

L'EVENTO

Alle pagine II e III

Carne: nel segno della sostenibilità



Una due giorni, organizzata dall'Università di Padova e da Embrapa, ente agrozootecnico di ricerca del Brasile. Al centro la sfida di nutrire il pianeta senza impoverirlo. Con metodi e soluzioni innovative, efficienti e virtuose.

HAMBURGER MANIA



In Italia il settore gode di buona salute. Secondo i dati diffusi da Iri, nell'anno terminante ad aprile 2018, il prodotto fresco ha registrato una significativa crescita delle vendite. Molteplici i plus che lo caratterizzano: qualità, carni selezionate, velocità di preparazione. Per soddisfare le esigenze dei consumatori moderni, l'industria punta ora sul surgelato e sulla materia prima da razze pregiate.

Da pagina VI a pagina XIII

L'AZIENDA

Alle pagine IV e V

EFFESALUMI: PRODOTTI DI 'GRAN FILIERA'

Spiedini, arrosticini, gustarelle e trottole sono alcune delle proposte che la società realizza con carne selezionata 100% da suino italiano. Gli elevati standard qualitativi, l'artigianalità della lavorazione, l'utilizzo di avanzate tecnologie e l'alto contenuto di servizio sono le caratteristiche che permettono a questa realtà di essere fortemente competitiva sul mercato e apprezzata dai consumatori.



ALIMENTANDO

IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE

WWW.ALIMENTANDO.INFO

Carne: nel segno della sostenibilità



I partecipanti italiani e brasiliani al convegno dell'Università di Padova

Una due giorni, organizzata dall'Università di Padova e da Embrapa, ente agrozootecnico di ricerca del Brasile. Al centro la sfida di nutrire il pianeta senza impoverirlo. Con metodi e soluzioni innovative, efficienti e virtuose.

Questa volta, il fischio d'inizio non è risuonato in uno degli stadi dove si giocano i Mondiali 2018, sotto lo sguardo glaciale di Vladimir Putin, ma nei corridoi del Campus di Agripolis, all'Università di Padova, circondato da fattorie didattiche ed ettari di terreni, dove Italia e Brasile hanno cominciato a giocare una partita di grande importanza per i destini alimentari del mondo. "Vogliamo che questo meeting diventi un tavolo fisso di confronto fra ricercatori e imprese dei due Paesi", ha spiegato il moderatore Martino Cassandro, professore ordinario di produzioni animali e tra i principali organizzatori dell'evento. Sono stati infatti produzione di carne e sostenibilità gli argomenti del road show-convegno organizzato dall'Università di Padova e da Embrapa Brasil, che si è tenuto il 25 giugno a Castelfranco Veneto e il 26 giugno presso l'ateneo padovano, con il sostegno del Gruppo Brazzale. Al centro della due giorni, che ha ulteriormente cementato la collaborazione fra i due enti in Italia e Brasile, sono stati i sistemi di produzione sostenibili di carne nel Paese sudamericano, con l'obiettivo di capire, attraverso un approccio olistico, quali possano essere le connessioni e le applicazioni con i metodi di allevamento diffusi in Europa e in Italia. Tra i tanti qualificati relatori, alcune personalità di spicco come Cleber Oliveira Soares, direttore esecutivo dell'Embrapa, ente agrozootecnico brasiliano con più di 20 centri di ricerca; Fabiana Villa Alves, responsabile Gado de Corte Embrapa Campo Grande; Roberto Giolo, Gado de Corte Campo Grande e responsabile del Progetto-Standard Carne Carbono neutro; Alysson Paolinell, presidente del Form do Futuro Institute ed ex ministro dell'Agricoltura del Brasile; Viviane Romeiro, del Wri Brasil; Sergio Zelaya, del Climate-Biodiversity department Faq; Moacir Reis, allevatore; Ricardo Secchis, anche lui fazendeiros, e Piercristiano Brazzale. Che, insieme a Vittorio Maronese, segue il progetto Silvi Pastoril del Gruppo Brazzale in Brasile, nella regione del Mato Grosso do Sul, che con il pascolo riforestato realizza un modello innovativo e sostenibile per la produzione di carne. A chiudere la due giorni, una cena organizzata nella meravigliosa Villa Tretti-Brazzale, a Campodoro (Pd), preceduta da un concerto per pianoforte e archi dell'ensemble musicale guidato da Alberto Brazzale.

