

DI PETER BERGER

REPORT
ANUGA
KOELEN
2025

Anuga 2025 fa storia: maggiore piattaforma per il business e l'innovazione dell'industria alimentare a livello mondiale

oltre 145.000 visitatori da più di 190 paesi aumento dei visitatori del 3,6 percento esponenti di politica, economia e ricerca discutono sul futuro dell'alimentazione nuovi impulsi grazie ai formati interattivi dei tre Stage Corea, paese partner, con highlight culinari e soluzioni alimentari innovative la Community globale di Anuga continua a crescere online e offline

Colonia (Germania). Nell'edizione 2025 Anuga, fiera leader a livello mondiale, ha battuto tutti i record precedenti: a Colonia dal 4 all'8 ottobre si sono presentati oltre 8.000 espositori da 110 paesi – tanti come mai prima d'ora. Più di 145.000 visitatori specializzati da oltre 190 nazioni hanno colto l'opportunità di scoprire innovazioni, conoscere di persona le tendenze e stringere contatti commerciali internazionali. Particolarmente numerosa è stata la presenza di visitatori specializzati provenienti da Gran Bretagna, Italia, Paesi Bassi e Spagna. Fra le principali nazioni non europee si segnalano il Brasile, la Cina, il Giappone, il Canada e gli USA. Con una quota dall'estero del 94 percento quanto agli espositori e dell'80 percento quanto ai visitatori, Anuga, con le sue dieci fiere specializzate, ha consolidato in modo impressionante la sua posizione di piattaforma globale di indiscusso massimo rilievo nel settore F&B. La visita di Alois Rainer, Ministro tedesco dell'Agricoltura, dell'Alimentazione e dell'Identità Regionale, e di Miryung Song, Ministra dell'Agricoltura, dell'Alimentazione e delle questioni agricole della Repubblica di Corea, nonché di numerose delegazioni inter-

Anuga 2025 writes history: Biggest business and innovation platform of the global food industry

More than 145,000 visitors from over 190 countries 3.6 percent increase in visitors Politics, business and research talk about the future of food Interactive formats on the three stages bring new impetus Partner country Korea with culinary highlights and modern food solutions Global Anuga community continues to grow online and offline

Koeln (Germany). The leading global trade fair Anuga broke all previous records with its 2025 edition: Over 8,000 exhibitors from 110 countries exhibited in Cologne from 4 to 8 October – more than ever before. More than 145,000 trade visitors from over 190 nations took advantage of the opportunity to discover innovations, experience trends and establish international business contacts. The trade audience was especially strongly represented from Great Britain, Italy, the Netherlands and Spain. Outside Europe, Brazil, China, Japan, Canada and the USA were among the top nations. With a 94 percent share of foreign exhibitors and 80 percent share of visitors from abroad and with



ANUGA 2025: La manifestazione ha registrato un numero record di circa 8.000 espositori provenienti da 110 paesi, consolidandosi come la più grande edizione di sempre per la fiera alimentare mondiale a Colonia, in Germania, con oltre 145.000 visitatori specializzati e un'ampia rappresentanza dell'innovazione nel settore, specialmente nelle aree plant-based e high protein.

Nell'immagine, Dirigenti e Autorità all'inaugurazione di ANUGA 2025

its ten trade shows, Anuga impressively reinforced their position as the undisputed global platform for the F&B industry. The visits of Alois Rainer, the German Minister of Agriculture, Food and Regional Identity, and Miryung Song, Minister of Agriculture, Food and Rural Affairs from the Republic of Korea as well as many international delegations also underlined the high level of political interest in the trade fair. "Anuga impressively demonstrates the central role it plays for the international food industry: It is a showcase for the success of an entire sector and a

SEGUE A PAG 108

➔ SEGUE DA PAG 106



ANUGA 2025; Il paese partner ufficiale di Anuga 2025 è stata la Corea, che ha presentato il tema "Flavor meets Trends" (Il sapore incontra le tendenze), mostrando innovazione, sostenibilità e la crescente influenza globale della cucina coreana (K-Food), con un forte focus su prodotti fermentati, alternative vegetali e il ruolo della cultura pop nelle esportazioni alimentari. Nell'immagine, l'incontro tra le Autorità Coreane e i Dirigenti di Koelnmesse

nazionali ha sottolineato inoltre il vivo interesse della politica nei confronti della fiera. "Anuga conferma in modo convincente il ruolo centrale che riveste per l'industria alimentare internazionale: è una vetrina per il successo di un intero settore e un importante motore per un fatturato di miliardi. L'industria alimentare globale è uno dei principali propulsori della crescita a livello mondiale. Qui ad Anuga, questa forza diventa tangibile, sottolineando la capacità innovativa e l'importanza internazionale del settore", ha dichiarato Gerald Böse, President and Chief Executive Officer di Koelnmesse GmbH.

Björn Fromm, Presidente dell'Associazione federale del commercio alimentare tedesco (Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels, BVLH), ha aggiunto: "Una volta di più, Anuga si è presentata quale fiera leader a livello mondiale per il settore



ANUGA 2025; Il Gruppo Siciliani Industria Carni, con la presenza ad ANUGA 2025 la fiera internazionale leader nel settore alimentare, ha confermato il suo impegno nell'espansione internazionale, presentando i propri prodotti innovativi in questa manifestazione strategica per i mercati mondiali del comparto Agro-Alimentare. Nell'immagine il Gruppo Siciliani, con il "Team" dirigenziale al completo



ANUGA 2025; Nella foto, la squadra San Francesco spa presente alla fiera tedesca: il Prosciuttificio San Francesco Spa ha partecipato ad Anuga 2025 presentando i suoi autentici prodotti italiani, con degustazioni e incontri. Una presenza importante che ha portato alla mostra internazionale del Food, il gusto e l'eccellenza del prosciutto italiano

key driver of billions in sales. The global food industry is one of the most important growth drivers worldwide. This strength becomes tangible at Anuga, it underscores the innovative power and international significance of the sector," explained Gerald Böse, President and Chief Executive Officer of Koelnmesse GmbH.

Björn Fromm, President of the German Association of the Retail Grocery Trade (BVLH), added: "Anuga has once again presented itself as the leading global trade fair for food and beverages.

Particularly in today's era of protectionism and global ten-



ANUGA 2025; Luc De Laet, Maestro Macellaio Belga, insieme a Danny Daneels, Manager Director di Commint, nello stand di Beretta Salumi, ad ANUGA 2025

➔ SEGUE A PAG 110

REPORT
ANUGA
KOELN
2025

Meat & Food Trading



ANUGA 2025; da sx Joan Valls - Luca Bellucci
GRUP VINAS specialista in carne bovina e tagli porzionati



ANUGA 2025; da sx Isabel Vitor - Mina di Stefano - Eduardo López
CARNICAS TORRECAZA specialista in carne da caccia maggiore e minore e specialità gastronomiche di selvaggina



Andrea Conticelli®
MEAT & FOOD TRADING



ANUGA 2025; da sx Manuel Castro Sanchez - Mina di Stefano - Ruth Salinas - Angel Hidalgo
MARCIAL CASTRO specialista in prosciutto iberico Bellota e salumi stagionati



ANUGA 2025; da sx Mina di Stefano - Carolina Aranda - Flavia Tantau
COVIHER specialista in ovino razza Merinos

➔ SEGUE DA PAG 108

alimentare e delle bevande. Soprattutto in questo periodo caratterizzato dal protezionismo e dalle tensioni globali, la fiera ha lanciato un segnale forte a favore del dialogo e del commercio internazionale.”

COREA, PAESE PARTNER: “FLAVOR MEETS TRENDS”

Un elemento di particolare rilievo della fiera di quest'anno è stata la partecipazione della Corea come paese partner. Circa 100 espositori hanno presentato la varietà culinaria e la forza innovativa di questo paese, dai classici prodotti fermentati come il kimchi e la gochujang alle moderne soluzioni Food Tech. Visite guidate, degustazioni ed eventi culturali hanno permesso al pubblico specializzato di vivere da vicino la cucina coreana.

