

Le licenze «Software République»

Renault chiama i big dell'hi-tech francese per la nuova mobilità

Renault ha annunciato l'acquisto di una «Software République», con quattro protagonisti del settore francese. Le società pubbliche vengono per contribuire al progresso che sta avvenendo negli Stati Uniti, in Cina e in Giappone. Con gli americani Microsoft, Google, Amazon, Facebook, Alibaba, con i giapponesi Sony, con il gruppo sudcoreano Samsung, con il cinese Alibaba.

11

Il valore nel 2018 della società è di 10,5 miliardi di dollari.

In questa ricerca di partnership, Renault ha investito in un'azienda che ha un'esperienza nel settore di questo settore. Il gruppo Renault ha investito in un'azienda che ha un'esperienza nel settore di questo settore. Il gruppo Renault ha investito in un'azienda che ha un'esperienza nel settore di questo settore.

Il valore nel 2018 della società è di 10,5 miliardi di dollari.

La qualificazione delle lingue, le competenze e la gestione dei dati personali sono i temi del futuro. Il mercato della mobilità, secondo i dati raccolti dal Boston Consulting Group, è destinato a crescere del 10 per cento fino al 2030. Questo mercato della mobilità è destinato a crescere del 10 per cento fino al 2030. Questo mercato della mobilità è destinato a crescere del 10 per cento fino al 2030.

Renault Group
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Successi alla

Cielum, 30 mila luci e prove di smart city in Valle Sabbia

Cielum, 30 mila luci e prove di smart city in Valle Sabbia. Cielum, 30 mila luci e prove di smart city in Valle Sabbia. Cielum, 30 mila luci e prove di smart city in Valle Sabbia.

31

Il valore nel 2018 della società è di 10,5 miliardi di dollari.

Il valore nel 2018 della società è di 10,5 miliardi di dollari.

Il valore nel 2018 della società è di 10,5 miliardi di dollari.

Il valore nel 2018 della società è di 10,5 miliardi di dollari.

Il valore nel 2018 della società è di 10,5 miliardi di dollari.

Brand di successo: produttività e sostenibilità, la sfida vincente

Le aziende investono su ricerca e sviluppo e puntano su competenze e specialità made in Italy che differenziano la proposta sul mercato nazionale e internazionale

SCOPRI LA REALTÀ AUMENTATA: SCARICA L'APP "AR MARKET" - CERCA "PMS" - INQUADRA LA PAGINA E GUARDA I CONTENUTI DI "SMERALDA"

Friscous: il "cous cous salentino" è un superfood



Prendi un mix di semole di grano duro italiano, curcuma, origano, sale e lievito madre. Le mani esperte dei panificatori salentini, il tocco estroso dello chef et voilà, ecco in tavola il famoso Friscous, "un'eccellenza della dieta mediterranea", inserito dal Sole 24ORE tra i cinque superfood Made in Italy. Dall'intuizione di Francesco Cantoro, un giovane avvocato del Sud Salento con la gastronomia nel sangue, l'attenzione per il territorio e le sue straordinarie risorse, nasce un prodotto innovativo, edetico e versatile che fin dalle prime apparizioni conquista immediata popolarità e successo fino ad essere scelto dall'autorevole World Brand Design Society tra i migliori progetti di design del mondo. Cosa c'è in mezzo? La forza di un'idea, prima di tutto, la collaborazione e organizzazione di tante professionalità, ma anche l'aulica e la tenacia di quattro amici, che con un capitale minimo si mettono in gioco avviando una Start up e, complici gli assist di chef stellati, il "cugino" dell'arabo cous cous diventa in quattro anni il pluripremiato Friscous salentino da gustare dall'antipasto al dolce, biglietto da visita del marchio in seno al quale nasce e che rappresenta, Petramarè, il cui nome rimanda a un luogo d'incontro tra terra a mare dove tradizioni del Mediterraneo e saper fare italiano danno vita a nuove esperienze di gusto e benessere.

Dal 1950 il vero gusto della tradizione in tavola



Le origini di Filotei risalgono ai primi del '900, legate alla passione degli avi per la vendita di prodotti di norcineria. L'azienda strutturata poi in Filotei Group è specializzata nella proposta di funghi e tartufi lavorati secondo tradizione con un percorso di qualità certificato su tutta la filiera, dedicandosi anche alla trasformazione di materie prime per produrre salse, creme, sottoli e aggiungendo legumi condimenti e spezie per ampliare l'offerta adeguandola alle richieste di mercato.



Quarant'anni di eccellenza sementiera italiana

Una storia di eccellenza 100% made in Italy per ISI Sementi, l'azienda di Fidenza (PR) giunta quest'anno con successo al 40° anno di attività, azienda che vanta una lunga esperienza nel campo della ricerca, produzione e commercializzazione di sementi orticole professionali, da sempre impegnata nel recupero, salvaguardia e valorizzazione delle varietà ed ecotipi locali per offrire al mercato prodotti caratterizzati da tipicità e sapore e rispondere alle esigenze in termini di qualità e sostenibilità. Una realtà di origini familiari, che ha saputo evolversi in una più grande famiglia di professionalità eccellenti e interpretare strategicamente le sfide di un mercato in continua crescita e aggiornamento, che festeggia oggi un traguardo che ne consolida professionalità, impegno e reputazione: ISI Sementi è la prima azienda sementiera italiana a ottenere la certificazione GSPP, Good Seed and Plant Practices, prestigioso riconoscimento internazionale, cui si aggiunge, dopo un anno impegnativo, l'apertura di una nuova filiale in Spagna. Attraverso ISI Sementi Iberica S.L. l'azienda intende essere più vicina alle esigenze dei produttori iberici portando avanti i valori di qualità, servizio e vicinanza al cliente che da sempre la contraddistinguono.