Lo sviluppo sostenibile dei sistemi produttivi

Ambientale, economico, sociale: sono questi i tre ambiti di applicazione dello sviluppo sostenibile, cioè la strada maestra per rispondere alla sfida di nutrire una popolazione che cresce, in un mondo caratterizzato da risorse non infinite, come la terra o l'acqua, senza depauperarle in maniera irreversibile. Un tema che, da tempo, alcuni paesi, come il Brasile, o realtà imprenditoriali, come il Gruppo Brazzale, hanno scelto come percorso virtuoso, uscendo da salotti più o meno istituzionali dove questi temi tengono banco, per giocare sul campo, letteralmente, questa sfida. Partendo da un dato incontrovertibile: entro il 2050 assisteremo a un incremento del 50% della popolazione mondiale. E, per sfamare tutti, sarà necessario continuare a produrre proteine animali. I dati relativi a urbanizzazione e crescita della classe media nei paesi in via di sviluppo sono chiari: servirà un incremento della produzione di carne del 50%. Senza dubbio, il Brasile, oggi primo produttore mondiale di carne, con un export che supera il 50%, sarà uno dei protagonisti di questa crescita. La sua particolare natura rende però il Paese, e i suoi ricercatori, molto attenti verso il tema della sostenibilità: il Brasile è uno dei principali polmoni che permettono, al mondo, di respirare. Ben il 65% della foresta amazzonica, con tutta la sua incredibile biodiversità, si trova infatti nel suo territorio. Inoltre, le particolari condizioni climatiche rendono questa agricoltura tropicale più complessa, con ricadute significative sugli allevamenti. Confort termico, riduzione della deforestazione, animal welfare e annullamento delle emissioni sono quindi i principali obiettivi perseguiti, in primis grazie ai ricercatori di Embrapa.

Embrapa e l'agricoltura tropicale

"In Brasile ci sono 250 milioni di bovini da latte e carne, dei quali un terzo viene allevato nella foresta tropicale. Il 95% dei nostri allevamenti sono di tipo estensivo, cioè a pascolo mentre il restante 5% in sistemi confinati", spiega, in perfetto italiano, Fabiana Villa Alves, uno dei 14 ricercatori del Centro nazionale di ricerca sui bovini da carne di Embrapa. "I nostri progetti di ricerca vanno tutti nella direzione di incrementare la produzione in modo sostenibile. Una strada che ha già portato a ottimi risultati, visto che negli ultimi anni si è registrato un calo della deforestazione in Brasile, con un parallelo aumento della produzione di carne. Questo significa che gli allevatori hanno intensificato la produzione, cioè producono di più ma usando meno terra. Consentendo così di riforestare. Inoltre, i nostri studi dimostrano che aumentare la produzione di bovini da carne con sistemi sostenibili può diminuire le emissioni di effetto serra", ha aggiunto la ricercatrice. La via scelta da Embrapa, che non eroga fondi ma trasferisce tecnologie, idee e buone pratiche alle aziende agricole, è quella di trovare sistemi di utilizzo del pascolo che consentano di aumentare il benessere degli animali che vi sono allevati e la loro presenza per ettaro, diminuendo così la superficie occupata, e accrescere i risultati economici degli allevatori. Spiega Villa Alves: "Ad esempio, alcuni sistemi innovativi, come quello del pascolo riforestato, prevedono l'utilizzo di filari di alberi nei terreni destinati agli animali, che garantiscono ombra, riducono le emissioni e generano profitti. Altri, invece, utilizzano lo stesso terreno sia come foraggera che coltivazione (mais, grano, etc)". Per valorizzare ancora di più i percorsi di sviluppo sostenibile, Embrapa ha elaborato un marchio, Carne Carbono Neutro, che attesta l'abbattimento delle emissioni di carbonio ed è stato ideato soprattutto per i mercati europei. E per chiarire, se ancora servisse, che la sostenibilità è anche relativa al conto economico delle imprese, Villa Alves spiega: "Il reddito di un pascolo tradizionale, nel 2012, era di 33 dollari per ettaro. Oggi, dove si utilizzano questi sistemi sostenibili, va da 72 a 182 dollari". E conclude: "Produrre carne sostenibile ai tropici è possibile. E noi su questa tecnologia siamo pionieri".