“All'edizione di Anuga di quest'anno, il K-Food si è incontrato con le tendenze alimentari globali. Ne sono risultati numerosi contatti di successo con importanti acquirenti e la creazione di nuove collaborazioni commerciali. Anuga ha dimostrato quindi nuovamente la ragione per la quale è la piattaforma centrale per il commercio degli alimenti a livello mondiale”, ha sottolineato Bong Jun Yoo, Director der Korea Food Industry Association (KFIA).

TENDENZE, DIBATTITI E DEGUSTAZIONI: UN PROGRAMMA DI EVENTI DAL VALORE AGGIUNTO

Anuga ha riunito con successo politica, ricerca e industria, ciò che è risultato particolarmente evidente sul nuovo Anuga HORIZON Stage. Esperti internazionali come Edwin Bark (Redefine Meat), Hector Freitas (LIVEKINDLY Collective) e il Dott. Giuseppe Scionti (Novameat) hanno dato impulso a temi quali le proteine alternative, la sostenibilità, Food Tech e Vertical Farming. Il dialogo fra politica ed economia è stato favorito in modo mirato grazie al supporto di partner come BALPro, ProVeg, Vegconomist, DLG (associazione tedesca per la promozione del settore agroalimentare), Lidl e REWE. E nelle immediate vicinanze dell'Anuga HORIZON Stage, la nuova fiera specializzata Anuga Alternatives ha celebrato con successo la sua prima edizione. Un ulteriore aspetto saliente della fiera è stata l'Anuga Trend Zone. In collaborazione con i partner esperti del settore Innova Market Insights ed Euromonitor International, lo



ANUGA 2025; Fratelli Beretta, Your Italian Excellence Since 1812; Presente ad Anuga 2025, il Gruppo lombardo ha presentato importanti novità, in particolare la linea di salumi snack “Le Monetine” e la nuova pasta fresca “Viva la Mamma”, confermando la sua partecipazione all'evento leader mondiale del food & beverage

sion, the trade fair has set a strong signal for international dialogue and trade.”

PARTNER COUNTRY KOREA: “FLAVOR MEETS TRENDS”

The appearance of the partner country Korea was a special highlight of this year's trade fair. Around 100 exhibitors presented the culinary diversity and innovative strength of the country – from fermented classics

like kimchi and gochujang, through to modern food tech solutions. Guided Tours, tastings and cultural brought Korea's cuisine to life for the trade audience.

“This year's Anuga brought K-food and global food trends together. The result was numerous successful meetings between important buyers and the establishment of new business partnerships.

This demonstrates once again why Anuga is the central platform for the global food trade,” emphasised Bong Jun Yoo, Director of the Korea Food Industry Association (KFIA).

TRENDS, TALKS AND TASTINGS: AN EVENT PROGRAMME WITH ADDED VALUE

Anuga successfully brought politics, business, research and the industry together - which was particularly visible on the new Anuga HORIZON Stage International experts such as Edwin Bark (Redefine Meat), Hector Freitas (LIVEKINDLY Collective) and Dr. Giuseppe Scionti (Novameat) provided insights into alternative proteins, sustainability, food tech and vertical farming. Supported by partners such as BALPro, ProVeg, Vegconomist, DLG, Lidl and REWE, the dialogue between politics and business was promoted in a targeted manner.

The new trade show Anuga Alternatives celebrated a successful premiere in the immediate vicinity.

The Anuga Trend Zone was a further highlight. Together with the knowledge partners, Innova Market Insights and Euromonitor International, the Stage provided in-depth analyses on global food & drink trends,



ANUGA 2025; Il Gruppo Alcar Uno presente ad Anuga 2025, la fiera leader mondiale del settore AGRIFOOD. Degustazioni e illustrazioni di una vasta gamma di prodotti di carne e salumeria, pronti da cucinare. Novità importante i prodotti BBQ di Fiera. Direttamente sulla griglia per un piatto gustoso e veloce. Nell'immagine da sx: Ludovico, Luca e Lorenzo Levoni.

REPORT ANUGA KOELN 2025

Stage ha offerto analisi approfondite su tendenze globali di alimenti e bevande, sostenibilità, alimentazione a base vegetale nonché Health & Wellness.

Anuga Organic on Stage è stato accentrato sull'alimentazione biologica, vegetale e la sostenibilità. Momenti salienti sono stati, fra gli altri, il dibattito sugli sviluppi del mercato della BioHandel Akademie, Accademia del Mercato biologico, con il Ministro dell'Agricoltura tedesco Alois Rainer che ha parlato degli obiettivi UE miranti al "30% delle superfici biologiche entro il 2030", nonché le discussioni sulle nuove normative in materia di ingegneria genetica e prodotti non OGM. Altri temi trattati sono stati il futuro degli alimenti vegetali, le strategie di sostenibilità e lo sviluppo di prodotti innovativi.

VISITATORI DAL PROFILO DI ALTA QUALITÀ

Le aziende espositrici hanno messo in evidenza soprattutto l'alta qualità del profilo dei visitatori specializzati, molti dei quali decision maker. Erano presenti quasi tutte le 20 aziende di spicco del settore alimentare tedesco al dettaglio, tra cui Aldi Nord e Süd, il Gruppo Edeka, Lidl, Metro AG e il REWE Group. Durante tutte le giornate della fiera, Anuga ha registrato un aumento a doppia cifra dei visitatori specializzati provenienti dalla Germania. Dall'estero sono arrivati rappresentanti di Aeon Co, Ahold Delhaize, Amazon, Auchan, Carrefour, Costco Wholesale Corporation, Intermarché, JD.com, Lotte Shopping, Tesco, Walmart e del Woolworths Group.

#WEAREANUGA: LA MARCA CONTINUA A CRESCERE A LIVELLO MONDIALE

Il punto di forza di Anuga non risiede solo nella città di Colonia, ma anche nella sua rete globale. Con manifestazioni satelliti a Milano, in Brasile, Cina, India, Giappone e Thailandia nonché l'avvio della più recente Anuga Select Ibérica a Madrid, la marca cresce continuamente. Oggi il portafoglio Anuga comprende dieci formati internazionali.

Anche sui social network è evidente la presenza mondiale della marca: l'hashtag #weareAnuga



ANUGA 2025; Gruppo Vandrie, presente ad Anuga 2025; Una filiera circolare unica, per sviluppare prodotti straordinari, come carne di vitello e manzo, mangimi, materie prime lattiero-casearie e pelli di vitello. Vandrie è un gruppo olandese a conduzione familiare che, grazie all'innovazione e al senso di responsabilità, è cresciuta fino a diventare una filiera unica nel suo genere. Nei primi anni '60 del secolo scorso, Jan van Drie senior acquistò il suo primo vitello da un allevatore di vacche da latte. Le attività di Jan crebbero, fino a dare vita al VanDrie Group. Attualmente la filiera del gruppo è composta da ben 29 aziende. In fiera Anuga i tavoli nello stand Vandrie erano sempre pieni e occupati per degustare i deliziosi piatti a base di Carne di Vitello, preparati dagli Chef olandesi.

sustainability, plant-based food as well as on health & wellness. The Anuga Organic on Stage focused on organic, plant-based food and sustainability.

Among others, the highlights included the Organic Trade Academy's market discussion with the Minister for Agriculture, Alois Rainer, who talked about the EU Goals "30% organic space by 2030", as well as discussions on new regulations for genetic engineering and non-GMO products. Further topics encompassed the future of plant-based food, sustainability strategies and innovative product developments.

HIGH QUALITY OF THE VISITORS

The exhibitors particularly praised the high quality of the trade visitors including many decision-makers. Almost all of the top 20 companies from the German food retail sector were present - including Aldi Nord and Süd, the Edeka Group, Lidl, Metro AG and the Rewe Group. Over the course of the trade fair, Anuga achieved double-digit growth in the number of trade visitors from Germany. Representatives from Aeon Co, Ahold Delhaize, Amazon, Auchan, Carrefour, Costco Wholesale Corporation, Intermarché, JD.com, Lotte Shopping, Tesco, Walmart and the Woolworths Group came from abroad.

#WEAREANUGA: THE BRAND IS GROWING WORLDWIDE

Anuga's strength not only lies in Cologne, but also in its global network. With satellite events in Milan, Brazil, China, India, Japan and Thailand, as well as the latest newcomer, Anuga Select Ibérica in Madrid, the brand is growing continually.

