudo.it
<b>CAFFE' FANTINO DI FANTINO PAOLO E C. SAS</b> <a href="https://caffefantino.it/">https://caffefantino.it/</a>	VIA DEGLI ARTIGIANI 16 12016 PEVERAGNO (CN) ☎ 0171 384816 info@caffefantino.it
<b>CAFFE' MARTELLA SRL</b> <a href="http://caffemartella.com">http://caffemartella.com</a>	VIA CESARE COLIZZA, 28 47 MARINO (RM) ☎ 00 390693880 54 info@caffemartella.it
<b>CAFFE' MAURO - GRUPPO GIMOKA SPA</b> <a href="https://caffemauro.com">https://caffemauro.com</a>	ZONA INDUSTRIALE SNC 89018 VILLA SAN GIOVANNI (RC) ☎ 0965 3333229 shop@caffemauro.com

NOME	INDIRIZZO
<b>CAFFÈ MONFORTE - TORREFAZIONE MONFORTE SRL</b> <a href="https://www.caffemonforte.com/it/">https://www.caffemonforte.com/it/</a>	CONTRADA PESCO FARESE 86025 RIPALIMOSANI (CB) ☎ 39 0874484723 sales@caffemonforte.com
<b>CALABRAITICA SNC</b> <a href="https://www.calabraitica.it">https://www.calabraitica.it</a>	VIA SAN FRANCESCO 1 89020 ANOIA (RC) ☎ 39 0966944935 info@calabraitica.it
<b>CALUGI SRL</b> <a href="http://www.tartufi.it">www.tartufi.it</a>	VIA CERBIONI 38 50051 CASTELFIORENTINO (FI) ☎ 0571 672185 export2@tartufi.it
<b>CAMARDO SPA - CAFFÈ CAMARDO</b> <a href="http://www.caffecamardo.com">www.caffecamardo.com</a>	VIA CAMARDO, 2 86025 RIPALIMOSANI (CB) ☎ 39087461717 export@camardo.it
<b>CAMPO D'ORO SRL</b> <a href="http://www.campodoro.com">http://www.campodoro.com</a>	CONTRADA SCUNCHIPANE 92019 SCIACCA (AG) ☎ 0925 80100 cd@campodoro.com
<b>CANTINA QUISTELLO 1928</b> <a href="http://www.cantinasocialequistello.it">http://www.cantinasocialequistello.it</a>	VIA ROMA 46 46026 QUISTELLO (MN) ☎ 390376618118 info@cantinasocialequistello.it
<b>CASA DEL GELATO SPA</b> <a href="http://www.casadelgelato.it">http://www.casadelgelato.it</a>	VIA MAESTRI DEL LAVORO 56 41053 POZZA DI MARANELLO (MO) ☎ 0536 944551 info@casagelato.it
<b>CASA IUORIO SOC. AGR. S.S.</b> <a href="https://casaiuorio.it/">https://casaiuorio.it/</a>	VIA FONTANA, 5 84020 PALOMONTE (SA) ☎ 0828 1655132 info@casaiuorio.it
<b>CASAFOLINO</b> <a href="https://casafolino.com/">https://casafolino.com/</a>	VIA PRUNIA, 1 88046 LAMEZIA TERME (CZ) ☎ 0968 407195 event@casafolino.com
<b>CASALASCO SOCIETA' AGRICOLA SPA</b> <a href="http://www.casalasco.com">http://www.casalasco.com</a>	STRADA PROVINCIALE 32 26036 RIVAROLO DEL RE (CR) ☎ 0375 536211 info@casalasco.com
<b>CASCINA ALBERONA - RISO</b> <a href="http://www.cascinaalberona.com">www.cascinaalberona.com</a>	CASCINA ALBERONA, 230 27036 MORTARA (PV) ☎ 00 39038490143 info@cascinaalberona.com
<b>CASEIFICIO ARTIGIANA - D'AMBRUOSO FRANCESCO SRL</b> <a href="http://www.caseificioartigiana.it">http://www.caseificioartigiana.it</a>	VIA CAVALIERI DEL LAVORO 88-90 70017 PUTIGNANO (BA) ☎ 00 390804058380 commerciale@caseificioartigiana.it
<b>CASEIFICIO COMELLINI ROBERTO SPA</b> <a href="http://www.caseificiocomellini.com">www.caseificiocomellini.com</a>	VIA FLAVIO GIOIA 6 40024 CASTEL SAN PIETRO TERME (BO) ☎ 00 39051941376 info@caseificiocomellini.com

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>CASEIFICIO DEFENDI LUIGI SRL</b> <a href="http://www.formaggidefendi.com">http://www.formaggidefendi.com</a>	VIA FRANCESCA 82 24043 CARAVAGGIO (BG) ☎ 00 390363305076 defendi.sabrina@caseificiodefendi.it	<b>CIPRIANI TARTUFI</b> <a href="https://www.ciprianitartufi.it">https://www.ciprianitartufi.it</a>	VIA FOSSIGNANO 63 4011 APRILIA (LT) ☎ (0039) 3934324711 info@ciprianitartufi.it
<b>CASEIFICIO ELDA SRL</b> <a href="https://www.eldaricotteria.it/">https://www.eldaricotteria.it/</a>	VIA SIVIERI 1 37030 VESTENANOVA (VR) ☎ 39 0456564024 export@caseificioelda.it	<b>CITTERIO GIUSEPPE SPA</b> <a href="http://www.citterio.com">www.citterio.com</a>	CORSO EUROPA 206 20017 RHO (MI) ☎ 00 3902935161 andrea.turchi@citterio.com
<b>CASEIFICIO PALAZZO SPA</b> <a href="http://www.murgella.it/">http://www.murgella.it/</a>	VIA C. CONTEGIACOMO Z.I. 70017 PUTIGNANO (BA) ☎ 00 390804055612 export@caseificiopalazzo.eu	<b>CLECA SPA</b> <a href="http://www.cleca.com">www.cleca.com</a>	VIALE DANTE ALIGHIERI 30 46010 SAN MARTINO DALL'ARGINE (MN) ☎ 0039 03769222211 info@cleca.com
<b>CASINA ROSSA SRL</b> <a href="http://casinarossa.com">http://casinarossa.com</a>	VIA SOLAGNE, ZONA ARTIGIANALE, SNC 66040 ROCCASCALEGNA (CH) ☎ 39 (0) 872 59 00 55 casina@casinarossa.com	<b>COAM INDUSTRIE ALIMENTARI SPA</b> <a href="http://www.coamspa.it">http://www.coamspa.it</a>	VIA N. MACHIAVELLI, 42 20145 MILANO (MI) ☎ 00 390342604411 commerciale@coamspa.it
<b>CASULA SRL</b> <a href="http://www.caseificiovaldapsa.it">http://www.caseificiovaldapsa.it</a>	VIA CA' BERGAMO 1 61029 URBINO (PU) ☎ 00 39072252187 a.masullo@caseificiovaldapsa.it	<b>COLANCECCO LAILA - TENUTA SANT'ILARIO PINETO</b> <a href="https://www.tenutasantilario.com/">https://www.tenutasantilario.com/</a>	VIA G. D'ANNUNZIO, 125 64025 PINETO (TE) ☎ 39 085 9492089 info@tenutasantilario.com
<b>CAVIAR GIAVERI</b> <a href="https://www.caviargiaveri.com/">https://www.caviargiaveri.com/</a>	VIA VILLANOVA, 10 31030 SAN BARTOLOMEO DI BREDA (TV) ☎ 39 0422 686038 info@caviargiaveri.com	<b>COLLEGIO TOSCANO DEGLI OLIVICOLTORI OL.MA. S.A.C</b> <a href="http://oleificioolma.it">oleificioolma.it</a>	LOC. MADONNINO, 3 58100 GROSSETO (GR) ☎ 39 0564 329090 export@oleificioolma.it
<b>CDM FOOD SRL</b> <a href="https://trulliesassi.it/">https://trulliesassi.it/</a>	C.DA PONTE DEL CANE NC 70044 POLIGNANO A MARE (BA) ☎ 39 0804251047 segreteria@fielditalia.it	<b>COLLI DEL GARDA GOURMET SRL</b> <a href="http://WWW.COLLIDELGARDA.IT">http://WWW.COLLIDELGARDA.IT</a>	VIA CAVALLARA 6 46040 CAVRIANA (MN) ☎ (+39) 3334199354 marketing@collidelgarda.it
<b>CENTRO CARNE SRL</b> <a href="http://centrocarne.com">centrocarne.com</a>	VIA CRISTOFORO COLOMBO 1 64027 SANT'OMERO (TE) ☎ 00 390861887777 infocarne@centrocarne.com	<b>COMMERCIALE EXPORT SRL</b> <a href="http://fratelliamato.it">http://fratelliamato.it</a>	VIA MADONNA DI FATIMA,138 84016 PAGANI (SA) ☎ (+39) 3398776592 INFO@COMMERCIALEXPORT.IT
<b>CENTRO DOLCE FRIULI SRL</b> <a href="https://www.centrodolce.com/">https://www.centrodolce.com/</a>	VIA EUROPA 7 33030 DIGNANO (UD) ☎ 348 0813179 marketing@centrodolce.com	<b>CONAPI SOC. COOP. AGRICOLA</b> <a href="http://mielizia.com">mielizia.com</a>	VIA IDICE 299 40050 MONTERENZIO (BO) ☎ 0039 0516540411 info@mielizia.it
<b>CERRETO SRL</b> <a href="http://www.cerretobio.com">http://www.cerretobio.com</a>	VIA VERDI 15 42043 GATTATICO (RE) ☎ 39 0522475811 info@cerretobio.com	<b>CONSERVE BONETTO S.R.L.</b> <a href="http://conservebonetto.com">http://conservebonetto.com</a>	VIA DELL'ARTIGIANATO, 22 36050 BRESSANVIDO (VI) ☎ (+39) 0444660805 info@conservebonetto.com
<b>CICCOLELLA SOC. AGR. A R.L.</b> <a href="http://www.oliociccolella.it">www.oliociccolella.it</a>	STRADA VICINALE FONDO FAVALE SNC 70056 MOLFETTA (BA) ☎ 00 390809023998 gc@oliociccolella.it	<b>CONSORZIO DEL PROSCIUTTO TOSCANO</b> <a href="http://www.prosciuttotoscano.com">http://www.prosciuttotoscano.com</a>	VIA GIOVANNI DEI MARIGNOLLI 21/23 50127 FIRENZE (FI) ☎ 0039 0553215115 info@prosciuttotoscano.com
<b>CIEMME ALIMENTARI SRL</b> <a href="http://www.ciemmealimentari.it">http://www.ciemmealimentari.it</a>	VIA FOGGIA 28/30 76121 BARLETTA (BT) ☎ 39 0883334599 rantonucci@ciemmealimentari.it	<b>CONSORZIO FIRENZE A TAVOLA</b> <a href="http://www.firenzeatavola.net">www.firenzeatavola.net</a>	VIA G. DE MARIGNOLLI, 62D 50127 FIRENZE (FI) ☎ (+39) 3205660560 consorziofirenzeatavola@gmail.com

