



## Effesalumi: specialisti della griglia

L'azienda brianzola propone salsicce, salamelle di suino e spiedini ideali per la cottura alla brace.

Un'ampia gamma di prodotti da filiera 100% italiana. Tutti senza glutine, senza lattosio e senza allergeni.

### LO SPECIALE

# HAMBURGER

Eccellenti risultati per il bovino nell'anno terminante in maggio: +25,5% in volume e +32,4% in valore. Bene anche suino: +10,6% e +9,2%. Tra i canali distributivi dominano i supermercati (63,1%). E tra le aree geografiche spicca il Nord Ovest (39,6%).

Da pagina VI a pagina XVI

# ALIMENTANDO

IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE

WWW.ALIMENTANDO.INFO

## Fao: +12% per la domanda cinese di carni suine nel 2017

Secondo le più recenti previsioni dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura (Fao), il 2017 sarà segnato da una forte crescita del commercio mondiale di carne suina, con un incremento stimato del 4,1% e 8,6 milioni di tonnellate commercializzate. Nell'ultimo rapporto biennale Food outlook, l'organizzazione sostiene che l'aumento avverrà nonostante la produzione mondiale di carni suine sia prevista in diminuzione di quasi l'1% rispetto allo scorso anno. A trainare il commercio globale del comparto sarà principalmente la domanda della Cina, prevista in aumento del 12%, anche in conseguenza del calo della produzione interna dovuto a nuove normative ambientali. Con la richiesta in aumento da parte di Giappone, Corea del Sud e Filippine, si prevedono incrementi delle quote export di Stati Uniti (+8,4%), Brasile (+10%) e Canada (+3,6%). In Europa, nel 2017, la produzione mondiale si stima invariata a 23,3 milioni di tonnellate a causa della diminuzione di

scrofe e suinetti, così come le esportazioni potrebbero rimanere a quota 3,1 milioni di tonnellate. La produzione di carne suina cinese dovrebbe diminuire del 3,9%, per assestarsi a 49,8 milioni di tonnellate. Tuttavia, la Fao prevede che la ristrutturazione dell'industria cinese delle carni suine porrà le basi per una futura espansione, grazie ad una maggiore efficienza e a maggiori economie di scala.



## Mipaaf: stanziati 15 milioni di euro per il sistema allevatorio

15 milioni di euro destinati al sistema allevatorio e stanziati per superare il taglio di risorse di pari importo annunciato in Conferenza Stato Regioni, che ha suscitato un vespaio di polemiche. A spiegarlo, in una nota, è il ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali. In particolare, dieci milioni di euro vengono destinati, dal ministero dell'Economia, per le attività in materia di controlli funzionali del bestiame, mentre il Mipaaf provvede alla copertura di ulteriori cinque milioni di euro con risorse proprie. "Abbiamo superato un taglio di risorse che non abbiamo mai condiviso - sottolinea il ministro Maurizio Martina - risolvendo un problema che rischiava di creare difficoltà ai nostri allevatori. Continuiamo a lavorare per la tutela di un settore strategico come quello zootecnico, al di sopra di ogni polemica".

## DA OLTRE 40 ANNI LA VERA PORCHETTA ARTIGIANALE DEL CHIANTI



concept: Filippo Lenzerini



100% PRODOTTO ITALIANO

Via dell'Artigianato, 22 - Cerbaia - Montespertoli (FI) Tel. 0571 670950 - Cell. 335 6611990 - info@moscafrancesco.it

www.moscafrancesco.it - Porchetta Toscana del Chianti

## Nasce la prima organizzazione interprofessionale della carne bovina italiana



La prima organizzazione interprofessionale della carne bovina è stata costituita il 14 giugno da Cia-Agricoltori Italiani, Confagricoltura, Uniceb e Assocarni (che già rappresenta oltre il 50% della produzione e della macellazione nazionale). Questi gli obiettivi: delineare una strategia nazionale condivisa; facilitare le relazioni economiche tra i diversi attori della filiera; favorire la creazione di valore e la sua equa distribuzione lungo la filiera; svolgere varie azioni per la trasparenza del mercato e la sua qualificazione; promuovere il consumo interno ed esterno; contrastare il crollo del 30% dei consumi di carne negli ultimi dieci anni e rendere la filiera competitiva con strategie mirate. La nuova organizzazione si propone come strumento di carattere nazionale e rappresentativo delle attività economiche della produzione, della trasformazione e della distribuzione come avviene in Paesi come Francia e Spagna.

## Fondato il Consorzio di filiera avicola piemontese

E' stato presentato venerdì 16 giugno, presso la Camera di commercio, il Consorzio di filiera avicola piemontese (Cafi). Raggruppa 95 allevamenti e 700 lavoratori in Piemonte, con una produzione di oltre 15 milioni di polli e un fatturato di 130 milioni di euro. La presentazione è avvenuta durante un convegno organizzato da Confagricoltura Cuneo e Ora Agricola di Cherasco. Enrico Allasia, presidente dell'ex Unione agricoltori, ha dichiarato: "Siamo qui per sottolineare la qualità dei nostri allevamenti e contrastare i casi di disinformazione che spettacolarizzano episodi negativi rari, danneggiando il comparto". Finalità e numeri del Consorzio sono stati presentati da Gian Carlo Simoni e Roberto Borgogno, rispettivamente presidente e vice presidente del Cafi.

## Amadori: il fatturato 2016 supera gli 1,2 miliardi di euro

Positivo il bilancio 2016 di Amadori. Il fatturato complessivo dell'azienda si attesta a 1.206 milioni di euro, in linea con quello degli anni passati; il margine operativo lordo è di 84 milioni di euro (oltre il 7% del fatturato), mentre gli investimenti realizzati raggiungono i 78 milioni di euro. Altri 200 milioni di euro sono in programma, invece, per i prossimi cinque anni. Amadori, fondata a Cesena oltre 45 anni fa, è specialista nel settore avicolo, con una quota di mercato intorno al 30% e la gestione dell'intera filiera integrata (sei mangimifici, sei incubatoi, oltre 800 allevamenti, sei stabilimenti di trasformazione alimentare, 19 filiali e agenzie che garantiscono una distribuzione capillare in tutta Italia).

## Fileni amplia la linea 'Leggiadre' con salsicce e maxi hamburger



Fileni amplia la gamma benessere di carni bianche con tre elaborati crudi, senza conservanti e con pochi grassi. L'azienda è la terza produttrice nazionale di carni bianche e leader nel settore delle carni avicole biologiche. Da metà maggio sono a disposizione, nei supermercati e nei punti vendita di tutta Italia, le salsicce 'Leggiadre' di pollo e tacchino e due tipologie di maxi hamburger 'Leggiadre' di pollo. Le salsicce sono senza carne di suino, senza glutine, senza conservanti e contengono il 40% in meno di grassi rispetto alla media di mercato. I maxi hamburger di pollo e tacchino con verdure sono senza glutine, senza conservanti e arricchiti con patate, carote e zucchine, con solo il 6% di grassi. Infine, i maxi hamburger di pollo con zenzero e quinoa sono senza glutine e conservanti, ma con l'aggiunta di due preziosi ingredienti funzionali dalle proprietà benefiche e antiossidanti. Inoltre, contengono solo il 6,9% di grassi.

### ProSus presenta nuovi prodotti nella gamma premium e lancia quattro referenze bio

Arrivano nei banchi della Gd e Do i nuovi prodotti firmati ProSus, la cooperativa nota per integrare agricoltura, allevamento, macellazione e trasformazione della carne suina di origine italiana. ProSus estende la linea della gamma premium skin, che viene presentata con un nuovo layout di packaging, e converte tutta la produzione al senza glutine. Il nuovo pack della gamma premium è stato rivisitato per dare maggiore visibilità a scaffale e dare più chiaramente le informazioni sui prodotti. La gamma passa dagli attuali sette prodotti a 16 nuovi pack premium skin, sempre a peso fisso, in formati che vanno dai 180 ai 250 grammi. Inoltre, debutta una linea bio in quattro referenze, proposta sia in vaschetta skin che tradizionale, nata grazie alla sinergia con cinque aziende socie della Cooperativa, recentemente convertite al biologico. Si tratta di realtà che prevedono norme precise sull'alimentazione, derivata quasi esclusivamente da cereali nobili bio, e direttive sugli spazi a disposizione degli animali, raddoppiati rispetto all'allevamento convenzionale, con la possibilità per i suini di uscire all'aperto. Infine, i tempi di svezzamento sono doppi rispetto a quelli degli allevamenti classici.

### Esselunga: Giuseppe e Violetta Caprotti diventano azionisti

I figli di Bernardo Caprotti nati dal primo matrimonio – Giuseppe e Violetta – diventano soci di Esselunga. E' il primo atto che segue il riassetto della catena deciso nei giorni scorsi dai due rami della famiglia, che porterà alla quotazione in Borsa. Giuseppe e Violetta resteranno soci dell'insegna fino all'Ipo (offerta pubblica iniziale), che avverrà entro 36 mesi e permetterà loro di uscire dalla compagine. I primi due figli di Caprotti si sono anche iscritti al libro soci dell'immobiliare Villata, ma solo per un giorno. Oggi Esselunga, scrive il *Corriere della Sera*, "comprerà per cassa le loro quote grazie a un finanziamento di 1,5 miliardi da Citi". Venderanno il 22,4% di Villata anche Giuliana Albera, vedova di Bernardo, e la figlia Marina.

### Unaitalia: in cinque anni dimezzato l'uso di antibiotici negli allevamenti di pollame

Si è svolta il 27 giugno a Roma la V assemblea nazionale Unaitalia (Unione nazionale filiere agroalimentari delle carni e delle uova) dal titolo 'Avicoltura italiana in campo'. Tra i temi trattati, la diminuzione dei farmaci utilizzati negli allevamenti: negli ultimi cinque anni, infatti, l'uso si è dimezzato. E per il 2017 l'associazione ha annunciato di voler ridurre ulteriormente l'uso di antibiotici, grazie a un piano congiunto con il ministero della Salute, attivo dal 2013. "L'azione di riduzione", spiega il presidente di Unaitalia Aldo Muraro, "è solo uno degli impegni che il settore sta portando avanti nell'ambito di un processo di valorizzazione dell'intera filiera". Unaitalia ha rilevato come nonostante il pollo e il tacchino siano alimenti molto amati dagli italiani (+38% negli ultimi dieci anni) circolano falsi miti duri a morire. Per esempio, il 74% degli italiani pensa che gli antibiotici siano utilizzati negli allevamenti per favorire la crescita, ma è una pratica vietata dal 2006 all'interno dell'Ue. In più, non ci sono mai residui di antibiotici nei prodotti finiti, perché negli allevamenti italiani si rispetta il cosiddetto "periodo di sospensione", ossia il tempo necessario per smaltire il farmaco prima che il pollo venga avviato al consumo.

