



**Bellissimo!**

## **Etiketten-Relaunch von 200 Produkten abgeschlossen: neues Gesicht von LaSelva gefällt und trägt zu 12,5 Prozent Umsatzplus bei.**

Bio-Feinkost LaSelva erreicht erstmalig die 20 Millionen Umsatzmarke. Der toskanische Hersteller präsentiert sein neues Design und einen lebendigen Film über sein Landgut.



**Gräfelfing & Toskana, April 2015: Ecco fatto...! LaSelva Toskana Bio-Feinkost hat seinen Etiketten-Relaunch des gesamten Sortiments abgeschlossen. Nach drei Jahren intensiver kreativer Detailarbeit zeigen sich nun alle 200 Bio-Spezialitäten mit neuem Gesicht, das die seit über 35 Jahren gelebten Unternehmenswerte „italienische Tradition“, „Vitalität“ und „Transparenz“ widerspiegeln soll. Die Gestaltung übernahm die Designagentur „Markenliaison“ aus München.**

Welche kulinarische Kultur hinter den Etiketten steckt, erzählen in dem neuen LaSelva Film die deutschen und italienischen Mitarbeiter auf dem Landgut und in der Verarbeitung, umgeben von der toskanischen Landschaft und Tierwelt der Maremma. Der Zuschauer schlüpft in die Rolle eines Agriturismo-Besuchers und noch mehr: mitten im Hochsommer verbringt er mit der „famiglia“ LaSelva einen Tag, erfährt von ihrer Arbeit und ihrem Leben für Bio-Spezialitäten. (ab sofort zu sehen auf: [www.laselva.bio](http://www.laselva.bio) & youtube)



**Alles neu machte 2015:** Trotz schlechter Ernte 2014 und der dadurch nur bedingten Lieferfähigkeit erreichte der Feinkosthersteller in seinem 35. Jubiläumsjahr erstmals die 20 Millionen Umsatzmarke, was 12,5 Prozent Wachstum bedeutet. Die wiederum erfreuliche Ernte im Sommer 2015 führte erstmalig zu einer kompletten Auslastung aller Kapazitäten in der unternehmenseigenen Tomaten-Verarbeitung. LaSelva reinvestiert derzeit verstärkt in die Modernisierung. So wurden die Fotovoltaik-Flächen mehr als verdoppelt, die Abläufe der Manufaktur optimiert und eine natürliche Abwasserreinigung in der Verarbeitung eingeführt.



## PRESSEINFORMATION



### **Mediterran, mit veganem Kleber: die italienischen Etiketten kommen gut an.**

Das letzte Geschäftsjahr zeigte deutlich, dass die neuen Etiketten positiv und sogleich mit einem Umsatzplus vom Handel und den Konsumenten aufgenommen wurden.

LaSelva fordert mediterrane Offenheit für Sprache und Kultur, sind doch die Produktbezeichnungen auf Italienisch und erst untergeordnet auf Deutsch zu lesen. „Nach



*anfänglichen Zweifeln einiger Händler wurden die neuen Etiketten am Ende doch sehr gut angenommen. Denn es ist schön, authentische italienische Produkte im Laden stehen zu haben, deren Herkunft Appetit anregt: direkt und frisch, vom italienischen Feld ins Glas*“, berichtet Beate Wilke, Vertriebsleiterin von LaSelva. Nach den ersten Umfragen empfinden die Kunden die

Etiketten als ebenso sympathisch und hochwertig wie auch handwerklich und natürlich, einem Bio-Lebensmittel entsprechend. „Mit dem neuen Design verzeichnen wir auch eine gestiegene Nachfrage nach Geschenksets, was bei Bio-Feinkost ein wichtiges Thema ist“, freut sich Wilke.

Für die Produktqualität in Optik, Transparenz und Geschmack hat sich LaSelva schon immer für das Verpackungsmaterial Glas entschieden. Passend dazu zeigen jetzt die von der Designagentur „Markenliaison“ neu gestalteten Etiketten, die mit veganem Kleber angebracht werden, auf akzentuierte, nachgezeichnete Weise, welche Leckereien im Glas stecken.