Today, the Anuga portfolio comprises ten international formats. The brand's global presence is also evident on social media: Under the hashtag #weareAnuga the community networks beyond country borders and shares inspi-



ANUGA 2025; Il Gruppo Danish Crown presente ad Anuga 2025, nei Padiglioni dedicati alle Carni ("Anuga Meat") e affermandosi come uno dei leader internazionali all'evento mondiale tedesco. Danish Crown è uno dei principali produttori di carne su scala globale, con radici profondamente ancorate nella tradizione agricola danese. Fondata nel 1887, la società ha iniziato come piccola cooperativa di macellazione e da allora è cresciuta fino a diventare un colosso nel settore agro-alimentare, noto per la produzione e la lavorazione di Carni Suine e Carni Bovine. Headquarter a Randers in Danimarca, Danish Crown rappresenta un pilastro fondamentale dell'economia del Paese, non solo per il volume di affari generato ma anche per l'importanza del marchio a livello internazionale. Nell'immagine presso lo stand di Danish Crown ad ANUGA 2025, da sx, Henning Sonnichsen, Senior Director Beef insieme a Costantino Costa, Danish Crown Svizzera

REPORT ANUGA KOELN 2025

collega una Community che va oltre i confini nazionali e condivide ispirazioni da tutti i continenti. Anuga 2025 ha raggiunto una diffusione complessiva oltre i 3 milioni, il 25% in più rispetto alla precedente edizione del 2023.

ANUGA IN CIFRE

Ad Anuga 2025 hanno partecipato 8.015 aziende provenienti da 110 paesi su una superficie espositiva lorda di 300.000 m², con un'incidenza estera del 94%. Sono affluiti ad Anuga 2025 più di 145.000 visitatori specializzati (+ 3,6%) da oltre 190 paesi, con una quota dall'estero dell'80%.

LA PROSSIMA EDIZIONE DI ANUGA SI TERRÀ DAL 9 AL 13 OTTOBRE 2027.

COMMENTI DEL SETTORE

Christoph Minhoff, Direttore generale dell'Associazione federale dell'industria alimentare tedesca (Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, BVE) ha affermato: "Anuga 2025 ha dimostrato in modo straordinario quanto sia grande l'interesse internazionale per i prodotti alimentari e le bevande provenienti dalla Germania. I nostri espositori hanno potuto trarre importanti impulsi per le loro attività all'estero, un fattore decisivo in tempi economicamente difficili. Al tempo stesso è emerso chiaramente che la Germania come sede produttiva e i prodotti «Made in Germany» sono innovativi, sostenibili e competitivi." Secondo Ingrid Hartges, Direttrice generale della Federazione tedesca degli albergatori e ristoratori (DEHOGA), "Anuga 2025 ha fissato ancora una volta gli standard. È stata di nuovo un'eccezionale vetrina di specialità culinarie provenienti da tutto il mondo da vedere, toccare e gustare, indispensabile tanto quanto gli incontri personali. Anche noi siamo stati lieti di dare il benvenuto a numerosi soci, partner e amici allo stand di DEHOGA."

Sabine Eichner, Amministratrice delegata dell'Istituto tedesco dei surgelati



ANUGA 2025; Il Gruppo irlandese Dawn Meats-Dunbia presente ad Anuga 2025. Stand sempre pieno di clienti e visitatori per degustare l'alta qualità della carne irlandese. Prodotti a base di carne per retailers e grossisti. Il Gruppo Irlandese si è focalizzato su innovazione, sostenibilità e trasparenza, dimostrando affidabilità e rispetto alle esigenze di mercato e dei nuovi modelli di consumo

ration from all Continents. Anuga 2025 achieved a total reach of over 3 million and thus 25 percent more than at the last edition in the year 2023.

ANUGA IN FIGURES:

8,015 companies from 110 countries took part in Anuga 2025 on exhibition space covering 300,000 m². The share of foreign exhibitors was 94 percent. More than 145,000 trade visitors (plus 3.6 percent) from over 190 countries attended Anuga 2025, the

foreign share was 80 percent. The next Anuga will take place from 9 to 13 October 2027.

FURTHER STATEMENTS:

Christoph Minhoff, Chief Executive Director, Federation of the German Food and Drink Industries (BVE): "Anuga 2025 impressively demonstrated how high the international interest in food and beverage from Germany is. Our exhibitors were able to gain important impetus for their international business - a crucial factor in economically challenging times. At the same time, it became clear: The location Germany and "made in Germany" products are innovative, sustainable and competitive."

Ingrid Hartges, Chief Executive Director of the German Association. DEHOGA: "Anuga 2025 has once again set benchmarks. It was once again possible to see, feel and taste an impressive selection of culinary specialities from all over the globe - which is just as essential as the personal encounters. We too were delighted to be able to greet many members, partners and friends at the DEHOGA stand."

Sabine Eichner, Managing Director of the German Frozen Food Association (dti): "Anuga 2025 showed what the food industry can achieve - and what unites it. The way people from all nations peacefully exchange ideas, make contacts and do business here is a strong sign of peace across all borders."



ANUGA 2025; Il Gruppo Belga Vanlommel presente ad Anuga 2025. "A Belgian Family Tradition since 1952". Nel proprio stand, la società belga, leader nelle carni di vitello di alta qualità, ha illustrato la produzione e offerto degustazioni con ottimi prodotti "Premium" di carne di vitello, evidenziando la tracciabilità, la trasparenza di una gamma di prodotti "Gourmet" derivanti dalla loro filiera. Nell'immagine la squadra Vanlommel presente ad ANUGA 2025

REPORT ANUGA KOELN 2025

(Deutsches Tiefkühlinstitut e. V., dti) ha commentato: "Anuga 2025 ha dimostrato di cosa sia capace il settore alimentare e cosa lo unisca. Il modo in cui qui persone provenienti da ogni nazione scambiano pacificamente idee, allacciano contatti e fanno affari rappresenta un forte segno di pace che va al di là di ogni frontiera. Il settore dei surgelati vi ha contribuito con un programma di eventi internazionali di alto livello come la "2a Conferenza Internazionale dei Prodotti Surgelati"."

Koelnmesse - Fiere di settore per l'industria del food: Koelnmesse è leader internazionale nell'organizzazione di fiere del food. Manifestazioni come Anuga e ISM sono leader mondiali consolidati con sede a Colonia. Inoltre Koelnmesse propone numerose fiere del food dedicate a varie tematiche e contenuti specifici in molti altri mercati importanti di tutto il mondo, come per esempio Brasile, Cina, India, Giappone, Colombia, Thailandia ed Emirati Arabi Uniti. Con queste attività a livello globale Koelnmesse offre ai propri clienti eventi su misura e fiere nazionali di riferimento in diversi mercati, per un business sostenibile e internazionale. Koelnmesse è in prima linea anche nel settore delle tecnologie per l'industria alimentare con Anuga FoodTec e ProSweets Cologne, eventi leader a livello globale, e il suo network mondiale di eventi satellite. ■



ANUGA 2025; Il Gruppo Spagnolo Fribin ha partecipato ad Anuga 2025. "Meat You Love". Fribin è un'azienda leader in Europa nella macellazione e trasformazione di carne bovina e suina, situata a Binefar nell'Aragona, regione ricca di storia, cultura e tradizione contadina. Alla manifestazione di Colonia, Fribin ha presentato l'alta qualità delle Carni spagnole, mettendo in evidenza prodotti e opportunità di partnership per il settore Food & Beverage. Nell'immagine il Team del Gruppo Spagnolo presente ad ANUGA 2025

The frozen food industry has contributed to this with a high-calibre international event programme such as the 2nd International Frozen Food Conference."

KOELNMESSE – WORLDWIDE TRADE FAIRS FOR THE FOOD INDUSTRY AND FOOD PRODUCTION:

Koelnmesse is an international leader in organizing global trade fairs for the food and beverage industry as well as for food production. With events such as Anuga, Anuga FoodTec, ISM, and ProSweets Cologne, Ko-

elnmesse covers a wide spectrum – from ingredients to production, packaging, finished products, and the latest technologies and innovations. These globally renowned trade fairs, held in Cologne, Germany, set benchmarks in their respective sectors. In addition, Koelnmesse organizes numerous industry-specific trade fairs in key markets worldwide, including Brazil, China, India, Italy, Japan, Colombia, Thailand, and the United Arab Emirates. Through these global activities, Koelnmesse offers its clients tailored events and leading regional trade fairs across various markets, providing a foundation for sustainable international business. Koelnmesse is thus ideally positioned to drive innovation and development in both the food industry and food production. ■



ANUGA 2025; Il Consorzio del Prosciutto di Parma presente ad Anuga 2025 per promuovere il Prosciutto di Parma, prodotto di alta qualità del territorio emiliano.