### MINISTERO DELLA SALUTE: I PRODOTTI DI ORIGINE ANIMALE SONO SICURI (SOLO 0,12% IRREGOLARI)

Il ministero della Salute ha diffuso i dati del piano nazionale per la ricerca di residui nei prodotti di origine animale. I numeri rivelano un "eccellente livello di sicurezza", scrive Agronotizie, che fornisce un ampio resoconto dell'indagine. Sono oltre 41mila i campioni di carni, bovine, suine, avicole e ovicaprine, presi in considerazione. Ma sono stati analizzati anche latte, uova e miele. Le analisi avevano l'obiettivo di rilevare steroidi, anabolizzanti, antibatterici, micotossine e farmaci di ogni tipo. I campioni non in regola erano lo 0,12% del totale, ovvero 49 sugli oltre 41mila esaminati. In un solo caso sono state rintracciate sostanze per incrementare la crescita (beta-agonisti), e in un altro caso sono state rinvenute sostanze antibatteriche. Nei 47 rimanenti si è riscontrata la presenza in 18 casi di generiche sostanze ad azione farmacologica. Un'attenzione particolare è stata dedicata agli antibiotici. Un terzo dei campioni, quasi 14mila, sono stati esaminati in riferimento alla presenza di antibatterici. Fra questi, solo 18 hanno dato esiti positivi per la presenza di sulfamidici (11 campioni), tetracicline (4 campioni), macrolidi (un campione) e chinolonici (un campione). Il 50% dei casi positivi si è riscontrato nei suini, seguiti da bovini e avicoli (17%), miele (11%) e infine il latte (5%). Dagli accurati controlli, in sintesi, risultano l'ottimo lavoro svolto dai servizi veterinari del ministero della Salute e la correttezza degli allevatori italiani.

IL VECCHIO WEST IN  
UN PIATTO NUOVO

100% ITALIANO

COTTO A BASSA TEMPERATURA

PARZIALMENTE DISOSSATO

PRONTO IN 5 MINUTI

SENZA GLUTINE

GUSTO  
ESPLOSIVO.  
MANEGGIARE  
C O N  
C U R A

HANDLE WITH CARE  
DYNAMMEAT  
CHICKEN



DISPONIBILE IN 2 GUSTI

COUNTRY  
STYLE



DEVIL  
STYLE



CONFEZIONATO IN SPECIALI SACCHETTI  
UTILIZZABILI NEL FORNO TRADIZIONALE E NEL MICROONDE



Dynammeat è un marchio registrato da:  
Tabachetti Srl via Giorgio Piacenza 7 - 14036 Moncalvo (AT)  
t. +39 0141 917408 • dynammeat@tabachetti.it • tabachetti.it/dynammeat



# EFFESALUMI: SPECIALISTI DELLA GRIGLIA



## GLI SPIEDINI

Da diversi anni Effesalumi ha sviluppato una propria linea di preparati di carne, realizzati presso il sito produttivo di Briosco, in provincia di Monza e Brianza. Proprio gli investimenti in tecnologie innovative a Briosco, hanno permesso all'azienda di crescere e di riuscire ad offrire ai clienti lavorazioni moderne, conservando i sapori di un tempo. Il prodotto di punta della linea sono gli 'Spiedini di suino con pancetta e peperoni - Classici'.

### Un prodotto 'Gran Filiera'

Gli spiedini di suino possono fregiarsi del logo 'Gran Filiera', infatti i tagli di carne utilizzati sono 100% nazionali. Provenengono da suini nati, allevati e macellati in Italia. Questo valore aggiunto, ricercato e mantenuto nel tempo dalla direzione Effesalumi, risponde ad un'esigenza dei consumatori sempre più sentita. E infatti, la filiera 100% di carne italiana viene valorizzata anche sull'etichetta di prodotto, dove è ben visibile la dicitura 'Origine: Italia'.

"Non bisogna poi dimenticare", sottolinea il titolare, Angelo Fumagalli, "che gli spiedini di suino sono un prodotto senza glutine: un plus che ha consentito l'inserimento della referenza nel Prontuario degli alimenti Aic ed. 2017, pertanto sono idonei anche per consumatori celiaci".

### Tecnologie innovative e tradizione artigianale

"Realizzare gli spiedini è un'arte che deriva dal connubio tra la manualità degli operatori, che compongono i vari strati degli stampi, e gli automatismi tecnologici che posizionano gli stecchini e tagliano con la massima precisione", prosegue Angelo Fumagalli. "Solo facendo così si possono ottenere spiedini dall'aspetto



sempre regolare e dalla pezzatura costante nel tempo".

L'attenta scelta dei fornitori e la qualità degli ingredienti rendono il prodotto eccellente e adatto ad ogni occasione. Segno distintivo è il perfetto equilibrio tra carne magra e pancetta, peperoni e verzino di salsiccia, che danno al prodotto un sapore particolarmente gustoso e apprezzato. Durante la cottura, la pancetta e il verzino creano un condimento che insaporisce naturalmente la preparazione. Infatti, la ricetta riportata sull'etichetta di prodotto, consiglia di cucinare gli spiedini in padella, al forno o al barbecue con un filo d'olio extra vergine d'oliva, aromatizzazione a piacere, e l'aggiunta di poco sale.

"Per venire incontro anche ai consumatori più esigenti in fatto di estetica, e per rendere il prodotto ancora più gradevole", spiega il titolare di Effesalumi, "abbiamo pensato di dare un tocco di cromia agli spiedini, con l'alternanza di peperoni gialli e rossi. Queste colorate verdure sono di prima qualità, già pronte all'uso e fresche di giornata; oltre a dare allegria al piatto, gli conferiscono anche un gusto dolce che si sposa perfettamente con le carni. Grazie a tutte queste caratteristiche, il nostro spiedino di suino è una preparazione gustosa, morbida, adatta a tutti i palati e a tutte le stagioni".

### Soluzioni su misura, dal normal trade alla Gdo

Importante anche l'attenzione al servizio che caratterizza l'azienda Effesalumi. Il salumificio è in grado di produrre gli Spiedini di suino su ordinazione sia per il banco macelleria in confezioni catering da circa 2,5 Kg contenenti n. 16 spiedini, sia in formati più piccoli da circa 1 Kg (n. 6 spiedini) e da circa 600 grammi (n. 4 spiedini). Infine, un altro punto di forza di Effesalumi è la possibilità di effettuare consegne giornaliere al dettaglio, ai grossisti, alle piattaforme, alla Gdo.



#### Ingredienti

Carne di suino (26% pancetta), verzino (carne di suino 92%, acqua, sale, aromi, fibre alimentari, destrosio, antiossidanti: E 301, E 300, spezie), peperoni (14%).

#### Caratteristiche

Prodotto di 'Gran Filiera', realizzato con carne suina 100% nazionale. Prodotto 'senza glutine' inserito nel Prontuario Aic ed. 2017. Senza allergeni, senza lattosio, senza derivati del latte.

#### Confezionamento

Vaschette confezionate in atmosfera protettiva.

- vaschette da circa 600 g: n. 4 spiedini
- vaschette da circa 1 Kg: n. 6 spiedini
- vaschette da circa 2,5 Kg: n. 16 spiedini

#### Peso medio/pezzature

Misure n. 1 spiedino: circa 3 x 3 x 20 cm.

Peso n. 1 spiedino: circa 170 g.

#### Tempi di scadenza

10 gg.

L'azienda brianzola propone salsicce, salamelle di suino e spiedini ideali per la cottura alla brace. Un'ampia gamma di prodotti da filiera 100% italiana. Tutti senza glutine, senza lattosio e senza allergeni.



## LE SALSICCE

Il periodo estivo è da sempre tra i più dinamici per quanto riguarda gli acquisti di carni suine. Con le belle giornate aumentano i pranzi e le cene all'aria aperta, dove a farla da padrone sono le carni cotte alla brace. Per tutto il settore, quindi, l'estate è un periodo strategico. E tra le aziende specializzate nella produzione di carni suine ideali per le grigliate, Effesalumi offre una gamma di prodotti ampia e per tutti i gusti. Salamelle e salsicce di suino restano dei 'classici' nella produzione di Effesalumi. Si può dire che siano lo 'zoccolo duro' dell'azienda, e certamente costituiscono un business significativo per la realtà guidata da Angelo Fumagalli. In più, i riscontri di mercato dicono che salsicce e salamelle sono ormai sempre meno vincolate alla bella stagione, ma i consumi si sono via via destagionalizzati. Le vendite, infatti, resistono durante tutto l'anno poiché si tratta di prodotti molto versatili, ideali anche per essere preparati in padella o al forno. Fermo restando il picco stagionale estivo, quindi, si registra un'ottima rotazione tutto l'anno.

### Filiera tutta italiana

Forte di una tradizione consolidata e di una qualità riconosciuta, il signor Angelo Fumagalli (titolare della Effesalumi sas con la sorella Enrica) ha saputo migliorare la qualità delle salsicce e delle salamelle di suino, senza mai venir meno alle ricette di una volta. "In particolare", spiega il titolare, "la selezione dei fornitori e delle materie prime costituiscono un vero plus della produzione di Effesalumi. Infatti, la nostra azienda lavora solo carne suina nazionale 100% italiana, proveniente da macelli selezionati che consegnano la carne fresca, macellata in giornata, e sono in grado di garantire anche l'origine italiana dei tagli di carne consegnati, come richiesto dalle recenti normative. Inoltre, la scelta di particolare ingredientistica ha permesso di inserire le nostre salsicce e salamelle di suino nel Prontuario degli alimenti Aic ed. 2017, perché prodotti 'senza glutine'. Sono anche senza lattosio, senza derivati del latte e senza alcun tipo di allergene".