### **Italienische Tradition, Vitalität, Transparenz: Etiketten verbildlichen Unternehmenswerte.**

„Nach intensiven Überlegungen in Italien und Deutschland starteten wir vor drei Jahren das Projekt. Wir wollten, dass unsere internationalen, komplexen Etiketten unsere Unternehmenswerte im Erscheinungsbild noch klarer, erfrischender ausdrücken. Eine zusätzliche Herausforderung war, den Wiedererkennungswert der seit über 35 Jahren herangewachsenen Marke LaSelva zu erhalten“, erklärt Peter Hüller, Geschäftsführer der LaSelva Feinkost-Vertriebs-GmbH in Gräfelfing.

Seine Unternehmenswerte lebt der Feinkost-Pionier seit Langem. Der intensive, ursprüngliche, natürliche Geschmack von Gemüse ohne unnötige Zusätze, das traditionelle Handwerk und die klaren Rezepturen der toskanischen Küche waren Inspiration für LaSelva Gründer Karl Egger.

## PRESSEINFORMATION



Die Vitalität des natürlich fruchtbaren Bodens spendet geschmackvolle, vielfältige Feldfrüchte für die eigene Verarbeitung. Das will LaSelva nah, transparent dem Kunden spürbar werden lassen: In der Maremma auf dem Landgut beeindruckten die deutschen und italienischen Mitarbeiter die Agriturismo-Besucher mit ihrer Leidenschaft für ihre Arbeit, für den Geschmack von Gemüse, Obst und Wein. Das neue Erscheinungsbild sollte das alles am Produkt im Laden widerspiegeln.

### Umsatzplus trotz schwankender Ernte

Christian Stivaletti schätzt die Kundentreue, die das letzte Jahr trotz nur bedingter Lieferfähigkeit auf Grund der schlechten Ernte in 2014 dankenswerter Weise zu einem der erfolgreichsten seit 1980 hat werden lassen. *„Einen großen Anteil am Erfolg trugen auch unser Jubiläumsjahr und die neuen Etiketten bei“*, zieht der italienische Geschäftsführer Bilanz. LaSelva hat für 2016 wieder ein gut gefülltes Lager: *„Die Ernte ein Jahr später fiel in Italien sehr erfreulich aus. Wir produzierten letzten Sommer erstmals im Dreischichtbetrieb und hatten volle Auslastung bei unserer Tomatenproduktion“*, berichtet Stivaletti.



+++ ENDE +++ Abdruck honorarfrei. Belegexemplar erbeten.

**Themen 2015/16: Genuss, Tradition und Verantwortung.**

**Jubiläumsporrait 2015 und Bildmaterial:** <http://www.laselva.bio/presse>

**„Nachhaltig bio!“:** Als Mitglied des BNN (Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.) nimmt LaSelva an der online-Kampagne „Nachhaltig bio!“ teil. (<http://www.nachhaltigbio.de>)

**Presseservice:** [www.laselva.bio/presse](http://www.laselva.bio/presse)

Presseinformationen & Bildmaterial, Interviews, Pressereisen, Kooperationen.

**Rubrik „Service“:** [www.laselva.bio](http://www.laselva.bio)

**Alle Produktbilder** (Benutzername: „plaselva“, Kennwort „feinkost“)

**Filme der Videothek über Anbau, Ernte und Verarbeitung**

(auch als DVD in Deutsch, Englisch, Italienisch und Französisch erhältlich)



## PRESSEINFORMATION



### **Contatto: Kontakt**

LaSelva Toscana Feinkost-Vertriebs GmbH  
Denise Kaltenbach-Aschauer (Pressereferentin), Pasinger Str. 94, DE-82166 Gräfelfing  
Telefon 00 49 (0)89/89 55 80 68-78, Telefax 00 49 (0)89/8 54 56 52  
Mobil: 00 49 (0)162 708 40 07  
E-Mail: denise.kaltenbach-aschauer@laselva.bio

### **International: LaSelva im Fachhandel.**

LaSelva Bio-Feinkost bedient den Heimatmarkt (Italien), Deutschland, Schweiz, Österreich, Skandinavien, Frankreich, Polen, Tschechien, Rumänien und Japan. LaSelva-Produkte sind im Naturkostfachhandel (in Bioläden und Biosupermärkten), in Reformhäusern und im Feinkost- und Weinhandel erhältlich.