Alice Realini

Le Specialità di Gastone
BLACK ANGUS
carpaccio affumicato

BERNARDINI GASTONE

CENAIA CRESPIA (PISA) ITALIA _ TEL. 050 644100 _ INFO@BERNARDINIGASTONE.IT _ WWW.BERNARDINIGASTONE.IT

PASCOLO RIFORESTATO: IL SISTEMA SILVI PASTORIL DEL GRUPPO BRAZZALE

600mila alberi di alto fusto piantati, pari a circa 300 per ogni bovino allevato, che si estendono su un'area di 650 ettari, dove pascolano liberamente 2mila capi. Sono i numeri del sistema Silvi Pastoril del Gruppo Brazzale impiantato in Brasile, a Bandeirantes, nella regione del Mato Grosso do Sul, che con il suo pascolo riforestato realizza un modello di allevamento bovino innovativo, con l'obiettivo di offrire una risposta virtuosa e sostenibile alla crescente domanda di consumo di carne. Risultato di un decennio di sviluppo e ricerca condotti dallo staff italiano guidato da Vittorio Maronese e Piercristiano Brazzale.

Qui il bestiame vive pascolando tra gli alberi in una condizione simile allo stato brado. Grazie alla sinergia virtuosa tra piantagione di alberi di Eucalyptus e pascolo, il nuovo sistema permette di ottenere una produzione di carne doppia, e un abbattimento del carbonio pari a dieci volte rispetto ai sistemi di pascolamento praticati oggi. I risultati sono stati monitorati da uno staff di specialisti dell'università Anhanguera-Uniderp di Campo Grande (MS), che ha seguito da vicino ogni elemento rilevante del progetto: analisi del suolo, analisi del carbonio e della sostanza organica, parametri zootecnici, benessere animale, accrescimento degli alberi. Il bestiame, pur costantemente controllato, vive come allo stato di natura e, salvo una manciata di sale, si nutre solo di pascolo che, grazie al microclima, si rinnova perennemente senza bisogno di concimazioni.

Vengono eliminati, rispetto ai sistemi a stabulazione, taglio e trasporto meccanizzato dei foraggi, con grande risparmio di emissioni. La fertilità del suolo, favorita dalla rilevante sostanza organica

prodotta dalle alberature, viene mantenuta in equilibrio grazie al corretto carico animale per ettaro. L'orientamento est-ovest dei filari consente all'energia solare la massima fotosintesi. Il microclima del bosco preserva l'umidità dei terreni, impedendo la desertificazione e incrementando la piovosità naturale. Non si deve perciò irrigare, risparmiando enormi quantità di acqua dolce. La biodiversità è garantita da un'oasi naturale di ampiezza pari al 20% dell'area, in cui è proibito sia l'accesso che il pascolo, collegata a una rete di "bio-corridoi" nei

quali la fauna selvatica si muove per centinaia di chilometri, fuori da aree antropizzate. Le operazioni di cura del bestiame avvengono secondo la più moderna etica animale in un centro "anti-stress", che evita ai bovini agitazione e traumi fisici. I nuovi boschi garantiscono legno pregiato per sostituire cemento e ferro in edilizia, mentre gli scarti alimentano le centrali termiche come fonte rinnovabile di energia. La carne ottenuta viene venduta in una filiera speciale della grande distribuzione locale.