Presenza mirata a rafforzare il Made in Italy e i prodotti DOP/IGP emiliani sui mercati esteri, con la Germania come mercato chiave.



ANUGA 2025; Piattaforma Globale per l'industria agroalimentare. In ogni edizione Anuga fa sempre il pieno di espositori. "Sold Out" come evento mondiale per il settore Food & Beverage. Non poteva mancare la presenza del Gruppo Belga Sopraco-Lornoy. L'azienda Lornoy è conosciuta da anni per la sua carne di vitello di alta qualità. Non solamente in Belgio, ma anche sui mercati internazionali. La qualità costante, il sapore caratteristico, il colore e la tenerezza sono aspetti tipici della carne di vitello dell'azienda Lornoy. Nella foto da sx; Andrea Carta insieme a Maxim Oeyen, Sales Manager.

DI ROBERT BONETTI

REPORT
ANUGA
KOELN
2025

I fornitori di carne belgi ad Anuga 2025

Colonia (Germania). Ad Anuga 2025, tenutasi a Colonia dal 4 all'8 ottobre, i fornitori di carne belgi hanno nuovamente accolto i loro partner internazionali presso il padiglione collettivo del Belgian Meat Office. Con uno stand spazioso e accogliente, hanno creato un ambiente accogliente che rifletteva i loro valori condivisi: artigianalità, passione, competenza e qualità su misura.

Con il nuovo concept di comunicazione - "Maestro dei fornitori di carne belgi, riconosciuto dai veri esperti" - la carne belga è stata presentata come una vera e propria opera d'arte. Creata con maestria dai fornitori di carne belgi e riconosciuta come tale da professionisti e intenditori culinari di tutto il mondo, il concept celebrava l'arte e la precisione dietro ogni taglio.

Oltre 20 fornitori di carne suina e bovina belga hanno partecipato alla fiera, cogliendo l'occasione per consolidare i rapporti con i partner esistenti e strin-

The Belgian Meat Suppliers at Anuga 2025

Koeln (Germania). At Anuga 2025, held in Cologne from 4 to 8 October, the Belgian meat suppliers once again welcomed their international partners at the collective Belgian Meat Office pavilion. With a spacious and inviting stand, they created a warm environment that reflected their shared values: craftsmanship, passion, expertise, and tailor-made quality.

Under the new communication concept — "Mastered by the Belgian meat suppliers, recognized by the real experts" — Belgian meat was presented as a true work of art. Created with mastery by the Belgian meat suppliers and acknowledged as such by culinary professionals and connoisseurs worldwide, the concept celebrated the artistry and precision behind every cut.

More than 20 Belgian pork and beef suppliers took part in the fair, using the occasion to strengthen relationships with existing partners and connect with new ones. Italy and Germany remain key markets for Belgian meat. The Italian market, in particular,



ANUGA 2025; Il Belgian Meat Office presente ad Anuga 2025; Con uno stand collettivo, spazioso e accogliente, le aziende belghe di Carne, hanno potuto presentare prodotti innovativi declinati nei valori condivisi: qualità, artigianalità, sicurezza alimentare, passione e competenza, promuovendo l'eccellenza della carne belga, in particolare le Carni Suine, e le Carni Bovine di razza Bianca Blu Belga, a professionisti e buyer internazionali. Nell'immagine il Team del Belgian Meat Office, presente ad ANUGA 2025 con la regia del Direttore Generale Joris Coenen



ANUGA 2025; Le industrie di Carne del Belgio, offrono un servizio flessibile e di alta qualità. In Belgio, nello scorso anno, sono state prodotte commercialmente 945.000 tonnellate di carne di maiale, di cui 690.000 tonnellate esportate. La carne di maiale belga è particolarmente apprezzata per la sua qualità superiore, il servizio flessibile e un elevato rendimento sui mercati internazionali. Mentre la produzione di carne bovina è stata pari a 249.000 tonnellate, con 155.000 tonnellate destinate all'esportazione

REPORT ANUGA KOELN 2025

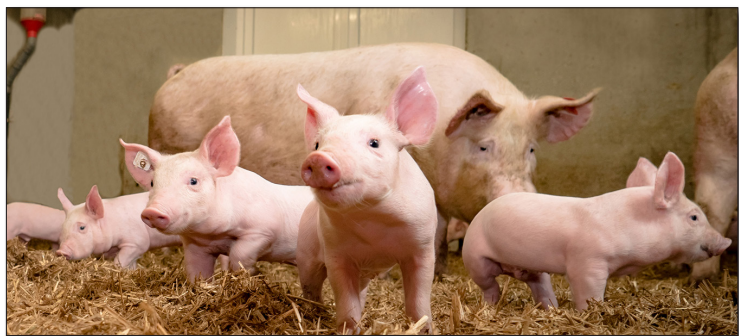


ANUGA 2025; VLAM, (Flanders' Agricultural Marketing Board), ha riunito in 3 stand diversi circa 40 aziende belghe per presentare i loro migliori prodotti Agro-Alimentari a visitatori e clienti internazionali. Con un valore di esportazione superiore a € 9,1 miliardi, la carne bovina belga, le carni suine, il vitello, il pollame, il coniglio e i prodotti lattiero-caseari sono stati particolarmente apprezzati e degustati dai professionisti presenti alla piattaforma globale del Food.

gere nuove collaborazioni. Italia e Germania rimangono mercati chiave per la carne belga. Il mercato italiano, in particolare, riveste grande importanza: i fornitori di carne belgi apprezzano profondamente l'apprezzamento dell'Italia per la qualità e questa fiducia di lunga data ha costruito un legame forte e duraturo con i loro partner italiani.

L'industria belga della carne è tra le più avanzate ed efficienti d'Europa, nota per la sua adattabilità e la dedizione al servizio su misura. Lavorando a stretto contatto con partner in tutto il mondo, i fornitori belgi continuano a tradurre la loro esperienza pluriennale in carne sicura, sostenibile e di alta qualità.

“Attraverso il nostro nuovo concept di comunicazione, abbiamo voluto sottolineare che la carne belga è lavorata con maestria da produttori qualificati e riconosciuta come un'arte da coloro che comprendono veramente la qualità”, afferma Joris Coenen, Responsabile dell'Ufficio Carne Belga. ■



ANUGA 2025; Le carni suine belghe sono di alta qualità, caratterizzate da tagli magri e carcasse pesanti, grazie a razze selezionate e all'efficienza dell'industria fiamminga che ne fa un importante esportatore europeo verso paesi come Germania, Italia e Francia, con focus su tradizione, sicurezza e flessibilità, e offrendo anche razze particolari come la Mangalica per un gusto più autentico



ANUGA 2025; La razza Bianca Blu Belga (Blanc Bleu Belge), famosa per la sua eccezionale muscolatura e la carne magra di altissima qualità, tenera, saporita e a basso contenuto di grassi, ricca di omega 3, ideale per sportivi e diete, con rese di macellazione elevate e ottima capacità di conversione del mangime, rendendola una delle razze più importanti per la produzione di carne in Europa e nel mondo

holds great significance: Belgian meat suppliers deeply value Italy's appreciation for quality, and this long-standing trust has built a strong and enduring bond with their Italian partners.

Belgium's meat industry stands among the most advanced and efficient in Europe, known for its adaptability and dedication to tailor-made service. Working closely with partners around the globe, Belgian suppliers continue to translate their generations of expertise into safe, sustainable, and high-quality meat.