### Un'offerta articolata

Ma i plus della produzione Effesalumi sono anche la ricerca di un'alternativa al classico budello naturale di montone o bageetta e

l'ampia offerta di prodotti aromatizzati, in grado di soddisfare tutti i palati. Continua Angelo Fumagalli: "Oggi, l'azienda Effesalumi propone salsicce e salamelle di suino anche avvolte in involucro vegetale, sempre edibile e pelabile e con il vantaggio di poter realizzare svariate pezzature per accontentare i clienti più fantasiosi. Sempre per aumentare la variabilità dei prodotti, salsicce e salamelle di suino vengono aromatizzate con semi di finocchio, peperoncino, origano, così da offrire stuzzicanti prodotti da portare in tavola ogni giorno".

### Prodotti per ogni esigenza e distribuiti in tutti i canali

Con salsicce e salamelle di suino, Effesalumi è presente in tutti i canali, sia a marchio aziendale che a private label, prevalentemente sul territorio lombardo, ma anche in Veneto, Piemonte, Liguria, Toscana e Lazio. Salsicce e salamelle di suino vengono confezionate in vaschette in atmosfera protettiva, il cui peso può variare dai 3,5 Kg ai 400 grammi a seconda delle esigenze della clientela. Vengono consegnate tutti i giorni sia per il banco macelleria che per il libero servizio e distribuite al dettaglio tradizionale, ai grossisti, alle piattaforme, alla Gdo.

SALSICCIA DI SUINO  
GROPPINO DI SUINO  
SALSICCIA DI FINOCCHIO  
SALSICCIA DI PEPERONCINO

#### Ingredienti

Carne di suino 92%, acqua, sale, aromi, fibre alimentari, destrosio, antiossidanti: E 301, E 300, spezie.

#### Budello e calibro

Naturale montone, calibro 24/26  
Oppure involucro vegetale

#### Confezionamento

Atmosfera protettiva, vaschette da circa 400 g, da circa 800 g/1,0 Kg, da circa 1,5 Kg e da circa 3,5 Kg.

#### Tempi di scadenza

12 giorni (vaschette da circa 400 g)  
10 giorni (vaschette da circa 800 g/1,0 Kg, da circa 1,5 Kg e da circa 3,5 Kg).

MANTOVANELLE DI SUINO

#### Ingredienti

Carne di suino 92%, acqua, sale, aromi, fibre alimentari, destrosio, antiossidanti: E 301, E 300, spezie.

#### Budello e calibro

Naturale bageetta, calibro 40/42 e 38/40  
Oppure involucro vegetale

#### Pezzatura

Circa 130/140 g o 100/120 g  
(a seconda del calibro del budello)

#### Confezionamento

Atmosfera protettiva, vaschette da circa 400 g, da circa 800 g/1,0 Kg, da circa 1,5 Kg e da circa 3,5 Kg.

#### Tempi di scadenza

12 giorni (vaschette da circa 400 g)  
10 giorni (vaschette da circa 800 g/1,0 Kg, da circa 1,5 Kg e da circa 3,5 Kg).

SALAMELLA DI SUINO

#### Ingredienti

Carne di suino 92%, acqua, sale, aromi, fibre alimentari, antiossidanti: E 300, E 301, spezie, correttore di acidità: E 262.

#### Budello e calibro

Naturale bageetta, calibro 38/40 e 40/42

#### Pezzatura

Circa 100/120 g o 130/140 g  
(a seconda del calibro del budello)

#### Confezionamento

Atmosfera protettiva, vaschette da circa 400 g, da circa 800 g/1,0 Kg, da circa 1,5 Kg e da circa 3,5 Kg.

#### Tempi di scadenza

12 gg. (vaschette da circa 400 g)  
10 gg. (vaschette da circa 800 g/1,0 Kg; da circa 1,5 Kg e da circa 3,5 Kg).



# HAMBURGER

Eccellenti risultati per il bovino nell'anno terminante in maggio: +25,5% in volume e +32,4% in valore. Bene anche suino: +10,6% e +9,2%. Tra i canali distributivi dominano i supermercati (63,1%). E tra le aree geografiche spicca il Nord Ovest (39,6%).

Se non è un miracolo, poco ci manca. In un settore che certamente non gode di un trattamento favorevole sui media, gli hamburger di carne fresca registrano vendite record, sia in volume che in valore. I dati Iri sull'anno terminante a maggio 2017 parlano chiaro: il comparto registra un +5,7% in volume (13,8 milioni di Kg) e un +11,3% in valore (per quasi 138 milioni di euro).

Nel dettaglio, la performance più dinamica è quella degli hamburger di bovino. Le vendite in volume sono state circa 4,8 milioni di Kg (la quota più alta) e in valore valgono quasi la metà del totale: 59,4 milioni di euro. Le percentuali di crescita sull'anno scorso sono impressionanti: +25,5% in volume e +32,4% in valore. Frutto

di un lavoro sui prodotti premium, controllati e di qualità. Un lavoro che ha visto protagoniste molte aziende, e che evidentemente è stato premiato dai consumatori.

Tuttavia, sorprendono un po' i trend non molto brillanti degli hamburger di tacchino e pollo. Per quelli di tacchino, di cui ne sono stati venduti 4 milioni di Kg, si registra un -4,6% in volume e -6,2% in valore. Per quanto riguarda quelli di pollo, il calo in volume è ancora più evidente, -6,4%, mentre a valore registrano -1,2%.

Gli hamburger di carne fresca suina, invece, pur sviluppando volumi contenuti (910mila Kg), conquistano posizioni con un +10,6% in volume, sempre con riferimento all'anno

terminante in maggio 2017. Simile il risultato in valore: +9,2%, con vendite per 3,1 milioni di euro. Crescono anche i prodotti ottenuti da conigli: +3,8% in volume e +1,9% in valore. Infine, il segmento 'Altre carni e carni miste' fa registrare un +12,2% in volume (oltre 731mila Kg) e un +7,9% in valore (5,7 milioni di euro).

#### Canali e aree di distribuzione

Per quanto riguarda la distribuzione e le vendite di hamburger tra Ipermercati, Supermercati e Libero servizio piccolo (Lsp), al primo posto troviamo il Nord Ovest, con il 39,6% in volume e il 39,8% in valore. Al secondo posto si posiziona il Nord Est, con 24,6% in volume e il 27% in valore.

Terza piazza per il Centro Italia (21% e 21,7%) seguito da Sud e Isole (14,8% e 11,5%).

Nei canali, vince senza problemi il Supermercato, che domina la classifica con 8,7 milioni di Kg venduti, per 82,9 milioni di euro, con una percentuale del 63,1% in volume e del 63,3% in valore. A seguire ci sono Ipermercati con il 23,5% in volume e 22,6% in valore, e da ultimo il Lsp, che segna un 13,4% in volume e un 14,1% in valore.

Più in generale, l'analisi Iri rivela che i primi tre produttori coprono il 40,3% del mercato, e che la private label incide per il 35,7%.

A cura di Federico Robbe

Hamburger di carne fresca, var. % maggio 2017 -maggio 2016

Fonte: IRI

**In volume: +5,7%**

**In valore: +11,3%**

Hamburger di bovino, var. % maggio 2017 -maggio 2016

Fonte: IRI

**In volume: +25,5%**

**In valore: +32,4%**

# Salumificio Aliprandi

**Paolo Aliprandi**

“La nostra azienda nasce nel 1940 dalla passione di Ottavio e, quindi, di Luigi e Ferdinando Aliprandi. Ottavio Aliprandi fin da ragazzino si interessa all'arte del salumiere, conosciuta e praticata dalla famiglia nel negozio di Gussago, in Franciacorta. La madre Vittoria lo aveva mandato a bottega presso una famiglia di salumieri, ai quali pagava il vitto e l'alloggio del ragazzo purché gli insegnassero il mestiere. Più avanti negli anni, Ottavio inizia a macellare suini per la salumeria di famiglia, e successivamente, con l'aiuto dei figli Luigi e Ferdinando, comincia a lavorare le carni e a produrre insaccati freschi e da stagionare. Dal 1992 la gestione dell'azienda è stata assunta dalla terza generazione di Aliprandi, Andrea e Luca, che con il supporto di uno staff giovane, motivato e preparato, ha fatto crescere ed evolvere l'azienda a protagonista sul mercato nazionale ed internazionale, senza mai stravolgere i criteri di qualità e la filosofia propria della dimensione familiare.

Spirito di collaborazione e amore per il lavoro che facciamo: questi sono i valori che accomunano la famiglia Aliprandi e tutti i collaboratori. Insieme, da sempre, condividiamo queste regole:

selezione scrupolosa delle carni, conoscenza approfondita degli allevamenti di provenienza e dei metodi di allevamento praticati, attento e costante controllo degli standard qualitativi;

salumi prodotti esclusivamente con carne di origine nazionale e padana, rispetto dei metodi tradizionali di salatura e stagionatura; ascolto e recepimento delle esigenze della clientela, al fine di offrire sempre il miglior servizio possibile”.

[www.aliprandi.com/it](http://www.aliprandi.com/it)

## SALUMIFICIO ALIPRANDI [www.aliprandi.com](http://www.aliprandi.com)

### Nome prodotto

Hamburger di black angus

### Breve descrizione prodotto

Il sapore unico, delicato ma allo stesso tempo deciso della carne di black angus garantisce la qualità di questo prodotto. Ideale da accompagnare al classico pane ma ugualmente gustoso da essere mangiato da solo.

### Ingredienti

Carne bovina 97%, fibra alimentare, saccarosio, antiossidante: E300, E301, aromi, correttore di acidità: E331, E262, spezie.

### Peso medio/pezzature

300 g.

### Caratteristiche

100% carni di black angus.

### Confezionamento

Skin pack con cartoncino.

### Tempi di scadenza

15 gg.



### Nome prodotto

Hamburger Dry Aged

### Breve descrizione prodotto

Carne che proviene da un affinamento "maturazione" in cella per un minimo di 20 giorni appesa in osso, con un attento controllo della temperatura e dell'umidità circostante. Questo lungo processo fa in modo che l'hamburger prenda naturalmente quella nota di affumicatura donando un gusto intenso ma allo stesso tempo unico.

### Ingredienti

Carne bovina, preparato per hamburger, acqua, sale, spezie, aroma.

### Peso medio/pezzature

180 g.

### Caratteristiche

100% carne italiana.