### **Bio-Sortiment: 200 Feinkost-Spezialitäten und 12 Weine.**

Ob vegan, „free from“ oder allergenarm: ein Großteil der rund entsprechen den derzeitigen Ansprüchen. Das vielfältige Naturkost- und Feinkost-Sortiment von LaSelva reicht vom Alleskönner Tomate bis hin zu Oliven, Antipasti, eingelegtem Gemüse, feinen Confits, Pesti, Essig und Olivenöl. International prämierte Weine, Caffè espresso, Passito und Cantucci, Pasta, Pizza-Gebäck und Konfitüren machen das Angebot der italienischen Feinkost komplett.

### **Ökologisches Bewusstsein: Bio-Identität, Kontrolle und Zertifizierung.**

Das ökologische Bewusstsein und die Verantwortung von LaSelva ist fest verwurzelt in der Mitbegründung des Anbauverbandes Naturland e.V. durch Karl Egger zu Beginn der 80er Jahre. LaSelva war zudem der erste ausländische Naturlandbetrieb. Da nicht alle Zulieferer über eine Naturland Zertifizierung verfügen, aber dennoch sehr gute Bio-Qualität liefern, sind LaSelva Produkte je nach Anteil eigener und zugelieferter Rohstoffe durch ICEA (Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale) und teilweise durch Naturland zertifiziert und nach EG-Verordnung 834/2007 kontrolliert.

LaSelva stellt durch seine langjährige Erfahrung im ökologischen Landbau besondere Ansprüche an die Partner, bietet seinen Kunden Transparenz und garantiert zusätzlich persönliche Kontrolle. Ist doch das eigene Netzwerk lokal, regional, national überschaubar und langjährig vertraut. Der Bezug von Rohstoffen aus dem Ausland beschränkt sich auf schwer bzw. nicht in Italien verfügbare Bio-Zutaten, wie zum Beispiel Walnusskerne, Cashewkerne und Gewürze.

### **Auf einen Blick: LaSelva società bioagricola a r.l., Albinia – Orbetello in Toscana (GR)**

**668 ha Gesamtfläche:** 74 % Nutzfläche, 17 % Grünfläche, 9 % mediterraner Wald. U.a. 45 ha Tomaten, 6,5 ha Basilikum, 45,6 ha Kräuter, 27 ha Gemüse, 6,5 ha Obstkulturen, 20 ha Sonnenblumen, 180 ha Getreide, 110 ha Tierfutter, 55 ha Stickstoffsammler (Ackerbohnen etc.), 23 ha Rebberge.

**Tierhaltung:** 130 Chianinarinder (Muttertiere und Kälber, Jungtiere) und 80 Apennin-Schafe.

**Eigener Weinkeller:** Produktion von ca. 200.000 Flaschen pro Jahr.

**Eigene Verarbeitung:** Manufaktur auf dem Hofgut, Verarbeitungsanlage auf 7000 m<sup>2</sup> in Donoratico.

**Biozertifizierung:** nach EG-Verordnung 834/2007 kontrolliert, zertifiziert durch ICEA (Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale) und teilweise durch Naturland e.V.

**Personal:** 74 Mitarbeiter (bei LaSelva società bioagricola a r.l. in Italien inkl. LaSelva Toscana Feinkost-Vertriebs-GmbH in Deutschland). Bis zu 90 lokale, nach Tarif bezahlte Mitarbeiter in Anbau und Verarbeitung.

**Agriturismo:** Vermietung von Zimmern und Apartments, auch für Gruppen geeignet.

**Hofführungen und Verkostung:** auf Anfrage.