“Through our new communication concept, we wanted to underline that Belgian meat is mastered by skilled producers and recognized as art by those who truly understand quality,” says Joris Coenen, Manager of Belgian Meat Office. ■



ANUGA 2025; La carne suina belga, lavorata con maestria da produttori qualificati e servita su misura in base alle esigenze della clientela. Un prodotto sostenibile, salubre e di alta qualità

DI PETER BERGER

REPORT
ANUGA
KOELN
2025



Emily Norton, new Chairwoman AHDB; CENA DI GALA a base di Carne Britannica, all' ANUGA di Colonia

La serata di Gala presentata da Emily Norton con una relazione sui risultati e l'attuale situazione delle Carni Britanniche

Colonia (Germania). Buonasera e benvenuti alla cena a base di carne britannica dell'AHDB. Sono lieta che siate tutti qui stasera per una favolosa celebrazione della carne britannica. Questa sera siamo in compagnia di colleghi provenienti da Scozia, Galles e Irlanda del Nord, tra cui un caloroso benvenuto ancora una volta alla Segretaria di Gabinetto per gli Affari Rurali, la Riforma Agraria e le Isole del Governo Scozzese, Mairi Gougeon MSP. Mairi, mi dispiace che la mia prima esperienza all'ANUGA sarà la tua ultima. Sei coinvolta nelle questioni rurali scozzesi dal 2018 e so che in questo periodo sei stata una grande sostenitrice dell'alimentazione e dell'agricoltura scozzesi, difendendo e promuovendo il settore in periodi di grandi cambiamenti. Mairi, spero che le nostre strade si incrocino di nuovo prima della tua partenza l'anno prossimo, ma volevo

Emily Norton, new Chairwoman of the AHDB; British Beef Gala Dinner at ANUGA in Cologne

The Gala evening was hosted by Emily Norton with a presentation on the results and current situation of British Meat

Koeln (Germany). Good evening and welcome to the AHDB British Meat Dinner.

I'm delighted that you could all make it here this evening for a fabulous celebration of British meat.

We are joined this evening by colleagues from Scotland, Wales and Northern Ireland, including a very warm welcome once again to Scottish Government Cabinet Secretary for Rural Affairs, Land Reform and Islands Mairi Gougeon MSP.

Mairi, I am sad that my first ANUGA experience will be your last. You've been involved in Scottish rural affairs since 2018 and I know that you have been a great champion of Scottish food and farming over that time, both defending and promoting the industry during times of great change.

Mairi, I hope our paths will cross again before you leave next year, but I wanted to take this opportunity in front of this esteemed audience and on behalf of colle-

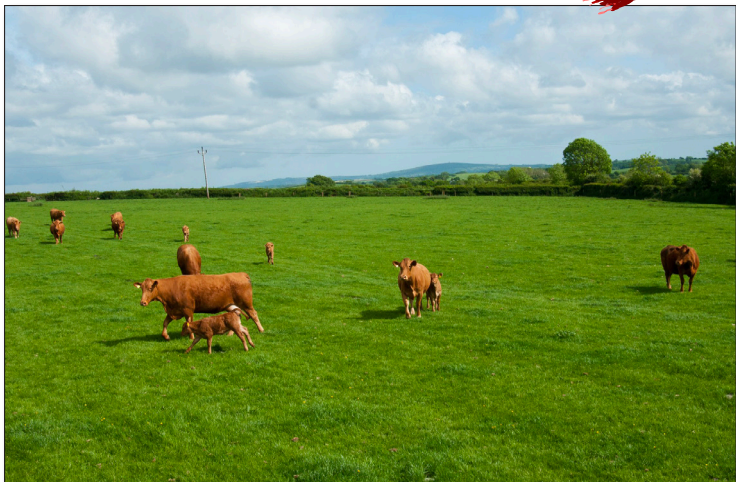


ANUGA 2025; Emily Norton, Chairwoman AHDB



ANUGA 2025; Jonathan Eckley, AHDB's new International Trade Development Director.

REPORT ANUGA KOELN 2025



ANUGA 2025; ANUGA 2025; Le esportazioni di Carne Rossa del Regno Unito hanno superato i 2,5 miliardi di sterline

cogliere l'occasione, di fronte a questo stimato pubblico e a nome dei colleghi a nord e a sud del confine, per esprimere la nostra più profonda gratitudine per il tuo impegno e il tuo duro lavoro.

A nome di AHDB Cereali, Semi Oleosi e Latticini, e naturalmente dei nostri brillanti colleghi di QMS per la carne rossa, grazie. Vi auguriamo ogni successo nella prossima fase della vostra carriera. Signore e signori, questa è la mia prima esperienza ad ANUGA e wow, che evento straordinario! Ho assunto il ruolo di Presidente di AHDB perché voglio promuovere un settore agroalimentare più fiducioso e orientato alla crescita. È stato un onore trascorrere la giornata con aziende innovative, ambiziose e di mentalità aperta, orgogliose dei loro prodotti di qualità e con una storia sfacciatamente positiva da raccontare.

Eventi come questo si basano sul contatto con le persone, un aspetto fondamentale per il nostro successo reciproco. Avendo trascorso del tempo alla fiera oggi, mi è chiaro quanto sia importante l'approccio collaborativo di AHDB, la collaborazione con gli agricoltori, con l'industria e con il governo, nel contribuire a questo successo. Gli ultimi due anni hanno dimostrato che, nonostante un contesto commerciale difficile, la domanda di prodotti di qualità mondiale e ad alto benessere, prodotti dagli agricoltori britannici, è apprezzata in tutto il mondo.

Sotto la guida di Jonathan Eckley, il nuovo Direttore per lo Sviluppo del Commercio Internazionale di AHDB, che molti di voi conoscono e con cui hanno lavorato per molti anni durante la sua carriera in AHDB, questo è un punto su cui puntiamo quest'anno e in futuro.

Il 2024 ha segnato un altro anno di successi, con il valore delle esportazioni di carne rossa che ha raggiunto 1,77 miliardi di sterline. E da gennaio a giugno di quest'anno il valore totale delle esportazioni di carne rossa del Regno Unito è aumentato di quasi il 10% rispetto all'anno precedente, aggiungendo 966 milioni di sterline al settore.

Il ruolo di AHDB nel supportare il settore è quello di



ANUGA 2025; Mairi Guegeon, Scottish Government Cabinet Secretary for Rural Affairs, Land Reform and Islands

agues north and south of the border, to acknowledge our deepest gratitude for your commitment and hard work. On behalf of AHDB cereals and oilseeds and dairy, and of course our brilliant colleagues at QMS on red meat, thank you. We wish you every success in the next stage of your career.

Ladies and gentlemen, this is my first experience of ANUGA and wow, what an amazing event it is. I took on the role of Chair at AHDB because I want to champion a more confident, growth-focussed agri-food sector. It has been an honour to spend the day with innovative, ambitious and open-minded businesses, proud of quality produce and with an unashamedly positive story to tell. Events like this are all about connecting with people, something that is pivotal to our mutual success. Having spent time at the show today it's clear to me how important AHDB's partnership approach, working with farmers, with industry and with government, is in helping drive that success.

The last couple of years have demonstrated that, despite a challenging trading environment, demand for world class, high-welfare products produced by British farmers is valued all over the world.

Under the leadership of Jonathan Eckley, AHDB's new International Trade Development Director, who most of you know and will have worked with for many years during his AHDB career, this is something we are looking to build on this year and beyond.

2024 marked another successful year with the value of red meat exports worth hit £1.77 billion. And from January to June this year the value of total UK red meat exports was up nearly 10% on the year, adding £966 million to the sector.

AHDB's role in supporting the industry is to provide a full programme of activity including participation in trade shows like ANUGA and inward and outward trade mis-

REPORT ANUGA KOELN 2025

fornire un programma completo di attività, tra cui la partecipazione a fiere come ANUGA e missioni commerciali interne ed esterne per massimizzare le opportunità a livello globale. Ed è stato un anno impegnativo.

Abbiamo iniziato l'anno con l'ulteriore lancio del marchio Quality Meat from Britain, supportato da un nuovo sito web multilingue volto a fornire messaggi coerenti sulla provenienza e sugli elevati standard di produzione della carne rossa britannica nel mercato europeo.

Avrete visto il branding ad ANUGA e qui stasera: la nostra intera storia, unificata in un'unica voce per un unico marchio, che mette in mostra i prodotti a base di carne rossa di livello mondiale che la Gran Bretagna ha da offrire.