NOME	INDIRIZZO
<b>CONSORZIO LATTERIE VIRGILIO SOC. AGR. COOP.</b> <a href="http://www.consorzio-virgilio.com">http://www.consorzio-virgilio.com</a>	VIALE DELLA FAVORITA 19 46100 MANTOVA (MN) ☎ 00 3903763861 info@consorzio-virgilio.it
<b>CONSORZIO PESCATORI DI GORO SOC. COOP. O.P.</b> <a href="http://www.copego.it">http://www.copego.it</a>	VIA A. BRUGNOLI 298 44020 GORO (FE) ☎ (+39) 0533793111 info@copego.it
<b>CONSORZIO PRODUTTORI AGLIO DI VOGHIERA SOC. COOP. CONS</b> <a href="http://www.agliovoghiera.it/">http://www.agliovoghiera.it/</a>	VIA PROVINCIALE 15/B 44019 VOGHIERA (FE) ☎ 0532 322001 info@agliodivoghiera.it
<b>COPPOLA ENTERPRICE SRL</b> <a href="http://www.valgri.it">www.valgri.it</a>	VIA CASAMANNA 88 80013 CASALNUOVO DI NAPOLI (NA) ☎ 081 8424300 info@valgri.it
<b>DALLA TORRE DOROTEA SRL</b> <a href="http://www.dallatorrevaldinon.it">www.dallatorrevaldinon.it</a>	VIA DE SAN GIOAN 5 - FR. RALLO 38019 VILLE D'ANAUNIA (TN) ☎ 0039 0463451092 info@dallatorrevaldinon.it
<b>D'AMICO - D&amp;D ITALIA SPA SOCIETA' BENEFIT</b> <a href="http://www.damico.it">http://www.damico.it</a>	VIA GRAMSCI 80122 NAPOLI (NA) ☎ 0892 021232 info@damico.it
<b>DE MATTEIS AGROALIMENTARE SPA - PASTA ARMANDO</b> <a href="http://www.pastarmando.it">http://www.pastarmando.it</a>	VIA AMORETTA - PARCO S. NICOLA 6/E 83100 AVELLINO (AV) ☎ 0039 0825421247 marta.duda@dematteisfood.it
<b>DEL COLLE SRL</b> <a href="http://www.delcolle.com">www.delcolle.com</a>	VIA LEONARDO FIBONACCI 593/B 56031 BIENTINA (PI) ☎ 0039 098181956 info@delcolle.com
<b>DELICIOUS RIZZOLI S.P.A., SOCIETÀ BENEFIT</b> <a href="http://www.delicious.it">www.delicious.it</a>	VIA MICHELI, 2 43056 PARMA (PR) ☎ (+39) 0521 813525 s.costa@delicious.it
<b>DELIZIE DI CALABRIA SRL</b> <a href="http://www.deliziedicalabria.it">http://www.deliziedicalabria.it</a>	VIA DEI CONTI RUFFO 17 88100 CATANZARO (CZ) ☎ (+39) 096163507 info@deliziedicalabria.it
<b>DEVODIER PROSCIUTTI SRL</b> <a href="http://www.devodier.com">www.devodier.com</a>	VIA PONTICELLA, 4 43037 LESIGNANO DE' BAGNI (PR) ☎ 0039 0521861070 devodierprosciutti@devodier.com
<b>DI CARO SRL</b> <a href="https://oliodicaro.com/">https://oliodicaro.com/</a>	VIA SALEMI, C/DA BELVEDERE NR 125 91100 TRAPANI (TP) ☎ 0039 3319177020 quality@oliodicaro.com

NOME	INDIRIZZO
<b>DI FILIPPO LEGNAMI SRL</b> <a href="https://pizzabbq.it">https://pizzabbq.it</a>	VIA MARSALA, 242-244 33100 UDINE (UD) ☎ (+39) 0432520427 info@difilippo.biz
<b>DIANA 2.0</b> <a href="https://www.dianaduepuntozero.it/">https://www.dianaduepuntozero.it/</a>	VIA GALLINELLE, 10 81039 VILLA LITERNO (CE) ☎ 081 1808 6785 info@dianaduepuntozero.it
<b>DIANTO - OPIFICIO OLEARIO DAL 1934</b> <a href="https://oliodianto.com/">https://oliodianto.com/</a>	CONTRADA REGOLIZIA 18 88040 FEROLETO ANTICO (CZ) ☎ 0039 3793705076 diego@oliodianto.com
<b>DIEMME FOOD SRL</b> <a href="https://diemmefood.com/">https://diemmefood.com/</a>	VIA AQUILEIA 49 20092 CINISELLO BALSAMO (MI) ☎ 0249 793090 dario.mimini@diemmefood.com
<b>DOLCERIA ALBA SPA</b> <a href="http://www.dolceriaalba.it">www.dolceriaalba.it</a>	STRADA VICINALE DELLE CAPPELLETTE 8 10026 SANTENA (TO) ☎ 0039 0110625611 dolceria@dolceriaalba.it
<b>DOMENICO MANCA SPA</b> <a href="http://www.sangiuliano.it">http://www.sangiuliano.it</a>	VIA CARRABUFFAS 7041 ALGHERO (SS) ☎ 0039 079977215 marketing@sangiuliano.it
<b>DRORYS PACKLIST S.P.A</b> <a href="http://www.drorys.it/">http://www.drorys.it/</a>	VIA SAN NICOLA 12 84020 PALOMONTE (SA) ☎ (+39) 0114111556 ordini@drorys.it
<b>DULCIAR SRL</b> <a href="http://www.dulciar.it">http://www.dulciar.it</a>	ZONA F, N 23/N - C.DA VECCHIO 70015 NOCI (BA) ☎ 0039 0804979358 gianfranco.laera@dulciar.it
<b>EURO COMPANY SPA SOCIETA' BENEFIT</b> <a href="http://www.eurocompany.it">www.eurocompany.it</a>	VIA FAENTINA 280 - 286 48026 GODO DI RUSSI (RA) ☎ 0544 416813 eurocompany@eurocompany.it
<b>EUROVERDE SOCIETÀ AGRICOLA SRL</b> <a href="https://bontadistagione.it/">https://bontadistagione.it/</a>	VIA QUINZANO N.1 25020 AZZANO MELLA (BS) ☎ (+39) 0309747113 salvatore.verduci@euroverde.it
<b>F.LLI GARUTI SRL</b> <a href="https://www.pavonegaruti.it">HTTPS://www.pavonegaruti.it</a>	VIA MASSIMI 154 136 ROMA (RM) ☎ 0390 6991129 commerciale@pavonegaruti.it
<b>F.LLI RUATA SPA</b> <a href="http://www.gocciadoro.it">http://www.gocciadoro.it</a>	FRAZIONE BAROLI 107 12040 BALDISSERO D'ALBA (CN) ☎ 0172 40811 fiere@ruata.com
<b>FATTORIE GIACOBACCI SRL</b> <a href="http://www.fattoriegiacobazzi.it">http://www.fattoriegiacobazzi.it</a>	VIA G. DI VITTORIO 28 41015 NONANTOLA (MO) ☎ 0039 059546076 info@fattoriegiacobazzi.it

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>FAVA BIBITE SRL</b> <a href="https://www.favabibite.it/wp/">https://www.favabibite.it/wp/</a>	VIA PER NOVEDRATE 111 22066 MARIANO COMENSE (CO) ☎ (+39) 3491352887 commerciale@favabibite.it	<b>FRATELLI POLLI SRL</b> <a href="http://www.polli.it">http://www.polli.it</a>	VIA C.BATTISTI 1059 51015 MONSUMMANO TERME (PT) ☎ (+39) 057295621 polli@polli.it
<b>FINI SWEETS ITALIA S.R.L.</b> <a href="http://www.finicompany.com">http://www.finicompany.com</a>	20 VIA VITTOR PISANI 20124 MILANO (MI) ☎ (+39) 348 9400633 federica.norzi@finicompany.com	<b>FRATELLI ROTELLA OLI</b> <a href="https://www.rotellaolii.com">https://www.rotellaolii.com</a>	VIALE G. MAZZINI 251 88056 TIRIOLO (CZ) ☎ (+39) 3382705322 info@rotellaolii.com
<b>FIORDELISI SRL</b> <a href="www.fiordelisisrl.com">www.fiordelisisrl.com</a>	VIA V. ALFIERI 41 71048 STORNARELLA (FG) ☎ (+39) 0885437024 info@fiordelisisrl.com	<b>FUMAGALLI INDUSTRIA ALIMENTARI SPA</b> <a href="http://www.fumagallisalumi.it">http://www.fumagallisalumi.it</a>	VIA BRIANTEA 18 22038 TAVERNERIO (CO) ☎ (+39) 031557111 v.bianco@fumagallisalumi.it
<b>FONDAZIONE BANCO ALIMENTARE ETS</b> <a href="https://www.bancoalimentare.it/">https://www.bancoalimentare.it/</a>	VIA LEGNONE 4 20121 MILANO (MI) ☎ 0039 3356505721 brioschi@bancoalimentare.it	<b>FUNGHI MODENA SRL</b> <a href="http://www.modenafunghisrl.com">http://www.modenafunghisrl.com</a>	VIA GIORGIO STEPHENSON N. 43/A 20157 MILANO (MI) ☎ (+39) 3442388596 giulia.rinaldi@modenafunghi.it
<b>FONTANETO SRL</b> <a href="http://www.fontaneto.com">http://www.fontaneto.com</a>	LOCALITA MOLINO MARCO 20 28010 FONTANETO D'AGOGNA (NO) ☎ 0039 0322806530 info@fontaneto.com	<b>G.M. PICCOLI SPA</b> <a href="www.italianpastryexcellence.com">www.italianpastryexcellence.com</a>	VIA TOSCANA 9 24022 ALZANO LOMBARDO (BG) ☎ (+39) 0354289610 info@italianpastryexcellence.com
<b>FORNOPRONGO SRL</b> <a href="http://www.fornoprongo.it">http://www.fornoprongo.it</a>	ZONA INDUSTRIALE LOTTO, 13 73039 TRICASE (LE) ☎ (+39) 0833543878 info@fornoprongo.it	<b>GAMBARDELLA FOOD LAB SRLS - CASA GAMBARDELLA</b> <a href="https://www.casagambardezza.it/">https://www.casagambardezza.it/</a>	VIA GAUDIO MAIORI 84013 CAVA DE TIRRENI (SA) ☎ 3318014157 amministrazione@gambardezzafoodlab.onmicrosoft.com
<b>FRANGIULIA EXPORT SAS DI CORIGLIANO ESPOSITO FABIO &amp; C.</b> <a href="http://www.frangiulia.com">http://www.frangiulia.com</a>	C.DA CUTURA - VIA SPAGNA 150 87036 RENDE (CS) ☎ 0984 446961 frangiuliaexport@libero.it	<b>GIROLOMONI</b> <a href="www.girolomoni.it">www.girolomoni.it</a>	VIA STRADA DELLE VALLI, 21 61030 ISOLA DEL PIANO (PU) ☎ 0721 1748600 info@girolomoni.it
<b>FRANTOI CUTRERA SRL</b> <a href="https://cutrera.com">https://cutrera.com</a>	C/DA PIANO DELL'ACQUA 37 97012 CHIARAMONTE GULFI (RG) ☎ (+39) 380 303 7776 info@cutrera.com	<b>GLUTEN FREE FOODS SRL - PASTA GUSTOSA BIO</b> <a href="http://www.pastagustosa.it">http://www.pastagustosa.it</a>	VIA A.FLEMING, 7 70024 GRAVINA IN PUGLIA (BA) ☎ (+39) 0803254176 hello@pastagustosa.it
<b>FRANTOIO DI SANT'AGATA D'ONEGLIA S.R.L.</b> <a href="http://www.frantoiosantagata.com">http://www.frantoiosantagata.com</a>	STRADA DEI FRANCESI 48 18100 IMPERIA (IM) ☎ (+39) 0183293472 export@frantoiosantagata.com	<b>GONNELLI 1585 SRL - FRANTOIO DI SANTA TEA</b> <a href="https://www.gonnelli1585.it">https://www.gonnelli1585.it</a>	VIA E.DE NICOLA, 41 50066 REGGELLO (FI) ☎ (+39) 3205660560 segreteria@gonnelli1585.it
<b>FRANTOIO D'ORAZIO</b> <a href="http://www.frantoiodorazio.it">http://www.frantoiodorazio.it</a>	VIA DELL'ULIVO 1 70014 CONVERSANO (BA) ☎ 0039 0804955442 info@frantoiodorazio.it	<b>GRUPPO FAI E G MURACA SRL</b> <a href="https://www.saporiantichi.net">https://www.saporiantichi.net</a>	LOC. VUGGISANO 88040 CARLOPOLI (CZ) ☎ (+39) 3200461800 info@grupppomuraca.eu
<b>FRANTOIO GALANTINO SRL UNIPERSONALE</b> <a href="http://www.galantino.it">http://www.galantino.it</a>	VIA VECCHIA CORATO 2 76011 BISCEGLIE (BA) ☎ (+39) 0803921320 info@galantino.it	<b>GRUPPO FINI</b> <a href="www.nonsolobuono.it">www.nonsolobuono.it</a>	VIA CONFINE, 1583 41017 RAVARINO (MO) ☎ (+39) 059 25 91 11 infofini@finimodena.it
<b>FRANTOIO PRUNETI SRL</b> <a href="http://www.pruneti.it">http://www.pruneti.it</a>	VIA CASE SPARSE 22/A 50022 SAN POLO IN CHIANTI (FI) ☎ 3534054209 frantoio@pruneti.it	<b>GRUPPO G. CALABRIA</b> <a href="https://gruppongcalabria.it/">https://gruppongcalabria.it/</a>	VIA PER PIANO LUPPINO 12A 88046 LAMEZIA TERME (CZ) ☎ 0039 09681950369 amministratore@gruppongcalabria.it