### Confezionamento

Skin pack con cartoncino.

### Tempi di scadenza

15 gg.



### Nome prodotto

MiniBurger di vitello

### Breve descrizione prodotto

I mini hamburger di vitello sono delle piccole pepite di carne di vitello selezionato studiate per bambini sia per la dimensione, sia per il gusto delicato e anche per la loro tenerezza. Il pack è stato preparato anche per occupare il tempo dei piccoli durante l'attesa della cottura dato che all'interno del cartoncino c'è un disegno tutto da colorare.

### Ingredienti

Carne bovina, preparato per hamburger, acqua, amido.

### Peso medio/pezzature

40 g x 6.

### Caratteristiche

Carni di vitello macinate scelte per dare un sapore unico alla vostra ricetta.

### Confezionamento

Skin pack con cartoncino.

### Tempi di scadenza

15 gg.

Segue

VII

LE COTTE  
DELL'ESTATE  
*firmate*



SCOPRI LA LINEA  
HAMBURGER



NEI MIGLIORI SUPERMERCATI

[www.aliprandi.com](http://www.aliprandi.com)

# ProSus

Enrico Rossini, direttore commerciale



“Abbiamo da poco ampliato la gamma di hamburger firmati ProSus inserendo due nuove referenze: l'hamburger rustico da 180 grammi e i mini burger patate e rosmarino, che vanno ad affiancarsi all'hamburger da 2x100 grammi presente sin dal lancio della nostra linea premium. Inoltre, abbiamo inserito anche due hamburger nella linea biologica. Con 5 referenze su un totale di 17, l'incidenza di fatturato sul totale è di circa il 15%. Si tratta di un segmento che, dal nostro punto di vista, è in forte crescita e offre prodotti adatti ad un'ampia fascia di consumatori, dai bambini fino agli anziani. In termini di canali di vendita, direi che la Gdo copre il 70%, mentre l'Horeca il 30%. Per un progetto innovativo come il nostro, rivolto soprattutto al consumatore finale, il canale più dinamico è sicuramente la Gdo. Molte le novità del comparto recentemente presentate. A Tuttofood (8-11 maggio), oltre all'ampliamento dell'assortimento già esistente della linea premium, abbiamo lanciato la linea biologica, con caratteristiche innovative e qualitative molto simili alla linea premium. Per quanto riguarda le informazioni sulla confezione e il packaging, l'informazione principale che cerchiamo di veicolare al consumatore finale è la pecu-

liarità della nostra azienda, unica in Italia a vantare una filiera 100% italiana completamente integrata, dai terreni al prodotto finito. Ma sono senz'altro importanti anche i due claim posizionati sul fronte della confezione: 'Senza glutine' e 'Pronti in pochi minuti'”.



## COOPERATIVA PRODUTTORI SUINI PROSUS S.C.A

Nome prodotto

Miniburger di Suino Bio

Breve descrizione prodotto

Confezione da 6 miniburger prodotti con carne di suino bio certificata, nati, allevati e selezionati in Italia. Il confezionamento in vaschetta vacuum skin garantisce una shelf life maggiore rispetto alla confezione tradizionale. I 6 miniburger sono facili e veloci da preparare, sono senza glutine e senza grassi idrogenati.

Ingredienti

Carne di suino\* (85%), acqua, amido di tapioca raffinato\*, sale, fibra di carota\*, aromi naturali.

\*: ingredienti da agricoltura biologica

Peso medio/pezzature

Peso fisso 180 g., n° 6 pezzi da 30 g./cad.

Caratteristiche

Le carni da cui sono prodotti i miniburger Bio ProSus derivano esclusivamente da suini nati ed allevati in Italia in allevamenti certificati (Reg. CE n. 834/2007 e Reg. CE n. 889/2008) da organi di controllo autorizzati. La pezzatura del prodotto e la ricetta lo rendono particolarmente appetibile per i bambini, ma anche per chi desidera un hamburger facile e veloce da preparare, per uno spuntino o per un piatto da personalizzare a piacere, con la garanzia di un prodotto totalmente biologico e tracciabile lungo l'intera filiera produttiva. I miniburger Bio, così come tutti i prodotti ProSus, sono privi di glutine

Confezionamento

Vassoio interno in confezionamento vacuum skin + astuccio esterno in cartotecnica

Tempi di scadenza

14 giorni garantiti al ricevimento.

www.prosus.it



# Turano Group

Francesco Giostra, direttore commerciale



“Da oltre 50 anni, Turano propone al mondo le ricette dell'antica e saggia cultura gastronomica calabrese, che non conosceva sprechi ed esaltava i cibi genuini. Ogni processo di produzione è seguito con la stessa cura di un tempo, tipica di ogni lavorazione artigianale. La sicurezza dei prodotti è garantita dai passaggi attenti di uno stabilimento moderno. Il controllo della filiera e la scelta degli ingredienti sono sicuramente tra i punti di forza dell'azienda. La gamma degli hamburger che offre Industria lavorazione carni (I.L.Car), ramo del gruppo specializzato nella produzione di carni, si divide in 'Classici', 'Farciti', 'Hamburger'. Il settore incide circa il 10% sul totale e negli ultimi mesi abbiamo riscontrato un aumento significativo delle vendite di hamburger, pari a circa il 10%. Questo incremento è stato registrato sia in Gdo che nel canale Horeca, che sono i nostri due canali di riferimento per la distribuzione. Tra i due, direi che l'Horeca è stato il più dinamico. Tra le nostre novità, segnalo soprattutto 'Il Calabrese', hamburger

con tartufo nero del Pollino. Ma stiamo lavorando anche sul packaging: abbiamo messo a punto il confezionamento skin e, più in generale, riportiamo le informazioni in grado di raccontare il territorio calabrese e le sue tante specialità”.



I.L.CAR. S.R.L.

www.ilcarturano.it

Nome prodotto

Il Calabrese

Caratteristiche

Hamburger con carne macinata sceltissima proveniente da bovini nati in Calabria, farcito con caciocavallo e olio calabrese e tartufo nero del Pollino. La caratteristica principale è il suo gusto, deciso, inconfondibile.

Ingredienti

Carne bovina calabrese, caciocavallo e tartufo nero del Pollino, olio.

Peso medio

150 g.

Confezionamento

Atp o skin.

Tempi di scadenza

7 giorni (Atp).

30 giorni (Skin).

www.turanogroup.it

# Gruppo Vercelli

Elisa Rota, business e sales development manager



“La nostra nuovissima gamma di burger si compone di cinque referenze: a marchio ‘Il Vitello di Casa Vercelli’ abbiamo lanciato l’hamburger di vitello al naturale nella versione fresca e congelata, a marchio ‘La Selezione di Casa Vercelli’ è disponibile l’hamburger di bovino al naturale, l’hamburger di bovino alla pizzaiola e, infine, ultimissima novità presentata a Tuttofood 2017, ‘Il Piemontese’, l’hamburger di bovino con carne di razza piemontese.

La linea di burger in skin è una linea completamente nuova per Vercelli Spa, che da più di sessant’anni s’impegna a far conoscere in Italia e nel mondo la vera eccellenza del vitello italiano: i primi hamburger di vitello in skin sono stati inseriti nei banchi delle principali insegne della Gdo a partire da marzo 2017.

Tra i prodotti più recenti, segnaliamo in particolare il nuovo hamburger ‘Il Piemontese’, con carne di razza piemontese di alta qualità, magra e con importanti proprietà nutritive, a marchio ‘La Selezione di Casa Vercelli’. Novità anche per la nuova linea skin pack, che si arricchisce con il nodino, le fettine sottili e l’ossobuco di vitello.

Rispetto al packaging, è ormai noto che sia una leva fondamentale per il marketing dei prodotti alimentari e soprattutto per le carni. Il nostro packaging permette al consumatore di vedere prima di tutto cosa sta comprando: la qualità, la freschezza, il peso, la consistenza e la texture.

La nostra confezione assolve a numerose funzioni, quella informativa in primis. Vincoli di legge, consumatori sempre più consapevoli e un marketing nutrizionale in linea con le esigenze di una alimentazione sana hanno reso, di fatto, le nostre confezioni sempre più simili a ‘info-prodotti’ in cui è possibile trovare tutto

sugli hamburger di Casa Vercelli: dall’apporto calorico alla filiera produttiva; dal free from fino alle modalità di smaltimento; dalla data di scadenza alle informazioni sulle modalità di cottura.

Così, il packaging dei nostri hamburger comunica l’origine delle nostre carni (vitelli nati, allevati e selezionati in Italia dalla famiglia Vercelli), la particolarità della materia prima (solo tagli anatomici interi), le modalità del suo smaltimento, oltre alle altre indicazioni previste dalla normativa. In sintesi, le nostre confezioni intendono soddisfare le caratteristiche di semplicità e sostenibilità. Semplicità, nel caso degli hamburger in skin, significa anche facilità di utilizzo, minor spazio nel frigorifero, maggior protezione della carne. Sostenibilità, nel senso che lo skin pack assume un ruolo fondamentale nel prevenire gli sprechi, e permette di mantenere più a lungo le proprietà organolettiche del cibo, conservandolo al meglio fino a 21 giorni”.



<http://gruppovercelli.it>

## GRUPPO VERCELLI

[www.ilvitellodicavasvercelli.com/it](http://www.ilvitellodicavasvercelli.com/it)

### Nome prodotto

L’Hamburger di Vitello congelato in skin – Il Vitello di Casa Vercelli

### Breve descrizione del prodotto

L’hamburger di vitello congelato di Casa Vercelli è preparato solo con carne di vitelli nati, allevati e selezionati in Italia da Gruppo Vercelli. Una carne che offre qualità nutrizionali e organolettiche di primissimo livello. L’eccellenza dei nostri Hamburger è assicurata fin dall’allevamento che avviene in strutture gestite direttamente dal Gruppo. Gruppo Vercelli, impegnato in una continua evoluzione, mira a migliorare costantemente la qualità dei suoi prodotti attraverso l’introduzione di materiali e sistemi d’avanguardia. Per il lancio della nuova linea di Hamburger, la famiglia Vercelli ha scelto ancora una volta la strada dell’innovazione, adottando lo skin pack, con un sorprendente effetto seconda pelle.

