

Mutti Premio «Prodotto dell'anno 2025» al ragù vegetale

Il «Ragù Vegetale alla Mutti» è stato eletto Prodotto dell'anno 2025 nella categoria Ragù Vegetali. La selezione è avvenuta attraverso una ricerca condotta da Circana su un campione rappresentativo di oltre 12mila consumatori, che hanno valutato il prodotto in base al suo grado di innovazione e alla

soddisfazione complessiva. Il prodotto Mutti è stato particolarmente apprezzato, dice l'azienda, «per il suo gusto autentico, la consistenza ricca e la qualità degli ingredienti selezionati, risultando pressoché indistinguibile da un ragù tradizionale». «Questo premio è una testimonianza concreta del

nostro impegno nel proporre innovazione senza compromessi - dichiara Alice La Tona, Innovation Director di Mutti - Abbiamo voluto portare sulle tavole dei consumatori un ragù unico, di alta qualità e in linea con i nostri valori». Il premio è stato assegnato durante un evento all'Alcatraz di Milano.

Intervista Villani, presidente e ceo: «Operazione con un'ottica industriale» A Number 1 le attività italiane del gruppo FM Logistic

Da oggi la Number 1 ha nuovi dipendenti e nuove strutture logistiche in quattro regioni. L'azienda parmigiana infatti ha acquisito le attività italiane del gruppo FM Logistic, che serve importanti aziende nel settore alimentare. Gli obiettivi: consolidare la leadership nella logistica per i settori Fast-Moving Consumer Goods (Fmcg, i prodotti a largo consumo) e Health & Beauty Care e nella logistica a temperatura controllata; raggiungere una quota di mercato di oltre il 25%, ottimizzare l'efficienza operativa e ampliare i servizi.



Azienda
Qui sopra, il presidente e amministratore delegato di Number 1 Logistics, Davide Villani. A fianco, una veduta aerea della sede.



giungeranno alle nostre strutture e rafforzeranno il nostro tessuto distributivo».

Questa operazione nasce dall'incrocio fra esigenze diverse delle due imprese, con un filo diretto fra Villani e l'amministratore delegato di FM Logistic, Jean-Christophe Machet. «FM Logistic lavora in tre continenti, noi siamo leader in Italia, ma pur nella differenza fra le due aziende c'era una visione simile. Non solo perché lavoriamo nell'alimentare ma per una visione intesa come senso dell'azienda e valori», continua Villani, che ribadisce come Number 1 abbia agito secondo «un'ottica industriale, per conservare un patrimonio costruito negli anni in Italia. Per loro questo era un segnale di continuità importante. Dopo una lunga trattativa siamo arrivati a definire l'accordo lo scorso settembre, per poi stabilire il passaggio dal 1° aprile. Penso che da questi nostri lunghi colloqui nascerà una collaborazione di tipo commerciale e una frequentazione. Loro sono forti nell'e-commerce e nel supportare i clienti in queste attività». Number 1 inoltre rafforza la propria rete a temperatura controllata e la presenza nel Fast-Moving e nell'Health &

Beauty Care. «Assorbiamo il loro organico. Questo si sposa con il nostro piano triennale, che prevede una crescita organica intorno a 7-8%», aggiunge Villani.

Congiuntura 2024-2025

Come sarà il 2025 di Number 1? Villani fa il punto partendo dall'anno scorso. «Il nostro 2024 è stato caratterizzato dal fatto che abbiamo ampliato le nostre attività operative in tutta Italia. Ora siamo in una situazione stabile - spiega -. Continueremo a crescere ma l'assetto strutturale e organizzativo dell'azienda è a posto. Rimangono i problemi macroeconomici, c'è un problema di prospettive dell'economia italiana». Nell'alimentare ci sono problemi sui volumi, in generale, ma il settore è piuttosto stabile. «Poi ci sono i problemi tipici del nostro settore - prosegue Villani -. È sempre più difficile trovare persone qualificate: manodopera, addetti di

magazzino e autisti. L'Europa soffre di una mancanza endemica di autisti, stimata in diverse centinaia di migliaia di unità. Il fatto che il Pil europeo sia abbastanza fermo, con la Germania in recessione nel 2024, «copre» un problema strutturale che abbiamo. Appena avremo un movimento positivo del Pil, penso che tutte le aziende del nostro comparto avranno seri problemi di reperimento delle risorse».

Le scelte di Number 1 hanno cercato di arginare la problematica. «Noi abbiamo anticipato il problema con alcune scelte, tra cui potenziare la nostra flotta diretta, per non dipendere completamente dal mercato - sottolinea Villani -. Da ottobre abbiamo fuso in Number 1 la nostra azienda di trasporti. Lavorando con l'alimentare comunque siamo meno soggetti agli "up and down" di mercato che caratterizzano altri settori, dall'automotive ai beni di lusso o altri, con cali anche del 30%. Noi parliamo di oscillazioni a base clienti data del 4-5%, in positivo o in negativo» nell'alimentare. Numeri che permettono insomma di guardare al futuro con fiducia.

Andrea Violi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Accordo Parma-Genova Its Tech&Food, formazione per il settore marittimo

Due Its insieme

L'Accademia italiana della Marina mercantile di Arenzano (Genova) e l'Its Tech & Food Academy di Parma hanno siglato un accordo per la formazione specializzata in ambito agroalimentare e culinario.

La Fondazione Accademia italiana della Marina mercantile di Genova e la Fondazione Its Tech&Food Academy di Parma hanno siglato un accordo-quadro per sviluppare nuove sinergie nel campo della cultura agroalimentare e culinaria, in base alle rispettive linee di formazione. L'Accademia Italiana della Marina Mercantile, con la sede di Arenzano dedicata ai servizi ai passeggeri e al mondo cruise, forma ogni anno decine di nuovi Allievi grazie ai corsi di specializzazione per cuoco, panettiere o pasticciere di bordo, alimentando l'ingresso nel mondo del lavoro di nuove figure professionali. In questi percorsi potranno trovare spazio momenti puntuali di condivisione e di formazione ad hoc, in accordo con la Fondazione Its Tech&Food Academy.

Francesca Caiulo, direttrice di Its Tech&Food Academy, commenta l'accordo: «Quello che ci muove è la volontà di ibridarci, il desiderio di mettere a fattore comune buone pratiche al fine di moltiplicare le opportunità formative e occupazionali per i nostri studenti. Quello che ci lega è un interesse reciproco nella cultura dell'alimentazione, e nel rapporto fra essa e la salute, l'ambiente, la tecnologia. Siamo contenti di poter apportare il nostro know-how, che coniuga tradizione e innovazione nell'ambito delle produzioni agroalimentari, elementi che contraddistinguono i nostri percorsi formativi».

Paola Vidotto, direttrice generale dell'Accademia italiana Marina mercantile, aggiunge: «Questo accordo ci spinge a creare nuove e migliori strade di perfezionamento dei corsi di formazione dei nostri allievi, che porteranno così a bordo non soltanto i migliori tecnici, ma anche l'applicazione delle più sofisticate tecnologie per la preparazione e la conservazione dei cibi».