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>GRUPPO VACCARA S.R.L.</b> <a href="https://gruppovaccara.com">https://gruppovaccara.com</a>	C.DA MAGAZZINAZZI, 22 91029 SANTA NINFA (TP) ☎ 39 3272124365 info@gruppovaccara.com	<b>ITOLIVA</b> <a href="https://itoliva.it/">https://itoliva.it/</a>	VIA N. DE GIOSA 11-11/A 76123 ANDRIA (BT) ☎ 320 228 9048 info@itoliva.it
<b>HEALTION SRL SOCIETA' BENEFIT (PROBIOS GROUP)</b> <a href="https://www.healthiongroup.com/">https://www.healthiongroup.com/</a>	VIA DEGLI OLMI 13-15 50041 CALENZANO (FI) ☎ 0039 055886931 info@healthiongroup.com	<b>JAS JUICY AND SPARKLING S.R.L.</b> <a href="https://www.the-jas.com/en/home-english/">https://www.the-jas.com/en/home-english/</a>	VIA TENUTA DEL CAVALIERE, 1, 12 GUIDONIA MONTECELIO (RM) ☎ 0039 3518148052 INFO@JAS.SRL
<b>I DOLCI SAPORI DELL'ETNA SRL</b> <a href="https://www.idolcisaporidelletna.it">https://www.idolcisaporidelletna.it</a>	VIA SEBASTIANO CABOTO, 1 95034 BRONTE (CT) ☎ 0957 724549 info@idolcisaporidelletna.it	<b>LA DORIA SPA</b> <a href="http://www.gruppodoria.it">www.gruppodoria.it</a>	VIA NAZIONALE 320 84012 ANGRÌ (SA) ☎ (+39) 0815166200 commerciale.italia@gruppodoria.it
<b>I TESORI DELLA TERRA / BIOMU</b> <a href="http://www.cooptesorbio.it">http://www.cooptesorbio.it</a>	VIA CIAN 16 12010 CERVASCA (CN) ☎ (+39) 3382540391 f.oggero@cooptesorbio.it	<b>LA GALLINARA SRL</b> <a href="http://www.lagallinara.it">http://www.lagallinara.it</a>	VIA ISOLE 5 17038 VILLANOVA D'ALBENGA (SV) ☎ 0039 0182 21171 jlenia@lagallinara.it
<b>IDEARISO SOCIETA' AGRICOLA SRL</b> <a href="https://www.ideariso.com/">https://www.ideariso.com/</a>	PIAZZA MARTIRI DELLA LIBERTÀ, 1 13100 VERCELLI (VC) ☎ 0039 0161294762 sede@ideariso.com	<b>LA GRANDA TRASFORMAZIONE S.R.L.</b> <a href="http://www.lagranda.it">http://www.lagranda.it</a>	VIA GARETTA 8/A 12040 GENOLA (CN) ☎ (+39) 0172726178 comunicazione@lagranda.it
<b>IGOR SRL</b> <a href="http://www.igorgonzola.it">www.igorgonzola.it</a>	STRADA NATALE LEONARDI 32 28062 CAMERI (NO) ☎ 0039 03212001 marcoinvernizzi@igornovara.it	<b>LA GRANDE RUOTA</b> <a href="http://www.lagranderuota.it">www.lagranderuota.it</a>	VIA C. DI VITTORIO VENETO, 1 25020 DELLO (BS) ☎ 0309 718009 MICHELA.MALANCA@LAGRANDERUOTA.IT
<b>INALPI</b> <a href="http://www.inalpi.it">http://www.inalpi.it</a>	VIA CUNEO 38 12033 MORETTA (CN) ☎ 0039 0172915111 info@inalpi.it	<b>LA MOLAZZA S.A.S.</b> <a href="https://frantoiolamolazza.it/">https://frantoiolamolazza.it/</a>	C/DA MEZOFATO, 1 87064 CORIGLIANO-ROSSANO (CS) ☎ 0039 098380533 gerardo@lamolazza.it
<b>INDUSTRIA ITTICA TORRENOVESE</b> <a href="https://castrovincitalia.com">https://castrovincitalia.com</a>	CONTRADA PIETRA DI ROMA NR SNC 98070 TORRENOVA (ME) ☎ (+39) 345 266 1234 s.castrovinci@castrovincitalia.com	<b>LA PASTA DI ALDO SRL</b> <a href="http://www.lapastadialdo.it">http://www.lapastadialdo.it</a>	VIA CASTELLETTA 41 62015 MONTE SAN GIUSTO (MC) ☎ 0039 0733837120 aldo@lapastadialdo.it
<b>INTERNATIONAL FOOD SRL</b> <a href="http://www.intfood.it/">http://www.intfood.it/</a>	VIA CANONICA 1009 47822 SANTARCANGELO DI ROMAGNA (RN) ☎ (+39) 0541627276 c.gallo@intfood.it	<b>LA VECCHIA DISPENSA SRL</b> <a href="http://www.lavecchiadispenza.it">http://www.lavecchiadispenza.it</a>	PIAZZA ROMA 3 41014 CASTELVETRO DI MODENA (MO) ☎ 0039 059790401 info@lavecchiadispenza.it
<b>INTRAMARK SRL - FREOLI SRL</b> <a href="https://www.aromolio.it/">https://www.aromolio.it/</a>	VIA DI COSELLI 19/21 Z.I. GUAMO 55060 LUCCA (LU) ☎ (+39) 336 535 711 segreteria@freoli.it	<b>LA VINICOLA DEL TITERNO</b> <a href="https://www.lavinicoladeltiterno.it/?page_id=106&amp;lang=en">https://www.lavinicoladeltiterno.it/?page_id=106&amp;lang=en</a>	VIA IACOVELLI 820302030 FAICCHIO (BN) ☎ 3396861216 betsy@lavinicoladeltiterno.it
<b>ITALIA OLIVICOLA SCARL</b> <a href="http://www.italiaolivicola.it">http://www.italiaolivicola.it</a>	VIA PIAVE, 8 187 ROMA (RM) ☎ (+39) 3488408797 fvannini@italiaolivicola.it	<b>LAFARGES SRL</b> <a href="https://www.lafarges.it/">https://www.lafarges.it/</a>	VIA S. GIOVANNI BOSCO, 22 73039 TRICASE (LE) ☎ 0039 0833822309 amministrazione@lafarges.it
<b>ITALIANA VERA SRL</b> <a href="http://www.italianaverafood.it">http://www.italianaverafood.it</a>	VIA SINISCALCHI 62 84014 NOCERA INFERIORE (SA) ☎ 0039 081604029 info@italianaverafood.it	<b>LASELVA SOCIETA' BIOAGRICOLA A R L</b> <a href="https://www.laselva-bio.it">https://www.laselva-bio.it</a>	SP81 Osa, 7 58015 Orbetello (GR) ☎ (+39) 056488481 pamela.stella@laselva-bio.it

NOME	INDIRIZZO
<b>LATTEGRA INDUSTRIA CASEARIA SPA</b> <a href="http://www.lattegra.it">http://www.lattegra.it</a>	LOCALITA GRAGNANINO 29010 GRAGNANO TREBBIENSE (PC) ☎ 0039 0523789000 centralino@lattegra.it
<b>LATTERIA SOCIALE DI CHIURO</b> <a href="https://www.latteriachiuoro.it">https://www.latteriachiuoro.it</a>	VIA NAZIONALE - ZONA ARTIGIANALE 23 23030 CHIURO (SO) ☎ 0039 0342482113 info@latteriachiuoro.it
<b>LATTERIA SOCIALE MANTOVA SOC. AGR. COOP.</b> <a href="https://lsmgroup.it/">https://lsmgroup.it/</a>	VIA F.LLI KENNEDY 48 46047 PORTO MANTOVANO (MN) ☎ 0039 0376390808 info@lsmgroup.it
<b>LATTERIA SORESINA S.C.A.</b> <a href="http://www.latteriasoresina.it">http://www.latteriasoresina.it</a>	VIA DEI MILLE 13/17 26015 SORESINA (CR) ☎ 0039 0374349111 info@latteriasoresina.it
<b>LATTICINI ORCHIDEA</b> <a href="http://www.latticiniorchidea.it">www.latticiniorchidea.it</a>	VIA E. DE FILIPPO 12 80048 SANT ANASTASIA (NA) ☎ 0039 0815306541 info@latticiniorchidea.it
<b>LAURETANA SPA</b> <a href="http://www.lauretana.com">www.lauretana.com</a>	FRAZIONE CAMPIGLIE 56 13895 GRAGLIA (BI) ☎ 01 52442811 info@lauretana.com
<b>LE 4 CONTRADE - SOC. AGR. EREDI DI SPAGNOLETTI ZEULI GIOVANNI S.S.</b> <a href="https://www.le4contrade.com/">https://www.le4contrade.com/</a>	VIA VAGLIO 3 76123 ANDRIA (BT) ☎ (+39) 389 8042 725 sales@le4contrade.com
<b>LE CONSERVE DAUNE SRL</b> <a href="http://www.leconservedaune.it">http://www.leconservedaune.it</a>	VIA G. SARAGAT ZONA INDUSTRIALE PAP 2° FASE 71042 CERIGNOLA (FG) ☎ 3423757955 tea.scarano@leconservedaune.it
<b>LE MAREVIGLIE SRL</b> <a href="https://www.lemareviglie.it">https://www.lemareviglie.it</a>	VIALE ELMAS, 188 9122 CAGLIARI (CA) ☎ 0702 41006 commerciale@lemareviglie.it
<b>LE OLIVE DA TAVOLA DI SICILIA SOC COOP AGRICOLA</b> <a href="http://apocatania.com">http://apocatania.com</a>	VIA ANTONINO DI SANGIULIANO 349 95124 CATANIA (CT) ☎ 0039 3482388067 olivedatavolasicilia@gmail.com
<b>LEVONI SPA SOC. BENEFIT</b> <a href="http://www.levoni.it">http://www.levoni.it</a>	VIA MATTEOTTI 23 46014 CASTELLUCCHIO (MN) ☎ (+39) 3316722107 cristiana.menozzi@levoni.it
<b>L'ISOLA DEI SAPORI DI CARTA VERONICA</b> <a href="https://isoladeisaporisardegna.com">https://isoladeisaporisardegna.com</a>	BORGATA SANTA SOFIA, SNC 8034 LACONI (OR) ☎ (+39) 3519888216 isoladeisaporisardegna@gmail.com