A giugno abbiamo ospitato la nostra più grande missione di orientamento alla carne rossa nel Regno Unito. Ventotto acquirenti provenienti da Americhe, Africa, Asia e Medio Oriente hanno partecipato all'esperienza completa "dal pascolo al piatto". La visita di quattro giorni ha incluso visite ad allevamenti e aziende di trasformazione nel West Country dell'Inghilterra per saperne di più sulla produzione di carne bovina, agnello e maiale britannica di livello mondiale. Questo viaggio si è concluso con un evento "incontra l'acquirente", a cui molti di voi qui stasera hanno partecipato, oltre alla cena di gala alla Butcher's Hall di Londra. Non vedo l'ora di poter partecipare ad altre di queste cene durante il mio mandato! A questa è seguita il mese scorso (settembre) un'ulteriore missione di orientamento per gli acquirenti provenienti dai mercati europei. L'accesso al mercato è un altro ambito chiave della collaborazione tra AHDB, industria e governo. Ad agosto, 12 aziende in Inghilterra e Irlanda del Nord hanno ottenuto l'autorizzazione per esportare prodotti britannici di qualità nell'importante mercato messicano, in un accordo del valore di 19 milioni di sterline. Questo accesso e l'ampliamento della portata delle nostre esportazioni di carne suina sono stati una notizia molto gradita e una testimonianza del lavoro dei nostri contribuenti nel fornire prodotti di livello mondiale, realizzati secondo i più elevati standard. L'accordo è arrivato

sions to maximise opportunities globally. And what a busy year it's been.

We kicked off the year with the further roll-out of the Quality Meat from Britain brand, underpinned by a new multilingual website aimed at providing consistency of messaging around provenance and high production standards for British red meat in the European market.

You will have seen the branding at ANUGA and here this evening – our whole story, unified with one voice for one brand, showcasing the world class red meat products that Britain has to offer.

June saw us host our biggest ever red meat inward mission in the UK. Twenty-eight buyers from the Americas, Africa, Asia and the Middle East took part in the full pasture to plate experience. The four-day visit included visits to farms and processors in the West Country of England to learn more about production of world class British beef, lamb and pork.

This trip culminated with a 'meet the buyer' event which many of you here this evening were involved in, plus the gala dinner at Butcher's Hall in London. I'm looking forward to being able to attend a few more of these dinners during my tenure! This was followed last month (September) by a further inward mission for buyers from European markets.

Market access is another key area of collaborative work between AHDB, industry and Government.

In August, 12 businesses across England and Northern Ireland secured approval to export quality British products to the significant Mexican market in a deal worth £19 million.

This access and broadening of the scope of our pig meat exports was very welcome news and a testament to our levy payers' work in providing world class products, produced to the highest standards. The deal came months after an AHDB-led mission to Mexico and Colombia to



ANUGA 2025; Quality Meat Scotland, la squadra presente alla fiera di Colonia, guidata da Kate Rowell, President e Sarah Millar, Chair Woman.



ANUGA 2025; Quality Meat From Britain

REPORT ANUGA KOELN 2025



ANUGA 2025; West Country Beef, carne di alta qualità, "Dal Pascolo al Piatto"

mesi dopo una missione guidata dall'AHDB in Messico e Colombia per acquisire ulteriori informazioni su questi mercati specifici e capitalizzare sulla crescente domanda di carne suina. Alla fine dello scorso anno (2024), anche le esportazioni di carne suina del Regno Unito verso la Cina hanno ricevuto un impulso, con la riclassificazione di due siti dopo un enorme sforzo di collaborazione tra numerose parti interessate, tra cui dipartimenti governativi, industria e AHDB. Questa è la migliore collaborazione possibile, ma gli sforzi dell'AHDB vanno più a fondo. Il lavoro sul commercio e l'esportazione è supportato dalle nostre risorse di Market Intelligence, che forniscono dati molto interessanti. I trasformatori e gli esportatori hanno accesso ad analisi di nuovi accordi commerciali, nonché a informazioni di mercato e sui consumatori che possono generare opportunità. Di recente, questo ha incluso il nostro aggiornamento sulle Prospettive per le esportazioni agroalimentari, con un focus iniziale sull'Europa. Sono attualmente in fase di elaborazione aggiornamenti per gli Stati Uniti e la regione MENA. Signore e signori, sono stato entusiasta di vedere che i nostri stand di carni rosse e latticini erano inondati di visitatori oggi, a dimostrazione di quanto questo evento sia importante per incontrare vecchi amici e sviluppare nuove opportunità commerciali. Spero che sia stato un successo per tutti voi. È fondamentale mantenere questo slancio. Noi dell'AHDB, rimaniamo pienamente impegnati a lavorare per conto dei nostri contribuenti per facilitare gli scambi e consolidare la nostra reputazione di produttori di alimenti di qualità, sicuri e sani. Collaborando a stretto contatto con tutti i governi del Regno Unito e con i colleghi dei comitati fiscali di HCC, QMS e LMC, continueremo a collaborare con voi e per vostro conto per entrare in contatto con acquirenti esteri, accrescere la reputazione dei nostri prodotti britannici e contribuire a garantire un successo duraturo.

Non mi resta che ringraziarvi tutti per essere qui. Spero che vi divertiate questa sera e, soprattutto, che apprezziate i favolosi prodotti britannici presenti nel menu. ■



ANUGA 2025; West Country Lamb, a quality product exported all over the world

gain further insight into these specific markets and capitalise on the growing appetite for pig meat.

At the end of last year (2024), UK pork exports to China also received a boost, with the re-listing of two sites after a huge collaborative effort between many stakeholders including Government departments, industry and AHDB.

This is collaboration at its very best, but AHDB's efforts go deeper. Trade and export work is underpinned by our Market Intelligence resources, which gives processors and exporters access to analysis of new trade deals, as well as market and consumer insight that can drive opportunity.

Most recently this has included our updated Prospects for Agri Food exports work, with initial focus on Europe. Updates for the US and the MENA region are currently being worked on.

Ladies and gentlemen, I was thrilled to see that our red meat and dairy stands were inundated with visitors today, showing just how important this event is for meeting old friends as well as developing new business opportunities. I hope that it has been a successful show for you all.

It's imperative we maintain the momentum. At AHDB, we remain fully committed to working on behalf of our levy payers to facilitate trade and grow our reputation as a producer of quality, safe and wholesome food.

Working closely with all UK governments and levy board colleagues at HCC, QMS and LMC we will continue to work with you and on your behalf to connect with overseas buyers, to grow the reputation of our British products, and to help drive continued success.

It remains only to say thank you to you all for being here. I hope you enjoy this evening and, most importantly, enjoy the fabulous British produce on the menu. ■

Una risposta positiva per Welsh Lamb e Welsh Beef ad Anuga 2025

Acquirenti e importatori di carne da tutto il mondo hanno apprezzato il gusto dell'agnello gallese e della carne gallese alla fiera di Anuga in Germania il mese scorso.

Colonia (Germania). La presenza di HCC all'evento è stata produttiva; Numerosi incontri con clienti attuali e si sono creati contatti con nuovi che hanno risposto positivamente sia alla qualità e alla sostenibilità dei prodotti, sia ai gustosi assaggi serviti. Jason Craig, responsabile dello sviluppo del mercato di HCC, ha dichiarato: "Abbiamo passato alcuni giorni molto impegnati ad Anuga, parlando con persone da tutto il mondo delle qualità uniche della carne rossa gallese. È stato anche un piacere collaborare con il team Food and Drink Wales del Governo gallese e dare il benvenuto al Vice Primo Ministro Huw Irranca-Davies MS sul nostro posto. Ci ha persino aiutato a cucinare delle deliziose cotolette di agnello gallese, condite di burro gallese e cosparse di sale Halen Môn!

"Sei aziende di lavorazione hanno accompagnato HCC ad Anuga e hanno riferito che è stato un evento costruttivo per loro. Molte discussioni iniziate durante la fiera sono continuate da quando sono tornati a casa, sperando di portare a nuovi affari per la carne rossa gallese nei mercati esteri".