Inoltre, dal momento che il target dei celiaci è costantemente in crescita e aumentano i consumatori che, nonostante non soffrano di questo tipo di problema alimentare, scelgono comunque i prodotti senza glutine all’interno della propria dieta, nella ricetta dei nostri nuovi burger abbiamo deciso di utilizzare solo ingredienti gluten-free.

Infine, abbiamo scelto di lanciare una confezione con due burger (2 x 100 g) con la possibilità di tagliarla a metà ed utilizzare un solo burger alla volta.

### Ingredienti

carne di vitello (origine Italia) 87%; acqua; fibra vegetale; sale; semolino di patata; aromi naturali; destrosio. Può contenere latte.

### Peso medio/pezzature

200 g (2 x 100 g).

### Caratteristiche

Preparazione di carne di vitello congelata pronta a cuocere.

### Confezionamento

Skin pack.

### Tempi di scadenza

18 mesi.

Segue

IX



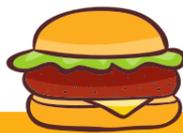
hamburger di manzo, suino, pollo e tacchino ...  
vegetariano e vegano...

solo ricette altamente personalizzate per soddisfare le vostre esigenze



# Lombardia Carni

Mario Solari, titolare



“L’hamburger è un prodotto fortemente dinamico ed attuale. Per questi motivi, la nostra gamma è costantemente in evoluzione e si prefigge di seguire i trend e le richieste dei consumatori più esigenti ed attenti a ciò che vanno ad acquistare.

Oltre al classico hamburger di bovino adulto o di vitello, forniti in varie grammature, la nostra produzione si concentra su prodotti di fascia medio-alta per rendere l’esperienza dell’assaggio di quello che potrebbe sembrare un banalissimo hamburger, un’esperienza gustativa gourmet. Per garantire un prodotto d’eccellenza, il nostro processo produttivo prevede alcune rigorose regole: la giusta materia prima, la temperatura e la rapidità del processo produttivo.

Ogni hamburger viene prodotto in diverse grammature, dai 200 grammi ai piccoli minihamburger ideati per finger food o per cotture rapidissime.

Tra le nostre varietà emergono senza dubbio gli hamburger di Scottona biologica con brand Agrobio, composti da sola carne proveniente da allevamenti ad agricoltura biologica, perfetti per chi segue uno stile di vita sano, attento agli equilibri dell’ambiente che ci circonda ma senza rinunciare alla buona cucina.

Gli hamburger di carni pregiate Igp, sono invece composti da carne di bovino adulto di razze Chianina, Marchigiana e Romagnola, e rappresentano esclusiva selezione dedicata alle razze italiane di

bovini più nobili e apprezzate dai veri intenditori. La qualità è garantita, con certificazione Igp, dal Consorzio di Tutela Vitellone bianco dell’Appennino Centrale, mediante un sistema di vigilanza e controlli unico per le carni italiane e mediante un accordo stretto da diversi anni con l’allevatore che assicura la qualità costante della materia prima.

Un altro brand su cui stiamo puntando molto è Gourmet Burger, nuovissima linea sviluppata da pochi mesi, che attualmente vede tra le proprie varietà due prodotti: i Gourmet Burger – origine Usa e i Gourmet Burger – Origine Australia.

Il Gourmet Burger – origine Usa, presentato alla Grande Distribuzione a marzo 2017 è gustoso e morbido e rappresenta la vera identità statunitense e viene realizzato solamente con carni americane di ottima qualità ed elevata marezatura che garantiscono un sapore deciso in puro stile Usa.

Da pochi giorni è disponibile il nuovissimo Gourmet Burger – origine Australia: un hamburger gourmet realizzato solamente con carni australiane provenienti da bovini allevati al pascolo, per garantire l’autenticità del suo sapore dolce e delicato riconosciuto ed apprezzato in tutto il mondo.

Ci sono poi i Teddy Burger, piccoli hamburger a forma di orsacchiotto, pensati per i bambini e realizzati con carne di vitello.

Grazie alla sua versatilità e al fatto che sia un piatto semplice e veloce da cucinare l’hamburger

è decisamente uno dei prodotti di punta all’interno della nostra gamma prodotti. Lombardia Carni sta investendo risorse sempre maggiori in questo comparto, che riteniamo in fase di significativa espansione.

Nei nostri stabilimenti, per scelta, non utilizziamo sostanze come nitriti e nitrati e altri ingredienti che alterano il gusto vero della carne e che ne diluiscono la composizione. I nostri hamburger sono composti solamente da carne al 100%, senza l’aggiunta di acqua e conservanti. Intendiamo preservare il gusto vero della carne senza alterarne le sue caratteristiche organolettiche di prodotto fresco. Una scelta etica, trasparente e salutare che rispecchia le nuove esigenze che emergono nel settore del food.

Durante il processo di produzione, una semplice macinatura, l’aggiunta di sale e del principio attivo della Vitamina C (che ne limita l’ossidazione), rendono i nostri hamburger una delizia non solo gustosa, ma anche semplice e naturale, senza aggiunta di acqua né conservanti.

Attualmente, le vendite si focalizzano in gran parte sul canale Gdo. Ci pervengono tuttavia crescenti richieste da parte del settore della ristorazione per quanto riguarda la fornitura di hamburger di carni pregiate, di grammatura particolare o con ingredientistica personalizzata.

La Gdo sta avanzando nel corso dell’ultimo pe-

[www.lombardiacarni.com](http://www.lombardiacarni.com) • [www.gourmetburger.it](http://www.gourmetburger.it)

# Carni Ciarniello

Dominik Ciarniello, titolare

“La nostra offerta nel segmento prevede hamburger bovino, hamburger di scottona, hamburger bovino bio, hamburger maremmana bio. Attualmente, in termini di fatturato, siamo quasi all’1%. La proiezione annuale vede un forte incremento, con obiettivo 3% entro il 2018.

L’andamento del prodotto, sia in Italia che all’estero, vede negli ultimi anni un graduale aumento dei consumi. In futuro prevediamo una battuta d’arresto, ma comunque i prodotti che pongono maggiore attenzione alle qualità, all’ambiente e al packaging, manterranno la quota di mercato.

In termini di canali di distribuzione, il normal trade incide per il 20%, i grossisti per il 35%, mentre Gd e Do valgono il 45%. Tra questi, direi che il canale specializzato e Gd-Do sono quelli che si mostrano più dinamici.

Negli ultimi anni la nostra azienda ha effettuato notevoli investimenti per innovare le tradizionali linee di prodotto. Infatti, proprio nell’ultima edizione di Tuttofood abbiamo presentato una gamma completa di prodotti biologici e una linea di specialità di ovino pronti da cuocere, entrambi in confezione skin, per garantire una shelf life fino a tre settimane senza aggiunta di conservanti, ponendo particolare attenzione alla comunicazione in etichetta.

Le informazioni che vengono maggiormente messe in evidenza sono: tipologia di carni e metodo di lavorazione, selezione delle carni, consigli sulla conservazione, confezionamento e cottura, tracciabilità e valori nutrizionali oltre a tutte le informazioni obbligatorie”

[www.carniciarniello.com](http://www.carniciarniello.com)



## RS 2002 M: la qualità assoluta per l’insacco della Mortadella

L’insaccatrice elettronica Risco modello RS 2002 M è stata studiata appositamente per la produzione di mortadella e altri prodotti emulsionati.

L’insaccatrice è caratterizzata dal processo di doppia estrazione del vuoto, effettuato sia sull’elica di alimentazione che sulla pompa di insacco.

Il risultato è un prodotto finale di qualità superiore, nel sapore e nella presentazione. Il particolare sistema di alimentazione

inoltre assicura una distribuzione perfetta e uniforme del lardello.

Principali vantaggi:

- Caratteristiche principali:
- Totale assenza di aria dal prodotto finale
- Maggiore shelf life
- Massima compattazione e densità di prodotto
- Insacco delicato anche ad elevate pressioni
- Processo continuo senza interruzioni
- Ottimo controllo del peso delle porzioni

Risco promuove



Partner in your success

Risco SpA  
36016 Thiene (VI) Italy | Via della Statistica, 2 | Tel. +39 0445 385.911 | Fax +39 0445 385.900 | [risco@risco.it](mailto:risco@risco.it)

riodo, delle richieste di studio e realizzazione di prodotto sempre più esclusivo, di qualità e ricercato, sia in termini di composizione sia in termini di qualità della materia prima. Questo ci fa pensare che le necessità e le richieste del consumatore stiano facendo sempre più attente.

Anche il packaging gioca un ruolo fondamentale. La normativa prevede il diritto del consumatore di avere a disposizione diverse informazioni in etichetta: oltre al peso del prodotto, alla data di produzione e alla data di scadenza, sull'etichetta viene indicata la tabella nutrizionale e tutti i dati di tracciabilità: ciò significa che per ogni prodotto viene indicato dove il capo è nato, dove è stato allevato, macellato e lo stabilimento di produzione del prodotto finito.

Per le preparazioni di carne la normativa non prevede l'obbligatorietà dei dati di tracciabilità: tuttavia, per scelta aziendale sono comunque indicati in etichetta come informazione facoltativa, per garantire massima trasparenza nei confronti del consumatore. Vengono indicati gli ingredienti e le modalità e temperature di conservazione. È nostra premura, inoltre, indicare anche dei suggerimenti di cottura o preparazione, se il prodotto ha particolari caratteristiche o certificazioni, rimandando sempre al nostro sito internet, dove il consumatore può approfondire le caratteristiche del prodotto acquistato".



**LOMBARDIA CARNI**

**Nome prodotto**  
Gourmet Burger – Hamburger di Bovino adulto – origine Australia

**Breve descrizione prodotto**  
Direttamente dalla 'Terra dei Canguri', un hamburger gourmet che rappresenta il vero carattere australiano.

**Ingredienti**  
Carne di bovino adulto 98,7%, sale, antiossidanti: E301, E300.

**Peso medio/pezzature**  
2x150 g. – 300 g. ogni confezione

**Caratteristiche**  
Realizzato solamente con carni australiane provenienti da bovini allevati al pascolo, per garantire l'autenticità del suo sapore dolce e delicato riconosciuto ed apprezzato in tutto il mondo.