NOME	INDIRIZZO
<b>L'ORTOFRUTTICOLA SOC AGR COOP</b> <a href="http://www.ortofrutticola.it">http://www.ortofrutticola.it</a>	REGIONE MASSARETTI 30/1 17031 ALBENGA (SV) ☎ 3316169770 colamartino@ortofrutticola.eu
<b>LUCIANA MOSCONI SRL</b> <a href="http://www.lucianamosconi.it">http://www.lucianamosconi.it</a>	VIALE XXI APRILE, 12 162 ROMA (RM) ☎ 0039 0737787424 info@lucianamosconi.it
<b>MADAMA OLIVA SPA</b> <a href="http://www.madamaoliva.it">http://www.madamaoliva.it</a>	Z.I. LOC. RECOCCO 67061 CARSOLI (AQ) ☎ 0039 0863995498 info@madamaoliva.it
<b>MADE IN DIGNITY - ALTROMERCATO IMPRESA SOCIALE - SOC. COOP.</b> <a href="https://www.altromercato.it/per-le-aziende/corporate-social-innovation/made-in-dignity/">https://www.altromercato.it/per-le-aziende/corporate-social-innovation/made-in-dignity/</a>	VIA FRANCIA, 1/C 37121 VERONA (VR) ☎ 045 8222600 venditemid@altromercato.it
<b>MADEO INDUSTRIA ALIMENTARE SRL</b> <a href="http://www.filieramadeo.it">www.filieramadeo.it</a>	LOCALITA S. ELIA 87069 SAN DEMETRIO CORONE (CS) ☎ 388 1913149 info@flieramadeo.it
<b>MAJANI 1796 SPA</b> <a href="http://www.majani.it">http://www.majani.it</a>	VIA G. BRODOLINI 16 - LOC. CREPELLANO 16 40053 VALSAMOGGIA (BO) ☎ (+39)051969157 info@majani.com
<b>MAMMOLA FUNGHI DI ROMEO BRUNO</b> <a href="http://www.mammolafunghi.it">http://www.mammolafunghi.it</a>	VICO VI CIRILLO 32 89045 MAMMOLA (RC) ☎ 3296141786 mammolafunghi@hotmail.it
<b>MARISTELLA SRL</b> <a href="https://www.pasticceriamaristella.it">https://www.pasticceriamaristella.it</a>	VIA PRIMO MAGGIO 8 26010 POZZAGLIO ED UNITI (CR) ☎ 0039 037255408 info@pasticceriamaristella.it
<b>MARTELLI SALUMI SPA</b> <a href="http://www.martelli.com">http://www.martelli.com</a>	VIA DELL'INDUSTRIA 11 35040 BOARA PISANI (PD) ☎ 0039 04254858 martellisalumi@martelli.com
<b>MATERLAND SRL - TERRAVECCHIA</b> <a href="https://www.terravecchialeghi.it/">https://www.terravecchialeghi.it/</a>	VIA SAMPOLO 3 PALERMO (PA) 90143 PALERMO (PA) ☎ 0522 475811 m.carlotti@cerreto.bio
<b>MATESE UFFICINALE DI ITALO RISI</b> <a href="https://www.mateseufficinale.com/">https://www.mateseufficinale.com/</a>	LOC. ALIFANA - VIA BOSCO POPOLO, 24 ☎ 86021 BOJANO (CB) 39 3926664872 info@mateseufficinale.com
<b>MEDIOLAT SRL</b> <a href="http://www.borgodeivinci.com">http://www.borgodeivinci.com</a>	LOC. LACQUARI SNC 89843 SANT'ONOFRIO (VV) ☎ 0039 0963262348 commerciale@borgodeivinci.com

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>MEDITERRANEA FOODS SRL</b> <a href="https://www.mediterraneafoods.it">https://www.mediterraneafoods.it</a>	VIA LEPRE 67 89016 RIZZICONI (RC) ☎ 0039 3298624306 m.massara@mediterraneafoods.it	<b>MOLITORIA UMBRA SRL</b> <a href="http://www.molitoriaumbra.com">http://www.molitoriaumbra.com</a>	VIA SAN CRISTOFORO 5/E 6083 BASTIA (PG) ☎ 0039 3773960275 info@molitoriaumbra.com
<b>MERIGGIO 1924</b> <a href="https://www.oliomeriggio.it">https://www.oliomeriggio.it</a>	VIA ALBA CORTEMILIA, 106 12055 DIANO D'ALBA (CN) ☎ (+39) 0173618111 matilde.rinaldi@oliomeriggio.it	<b>MORATO GROUP</b> <a href="http://www.moratogroup.com">http://www.moratogroup.com</a>	VIA MASSIMO D'AZEGLIO 49 36077 ALTAVILLA VICENTINA (VI) ☎ (+39) 0583216383 rossana.delcarlo@ntfood.it
<b>MOBILPESCA SURGELATI SRL</b> <a href="https://www.mobilpesca.it">https://www.mobilpesca.it</a>	VIA DELLA SIBOLLA, 45 55011 ALTOPASCIO (LU) ☎ 0039 058328051 massimiliano@mobilpesca.it	<b>MURAGLIA SAVINO &amp; C. SAS - FRANTOIO MURAGLIA</b> <a href="https://www.frantoiomuraglia.it/">https://www.frantoiomuraglia.it/</a>	VIA SAN CANDIDO 83 76123 ANDRIA (BT) ☎ 0039 08831950959 produzione@frantoiomuraglia.it
<b>MOLINI PIVETTI SPA</b> <a href="http://www.pivetti.it">www.pivetti.it</a>	VIA RENAZZO 67 44045 RENAZZO (FE) ☎ 0039 051900003 info@pivetti.it	<b>NATURA HUMANA HAPPY FOOD</b> <a href="http://www.naturahumana.it">http://www.naturahumana.it</a>	VIA ENZO FERRARI 28 70013 CASTELLANA GROTTA (BA) ☎ (+39) 388 803 62 65 claudiocammarota@naturahumana.it
<b>MOLINI PIZZUTI SRL</b> <a href="http://www.molinipizzuti.it">http://www.molinipizzuti.it</a>	VIA DELL'INDUSTRIA 58 84096 BELLIZZI (SA) ☎ 0039 0828355150 info@molinipizzuti.it	<b>NEROBIO TARTUFI</b> <a href="https://www.nerobiotartufi.it/">https://www.nerobiotartufi.it/</a>	VIA TORRICELLI, 39 61034 FOSSOMBRONE (PU) ☎ (+39) 3281787228 info@nerobiotartufi.it
<b>MOLINO CRISAFULLI</b> <a href="https://molinocrisafulli.com/">https://molinocrisafulli.com/</a>	VIA CIRCONVALLAZIONE 288 95041 CALTAGIRONE (CT) ☎ (+39)3281031118 f.sammartino@molinocrisafulli.com	<b>NICOLA PANTALEO SPA</b> <a href="http://www.pantaleo.it">www.pantaleo.it</a>	VIA ROMA 341/A 72015 FASANO (BR) ☎ (+39)0804425588 info@pantaleo.it
<b>MOLINO IAQUONE</b> <a href="http://www.molinoiaquone.com">http://www.molinoiaquone.com</a>	VIA BORGO, 1 3030 VICALVI (FR) ☎ (+39) 0776506275 s.ferrera@molinoiaquone.com	<b>NIVEL SRL SOCIETÀ BENEFIT / BIOLÙ</b> <a href="https://www.biolu.it/">https://www.biolu.it/</a>	VIA ROMANA 615 55100 LUCCA (LU) ☎ (+39)(0)583.91251 info@nivel.it
<b>MOLINO NALDONI SRL</b> <a href="http://www.molinonaldoni.it">www.molinonaldoni.it</a>	VIA PANA 156 48018 FAENZA (RA) ☎ (+39)054640002 naldoni@molinonaldoni.it	<b>NOLANO SRL</b> <a href="https://www.nolanoitaly.it/">https://www.nolanoitaly.it/</a>	SEDE LEGALE: VIA VARIGNANO, 6 - 80011 ACERRA (NA) ☎ 0039 3385635090 INFO@NOLANOITALY.IT
<b>MOLINO NICOLI SPA</b> <a href="http://www.molinonicoli.it/">http://www.molinonicoli.it/</a>	LOCATELLI 6 24124 COSTA DI MEZZATE (BG) ☎ 0039 035689811 info@molinonicoli.it	<b>NOSTROMO SPA</b> <a href="http://www.tonnonostromo.it">http://www.tonnonostromo.it</a>	VIALE VIRGILIO 42-42/A/P 41126 MODENA (MO) ☎ 0039 0592051311 mailbox@tonnonostromo.it
<b>MOLINO PORDENONE SPA SOCIETÀ DI MACINAZIONE</b> <a href="http://www.molinopordenone.it">www.molinopordenone.it</a>	LARGO SAN GIACOMO, 1 33170 PORDENONE (PN) ☎ 0433 362421 backoffice@molinopordenone.it	<b>NUOVA SARDA INDUSTRIA CASEARIA SRL</b> <a href="https://formaggifanari.it/">https://formaggifanari.it/</a>	LOC. SA COSINA 9097 SAN NICOLÒ D'ARCIDANO (OR) ☎ 0039 3497777037 formaggifanari@nuovasarda.it
<b>MOLINO SIMA COOP G. BELLINI</b> <a href="http://www.molinosima.it">http://www.molinosima.it</a>	VIA CIRCONVALLAZIONE 2 44011 ARGENTA (FE) ☎ (+39) 349 2689628 caterinacallegari@molinosima.it	<b>OLEARIA CONGEDI SRL</b> <a href="http://www.oliocongedi.com">www.oliocongedi.com</a>	VIA MARE SNC 73059 UGENTO (LE) ☎ 0039 0833555263 ettorec@frantoiocongedi.com
<b>MOLINO SUL CLITUNNO SPA</b> <a href="https://www.molinosulclitunno.com">https://www.molinosulclitunno.com</a>	VIA CLITUNNO 10 6039 TREVÌ (PG) ☎ 3483185873 annalaura.marani@molinosulclitunno.com	<b>OLEARIA SAN GIORGIO FRATELLI FAZARI S.R.L.</b> <a href="https://www.olearia.eu/azienda/">https://www.olearia.eu/azienda/</a>	CONTRADA RICEVUTO, 18 89017 SAN GIORGIO MORGETO (RC) ☎ 39 0966940569 antonio@olearia.it