TIPI DI PASCOLO A CONFRONTO

TRADIZIONALE ESTENSIVO	INTENSIVO	SILVI PASTORIL
1  ETTARO	1  ETTARO	1  ETTARO
10  MASSA FORAGGERA	100  MASSA FORAGGERA	237  MASSA FORAGGERA
0 ALBERI	0 ALBERI	850  ALBERI
0,5  CAPI ALLEVATI	1,5  CAPI ALLEVATI	3  CAPI ALLEVATI
0 CAPI COMPENSAZIONE CARBONIO	0 CAPI COMPENSAZIONE CARBONIO	25,2  CAPI COMPENSAZIONE CARBONIO
0 M ³ ANNO LEGNA	0 M ³ ANNO LEGNA	33  M ³ ANNO LEGNA



PASTRAMI DI TACCHINO



PASTRAMI DI BOVINO



Rico Carni da 4 generazioni si contraddistingue nel mercato italiano, per questo ha creato una nuova specialità gastronomica, frutto di un'attenta ricerca e richiesta da parte del consumatore finale rivisitata in chiave moderna per garantire un prodotto di qualità, sicuro, e costante con gusti nuovi e dall'aspetto visivo molto attraente, usando due tipologie di materia prima:

carne di bovino inferiore di 30 mesi (taglio anatomico sottofesa)

carne di tacchino (taglio anatomico petto).

Dal risultato deriva un ottimo prodotto da servire in banco taglio gastronomia / salumeria.

EFFESALUMI: PRODOTTI DI 'GRAN FILIERA'

Effesalumi, realtà storica di Nibionno (Lc) specializzata nella realizzazione di salumi e preparati a base di carne, si distingue sul mercato con prodotti di alta qualità. La scelta rigorosa delle materie prime, l'attenzione per ogni singola fase di lavorazione, la cura per i particolari e l'importanza del packaging, sono gli elementi principali su cui si basa la filosofia aziendale. Gli alti standard qualitativi a cui tende l'azienda rappresentano, da sempre, uno stimolo a migliorarsi e perfezionarsi continuamente, attraverso progetti sempre nuovi e in linea con le moderne esigenze del mercato. In quest'ottica, da alcuni anni Effesalumi sviluppa una serie di prodotti realizzati con carne 100% nazionale, proveniente, cioè, da suini nati, allevati e macellati in Italia. La

gamma è caratterizzata dal marchio 'Gran Filiera' e comprende un ampio ventaglio di referenze di prodotti freschi, lavorati e stagionati. Questo valore aggiunto, ricercato e mantenuto nel tempo dalla direzione di Effesalumi, è accompagnato da plus altrettanto importanti per i consumatori, sempre più esigenti, tra cui l'assenza di allergeni (caratteristiche evidenziate in etichetta, con le diciture 'senza glutine', 'senza derivati del latte' e 'senza lattosio').

In Effesalumi, l'utilizzo di innovative tecnologie produttive trova quindi il giusto equilibrio con il rispetto della tradizione, con l'obiettivo di non dimenticare il valore e l'importanza di lavorare con metodi tramandati da una lunga esperienza nel settore.

SPIEDINI DI SUINO E ROSTICLASSIC, CARNE SCELTA 100% SUINO ITALIANO

Gli spiedini e i Rosticlassic (gli arrosticini di suino) sono il perfetto connubio tra la manualità degli operatori, che compongono i vari strati degli stampi, e gli automatismi tecnologici, che infilzano gli stecchini e tagliano le carni con la massima precisione. Così facendo Effesalumi riesce ad ottenere prodotti dall'aspetto sempre regolare e dalla pezzatura costante nel tempo, ben identificabili sul mercato e apprezzati dai consumatori.

Nello specifico, gli spiedini sono composti dall'alternarsi di carne suina scelta, pancetta, peperoni rossi e gialli e verzino di salsiccia ad un'estremità. Questi ingredienti scelti ne fanno un prodotto esteticamente bello, policromo e armonioso. I Rosticlassic, invece, sono caratterizzati dall'alternanza di spalle suine o coppe suine e fogli di lardo, che ne determinano una cromia rosso-bianca in grado di far risaltare il prodotto confezionato nella vaschetta nera.