**Confezionamento**  
Confezionato in atmosfera protettiva.

**Tempi di scadenza**  
6 gg. dal confezionamento.



Segue  
XI



## A SCAFFALE

### Cambia il mercato, cambiano gli assortimenti

È proprio uno strano caso quello degli hamburger. Se già la loro storia gastronomica, un lungo viaggio per mare lungo le rotte dell'emigrazione, dal Nord Europa, dove sono nati, agli Stati Uniti, dove sono esplosi, e ritorno, in forma di cibo simbolo dell'America a 'stelle e strisce', è senza dubbio curiosa, altrettanto lo è il loro destino in fatto di consumi. Un caso che può senza dubbio fare scuola nelle strategie di marketing per il settore, in un complesso panorama come quello attuale, soprattutto in tema di carne e, più in generale, di proteine animali. La mitica polpetta di carne macinata e pressata, la svizzera per dirla all'italiana, resiste infatti alla crisi economica, ai tanti venti contrari al consumo di carne, soprattutto rossa, e al calo di prezzi e remuneratività. Una rivincita cominciata, forse, dall'Horeca. Nel variegato panorama italiano della ristorazione, in tutte le più modaioli declinazioni, ad un certo punto hanno iniziato a fare capolino le hamburgerie. Ed è così che da simbolo indiscusso del fast food, e come tale assimilato al cibo 'spazzatura', l'hamburger comincia a conquistare piatti più eleganti, che si sostituiscono alle classiche scatoline di cartone, abbinamenti con pregiati formaggi, salumi, verdure, salse e condimenti, e location appropriate a un'offerta gourmet. Senza dubbio c'è un consumatore che non ha mai abbandonato questa preparazione: i bambini. Ma oggi i loro genitori ne consumano altrettanto, se non di più. Nel silenzio dei scaffali, nonostante il frastuono assordante di quanti invitano a non mangiare carne rossa, attribuendole qualsiasi effetto negativo sulla salute, amplificato dall'allarme lanciato nel 2015 dall'Oms, poi molto ridimensionato, gli hamburger hanno condotto la loro battaglia per tornare protagonisti del carrello degli italiani.

#### La riscossa

Ma quali sono stati i segreti di questa autentica riscossa? Tanti, sicuramente molti di questi legati a know how e innovazione. Ecco così comparire packaging molto curati, con codici colore che richiamano proprio i prodotti gourmet e alto di gamma, e soluzioni in skin o sottovuoto per migliorare sia la conservabilità, sia le caratteristiche organolettiche e la presentazione del prodotto, che appare molto più invitante e suggerisce l'idea di 'appena fatto'. Senza dubbio sul packaging si sono concen-

trati molti degli sforzi delle aziende. Accanto a questo, anche lo storytelling ha giocato la sua parte. Difficilmente oggi un hamburger viene proposto senza una caratterizzazione geografica, come 'made in Usa', oppure legata alla razza pregiata con cui è realizzato, come ad esempio 'di scottona piemontese', oppure 'di razza chianina' o ancora di 'Black Angus'. Caratterizzare la carne macinata con cui viene prodotto l'hamburger con una provenienza territoriale e una qualità percepita come molto alta dal consumatore, sono due driver fondamentali per la costruzione dell'identità di questo prodotto, che hanno consentito il salto di qualità, insieme ovviamente alle ricette, alle clean label e ad una macinatura della carne più consistente e adatta alla preparazione dell'hamburger perfetto. La certificazione, l'origine, il nome: tutti questi elementi contribuiscono al nuovo marketing della carne che è fondamentale per emergere dal mercato. D'altronde, la tendenza oggi è sempre più netta: si mangia meno carne, ma si cercano prodotti di qualità. E non è certo un caso che la dicitura utilizzata per le polpette vegetali, nonostante le contrarietà espresse dall'associazione europea che rappresenta l'industria della trasformazione della carne, sia 'hamburger': aiuta a marginare, e infatti il prezzo delle polpette vegetali è talvolta notevole, strizza l'occhio al consumatore gourmet e cavalca un trend molto attuale, pur declinandolo in salsa vegana.

#### La risposta del retail

Il retail italiano, ovviamente, ha colto in fretta il cambio di passo degli hamburger. Tanto da modificare il reparto carni per offrire sempre più spazio e visibilità a questo prodotto, valorizzandolo quanto più possibile nel punto vendita. Ecco quindi vasche e lineari dedicati agli hamburger gourmet, differenziati dall'esposizione di quelli più classici o realizzati con carni diverse da quella bovina, con aggiunta di altri prodotti indispensabili per preparare l'hamburger. Fettine, salse e pane da imbottire hanno fatto quindi la loro comparsa direttamente nel reparto carni. E l'ormai classico 300 grammi di alta qualità è diventato un cavallo di battaglia anche per la Mdd. Chissà se lo hanno mai immaginato quanti si imbarcavano ad Amburgo sognando l'America che quella polpetta avrebbe cambiato il mondo?



## Amadori



Fondato a San Vittore di Cesena oltre 40 anni fa, Amadori è oggi uno dei principali player del comparto agroalimentare italiano e vanta una forte specializzazione nel settore avicolo. L'azienda, che conta sulla collaborazione di oltre 7.400 lavoratori ed è presente sul territorio nazionale con stabilimenti industriali, filiali e agenzie, ha chiuso il 2016 con un fatturato di 1,206 miliardi di euro.

Alla base del successo di Amadori c'è la decisione di gestire direttamente l'intera filiera integrata, con un controllo approfondito e certificato di tutte le fasi produttive: dalla selezione delle materie prime alla gestione di allevamenti, incubatoi, mangimifici, passando per i processi di trasformazione, confezionamento e distribuzione. La gamma dei prodotti realizzati da Amadori è estremamente ampia e variegata, nonché attenta ai più moderni trend alimentari e alle esigenze espresse dai consumatori moderni. Ne è un esempio anche la vasta selezione di hamburger disponibile, che include prodotti ready-to-eat e ready-to-cook oltre a ricette particolari e adatte anche ai consumatori con specifiche esigenze alimentari.

Fa parte della linea 'Il Campese' l'hamburger realizzato con carne di polli allevati all'aperto senza l'uso di antibiotici, liberi di razzolare all'aperto dall'alba al tramonto, in ampi spazi recintati e ricchi di vegetazione. Una gamma di prodotti pensata per il largo consumo e ideale per famiglie moderne, attente ai più attuali trend di mercato e in cerca di alta qualità e contenuto di servizio. Gli hamburger sono disponibili nel formato da 160 grammi e sono pronti dopo 10

minuti di cottura in padella.

Fa invece parte della linea degli Impanati il Gran Burger da 280 grammi (2X140 g), con panatura extra croccante e uno spessore più alto delle normali cotolette. Tra i principali plus qualitativi, il fatto di essere realizzato con carne macinata di pollo 100% italiana, senza glutammato monosodico e senza olio di palma. Questo prodotto è disponibile anche nella versione Gran Burger Extra, con una farcitura a base di speck e formaggio cheddar. Tra le specialità crude figurano invece i più tradizionali Hamburger alla Mediterranea (un gustoso hamburger di tacchino e pollo con pomodori olive e origano), il Classico (con carne di tacchino), il Delicato (con carne di pollo), l'Hamburger alle Erbette (con carne di tacchino ed erbe aromatiche), e il Gustoso (realizzato con carne di tacchino e suino). Cereali, verdure e legumi sono invece gli ingredienti principali dei nuovi Hamburger con verdure. Ricchi di fibre e pronti in padella in soli due minuti, sono disponibili in due diverse versioni: Hamburger con verdure quinoa e filetti di pollo, nel formato da 190 grammi; e Mini Hamburger con verdure e filetti di pollo con panatura di carota, nel formato da 200 grammi.

Inoltre, la gamma dei prodotti Amadori per celiaci, segnalata nel Prontuario degli alimenti a cura dell'Associazione italiana celiachia (Aic), unisce la qualità del marchio Amadori alla garanzia di sicurezza per chi deve seguire un'alimentazione priva di glutine. Nel comparto hamburger, fanno parte di questa selezione gli Hamburger alla Mediterranea, Classico, Delicato, alle Erbette, Gustoso e con Speck.

#### AMADORI

##### Nome prodotto

Hamburger di tacchino e pollo alla Mediterranea

##### Breve descrizione prodotto

Nuova referenza lanciata nel mese di febbraio, questo hamburger è prodotto con carne di tacchino e pollo italiani al 100%, con l'aggiunta di pomodori, olive e origano. Pronto da cuocere direttamente in padella con un filo d'olio, oppure alla griglia. Come tutta la gamma degli hamburger Amadori, anche questo è senza glutine e fonte di iodio.

##### Peso medio/pezzature

Confezione da 204 g (2 hamburger).

##### Caratteristiche

Carne di tacchino e pollo nati, allevati e macellati al 100% in Italia. Gli hamburger possono essere cotti in padella in 10 minuti. La cottura alla griglia è di circa 6 minuti.

##### Tempi di scadenza

Shelf life: 9 giorni.



# Centro Carni Company



Centro Carni Company, storica azienda con sede a Tombolo, in provincia di Padova, è presente nel comparto hamburger con la linea Burger Gourmet You&Meat, ufficialmente presentata circa un anno fa, nel corso dell'ultima edizione 2016 di Cibus. Si compone di varie referenze, suddivise a seconda della materia prima utilizzata: scottona, Aberdeen Angus Sired allevato in Irlanda e in Italia, Chianina, Piemontese e Biologica. Il prodotto viene realizzato utilizzando il quarto anteriore e, in diversi casi, anche da tagli di posteriore. Lavorazione e origine vengono seguite con particolare attenzione. L'Aberdeen Angus, per esempio, viene importato vivo e la macellazione avviene nelle vicinanze dello stabilimento, in modo da seguire al meglio l'intero ciclo produttivo. La pulizia dell'etichetta e il rispetto delle intolleranze alimentari hanno guidato la

scelta degli ingredienti: sono prodotti senza conservanti, che contengono solo aromi naturali e che rispettano le esigenze di tutti i consumatori. Sono infatti senza glutine, come certificato dal marchio del marchio Spiga barrata, presente sulla confezione. La scelta del packaging è coerente con il posizionamento alto di gamma della linea: vengono confezionate una per una in darfresh, naturalmente fresche, con una shelf life di 21 giorni. I vantaggi di questo packaging sono comunicati in etichetta, insieme ad altre informazioni, come le modalità di cottura. E grazie a un Qr code vengono anche suggerite gustose ricette e informazioni interessanti sul prodotto. Inoltre, l'azienda offre anche il burger di vitello con spinaci e il black Angus americano. Tra i canali di distribuzione, resta preponderante quello della Gdo.