NOME	INDIRIZZO
<b>OLEIFICIO COPPINI ANGELO S.P.A</b> <a href="http://www.coppini.com">www.coppini.com</a>	STRADA DI RECENTINO, 80 5100 TERNI (TR) ☎ 0039 0744813778 info@coppini.com
<b>OLEIFICIO MAMBUCA SRL</b> <a href="https://oleificiomambuca.com/">https://oleificiomambuca.com/</a>	VIA ROMA, 1 84020 CASTELCIVITA (SA) ☎ 0899 341216 logistica@oleificiomambuca.com
<b>OLEIFICIO TERRANO SAS</b> <a href="http://www.oleificioterrano.it">http://www.oleificioterrano.it</a>	VIA ROMA 8 90030 VILLAFRATI (PA) ☎ 3488551368 info@oleificioterrano.it
<b>OLEIFICIO TOSCANO MORETTINI SRL</b> <a href="http://www.morettini.com">http://www.morettini.com</a>	VIA XXV APRILE 121 52048 MONTE SAN SAVINO (AR) ☎ (+39) 0575810040 info@morettini.it
<b>OLEUM SICILIA SOC. COOP.</b> <a href="http://www.oleumsicilia.com">www.oleumsicilia.com</a>	CONTRADA GIANVICARIO SNC 90088 SAN CIPIRELLO (PA) ☎ (+39) 091 347437 oleum.sicilia@gmail.com
<b>OLIO GUGLIELMI</b> <a href="https://olioguglielmi.it">https://olioguglielmi.it</a>	443 VIA CANOSA 76123 ANDRIA (BT) ☎ (+39) 883591815 info@olioguglielmi.it
<b>OLIO MIO</b> <a href="https://oliosicily.com/">https://oliosicily.com/</a>	CONTRADA GIANVICARIO NR SNC 90040 SAN CIPIRELLO (PA) ☎ 3492492985 info.olio2022@gmail.com
<b>OLIO RAINERI</b> <a href="https://www.oloraineri.it">https://www.oloraineri.it</a>	VIA NAZIONALE SUD 11 18027 CHIUSANICO (IM) ☎ 0183 529050 export@oloraineri.com
<b>OLIO RANIERI S.R.L. SOCIETA' BENEFIT</b> <a href="https://www.oloranieri.com/">https://www.oloranieri.com/</a>	VIA VITTORINI SN CERBARA 6012 CITTÀ DI CASTELLO (PG) ☎ (+39) 075 8510039 INFO@OLIORANIERI.COM
<b>OLIO TAMIA - SOC. AGR. SERGIO DELLE MONACHE SRL</b> <a href="https://www.oliotamia.com">https://www.oliotamia.com</a>	LOCALITÀ CAPACQUA 14 1019 VETRALLA (VT) ☎ (+39) 0761364840 p.re@oliotamia.com
<b>OLIVETI TERRA DI BARI ORGANIZZAZIONE PRODUTTORI OLIVICOLI SOC. COOP. AGR.</b> <a href="https://www.olivetiterradibari.it">https://www.olivetiterradibari.it</a>	PRIMA STR. VIALE PROF. GIUSEPPE LAZZATI 70032 BITONTO (BA) ☎ 3336793014 info@terramaiorum.it
<b>OMNIA GROUP S.R.L.</b> <a href="https://luscieux.eu/">https://luscieux.eu/</a>	VIA SANTA LUCIA SNC 98078 TORTORICI (ME) ☎ (+39) 0941 421311 info@luscieux.it

NOME	INDIRIZZO
<b>OROPAN S.P.A.</b> <a href="http://www.oropaninternational.com">www.oropaninternational.com</a>	STRADA STATALE 96 KM. 5,4 70022 ALTAMURA (BA) ☎ 391 1734922 info@oropan.it
<b>ORTO D'AUTORE SRL</b> <a href="https://www.ortodautore.it">https://www.ortodautore.it</a>	C.DA SANTA VENERE - URURI 86049 86049 URURI (CB) ☎ (+39) 0874830060 angelica@ortodautore.net
<b>PANBISCO' SRL</b> <a href="http://www.panbisco.it">www.panbisco.it</a>	VIA MARTIN LUTHER KING 68 70022 ALTAMURA (BA) ☎ 0039 0803142713 commerciale@panbisco.it
<b>PANIFICIO ZORZI SRL</b> <a href="http://www.panificiozorzi.com">http://www.panificiozorzi.com</a>	LOCALITÀ BRA' 1 37020 BRENTINO BELLUNO (VR) ☎ (+39) 0457230107 info@panificiozorzi.com
<b>PAPARELLA SALVATORE E FRANCESCO SRL</b> <a href="http://www.frantoiopaparella.it/">http://www.frantoiopaparella.it/</a>	VIALE IPPOCRATE 76121 BARLETTA (BT) ☎ (+39) 0883891352 export@frantoiopaparella.it
<b>PASTA BIO LORI</b> <a href="https://pastalori.it/bio">https://pastalori.it/bio</a>	PIAZZA DUOMO 12 70022 ALTAMURA (BA) ☎ 080 314 3664 lorenzoloizzo@pastalori.it
<b>PASTA COZZOLINO</b> <a href="https://www.pastacozzolino.com/">https://www.pastacozzolino.com/</a>	VIA ALDO MORO 345 87041 ACRÌ (CS) ☎ 3402461686 info@pastacozzolino.it
<b>PASTA DELLE MARCHE S.R.L</b> <a href="https://terradellemarche.it">https://terradellemarche.it</a>	VIA FALERIENSE OVEST 25 63833 MONTEGIORGIO (FM) ☎ (+39) 3773022890 info@pastadellemarche.it
<b>PASTA IRIS SRL - COLUMBRO</b> <a href="https://www.columbro.com/">https://www.columbro.com/</a>	VIA G. TONIOLO, 3/A 61032 FANO (PU) ☎ 0721 854476 columbro@columbro.com
<b>PASTIFICIO 28 PASTAI SRL</b> <a href="https://www.28pastai.it/">https://www.28pastai.it/</a>	VIA SAN GIACOMO 30/32 80121 NAPOLI (NA) ☎ (+39) 3662523704 info@28pastai.it
<b>PASTIFICIO ATTILIO MASTROMAURO GRANORO SRL</b> <a href="http://www.granoro.it">www.granoro.it</a>	STRADA PROVINCIALE 231 - KM. 35100 70033 CORATO (BA) ☎ 0039 0808721821 r.anelli@granoro.it
<b>PASTIFICIO DEI CAMPI SRL</b> <a href="http://www.pastificiodeicampi.it">www.pastificiodeicampi.it</a>	VIA DEI CAMPI, 50 80054 GRAGNANO (NA) ☎ 0039 0818018430 margherita@pastificiodeicampi.it

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>PASTIFICIO DI BARI TARALL'ORO SRL</b> <a href="http://www.taralloro.it">http://www.taralloro.it</a>	SS 100 ZONA PIP KM 33 70010 SAMMICHELE DI BARI (BA) ☎ (+39) 0808916362 antonello.dibari@taralloro.it	<b>RISI &amp; CO SRL - GLI AIRONI</b> <a href="http://www.gliaironi.it">http://www.gliaironi.it</a>	STRADA DELLE GRANGE 8 13034 LIGNANA (VC) ☎ 0039 0161344025 commerciale@gliaironi.it
<b>PASTIFICIO F.LLI CELLINO SPA</b> <a href="http://www.pastacellino.it">www.pastacellino.it</a>	LOC. CIRRAS - VIA MALDIVENTRE SNC 9096 SANTA GIUSTA (CA) ☎ 0783 37621 marketing@grup pocellino.it	<b>RISO DAMA DI DAVIDE LIPPIELLO</b> <a href="https://www.risodama.it/">https://www.risodama.it/</a>	CANTON TERZOGLIO 24, 13851 CASTELLETTO CERVO (BI) 1385113851 CASTELLETTO CERVO (BI) ☎ 0039 3491391033 davide@risodama.it
<b>PASTIFICIO MINARDO SOCIETÀ AGRICOLA A R.L. - PASTIFICIO MINARDO</b> <a href="https://pastificiominardo.it/">https://pastificiominardo.it/</a>	C.DA TORRE CANNATA RADDUSA SNC 97015 MODICA (RG) ☎ (+39) 329 899 0923 info@pastificiominardo.it	<b>RISO GALLO S.P.A.</b> <a href="http://www.risogallo.it">www.risogallo.it</a>	VIALE RICCARDO PREVE 4 27038 ROBBIO (PV) ☎ (+39) 0384 676.1 info@risogallo.com
<b>PATATAS NANA SRL</b> <a href="https://www.patatasnana.com/">https://www.patatasnana.com/</a>	VIA U. GIORDANO 71, SENIGALLIA AN 60019 SENIGALLIA (AN) ☎ 0039 3478231117 commerce@patatasnana.com	<b>RISO INVERNIZZI SRL</b> <a href="https://risoinvernizzi.com">https://risoinvernizzi.com</a>	VIA VICTOR HUGO 3 20121 MILANO (MI) ☎ (+39) 3425807147 pietro.invernizzi@risoinvernizzi.it
<b>PEDON SPA</b> <a href="http://www.pedon.it">www.pedon.it</a>	VIA DEL PROGRESSO 32 36064 Colceresa (VI) ☎ 0424 411125 marketing.molvena@pedongroup.com	<b>RISO MELOTTI SRL</b> <a href="http://www.melotti.it/">http://www.melotti.it/</a>	VIA TONDELLO, 59 37063 ISOLA DELLA SCALA (VR) ☎ (+39) 0457300444 melotti@melotti.it
<b>PELLEGRINO 1890 SRL</b> <a href="https://www.oliopellegrino.it">https://www.oliopellegrino.it</a>	CONTRADA MARTINELLI, 11 76123 ANDRIA (BT) ☎ 0039 0883569770 info@oliopellegrino.it	<b>RISO MERACINQUE</b> <a href="http://www.meracinque.com">www.meracinque.com</a>	VIA NINO BIXIO 30, 37069 VILLAFRANCA DI VERONA (VR) ☎ 0039 3463340723 anna@meracinque.com
<b>PETRA MOLINO QUAGLIA</b> <a href="https://www.farinapetra.it/">https://www.farinapetra.it/</a>	VIA ROMA 49 35049 SANTA CATERINA D'ESTE (PD) ☎ (+39) 0429649118 marketing@farinapetra.com	<b>RISO SCOTTI SPA</b> <a href="http://www.risoscotti.it">http://www.risoscotti.it</a>	VIA PRIVATA CESARE BATTISTI 2 20122 MILANO (MI) ☎ (+39) 3316360714 mendoza@risoscotti.it
<b>POLICOM SRL</b> <a href="http://www.policomsrl.it">http://www.policomsrl.it</a>	VIA ZONA INDUSTRIALE SNC 89052 CAMPO CALABRO (RC) ☎ (+39)0965641607 commerciale@policomsrl.it	<b>ROMA FINE FOODS SRL</b> <a href="http://www.romafinefoods.com">http://www.romafinefoods.com</a>	VIALE DEGLI ARTIGIANI 2 45 GENZANO DI ROMA (RM) ☎ (+39) 069391333 info@romafinefoods.com
<b>PROGEO MOLINI</b> <a href="http://www.progeomolini.it">http://www.progeomolini.it</a>	STRADA FORGHIERI 154, GANACETO (MODENA) 41123 MODENA (MO) ☎ 0039 059 845 913 molini@progeo.net	<b>ROMEO FICACCI SRL</b> <a href="http://www.ficacci.it">http://www.ficacci.it</a>	VIA EMPOLITANA KM 6,350 24 CASTEL MADAMA (RM) ☎ 0774 445011 olive@ficacci.it
<b>PRUNOTTO MARIANGELA SSA</b> <a href="http://www.mprunotto.com">www.mprunotto.com</a>	VIA OSTERIA 14 12051 ALBA (CN) ☎ (+39) 0173441590 info@mprunotto.com	<b>RONCADIN SPA SB</b> <a href="http://www.roncadin.it">www.roncadin.it</a>	VIA MONTELI 3 33092 MEDUNO (PN) ☎ 0427 844135 info@roncadin.it
<b>PUMA CONSERVE SRL</b> <a href="https://www.puma-conserve.it/">https://www.puma-conserve.it/</a>	VIA OLIERE E SAPONERIE MERIDIONALI 39 A 70056 MOLFETTA (BA) ☎ 0039 0803951531 giovanni.pugliese@pumaconserve.it	<b>S.A.K. SRL</b> <a href="https://terrenicolazzi.com/">https://terrenicolazzi.com/</a>	VIA NAZIONALE, 239 88837 PETILIA POLICASTRO (KR) ☎ 388 1107383 Info@terrenicolazzi.com
<b>RIGGI M. &amp; A. FRATELLI SRL</b> <a href="https://www.molniriggi.it/">https://www.molniriggi.it/</a>	VIA BORREMANS, 116 93100 CALTANISSETTA (CL) ☎ 3497838233 info@molniriggi.it	<b>S.BERNARDO SPA</b> <a href="https://www.sanbernardo.it/">https://www.sanbernardo.it/</a>	VIA OTTAVIO ROVERE, 41 12075 GARESSIO (CN) ☎ 345 2598682 carola.tessore@fontisanbernardo.it