È stata inoltre organizzata una ricezione per celebrare l'agnello gallese e il manzo gallese, ospitata dalla presidente dell'HCC Catherine Smith e a cui hanno partecipato acquirenti e ospiti provenienti da tutto il settore internazionale della ristorazione e delle bevande. Durante il soggiorno in Germania, i rappresentanti della HCC hanno partecipato al British Meat Dinner e al ricevimento GREAT British Food & Drink Showcase, che ha presentato i prodotti britannici rappresentati alla fiera. Entrambe sono state ulteriori opportunità per entrare in contatto con espositori e molti acquirenti, influencer, importatori ed esportatori da tutto il mondo. ■



ANUGA 2025; to left; Huw Irranca-Davies, Deputy First Minister; Catherine Smith, HCC Chair Woman

A positive response for Welsh Lamb and Welsh Beef at Anuga 2025

Meat buyers and importers from all over the world enjoyed tasting Welsh Lamb and Welsh Beef at the Anuga trade fair in Germany

Koeln (Germany). HCC's presence at the event was productive; numerous meetings were held with current customers, and connections made with new contacts who responded positively to both the quality and sustainability of the products, and to the tasty samples they were served.

HCC's Market Development Lead, Jason Craig said: "We had a very busy few days in Anuga, talking to people from all over the world about the unique qualities of Welsh red meat. It was also great to collaborate with the Welsh Government's Food and Drink Wales team, and to welcome Deputy First Minister Huw Irranca-Davies MS to our stand. He even helped us cook up some delicious Welsh Lamb cutlets, smothered in Welsh butter and sprinkled with Halen Môn Salt!

"Six processing companies accompanied HCC to Anuga and have reported that it was a constructive event for them. Many discussions that started during the trade show have continued since returning home, hopefully leading to new business for Welsh red meat in overseas markets". A reception to celebrate Welsh Lamb and Welsh Beef was also held, hosted by HCC Chair Catherine Smith and attended by buyers

and guests from across the international food and drink sector.

Whilst in Germany, HCC representatives attended the British Meat Dinner and the GREAT British Food & Drink Showcase reception which featured the UK produce represented at the trade show. Both were further opportunities to connect with exhibitors and many buyers, influencers, importers and exporters from around the globe. ■



ANUGA 2025; Jason Craig, HCC's Market Development Lead

DI PETER BERGER

REPORT
ANUGA
KOELN
2025

Fratelli Beretta unisce del Zoppo e Panzeri e crea "B FOOD DELLE VALLI" Nuovo polo italiano della bresaola

Oltre 100 milioni di fatturato, 4 stabilimenti, 13 linee produttive e un piano di investimenti di 3 milioni di euro: questi i numeri della nuova società'

Milano. Fratelli Beretta punta a rafforzare il mercato della bresaola creando "BFood delle Valli srl", un nuovo polo produttivo che riunisce Del Zoppo e Panzeri, imprese storiche, entrambe emblema della tradizione e dell'eccellenza produttiva della bresaola della Valtellina e della Valchiavenna.

Con oltre 100 milioni di euro di fatturato complessivo, due stabilimenti di produzione e due di affettamento per un totale di 13 linee produttive, nasce quindi una realtà industriale che integra due marchi simbolo della qualità e della cultura gastronomica delle valli alpine, sotto una visione condivisa e orientata all'innovazione e al futuro.

Socio di maggioranza di entrambe

le realtà, Fratelli Beretta ha promosso questa integrazione per creare sinergie industriali e di ricerca, innovazione e sviluppo in un mercato tradizionalmente poco incline alla diversificazione e che mostrava da qualche tempo segnali di flessione. E' stato infatti da tempo intrapreso, con successo, un lavoro di ricerca e sviluppo per riproporre la qualità e il sapore della bresaola secondo modalità di consumo più attuali e accattivanti lanciando sul mercato prodotti quali la "Bresaola alla Julienne" per arricchire le insalate o i "Rolls" con il formaggio adatto per snack ed aperitivi. Grazie a una presenza geografica che fa di "BFood delle Valli" l'unico gruppo a presidiare contemporaneamente la Valtellina e la Valchiavenna, la nuova realtà valorizzerà le peculiarità produttive e le specificità territo-



"BFOOD delle Valli", progetto innovativo che occupa una realtà produttiva che attraversa la Valtellina e la Valchiavenna, caratterizzate dalla tradizione della Bresaola



Fratelli Beretta ha creato "BFood delle Valli", un nuovo polo produttivo che riunisce Del Zoppo e Panzeri, imprese storiche attive nella produzione della bresaola della Valtellina e della Valchiavenna. Con oltre 100 milioni di euro di fatturato complessivo, due stabilimenti di produzione e due di affettamento per un totale di 13 linee produttive, nasce quindi una realtà industriale che integra due marchi simbolo della qualità e della cultura gastronomica delle valli alpine, sotto una visione condivisa e orientata all'innovazione e al futuro.

Nell'immagine, Vittorio Beretta, Presidente Fratelli Beretta spa

riali che caratterizzano la bresaola, preservandone la tradizione.

Con l'obiettivo di rafforzare il legame con i territori d'origine, i brand esistenti e le loro filiere produttive, le famiglie Moro, Panzeri e Beretta, resteranno infatti parte integrante della compagine sociale la cui governance vedrà Mario Moro e Nicolò Panzeri in qualità di Amministratori delegati mentre la presidenza sarà saldamente nelle mani della Famiglia Beretta.

La nuova realtà, capace di coniugare le competenze produttive di Del Zoppo e Panzeri con la solidità e la capacità di sviluppo del Gruppo Beretta potrà contare su importanti investimenti: 3 milioni nei prossimi due anni, in nuove tecnologie, linee produttive, software di gestione con l'obiettivo di rendere la bresaola un alimento sempre più versatile, adatto a ogni occasione di consumo e

REPORT ANUGA KOELN 2025



Mario Moro, Amministratore Delegato Bresale Del Zoppo

momento della giornata e capace di rispondere alle richieste nutrizionali dei consumatori più esigenti. L'operazione si inserisce nella strategia di consolidamento e valorizzazione delle eccellenze del Gruppo Beretta che offre 24 DOP e IGP commercializzate di cui 16 prodotte in proprio. «Con BFood delle valli vogliamo dare continuità e nuovo slancio a due storie imprenditoriali che hanno contribuito a fare grande la bresaola italiana» – ha dichiarato Vittore Beretta, Presidente di Fratelli Beretta. – «La nostra visione è quella di unire tradizione e innovazione per valorizzare un prodotto simbolo della Valtellina e della Valchiavenna. Questo progetto rappresenta un passo importante nel percorso di crescita

del Gruppo e nella nostra missione di promuovere l'eccellenza alimentare italiana nel mondo».

«Siamo orgogliosi e molto motivati nell'accogliere la sfida di creare una nuova realtà in una terra che ci rappresenta e ci ospita da sempre. – ha detto Mario Moro, amministratore delegato di Del Zoppo – Come imprenditore di questa valle ho sempre sostenuto l'importanza strategica di supportare progetti nuovi. Poter contare oggi sulla collaborazione, l'esperienza e le risorse di un partner come Beretta e di un socio come Panzeri rappresenta una grande opportunità per le nostre imprese e per il territorio.

BFood delle valli rappresenta tutti i valori che contraddistinguono il nostro operato – ha dichiarato Nicolò Panzeri, amministratore delegato di Panzeri – il rispetto del territorio che ci ospita, il valore delle tradizioni sulle quali abbiamo costruito la nostra storia, l'importanza di innovarsi per portare avanti il cuore del nostro prodotto unico nel mondo e il ruolo fondamentale della collaborazione per creare sviluppo e crescita nel nostro territorio.

BFOOD DELLE VALLI SARÀ OPERATIVA A PARTIRE DAL 1° GENNAIO 2026.