## CENTRO CARNI COMPANY

### Nome prodotto

You&Meat Burger Gourmet

### Breve descrizione del prodotto

Selezione di carni ricercate e certificate (razze particolari come Aberdeen Angus Sired allevato in Irlanda e in Italia, Black Angus Usa, Piemontese, Chianina, Scottona, Biologico e Vitello con Spinaci) senza conservanti, gluten free.

### Ingredienti

85% carne bovina macinata, acqua, sale, fiocco di patate, fibra vegetale, aromi naturali, spezie, antiossidanti: acido ascorbico.

### Peso medio/pezzature

100 g, 180 g. e 200 g. in base alla tipologia.

### Caratteristiche

Prodotto senza conservanti, gluten free.

### Confezionamento

Darfresh.

### Tempi di scadenza

21 gg. di durata; 15 gg. garantiti alla consegna.

[www.centrocarnicompany.com/it](http://www.centrocarnicompany.com/it) • [www.youandmeat.com](http://www.youandmeat.com)

Segue

XIII

## L'HAMBURGER DI VITELLO

# UN HAMBURGER COSÌ NON L'HAI MAI PROVATO.



Prova il sapore unico di un hamburger preparato solo con carne di vitelli nati, allevati e selezionati in Italia dalla famiglia Vercelli, che da più di sessant'anni s'impegna a far conoscere in Italia e nel mondo la vera eccellenza del vitello italiano.

**GUSTALO AL NATURALE.  
SCOPRIRAI LA DIFFERENZA.**

SENZA GLUTINE



SOLO CARNI DI PREGIATI VITELLI  
NATI, ALLEVATI E SELEZIONATI  
IN  
ITALIA

[ilvitellodicavasvercelli.com](http://ilvitellodicavasvercelli.com)  
[consumatori@ilvitellodicavasvercelli.com](mailto:consumatori@ilvitellodicavasvercelli.com)

# Inalca (marchio Montana)



Inalca è leader in Italia e tra i maggiori player in Europa nel comparto delle carni bovine, oltre a essere tra i primi operatori italiani nel settore dei salumi e degli snack. L'azienda opera in posizione di leadership nelle attività di distribuzione di prodotti alimentari al foodservice, con proprie piattaforme logistiche in diversi Paesi emergenti. Tra i punti di forza dell'azienda c'è la sua capacità di presidiare l'intera filiera produttiva delle carni bovine, dall'allevamento al prodotto finito. Tutti gli stabilimenti utilizzano moderne tecnologie di produzione e innovativi sistemi di sicurezza che consentono all'azienda di essere all'avanguardia nelle metodologie di controllo, nei programmi di filiera e nei processi di identificazione ed etichettatura delle carni. L'ubicazione strategica degli impianti di macellazione nel cuore della Valle Padana, dove si concentra il 75% del patrimonio zootecnico italiano, rappresenta un significativo vantaggio competitivo. Sul fronte dell'assortimento, Inalca produce e commercializza una gamma completa di carni bovine, fresche e surgelate, confezionate sottovuoto e in atmosfera protettiva, elaborati pronti, carni in scatola ed estratti di carne. Per un totale di oltre 550mila tonnellate

di carne trasformate e commercializzate ogni anno, di cui 100mila tonnellate solo di hamburger. Un comparto oltremodo strategico per l'azienda, che rifornisce le maggiori catene internazionali di ristorazione veloce e gli operatori più importanti del catering e del retail. Tutte le carni vengono sottoposte a sistematici controlli merceologici, sanitari e di laboratorio in conformità al sistema Haccp, per assicurare integrità e salubrità del prodotto.

Inalca è operativa nel settore hamburger soprattutto con lo storico brand Montana. Il marchio opera con tre diverse business unit: carne fresca, elaborati freschi e surgelati. Negli ultimi due comparti, l'hamburger rappresenta quasi la totalità dell'offerta. La gamma comprende diverse tipologie di prodotto: il superburger di bovino da 250 grammi, con il 92% di carne bovina, i miniburger di vitello in confezione da sei, l'hamburger 'Maxxi', con il 91% di carne di bovino, gli hamburger classici, l'hamburger allo speck, al formaggio, agli spinaci, alla cipolla, alla pizzaiola e altri ancora. Tra i prodotti surgelati di carne bovina, l'azienda offre gli hamburger gourmet, gli hamburger naturali, gli hamburger con bacon e gli hamburger leggeri.

## INALCA (MARCHIO MONTANA)

### Nome prodotto

Superburger di bovino

### Breve descrizione prodotto

Il Superburger 250 g - extra size Montana presenta una ricetta semplice, gustosa e senza glutine. L'innovativa confezione skin allunga i tempi di conservazione ed è completamente riciclabile.

### Ingredienti

Carne bovina 92%, acqua, sale iodato, aromi. Correttori di acidità: acetati di sodio, citrati di sodio. Antiossidante: acido ascorbico; destrosio.

### Peso

medio/pezzature  
250 g

### Confezionamento

La confezione skin permette di allungare i tempi di conservazione. Mantiene invariate le caratteristiche organolettiche del prodotto. Riduce gli spazi di ingombro in frigorifero.

### Tempi di scadenza

19 gg.



[www.inalca.it](http://www.inalca.it) • [www.montanafood.it](http://www.montanafood.it)

# Martini Alimentare

Fabrizio Goracci, direttore commerciale

"La gamma di hamburger Martini è uno dei fiori all'occhiello della produzione aziendale. Da sempre, questa gustosa ricetta è stata declinata dagli chef Martini in diverse modalità e con differenti tipologie di carne: dal suino al pollo, passando per il coniglio e infine la novità di quest'anno, ovvero la carne di vitello. È fondamentale però tenere sempre come punto di riferimento le esigenze e i gusti dei consumatori, che si evolvono nel tempo e desiderano provare sapori sempre nuovi. Ecco perché sono stati creati hamburger di suino con cipolla, con prosciutto, con radicchio e speck o con spinaci. Anche la linea Martini Delight, pensata per chi vuole coniugare gusto e leggerezza, può contare su un hamburger di solo pollo, con il 40% di grassi in meno e il 30% di sale in meno, nonché gluten free. Nella linea Martini Quando Vuoi troviamo invece il Best Burger: hamburger di solo pollo, reso particolarmente gustoso da una croccante panatura. Il comparto incide per circa il 25% delle vendite di tutti gli elaborati freschi. Il segmento ha fatto registrare un andamento assolutamente positivo, dal momento che abbiamo riscontrato un 5% in più di movimento rispetto al periodo corrispondente nel 2016. Per il 95% le nostre vendite di hamburger avvengono nel canale distributivo moderno, che sta avendo un andamento molto dinamico. Tra le novità, dopo i Mini Burger, in cui la più prelibata carne di suino si sposa con tanti ingredienti e salse d'accompagnamento, quest'anno Martini ha presentato una nuovissima linea di sola carne di vitello, che è leggera, nutriente e adatta a tantissime ricette. Fra i prodotti di questa linea, troviamo anche i mini hamburger panati accompagnati da una succosa salsa chili e mango. L'ideale per tante occasioni: da spuntini con gli amici a cene veloci e gustose. Modalità di preparazione e proprietà nutrizionali sono sempre fondamentali per ogni ricetta: Martini è sempre attenta a fornire tutte le informazioni che possono rendere ancora più facile la scelta dei consumatori, oltre naturalmente all'elenco degli ingredienti previsto dalla normativa".

## MARTINI ALIMENTARE

### Nome prodotto

I Mini Burger

### Breve descrizione prodotto

La più prelibata carne di suino si sposa con diversi ingredienti e salse d'accompagnamento. I Mini Burger sono i protagonisti ideali di un aperitivo o una cena su misura per tutti, anche chi soffre di celiachia: i mini hamburger Martini sono gluten free, ma sempre ricchi di gusto.

### Peso medio/pezzature

210 g.

### Caratteristiche

Disponibili in tre differenti gusti:

Classici: il ricco sapore della selezionata carne di suino Martini si esalta con la stuzzicante, fresca salsa di curry e yogurt.

Tex Mex: racchiudono tutto il gusto della cucina messicana grazie a paprika e cipolla e sono accompagnati da una cremosa salsa di cheddar e jalapeño.

Gusto Agrumi: l'aroma agrodolce e frizzante di lime e arancia di questi mini hamburger trova la sua perfetta armonia con la salsa di chili e mango.

### Confezionamento

Vassoio trasparente in Top seal.

### Tempi di scadenza

Shelf life: 9 gg.



LINEA  
HAMBURGATRICI  
AUTOMATICHE  
REFRIGERATE

modelli da  
1.000 pcs/h a  
4.000 pcs/h  
LA PERFEZIONE  
in un ingombro ridotto.