La carne suina 100% italiana è l'elemento che differenzia queste due referenze sul mercato (gli spiedini, infatti, si possono trovare anche con carne mista di altre specie, tra cui il pollo, mentre gli arrosticini tipici sono quelli di carne ovina). Non solo. L'attenta scelta dei fornitori e la qualità degli ingredienti, conferiscono ai prodotti un valore aggiunto: un buon equilibrio tra carne magra e pancetta/lardo, con l'eventuale aggiunta di peperoni e verzino di salsiccia, dà agli spiedini di suino e ai Rosticlassic un sapore particolarmente gustoso e apprezzato dai consumatori di tutte le età.

GUSTARELLE E TROTTOLE, LA PERFETTA COMBINAZIONE TRA GUSTO E QUALITÀ

Anche per la realizzazione delle Gustarelle - 'quadrotti' di lavorato di carne -, e delle Trottole - mini polpettine di suino -, Effesalumi impiega esclusivamente carni suine 100% italiane che vengono macinate e insaporite con una concia delicata e senza l'aggiunta di allergeni. Grazie a moderni macchinari, poi, l'impasto viene estruso, lasciando i prodotti molto morbidi, come appena lavorati. Questa tecnica innovativa permette di presentare le Gustarelle e le Trottole come se fossero fatte a mano, esaltando le loro irregolarità.

UN PACKAGING CURATO NEI MINIMI DETTAGLI

Spiedini, Rosticlassic, Trottole e Gustarelle di suino hanno in comune un packaging molto curato, messo a punto dal titolare dell'azienda Angelo Fumagalli. L'etichetta grafica di ogni singola referenza riporta l'immagine del prodotto cotto e la ricetta consigliata, veloce, pratica e salutare come piace alle donne moderne.

Questi prodotti, infatti, si prestano per essere cotti in vari modi: per gli Spiedini e i Rosticlassic è consigliata la cottura in padella, al forno o al barbecue, mentre le Trottole e le Gustarelle è bene rosolarle in padella o cucinarle al sugo. Grazie alla loro versatilità in cucina, le referenze vantano un'ottima rotazione tutto l'anno, con un picco di produzione nel periodo estivo di Spiedini e Rosticlassic, legato alle grigliate.

Anche la scelta delle vaschette non è lasciata al caso, ma è studiata attentamente in modo tale da far risaltare il prodotto e fornire ai clienti formati sempre più piccoli (fino alle monoporzioni) e a peso fisso. In particolare, Gustarelle e Trottole sono proposte in pratiche vaschette da 200 grammi, trasparenti e scompartimentate, per dare più stabilità ai prodotti e permettere una visione a 360° degli stessi.

IL SERVIZIO SU MISURA

Tra i punti di forza dell'azienda, infine, segnaliamo l'attenzione e la flessibilità del servizio ai clienti. Effesalumi, infatti, offre la possibilità di effettuare consegne giornaliere al dettaglio, ai grossisti, alle piattafirme e al canale della grande distribuzione organizzata.



Spiedini, arrosticini, gustarelle e trottole sono alcune delle proposte che la società realizza con carne selezionata 100% da suino italiano. Gli elevati standard qualitativi, l'artigianalità della lavorazione, l'utilizzo di avanzate tecnologie e l'alto contenuto di servizio sono le caratteristiche che permettono a questa realtà di essere fortemente competitiva sul mercato e apprezzata dai consumatori.

FOCUS

INGREDIENTI DI QUALITÀ E CURA DEI PARTICOLARI

I prodotti della linea 'Gran Filiera' di Effesalumi sono realizzati con carne suina selezionata, esclusivamente di origine Italia, 100% nazionale. Le varie referenze, inoltre, sono senza allergeni, senza glutine, senza derivati del latte e senza lattosio.

SPIEDINI DI SUINO

Ingredienti

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

Peso medio/pezzature

Misure di n. 1 spiedino: circa (3 x 3 x 20) cm.
Peso di n. 1 spiedino: circa 170 g.