Il Gruppo Fratelli Beretta, passione per la qualità dal 1812, è leader in Italia nella produzione e commercializzazione di salumi e piatti pronti. Con un fatturato pari a 1.155 milioni di euro e con 30 siti produttivi e 3.500

dipendenti, conta oltre 500 referenze a marchio proprio tra cui 16 produzioni IGP/DOP. Qualità e Servizio, Sicurezza alimentare, Innovazione e Tradizione, Eccellenza e Benessere, sono da 210 anni i pilastri della sua filosofia produttiva. Un certezza di qualità. ■



Nicolò Panzeri, Amministratore Delegato Panzeri Bresale



“BFOOD delle Valli”, il valore della tradizione della Bresaola IGP



“BFOOD delle Valli”, il Polo della Bresaola IGP



“BFOOD delle Valli”, Bresaola e Bitto, le specialità della Gastronomia Valtellinese

DI PETER BERGER

REPORT
ANUGA
KOELN
2025

Prosciutto Toscano DOP; grande successo in Germania

Il gusto autentico della Toscana incontra il pubblico internazionale: qualità, origine e tradizione in primo piano

Firenze, Si è concluso con successo il ciclo di promozione realizzato dal Consorzio del Prosciutto Toscano nel mercato tedesco, nell'ambito del progetto europeo GUSTO (Garanzia, Unicità, Sapore, Tradizione, Origine). Queste attività si sono svolte nella città di Monaco di Baviera e hanno visto, nell'arco del mese di ottobre, una serie di iniziative finalizzate a valorizzare il prodotto certificato e a diffondere la conoscenza di questa eccellenza del territorio toscano.

Le attività promozionali hanno preso il via il 15 ottobre con un seminario, che si è tenuto presso la sede di Eataly Monaco, rivolto a operatori del settore e giornalisti. L'incontro è stato seguito da una degustazione dei quattro prodotti protagonisti del progetto GUSTO – il Prosciutto Toscano DOP, la Finocchiona IGP, il Pecorino Toscano DOP e l'Olio Toscano IGP – con l'obiettivo di pre-

sentare al pubblico selezionato le peculiarità delle eccellenze coinvolte in questo step operativo del progetto.

A seguire, dal 16 al 18 ottobre, si sono svolti - presso lo stesso punto vendita - una serie di incontri e degustazioni guidate dedicati al Prosciutto Toscano, durante i quali il Direttore del Consorzio, Emore Magni, ha curato anche la formazione del personale del reparto salumi di Eataly, focalizzandosi sulla corretta comunicazione e presentazione della DOP al consumatore finale. È stato allestito anche un corner dedicato al Prosciutto Toscano all'interno del punto vendita bavarese, che ha offerto ai visitatori la possibilità di assaggiare il prodotto e ricevere materiale informativo utile ad approfondirne la storia e le caratteristiche. Durante l'ultima settimana di ottobre, si è svolta la Restaurant Week, un'iniziativa che ha coinvolto 20 ristoranti selezionati nel centro di Monaco. In ciascun locale è stato inserito nel menu un tagliere toscano con i prodotti del progetto GUSTO, accompagnato da una brochure informativa che raccontava le caratteristiche dei prodotti, valorizzava il legame con il territorio di origine e spiegava il significato del valore delle certificazioni, allo scopo di diffondere, attraverso l'esperienza diretta al tavolo, la conoscenza delle eccellenze toscane coinvolte.

IMPORTANZA DEL MERCATO TEDESCO PER IL PROSCIUTTO TOSCANO DOP

L'impegno in Germania risulta particolarmente strategico nel quadro della politica di internazionalizzazione del Consorzio. Infatti, i dati più recenti confermano che la Germania rappresenta il partner principale per il Prosciutto Toscano sul mercato europeo con crescenti performance del prodotto preaffettato, il cui gradimento da parte dei consumatori tedeschi è da ricercarsi in motivazioni legate a convenienza, praticità e riduzione degli sprechi alimentari.



Il Prosciutto Toscano DOP sta riscuotendo un grande successo in Germania, che si conferma il principale partner europeo per le esportazioni, con crescenti performance e una forte domanda, grazie anche alle intense attività di promozione del Consorzio che hanno coinvolto ristoranti a Monaco e eventi specializzati, valorizzando il prodotto di qualità e la tradizione culinaria italiana. Nell'immagine Emore Magni, Direttore del Consorzio Prosciutto Toscano DOP



Apprezzamento del Prodotto; I professionisti e i consumatori tedeschi hanno mostrato entusiasmo per le caratteristiche uniche del Prosciutto Toscano DOP abbinato ad altri prodotti tipici come il Pecorino Toscano DOP, la Finocchiona IGP e l'Olio Toscano IGP

La necessità per il Consorzio di presidiare mercati maturi come la Germania tramite attività promozionali strutturate – seminari B2B, degustazioni, educational al canale horeca e retail – è finalizzata a consolidare la sua presenza e a differenziare il prodotto all'interno di un contesto competitivo. Con questo ciclo di attività in Germania, il Consorzio ha quindi ulteriormente rafforzato l'immagine e la riconoscibilità del Prosciutto Toscano sul mercato tedesco, valorizzando anche le sinergie con le altre eccellenze toscane nel progetto GUSTO. Alla luce della crescita registrata nel segmento preaffettato e della stabilità delle quote estere, l'azione promozionale assume un significato importante non soltanto per i volumi ma anche per la diffusione della cultura del prodotto certificato. ■

Grande affluenza di pubblico ad ANUGA 2025 per i Salumi DOP Piacentini

In tanti, soprattutto importatori e buyer, hanno apprezzato le proposte elaborate da Daniele Reponi che ha lavorato creando abbinamenti originali, sposando i Salumi Piacentini DOP con i diversi pani della tradizione gastronomica tedesca

Colonia (Germania). Si è chiusa con soddisfazione per il Consorzio dei Salumi DOP Piacentini la partecipazione ad ANUGA 2025, che ha visto un boom di partecipazione da parte dei visitatori internazionali che hanno affollato lo stand E051 all'interno del Padiglione 7. In particolare, si segnala la presenza e partecipazione di buyer, retailer, importatori e operatori del settore provenienti da ogni parte del mondo, ma anche dell'Associazione Italiana Cuochi Germania con il presidente Gianluca Casini e la vicepresidente Concetta Ragusa. Non da ultima, la creator digitale, chef televisiva e promotrice della cucina italiana in Germania, Stefania Lettini.

Grande contributo al successo dell'evento è venuto da Daniele Reponi che, col suo approccio professionale interdisciplinare, ha sorpreso tutti con le sue degustazioni basate sulla creazione di tre panini gourmet a base delle tre eccellenze DOP Piacentine. Lo spirito con cui ha lavorato è stato quello di realizzare abbinamenti interessanti tra ognuno dei tre salumi con una selezione delle eccellenze agroalimentari del made in Italy, sposando il tutto con i diversi pani a disposizione



ANUGA 2025; foto di gruppo dei Salumi Piacentini insieme alla Chef Concetta Ragusa (al centro), vice Presidente Associazione Italiana Cuochi in Germania

Piacentino Caramellato: Pancetta piacentina DOP, cipolla caramellata, grana padano con pane ai semi di zucca di grano tenero.

"Capra & Cabbage" Salame Piacentino DOP, cavolo cappuccio, formaggio di capra e fettine di mela ariana, utilizzando pane ai semi misti di grano tenero

"Coppa Twist": Coppa Piacentina DOP con cavolfiore in agrodolce, e mascarpone impiegando pane ai semi di sesamo di grano tenero



REPORT ANUGA KOELN 2025



ANUGA 2025; Daniele Reponi e le sue meraviglie gastronomiche; panini gustosi e nutrienti. Nell'immagine una proposta deliziosa, Panino con Salame DOP piacentino. Una degustazione di qualità



ANUGA 2025; Il Team del Consorzio Salumi Piacentini presente alla Piattaforma Globale del Food and Beverage a Colonia in Germania



ANUGA 2025; Associazione Italiana Cuochi in Germania, visita lo stand del Salumi Piacentini DOP. Una "Lection Magistralis" per conoscere 3 salumi DOP unici al mondo e prodotti nel territorio piacentino. Tre eccellenze che hanno riscosso grande successo alla mostra tedesca

della tradizione locale tedesca.

Il risultato è stato molto apprezzato da tutti, compresa la prima emittente televisiva tedesca RTL Television che, con la sua troupe, si è fermata allo stand realizzando un servizio dedicato.

Un'occasione unica per far conoscere al grande pubblico di uno dei principali mercati export le caratteristiche uniche e distintive delle tre DOP piacentine.

Nel dettaglio, i tre panini realizzati. ■



ANUGA 2025; A dx, Stefania Lettini, Creator Digitale, Chef televisiva e promotrice della Cucina Italiana in Germania, insieme alla squadra del Consorzio Salumi DOP Piacentini