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>SAC S.R.L.</b> <a href="https://www.sacsucchi.com">https://www.sacsucchi.com</a>	VIA A. SERRA 11 89013 GIOIA TAURO (RC) ☎ 0966 580313 alessandro@sacsucchi.com	<b>SARCHIO SPA</b> <a href="http://www.sarchio.com">www.sarchio.com</a>	VIA DEI TRASPORTI 22-30 41012 CARPI (MO) ☎ 059 658511 info@sarchio.com
<b>SAEC GROUP SRL</b> <a href="http://www.saecgroup.it">www.saecgroup.it</a>	VIA VARIANTE DI CANCELLIERA 2 72 ARICCIA (RM) ☎ 348 7375922 nemeth@saecgroup.it	<b>SAVINI TARTUFI SRL</b> <a href="http://savinitartufi.it">savinitartufi.it</a>	PIAZZA D'ASCANIO 56036 FORCOLI (PI) ☎ 0587 628037 commerciale@savinitartufi.it
<b>SALEMI PINA SOC AGR SRL</b> <a href="https://www.salemipina.com/">https://www.salemipina.com/</a>	VIA PLATANI 24 96010 SORTINO (SR) ☎ 331 4532778 luigi.dipaola@salemipina.com	<b>SBEG BONA SRL</b> <a href="http://www.bibitebona.it">www.bibitebona.it</a>	C.DA COZZO FILONERO SNC 96011 AUGUSTA (SR) ☎ 0931 090539 commerciale@bibitebona.it
<b>SALLEMI RAFFAELE S.R.L.</b> <a href="https://www.frantoiosallemi.it/">https://www.frantoiosallemi.it/</a>	VIA PIAVE NR 1 97013 COMISO (RG) ☎ 335 575 1537 frantoiosallemi@gmail.com	<b>SEMOLIFICIO LOIUDICE SRL</b> <a href="http://www.loiudice.it">www.loiudice.it</a>	VIA SANTERAMO S.S. 171 KM 9+050 70022 ALTAMURA (BA) ☎ 0803 140130 info@loiudice.it
<b>SALUMI VIDA SAS</b> <a href="https://www.salumivida.com">https://www.salumivida.com</a>	VIA DEI LAGHI 28 33040 TORREANO (UD) ☎ 0432 715232 commerciale@salumivida.com	<b>SEPOFA S.R.L.: SERENA WINES 1881 S.R.L. - POLINI GROUP ITALIA S.R.L.</b> <a href="https://www.sepofa.eu/">https://www.sepofa.eu/</a>	VIA VANZAGO, 9A 25030 PARATICO (BS) ☎ 351 5666269 commerciale@sepofa.eu
<b>SALUMIFICIO BORDONI SRL</b> <a href="http://www.bresaolabordoni.it">www.bresaolabordoni.it</a>	VIA PADELLINO 44 23030 MAZZO DI VALTELLINA (SO) ☎ 0342 862002 barbara@bresaolabordoni.it	<b>SERFUNGHI DI CALABRETTA BRUNO</b> <a href="http://www.serfunghi.it">www.serfunghi.it</a>	GIUSEPPE MARIA PISANI 89822 SERRA SAN BRUNO (VV) ☎ 0963 70500 info@serfunghi.it
<b>SALUMIFICIO SAN MICHELE SPA</b> <a href="http://www.san-michele.it">www.san-michele.it</a>	VIA PALLAVICINA, 11 26010 OFFANENGO (CR) ☎ 0373 244800 info@san-michele.it	<b>SERRIS ITALIA SRL</b> <a href="https://www.serris.it/">https://www.serris.it/</a>	VIA SEVERI, 5 35011 CAMPODARSEGO (PD) ☎ 0498 364590 info@serris.it
<b>SALUMIFICIO TERRE DI CALABRIA DI LAVORATO GIUSEPPE</b> <a href="http://www.salumificioterredicalabria.info">www.salumificioterredicalabria.info</a>	ZONA INDUSTRIALE - CTR. ISCHIE CRATI 1 87048 SANTA SOFIA D'EPIRO (CS) ☎ 0984 306311 terredicalabriasalumificio@gmail.com	<b>SIPA INTERNATIONAL SRL - MARTINO</b> <a href="http://www.martinotaste.com">www.martinotaste.com</a>	VIA FERRARI 72 86100 CAMPOBASSO (CB) ☎ 0875 752163 export@martinotaste.com
<b>SALVIANI SRL</b> <a href="http://www.salvianisrl.it">www.salvianisrl.it</a>	VIA DI FONTE CANORO KM. 5370 24 CASTEL MADAMA (RM) ☎ 0774 448430 commerciale@salvianisrl.com	<b>SOC. AGRICOLA OLEIFICIO MIGLIORE SRL</b> <a href="http://gruppomigliore.com/it/">gruppomigliore.com/it/</a>	CONTRADA GURGAZZI SN 93011 BUTERA (CL) ☎ 320 462 1267 INFO@GRUPPOMIGLIORE.COM
<b>SAN DOMENICO SRL</b> <a href="https://www.sandomenicobio.com/">https://www.sandomenicobio.com/</a>	VIA RUTIGLIANO 12 70010 TURI (BA) ☎ 080 8912422 info@sandomenicobio.com	<b>SOCIETA' AGRICOLA ACETOMODENA S.S.</b> <a href="http://www.acetomodena.it">www.acetomodena.it</a>	STRADA BORELLE 120 41126 MODENA (MO) ☎ 0592 83157 info@acetomodena.it
<b>SANCON COSTA LIGURE S.R.L.</b> <a href="http://www.costaligure.it">www.costaligure.it</a>	REGIONE PRATI E PESCHINE SNC 18018 ARMA DI TAGGIA (IM) ☎ 01 84485343 carlotta@costaligure.it	<b>SOCIETA' AGRICOLA BIOFACTOR SAS</b> <a href="https://www.biofactor.it/">https://www.biofactor.it/</a>	VIA SAN PIETRO, 5 37060 SORGÀ (VR) ☎ 0457 370211 customerservice@biofactor.it
<b>SAPORI DI CASA S.S. AGRICOLA</b> <a href="https://www.saporidicasapuglia.com/it/">https://www.saporidicasapuglia.com/it/</a>	VIA CATANZARO 57 70014 CONVERSANO (BA) ☎ 080 4957846 info@saporidicasa.biz	<b>SOCIETÀ AGRICOLA BIOXFARM S.R.L.S.</b> <a href="https://bioxfarm.com/">https://bioxfarm.com/</a>	C.DA CIURANÀ S.N.C. 88812 CRUCOLI (KR) ☎ 380 1215500 francesco.scervino@bioxfarm.com

NOME	INDIRIZZO
<b>SOCIETA' AGRICOLA PEDDIO DI COCCO GIOVANNI SAS</b> <a href="https://www.oliopeddio.it/">https://www.oliopeddio.it/</a>	LOC. BARONES 9073 CUGLIERI (OR) ☎ 342 7083305 oliopeddio@yahoo.it
<b>SORI' ITALIA SRL</b> <a href="http://www.soritalia.com">www.soritalia.com</a>	S.S. 6 CASILINA KM 181400 81057 TEANO (CE) ☎ 0823 658013 sori@soritalia.com
<b>SPADAFORA SRL</b> <a href="https://www.spadaforabibite.it/">https://www.spadaforabibite.it/</a>	ZONA INDUSTRIALE PIANO LAGO 20 87050 MANGONE (CS) ☎ 0984 980834 info@spadaforabibite.it
<b>SPIEDI' SRL</b> <a href="http://www.spiedi.it">www.spiedi.it</a>	VIA RAIALE, 329 Z.I. 65128 PESCARA (PE) ☎ 0854 308020 ufficiocommerciale@spiedi.it
<b>SPIRITO CONTADINO</b> <a href="https://www.spiritocontadino.com/">https://www.spiritocontadino.com/</a>	STRADA PROVINCIALE 75 N.57/C 71040 BORGO TRESSANTI (FG) ☎ 0885 418626 commerciale@spiritocontadino.com
<b>STRAMPELLI SRL</b> <a href="https://www.pastificiostrampelli.it/">https://www.pastificiostrampelli.it/</a>	LOC. COLLEGGENTILESCO, SNC 2012 AMATRICE (RI) ☎ 0746 172 5517 info@pastificiostrampelli.it
<b>T&amp;C TARTUFI - TRUFFLES</b> <a href="http://www.tectartufi.it/">http://www.tectartufi.it/</a>	VIA DANTE ALIGHIERI N.3 61041 ACQUALAGNA (PU) ☎ 0721 799065 export@truffle.it
<b>TAGLIAPIETRA E FIGLI SRL</b> <a href="https://www.tagliapietrasrl.com/">https://www.tagliapietrasrl.com/</a>	VIA PIALOI, 53A BIS 30020 MARCON ZONA INDUSTRIALE (VE) ☎ 041 5310107 mfranceschin@tagliapietrasrl.com
<b>TARALIA SRL</b> <a href="https://www.fornomeridiano.it/">https://www.fornomeridiano.it/</a>	PIAZZA ANTONIO AMENDUNI, 14 70037 RUVO DI PUGLIA (BA) ☎ 351 3961837 info@fornomeridiano.it
<b>TARTUFI LE IFE SRL</b> <a href="http://www.leife.it">www.leife.it</a>	VIA TORQUATO DI TELLA, 16 86082 CAPRACOTTA (IS) ☎ 0865 949044 export@leife.it
<b>TARTUFLANGHE SRL</b> <a href="http://www.tartuflanghe.com">www.tartuflanghe.com</a>	LOC. CATENA ROSSA, 7 12040 PIOBESI D'ALBA (CN) ☎ 01 73361414 marketing@tartuflanghe.com
<b>TENUTA CHIARAMONTE SOCIETA' AGRICOLA S.R.L.</b> <a href="http://www.tenutachiaramonte.com">www.tenutachiaramonte.com</a>	C.DA GISOLFO SP81 KM 7400 97100 RAGUSA (RG) ☎ 0932 651652 info@tenutachiaramonte.com

NOME	INDIRIZZO
<b>TENUTA IL RADICHINO</b> <a href="http://www.tenutailradichino.it">www.tenutailradichino.it</a>	LOCALITÀ LE CHIUSE SNC 1010 ISCHIA DI CASTRO (VT) ☎ 0761 070068 info@tenutailradichino.it
<b>TENUTA MARCHESE DEL CERRANO DI CERQUITELLI DANIEL FELIPE</b> <a href="http://essenzefoodbox.com">essenzefoodbox.com</a>	VIA COSTE DEL MULINO SNC 64025 PINETO (TE) ☎ 320 1149439 ladispensadifelipe@gmail.com
<b>TENUTA VENTERRA DI ANTONELLA FERRARA</b> <a href="http://www.tenutaventerra.it">www.tenutaventerra.it</a>	C.DA MANNARA SNC - GROTTAGLIE 74123 TARANTO (TA) ☎ 099 9915296 info@tenutaventerra.it
<b>TERRE DEI TRULLI</b> <a href="https://terredeitrulli.it/">https://terredeitrulli.it/</a>	VIA MOTTOLA, Z.I. D1/3 70011 ALBEROBELLO (BA) ☎ 0804 323916 amministrazione.food@unionsrl.net
<b>TERRE DI PUGLIA DI VISAGGIO NICOLA</b> <a href="http://www.terredipuglia.it">www.terredipuglia.it</a>	VIA ARISTOFANE 27 76123 ANDRIA (BT) ☎ 0883 886040 info@terredipuglia.it
<b>TERRE DI ULIVI ORGANIZZAZIONE PRODUTTORI OLIVICOLI DELLA PROVINCIA DI FOGGIA SOCIETA' COOPERTAIVA AGRICOLA</b> <a href="http://www.terrediulivi.com">www.terrediulivi.com</a>	VIA ANGELO FRACCACRETA N 56 71121 FOGGIA (FG) ☎ 338 1264348 op.terrediulivi@gmail.com
<b>TIPICO SRL</b> <a href="http://www.tipicodisardegna.com">www.tipicodisardegna.com</a>	VIA INDUSTRIALE LOTTO 14 8023 FONNI (NU) ☎ 0784 58528 mail@biscottotipico.com
<b>TORELLO TRASPORTI SRL</b> <a href="https://tntorello.com/">https://tntorello.com/</a>	VIA PESCAROLA SNC 83025 MONTORO (AV) ☎ 346 1100001 marketing@tntorello.com
<b>TORRENTE LOCONE</b> <a href="http://www.torrentelocone.it">www.torrentelocone.it</a>	VIA M.D'AZEGLIO 33 76123 ANDRIA (BT) ☎ 393 3950448 lombardi@torrentelocone.it
<b>TURCI FIRENZE - OTITALIA SRL SB</b> <a href="http://www.turci.it">www.turci.it</a>	VIA TOSCO ROMAGNOLA EST, 801 56028 SAN MINIATO (PI) ☎ 0571 468221 export@otitalia.it
<b>UOP SRL SB</b> <a href="http://www.newsacks.it/">http://www.newsacks.it/</a>	VIA ROCCIAMELONE 15 10040 ALMESE (TO) ☎ 011 1988 7326 info@newsacks.it
<b>VETRERIA ETRUSCA SPA</b> <a href="http://www.vetrieriaetrusca.it">www.vetrieriaetrusca.it</a>	VIA MAREMMANA, 70 LOC. SAMMONTANA 50056 MONTELUPO FIORENTINO (FI) ☎ 0571 7551 info@vetrieriaetrusca.it