Le specialità del mare della Sardegna nel mondo



Dalla millenaria cultura della Sardegna, la cui terra si lega indissolubilmente al suo mare, trae ispirazione la storia di una delle aziende più rappresentative nella lavorazione dei suoi prodotti ittici per eccellenza: la Bottarga di Muggine e la Polpa di Riccio e il Nero di Seppia. Smeralda, che prende il nome dall'esclusiva costa, esprime il progetto avviato nel 1988 dai fratelli Piras di diffondere la freschezza e la fragranza degli straordinari sapori del mare. Grazie alla selezione delle migliori aree di pesca, che consente una materia prima di altissima qualità, e a una lavorazione artigianale su misura dalle tecniche produttive più innovative, dagli stabilimenti di Cagliari parte una distribuzione che vede presente e protagonista Smeralda sul mercato internazionale. Il segreto di un'exportazione in continua crescita ed espansione? "Risiede principalmente nella garanzia di una lavorazione che è parte del percorso di qualità che abbiamo tracciato - spiega Francesco Congiu, Direttore commerciale - dove abbiamo messo al primo posto il piacere di mangiare bene, in modo trasparente e genuino: la qualità del nostro processo di lavorazione è garantita dalle più autorevoli certificazioni internazionali". Ecco una presentazione delle tre selezioni che esprime quel gusto autentico e genuino che persegue da

trent'anni la mission aziendale e ne mette in risalto le eccellenti caratteristiche. La Bottarga di Muggine. "Con una meticolosa organizzazione della produzione lavoriamo manualmente le uova del muggine garantendo una cura artigianale del prodotto senza pari. I plus distintivi: il colore è giallo oro classico che richiama la scorza d'arancia; la stagionatura è omogenea, i bordi perfettamente tondeggianti e lo spessore elevato; alla masticazione si apprezza la morbida e setosa tessitura con sapore deciso e allo stesso tempo delicato e con eleganti note iodate". La Polpa di Riccio. "Dal 2015 nel nuovo stabilimento di produzione ci occupiamo della lavorazione delle uova di Riccio con l'obiettivo di realizzare un prodotto sterilizzato con la stessa cura e con lo stesso approccio organizzativo dedicati alla Bottarga. L'elevato standard qualitativo inizia dalla grande attenzione con cui viene scelta la materia prima. I plus distintivi: aspetto omogeneo e cremoso; colore giallo con tonalità arancio brillante; gusto appagante piacevolmente iodato e ricco di aromi privo di note amare. Il Nero di Seppia. "Abbiamo lavorato duro per molto tempo con l'obiettivo di ottenere un prodotto che si differenziasse sia nell'aspetto che nel gusto. Il nostro Nero di Seppia è il risultato di accurati e innovativi studi tecnologici che ci hanno permesso di ottenere risultati molto gratificanti. I plus distintivi: colore nero lucido; aspetto perfettamente omogeneo; cremosità consistente accompagnata da piacevoli note che richiamano il sapore delle carni della seppia; potere colorante molto elevato. Tutte le lavorazioni non prevedono l'utilizzo di conservanti".

Un paniere di fresche novità dal gruppo AFR



Il gruppo AFR (Antico Forno della Romagna) si pone come punto di riferimento all'interno del segmento del bakery surgelato nel canale GDO con il brand Bassini 1963 e in quello Ho.Re.Ca. con Glaxi Pane. Tra i progetti di rilievo a cui il gruppo sta lavorando attualmente ci sono il lancio di una linea di surgelati confezionati b2c e lo sviluppo di una linea a lunga conservazione per rispondere alle esigenze del consumatore e garantire più flessibilità agli operatori del settore.

Ricerca e innovazione per il benessere degli animali

Un'azienda italiana il cui standard qualitativo è apprezzato in tutto il mondo: TECNOZOO è un riferimento nella ricerca e innovazione legate al settore della produzione di mangimi complementari di alta qualità per animali da reddito con l'obiettivo di migliorarne la salute, il benessere e le performance in allevamento. Diversificata la proposta, con la presenza di una catena di negozi in franchising, Zooplanet, per l'alimentazione e la cura degli animali domestici.

Qualità e innovazione: le parole chiave per il successo



In Nova, azienda veneta leader nella produzione di funghi e verdure sott'olio, hanno chiari obiettivi strategici per consolidare la propria leadership nazionale nel segmento funghi attraverso il riposizionamento del marchio sul mercato e il lancio di nuovi prodotti, conservando l'elevato standard qualitativo delle materie prime. Grazie ad un grosso e importante impegno per tutto il 2020 del reparto di sviluppo e ricerca, l'azienda ha messo a punto una linea di funghi conservati che, attraverso un nuovo processo produttivo, esprime una qualità reale che va a recuperare i valori della qualità tradizionale. Si tratta di una nuova linea di funghi trifolati in lattina che ripropone la qualità originale del fungo trifolato nato 40 anni fa e una nuova linea vaso vetro di pesti e creme con un pack innovativo puntando sulla qualità degli ingredienti. Altro obiettivo è entrare nel mercato del fungo fresco in vaschetta V gamma (0°-4°) presidiando lo scaffale del reparto frutta e verdura con un prodotto cotto, condito e pronto all'uso come contorno o condimento per pasta o riso. E questa è una novità assoluta. Innovazione anche nel pack, rigorosamente ecosostenibile e immediatamente riconducibile al marchio, e nel restyling del sito capace di interagire con il sociale per conquistare un target giovane.