Since 1945  
MADE IN ITALY

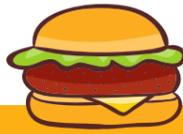


[www.minervaomegagroup.com](http://www.minervaomegagroup.com)  
laminerva@aminerva.it

[www.martinalimentare.com](http://www.martinalimentare.com)

# Centro Carne

Marino Nardinocchi



“La linea per la produzione di hamburger da noi definita Best Quality si basa su un connubio perfetto tra le ricette della tradizione e tecnologie avanzate di trasformazione del prodotto. Le migliori razze italiane Marchigiana, Chianina (solo capi aderenti al disciplinare di produzione del Consorzio di Tutela Igp Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale) e Piemontese, accompagnate dall'eccellenza delle carni Irlandesi, Black Angus, ne costituiscono la materia prima. Vengono macellate solo scottone, ossia giovani femmine di 14/16 mesi, pertanto sono due i punti che rendono questi prodotti eccellenti: la razza e le caratteristiche dell'animale. Un discorso a parte merita il nostro hamburger di sola Scotttona. I capi che macelliamo, provenienti dalla Cooperativa Zootecnica Scaligera con cui da anni collaboriamo, sono allevati e ingrassati presso le loro stalle, liberi in recinto nel pieno rispetto del loro benessere. Vengono sottoposti a rigidi controlli sull'alimentazione basata su foraggi e cereali. La materia prima eccellente e una lavorazione accurata, solo con primi tagli de-nervati e con l'aggiunta di ingredienti naturali, hanno come risultato una linea di hamburger di altissima qualità. Non solo. Per i palati più raffinati offriamo la linea di Hamburger Buono Qsci, che ha un sapore unico perché unica è la sua ricetta. Essa nasce grazie alla collaborazione esclusiva con lo chef Luca Montersino il quale ha messo in primo piano tre punti fondamentali: salute,

gusto e qualità. Lo chef, prima di firmare e “mettere la faccia” su questo prodotto, ci ha prima voluti conoscere e ha sperimentato con noi per più di un anno questa ricetta. L'hamburger Buono Qsci è un preparato a base di carne di Scotttona selezione 100% Italia, proveniente dalla lavorazione diretta della mezzena, che vede l'aggiunta di un mix di 22 spezie ne rendono il gusto e il sapore inconfondibile. Dagli ultimi dati che abbiamo, il comparto hamburger copre un fatturato di circa il 10 % sul totale. E proprio negli ultimi mesi la richiesta di questi prodotti ha preso letteralmente il volo. I nostri canali di vendita attualmente riguardano per lo più catering e la Gdo a livello nazionale; presto ci espanderemo anche all'estero, dove la richiesta è maggiore per via della nostra eccellente materia prima. In particolare, la nostra linea di hamburger surgelati delle diverse razze è richiesta molto nei canali Horeca e Gdo; mentre il fresco è richiesto soprattutto dalla Grande distribuzione. Tra le varie referenze, l'hamburger Buono Qsci preparato con ingredienti naturali, senza conservanti e ulteriori additivi e l'hamburger di razza Marchigiana, legato più di tutti al nostro territorio; sono i prodotti che stanno avendo maggiore riscontro sul mercato. Passando alle novità di prodotto, in occasione di Tuttofood abbiamo presentato la nostra linea Best Quality, con hamburger confezionati in skin: una tecnica che si basa sull'applicazione di una pellicola plastica ter-

moretraibile a contatto con il prodotto e con la base su cui è sistemato, solitamente di cartoncino o materiale plastico, utilizzando la tecnologia del sottovuoto e della termosaldatura per sigillarlo. Il film rimane perfettamente aderente all'alimento ed è in grado di conservarlo, proteggerlo ed eliminare ingombranti imballaggi. La comodità di utilizzo, una shelf-life adeguata (dai 15 ai 21 giorni) e l'attenzione all'ambiente nel processo produttivo dell'alimento e del packaging sono le motivazioni principali che spingono il mercato di oggi verso questa nuova tecnologia. Il sottovuoto permette il raggiungimento dell'anaerobiosi ambientale, proteggendo l'alimento dalla naturale degradazione dovuta all'ossigeno e dallo sviluppo di batteri patogeni ed alteranti e, nel caso specifico della carne, favorisce la crescita dei batteri lattici presenti su di essa, formando aromi gradevoli e migliorandone il gusto, prolungando il processo naturale di frollatura. Sempre a proposito di packaging, in etichetta mettiamo in evidenza che i capi macellati sono esclusivamente scottone e che i nostri hamburger contengono il 95% di carne bovina selezionata, senza glutine. A garantire la conservazione del prodotto è sicuramente un processo produttivo altamente tecnologico: surgelazione con tecnologia IQF, tecnologia skin. Infine, il gusto inconfondibile dei nostri prodotti viene testato attraverso degustazioni e manifestazioni truck food per mezzo di un Ape car di nostra proprietà”.



## CENTRO CARNE

### Nome prodotto

Hamburger di Scotttona Buono Qsci

### Breve descrizione prodotto

Hamburger surgelato di Scotttona (95% di carne bovina) prodotto in collaborazione con lo chef Luca Montersino. La carne proviene da animali liberi di origine italiana, sottoposti a rigorose tecniche di allevamento, eccellenti valori nutrizionali e con la giusta marezzatura.

### Ingredienti

Carne di bovino adulto 95% (Scotttona), farina di soia, bietola rossa in polvere, burro di cacao, sale, aromi, spezie.

### Peso medio/pezzature

30 g. (mini-hamburger) o 100 g.

### Confezionamento

Scatola da 4-6-20-36 pezzi (hamburger da 100 g.)

Scatola da 120 pezzi (mini-hamburger da 30 g.)

### Tempi di scadenza

18 mesi, conservare a -18°C.

[www.centrocarne.com](http://www.centrocarne.com)

Segue

XV



*I nostri hamburger sono di sola carne 100% italiana*

## PER NOI LA QUALITÀ VIENE PRIMA DI TUTTO.

Da più di trent'anni portiamo sulla tavola degli italiani solo ed esclusivamente carne suina italiana di altissima qualità. Per i nostri allevatori è una questione di tradizione e passione. La provenienza delle nostre carni è garantita, i nostri suini sono tutti nati ed allevati in Italia, nelle aziende agricole dei nostri soci. Dai campi alla tavola, una filiera produttiva sempre garantita in ogni fase dell'allevamento e della lavorazione. Siamo una grande filiera: Tante famiglie, un'unica passione.



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

**HAMBURGER DI CARNE FRESCA - Dimensioni e trend del mercato**

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - AT Maggio 2017

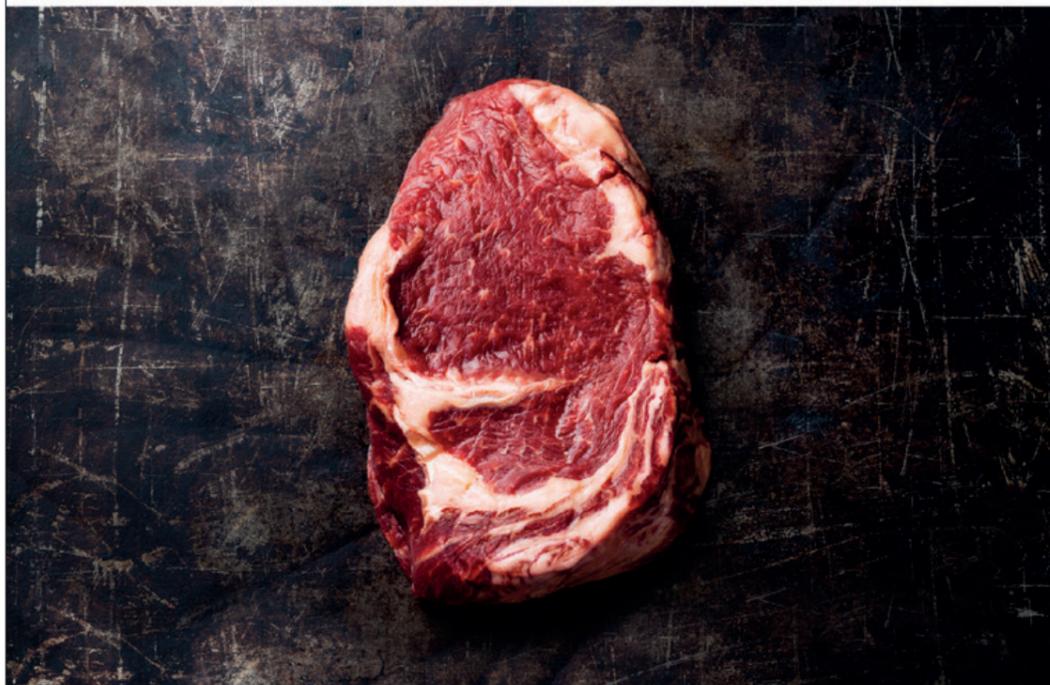
	VENDITE IN VOLUME	VAR. % VENDITE IN VOLUME SU ANNO PRECEDENTE	VENDITE IN VALORE	VAR. % VENDITE IN VALORE SU ANNO PRECEDENTE
<b>HAMBURGER DI CARNE FRESCA - Dimensioni e trend del Mercato</b>	13.793.283	5,7	130.942.507	11,3
Bovina	4.809.825	25,5	59.442.722	32,4
Tacchino	4.092.409	-4,6	30.047.819	-6,2
Pollo	3.056.128	-6,4	25.762.291	-1,2
Suina	910.377	10,6	6.821.648	9,2
Coniglio	193.152	3,8	3.166.439	1,9
Altre Carni e Carni Miste	731.392	12,2		7,9

**HAMBURGER DI CARNE FRESCA - Allocazione nei canali e nelle aree**

AT Maggio 2017

	VENDITE IN VOLUME	SALES LOCATION IN VOLUME	VENDITE IN VALORE	SALES LOCATION IN VALORE
<b>Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)</b>	<b>13.793.283</b>	<b>100,0</b>	<b>130.942.507</b>	<b>100,0</b>
Nord-ovest Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	5.464.755	39,6	52.073.833	39,8
Nord-est Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	3.387.864	24,6	35.332.276	27,0
Centro + Sardegna Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	2.893.502	21,0	28.474.455	21,7
Sud Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	2.047.157	14,8	15.061.960	11,5
LSP	1.847.697	13,4	18.425.264	14,1
Supermercati	8.699.247	63,1	82.951.515	63,3
Ipermercati	3.246.323	23,5	29.565.741	22,6

Fonte: Iri



Quanto ne sa il vostro software di carne?

Il nostro davvero tanto.

Processi specifici di settore, integrazione di macchine e impianti, monitoraggio e reporting, rintracciabilità, ottimizzazione ricette, gestione qualità e molto altro. CSB-System è il software aziendale per il settore Carne. La soluzione completa comprende ERP, FACTORY ERP® e MES e include già i Best Practice Standards.



VENITE A TROVARCI!

 7-11 ottobre 2017  
 Colonia, Germania  
 Pad. 7.1, Stand B090

Siete curiosi di sapere esattamente perchè i leader del settore si affidano al CSB-System?

 CSB-System S.r.l.  
 Via del Commercio 3-5 | 37012 Bussolengo (VR)

 Tel.: +39-045 890 55 93 | Fax: +39-045 890 55 86  
 info.it@csb.com | www.csb.com

**HAMBURGER DI CARNE FRESCA - Ranking dei produttori a valore**

 Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)  
 AT Maggio 2017

**Mercato. I primi tre produttori coprono a valore il 40,3% del mercato**

- 1 - Gruppo Veronesi (AIA) PL: 35,7%**
- 2 - Amadori**
- 3 - Inalca**

Fonte: Iri