NOME	INDIRIZZO
<b>VISCONTI - STORIE DI TERRA</b> <a href="http://www.oliovisconti.com">www.oliovisconti.com</a>	VIA FOGGIA KM 0,100 SNC 71017 TORREMAGGIORE (FG) ☎ 333 4398809 info@oliovisconti.com
<b>VITALYV INTERNATIONAL SRL</b> <a href="http://www.vitalyv.com">www.vitalyv.com</a>	VIA DEI MILLE, 13 24036 PONTE SAN PIETRO (BG) ☎ 0354 376000 lab@vitalyv.com
<b>VITAVIGOR SRL</b> <a href="http://www.vitavigor.com">www.vitavigor.com</a>	VIA DE AMICIS 38 20092 CINISELLO BALSAMO (MI) ☎ 02 6182409 sales@vitavigor.com
<b>VIVOLAT SRL</b> <a href="http://www.vivolat.it">www.vivolat.it</a>	VIA FEDERICO II DI SVEVIA , SN 70023 GIOIA DEL COLLE (BA) ☎ 0803 491117 vivolatsrl@virgilio.it
<b>WADI EL NILE ITALIA SRL</b> <a href="http://www.wadielnileitalia.com">www.wadielnileitalia.com</a>	PIAZZA UMBERTO GIORDANO, 2 20122 MILANO (MI) ☎ 02 237900461 info@wadielnileitalia.com
<b>WAWA SRL - LOCOMEAL</b> <a href="https://www.locomeal.it/">https://www.locomeal.it/</a>	VIA PAPA LUCIANI, 15 36014 VILLAVERLA (VI) ☎ 346 2165214 info@locomeal.it
<b>ZINI PRODOTTI ALIMENTARI SPA</b> <a href="http://www.pastazini.it">www.pastazini.it</a>	VIA LIBERTA' 36 20090 CESANO BOSCONI (MI) ☎ 334 6220015 gminervino@pastazini.it

# Aziende internazionali

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>ABO KHALIL COMPANY FOR PICKLES</b> <a href="https://www.abokhalil.com/#About-Us">https://www.abokhalil.com/#About-Us</a>	ELEVENTH PIECE AREA 433,SADAT CITY, AL MENOUFIA, EGYPT 32897 SADAT CITY (EGITTO) ☎ (+20) 1117693332 abokhalilexport@gmail.com	<b>CIOCOLATERIA MARCO</b> <a href="https://marsepe.com/">https://marsepe.com/</a>	STRADA LIBERTATII 115 625300 ODOBESTI (ROMANIA) ☎ (+40) 723323326 ciocolateriamarco@gmail.com
<b>AGRO-FLORENTINA SH.PK</b> <a href="https://agroflorentina.com/">https://agroflorentina.com/</a>	RR. HASAN PRISHTINA 41000 SKENDERAJ (KOSOVO) ☎ (+383) 49667388 agro.florentina.shpk@gmail.com	<b>CONESA GROUP</b> <a href="https://conesagroup.com/">https://conesagroup.com/</a>	CTRA VILAFRANCO-BALBOA, KM 1'5 6195 VILAFRANCO DEL GUADIANA (SPAGNA) ☎ 0034 924448038 miguel.ponce@conesagroup.com
<b>ALJOMAR</b> <a href="http://www.aljomar.es">www.aljomar.es</a>	RIO DUERO S/N 37770 SALAMANCA (SPAGNA) ☎ (+34) 610129653 export@aljomar.es	<b>CONSERVAS LA GAVIOTA, S.L.- ARROYABE</b> <a href="https://www.arroyabe.it">https://www.arroyabe.it</a>	POLIGONO INDUSTRIAL LANDABASO, FASE 2 P.9.3. 48370 BERMEO (SPAGNA) ☎ (+34) 946186667 elena@arroyabe.es
<b>ARTERIMPEX</b> <a href="http://www.benedek.ro">www.benedek.ro</a>	STRADA KOSSUTH LAJOS, NR. 239, MUN. GHEORGHENI, JUD. HARGHITA 535500 GHEORGHENI (ROMANIA) ☎ (+40) 752868024 kovacs.endre@arterimpex.ro	<b>DELFORTGROUP AG</b> <a href="https://delfortgroup.com/">https://delfortgroup.com/</a>	FABRIKSTRASSE 20A 4050 TRAUN (AUSTRIA) ☎ (+39) 3490796731 fortunato.staropoli@delfortgroup.com
<b>AUGUSTO LARRAIN SUTIL</b> <a href="https://enjambrapicultura.netlify.app/">https://enjambrapicultura.netlify.app/</a>	LOS SAUCES LOTE C, EL CORRAL . ALTO DEL CARMEN (CILE) ☎ (+56) 944958274 alarrainsutil@gmail.com	<b>DELICIOUS FOOD</b> <a href="https://www.deliciousfood.net.in/">https://www.deliciousfood.net.in/</a>	176/P2/1, RATOL ROAD, AT. TALGAJARDA 364290 MAHUVA (INDIA) ☎ (+91) 9510870466 export@deliciousfood.net.in
<b>AURELIO CASTRO Y GONZALEZ, S.A.</b> <a href="http://www.castroygonzalez.es">www.castroygonzalez.es</a>	CALLE NUEVA 3 37770 SALAMANCA (SPAGNA) ☎ (+34) 673905527 MC@CASTROYGONZALEZ.ES	<b>DEPARTMENT OF TRADE AND INDUSTRY - EXPORT MARKETING BUREAU</b> <a href="http://www.dti.gov.ph/">http://www.dti.gov.ph/</a>	16F, 387 FILINVEST BUENDIA BUILDING 1200 MAKATI CITY (FILIPPINE) ☎ (+632) 7791.3221 philippines.tuttofood2026@dti.gov.ph
<b>AUSTRIAN FEDERAL ECONOMIC CHAMBER/ADVANTAGE AUSTRIA</b> <a href="http://www.wko.at">www.wko.at</a>	WIEDER HAUPTSTRASSE 63 1045 VIENNA (AUSTRIA) ☎ (+39) 049 0987900 padova@advantageaustria.org	<b>DIAVENA LTD</b> <a href="http://diavena.com">diavena.com</a>	23A INDUSTRIALNA STR 9700 SHUMEN (BULGARIA) ☎ (+35) 9 899 814 640 diavena@diavena.com
<b>BABY FOOD FACTORY LTD</b> <a href="https://babyfoodfactory.com/">https://babyfoodfactory.com/</a>	206, MARSALA TITA 11272 DOBANOVCI (SERBIA) ☎ (+381) 608323021 milos.nikolic@bff.rs	<b>DISAÑA S.L.</b> <a href="https://www.martirelo.es/">https://www.martirelo.es/</a>	CARRETERA AÑAVIEJA KM. 1,5 42108 SORIA (SPAGNA) ☎ (+34) 667556249 administracion@martirelo.es
<b>BEHER</b> <a href="http://www.beher.com">http://www.beher.com</a>	CALLE ORIENTE 18 37770 GUIJUELO (SPAGNA) ☎ (+34) 674588687 bmoreno@beher.com	<b>DONGGUAN YONGFENG PACKAING TECHNOLOGY CO., LTD</b> <a href="http://www.yongjianpack.com">http://www.yongjianpack.com</a>	103# HOUYONG ROAD HOUJIE TOWN DONGGUAN GUANGDONG CHINA 523000 DONGGUAN (CINA, REP. POP.) ☎ (+86) 13412244122 harvey@yongjiandg.com
<b>CABEZUELO FOODS, S.L</b> <a href="http://www.cabezuelofoods.com">http://www.cabezuelofoods.com</a>	C/ CAMPO DE CRIPTANA, 86 13630 SOCUELLAMOS (SPAGNA) ☎ (+34)616437360 international@cabezuelofoods.com	<b>ELHENA AGRO (PVT) LTD</b> <a href="http://www.elhenaagro.com">http://www.elhenaagro.com</a>	NO.102/12, MATALE ROAD, 2100 RATTOTA (SRI LANKA) ☎ (+94)769002004 elhenaagropl@gmail.com
<b>CD S.A.</b> <a href="https://cdsa.pl/?lang=en">https://cdsa.pl/?lang=en</a>	KRUCZA 16/22 00-526 WARSAW (POLONIA) ☎ (+48) 664959406 Export1@cdsa.com.pl	<b>EVRAFISH SP. Z O. O.</b> <a href="https://evrafish.com/">https://evrafish.com/</a>	GDAŃSKA 9 89-632 BRUSY (POLONIA) ☎ (+48) 883 260 900 m.rutkowski@pfr.com.pl

NOME	INDIRIZZO	NOME	INDIRIZZO
<b>FRUVECO, S.A.</b> <a href="https://fruveco.com/">https://fruveco.com/</a>	C/MACANAS, 10 30139 EL RAAL (MURCIA) (SPAGNA) ☎ 34 968379000 alejandro@fruveco.com	<b>LIFFEY MEATS</b> <a href="https://liffeymeats.ie/">https://liffeymeats.ie/</a>	LIFFEY MEATS - BALLYJAMESDUFF, - A82N766 CAVAN - () - IRLANDA A82N766 CAVAN (IRLANDA) ☎ (+35) 3860670243 dimitar.tsankov@liffeymeats.ie
<b>GEUMSAN GINSENG &amp; HERB DEVELOPMENT AGENCY</b> <a href="https://gghda.kr/en/">https://gghda.kr/en/</a>	25, INSAMGWANGJANG-RO, GEUMSAN-EUP, GEUMSAN-GUN 32724 CHUNGCHEONGNAM-DO (COREA DEL SUD) ☎ (+82)-10-6377-0774	<b>LT FOODS EUROPE</b> <a href="https://daawat.eu/">https://daawat.eu/</a>	BOSPORUSSTRAAT 42-50 3199 J MAASVLAKTE ROTTERDAM (PAESI BASSI) ☎ (+31) 883080222 nupur.batta@ltfoods.nl
<b>JAFFA PLUS L.L.C</b> <a href="https://jaffaplus.com/en/homepage-cf/">https://jaffaplus.com/en/homepage-cf/</a>	PRESEVO STREET 60000 GJILANI (KOSOVO) ☎ (+383) 49266608 ermal@jaffaplus.com	<b>LYNGEN REKER AS</b> <a href="https://www.lyngenreker.no/">https://www.lyngenreker.no/</a>	ØRVEIEN 18 9064 SVENSBY (NORVEGIA) ☎ (+47) 95246598 peter@lyngenreker.no
<b>JAMONES IBERICOS BLAZQUEZ, S.L.</b> <a href="https://jamonesblazquez.com/en/">https://jamonesblazquez.com/en/</a>	CALLE VENTURA RUIZ AGUILERA 1, OFC14 37001 SALAMANCA (SPAGNA) ☎ (+34) 690244468 dcollazos@grupo-blazquez.com	<b>MALVASIA FOIE GRAS / FOIEGOOD - THE ALTERNATIVE</b> <a href="https://www.malvasia.com">https://www.malvasia.com</a>	POLÍGONO LA SOLANILLA S/N 42146 ABEJAR (SPAGNA) ☎ (+34) 975 373 329 INFO@MALVASIA.COM
<b>JAVA SPICES</b> <a href="http://www.javaspices.co.id">http://www.javaspices.co.id</a>	THE VIDA OFFICE BUILDING 9 FLOOR JALAN RAYA PERJUANGAN NO.8 RT.01 RW.07 KEBUN JERUK 11530 JAKARTA (INDONESIA) ☎ (+62) 8111805282 jtumiwa@gmail.com	<b>MILAREX AS</b> <a href="https://milarex.com/it/">https://milarex.com/it/</a>	VIA FIUME 46 21100 VARESE (NORVEGIA) ☎ (+39) 0332 775624 a.pellin@milarex.it
<b>KAMPANERA</b> <a href="http://www.kampanera.com">http://www.kampanera.com</a>	CTRA. VILLALBA, 10 47194 MUCIENTES (SPAGNA) ☎ (+34) 615616174 info@kampanera.com	<b>NHSUPERFOODS   CACAO   COFFEE</b> <a href="https://nhsuperfoods.com/">https://nhsuperfoods.com/</a>	HAVERSTRAAT 58 2153GB NIEUW-VENNEP (PAESI BASSI) ☎ (+31) 085 2006491 info@nhsuperfoods.com
<b>KIJAMI TABLE</b> <a href="https://www.kijamitable.com/">https://www.kijamitable.com/</a>	85, UNGJIN-RO, GONGJU-SI 32548 CHUNGCHEONGNAM-DO (COREA, REP. (COREA DEL SUD)) ☎ (+41)783534086 info@kijamitable.com	<b>NOVAMEAT</b> <a href="http://www.novameat.com">http://www.novameat.com</a>	CALLE PUIGCERDA 130 8019 BARCELONA (SPAGNA) ☎ (+34) 655745114 berta.maeso@novameat.com
<b>KLEPPER&amp;KLEPPER</b> <a href="https://klepperandklepper.com/">https://klepperandklepper.com/</a>	M.C. VAN VOORDENSTRAAT 20 1483GB DE RIJP (PAESI BASSI) ☎ (+31) 088 585 1585 brenda@klepperenklepper.nl	<b>PICHURRIS TRADING GROUP, S.L.</b> <a href="https://cherkyfoods.eu/">https://cherkyfoods.eu/</a>	CALLE ANTONIO GARCIA MARTIN 3, 2J 9007 BURGOS (SPAGNA) ☎ (+34) 670470073 david@cherkyfoods.com
<b>LAKI LUK &amp; CO.</b> <a href="https://www.lakiluk.rs/en/">https://www.lakiluk.rs/en/</a>	15, SAFARIKOVA 21000 NOVI SAD (SERBIA) ☎ (+38) 1648378372 boris.nikic@lakiluk.rs	<b>PURE CHOCOLATE SA</b> <a href="https://purechocolate.lv/">https://purechocolate.lv/</a>	"ABELZIEDI", PURE 9 3124 PURE (LETTONIA) ☎ (+37) 129234508 info@purechocolate.lv
<b>LAMEX FOODS EUROPE BV</b> <a href="https://www.countrycuisine.eu">https://www.countrycuisine.eu</a>	KOOPMANSLAAN 31-04 7005BK DOETINCHEM (PAESI BASSI) ☎ (+31) (0) 314 369 180 markc@lamexfoods.eu	<b>QUARTZ LABS LTD</b> <a href="https://theboxinnovation.ai/">https://theboxinnovation.ai/</a>	86-90 PAUL STREET, LONDON, GREATER LONDON, EC2A 4NE, ENGLAND, UNITED KINGDOM EC2A 4NE LONDON (GRAN BRETAGNA) ☎ (+34) 644718477 jonathan@quartzlabs.ai
<b>LDC GROUP</b> <a href="https://www.ldc.fr">https://www.ldc.fr</a>	Z.I. SAINT LAURENT 72300 SABLÉ-SUR-SARTHE (FRANCIA) ☎ (+33) 670988801 stephanie.prely@ldc.fr	<b>QUEVANA VEGAN CHEESE</b> <a href="https://quevana.es">https://quevana.es</a>	C/ VALARTO, 11 (P. I. LOS ARENALES) 40213 VALLELADO (SEGOVIA) (SPAGNA) ☎ (+34) 611441007 info@quevana.es
		<b>RESCH&amp;FRISCH HOLDING GMBH</b> <a href="http://www.resch-frisch.com">www.resch-frisch.com</a>	HEIDESTRASSE 19 4623 GUNSKIRCHEN (AUSTRIA) ☎ 348 6372857 g.loesche@resch-frisch.com

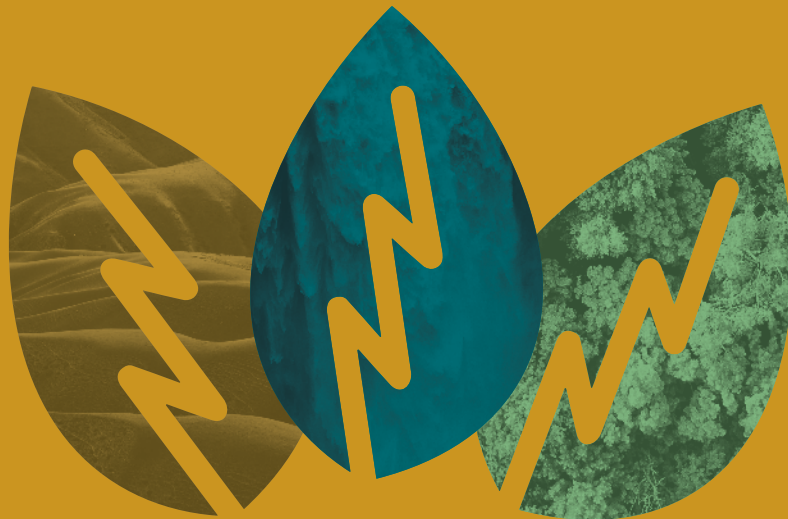
NOME	INDIRIZZO
<b>REVISAN, S.L.</b> <a href="https://www.revisan.com/">https://www.revisan.com/</a>	C/SIERRA DE HERREROS, 9. 37770 GUIJUELO (SPAGNA) ☎ (+34) 923580878 comercioexterior@revisan.com
<b>ROOTS AGRICULTURE</b> <a href="https://www.rootsagriculture.com/">https://www.rootsagriculture.com/</a>	FAWZY MOAAZ ST., SMOUHA, ALEXANDRIA, EGYPT 21526 ALEXANDRIA (EGITTO) ☎ (+20) 11 11142171 sarah.sadek@rootsagriculture.com
<b>SABOR VERDE</b> <a href="https://saborverde.eu/">https://saborverde.eu/</a>	STICHTSE KADE 46 1243HW S-GRAVELAND (PAESI BASSI) ☎ (+316) 16532634 maxime@saborverde.eu
<b>SALMON EVOLUTION ASA</b> <a href="https://salmonevolution.no/">https://salmonevolution.no/</a>	TORGET 5 6440 ELNESVÅGEN (NORVEGIA) ☎ (+47) 91 80 56 87 sales@salmone.no
<b>SEMIX PLUSO SPOL. S.R.O.</b> <a href="https://www.semix.cz/en/">https://www.semix.cz/en/</a>	RYBNICKY 338 74781 OTICE (REPUBBLICA CIECA) ☎ (+420) 737283534 marketing@semix.cz
<b>SHANDONG MANHING SPICE CO., LTD.</b> <a href="http://www.manhinggroup.com">www.manhinggroup.com</a>	NO.2 WANXING ROAD, YANGZHUANG TOWN, LAIWU, JINAN, SHANDONG PROVINCE, CHINA 271100 JINAN (CINA, REP. POP.) ☎ (+86) 17864650001 manhing@manhinggroup.com
<b>SOBAKO PRODUCTS (PVT) LTD</b> <a href="https://sobakoproducts.com/">https://sobakoproducts.com/</a>	502, PAROPAKARA MAWATHA. 10290 BORALESGAMUWA (SRI LANKA) ☎ (+94) 77 217 1216 prasannam@sobakoproducts.com
<b>SOL LIMÓN SPA</b> <a href="http://www.violive.cl">www.violive.cl</a>	JOSÉ CAROCCA 1112 1530000 COPIAPÓ (CILE) ☎ (+56) 997107739 pablo.carvajal@outlook.com
<b>STEVIA KOREA</b> <a href="https://steviakorea.com">https://steviakorea.com</a>	121, EUNHYEONNAEDONG-GIL, MISAN- MYEON, BORYEONG-SI 33513 CHUNGCHEONGNAM-DO (COREA DEL SUD) ☎ (+82) 10 5698 1183 steviakorea@gmail.com
<b>TORRECAZA</b> <a href="http://www.torrecaza.es">www.torrecaza.es</a>	C/LUCIO LOPEZ ALONSO 10-18 45513 SANTA CRUZ DEL RETAMAR (SPAGNA) ☎ (+34) 925739033 import-export@torrecaza.es
<b>TRUE CO.</b> <a href="https://truecompany.com/">https://truecompany.com/</a>	FORMERVANGEN 13 2600 GLOSTRUP (DANIMARCA) ☎ (+45) 71473679 hello@truecompany.com

NOME	INDIRIZZO
<b>VAINILLA PIRINOLA</b> <a href="https://pirinolaexport.com/">https://pirinolaexport.com/</a>	LOS PINOS 106 45200 ZAPOPAN (MESSICO) ☎ (+52) 3311384434 cch14_@hotmail.com
<b>VANDRIE GROUP</b> <a href="http://www.vandriegroup.com">www.vandriegroup.com</a>	ELSPETERWEG 60 3888 MX UDDEL - GELDERLAND (PAESI BASSI) ☎ (+31) 0577408170 contact@vandriegroup.com
<b>VIRTO GROUP</b> <a href="http://www.virto.es">www.virto.es</a>	POLÍGONO INDUSTRIAL, PARCELA C 31560 AZAGRA (SPAGNA) ☎ (+34)948692728 info@virto.es
<b>WERNISING FEINKOST GMBH</b> <a href="http://www.wernising.de">http://www.wernising.de</a>	KARTOFFELWEG 1 49632 ADDRUP-ESSEN/OLDB. (GERMANIA) ☎ (+49) (0)5438 51-501 export@wernising.de
<b>Wyke Farms</b> <a href="http://www.wykefarms.com">www.wykefarms.com</a>	White House Farm, Wyke Champflower BA10 0PU Bruton (Gran Bretagna) ☎ (+44) 7802263677 johnm@wykefarms.com
<b>YANCHENG WEIGUAN FOODS CO., LTD.</b> <a href="http://www.weiguanfoods.com">www.weiguanfoods.com</a>	EAST ZHENZHONG ROAD,PANWAN TOWN, SHEYANG COUNTY 224300 YANCHENG, JIANGSU (CINA, REP. POP.) ☎ 86-515-88431009 yandm@jw-foods.com

ESG  NEWS

**Vuoi partecipare all'edizione  
della guida ESGmakers 2026?**

**[Clicca qui!](#)**



[www.esgnews.it](http://www.esgnews.it)