Confezionamento

Atmosfera protettiva.
Vaschette da circa 600 g, contenenti 4 spiedini.
Vaschette da circa 1 Kg, contenenti 6 spiedini.
Vaschette da circa 2,5 Kg, contenenti 16 spiedini.

Tempi di scadenza

Shelf-life: 10 gg.



ROSTICCLASSIC DI SUINO

Ingredienti

Carni di suino.

Peso medio/pezzature

Misure di n. 1 arrosticino: circa (1,60 x 1,60 x 11) cm.
Peso di n. 1 spiedino: circa 33 g.

Confezionamento

Atmosfera modificata.
Vaschette da 420 g (peso minimo garantito), contenenti circa 13 arrosticini.
Vaschette da 520 g (peso minimo garantito), contenenti circa 16/17 arrosticini.
Vaschetta da 1 Kg (peso minimo garantito), contenenti circa 33 arrosticini.

Tempi di scadenza

10 gg.



GUSTARELLE E TROTTOLE DI SUINO

Ingredienti

Carne di suino, sale, fibre vegetali, aromi naturali, correttore di acidità: E 331, antiossidante: E 301, spezie.

Confezionamento

Vaschette in atmosfera protettiva da 200 g.
Gustarelle (n. 2 pezzi per vaschetta) e trottole (n. 12 polpette per vaschetta).

Tempi di scadenza

10 gg.



HAMBURGER MANIA

In Italia il settore gode di buona salute. Secondo i dati diffusi da Iri, nell'anno terminante ad aprile 2018, il prodotto fresco ha registrato una significativa crescita delle vendite.

Molteplici i plus che lo caratterizzano: qualità, carni selezionate, velocità di preparazione. Per soddisfare le esigenze dei consumatori moderni, l'industria punta ora sul surgelato e sulla materia prima da razze pregiate.

Per anni considerato poco salutare, l'hamburger sta vivendo un felice periodo di successo. Grazie alla diffusione di bistrot e ristoranti che lo propongono secondo ricette gourmet, con carni e ingredienti selezionati, il prodotto si sta nobilitando. Per trovare hamburger eccellenti, tuttavia, non è più necessario prenotare un tavolo in ristoranti di alto livello. Oggi Gd e Gdo offrono ampie proposte realizzate con tipologie di carni e tagli ricercati che incontrano pienamente le esigenze del consumatore moderno, alla ricerca di servizio, gusto e qualità. Non solo. La gamma degli hamburger in vendita nel canale Gd spazia dagli hamburger freschi preparati dal macellaio nel banco macelleria, agli hamburger freschi sottovuoto di svariate aziende, fino a quelli surgelati. Il trend evidenziato da Iri sugli hamburger di carne fresca è chiaro. Agli italiani piacciono sempre più, tanto che la variazione tendenziale anno su anno è positiva, con un +9,1% a volume.

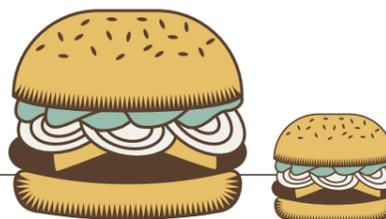
I dati di mercato

Nell'anno terminante ad aprile 2018, negli ipermercati e nei supermercati italiani sono state vendute più di 15 milioni e 240 mila tonnellate di hamburger di carne fresca, in crescita del 9,1%, per un giro d'affari di circa 158 milioni di euro (+19,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente). Tra le varie tipologie di carne con cui vengono realizzati, gli italiani amano quelli di carne bovina. I dati pubblicati da Iri, infatti, non lasciano dubbi. Negli ultimi 12 mesi sono stati acquistati 6 milioni e 340 mila tonnellate di prodotto, con una crescita esponenziale del 31,7% a volume e del 39,8% a valore (con oltre 83 milioni di euro). I timori legati al consumo della carne rossa, che hanno caratterizzato gli ultimi anni, si stanno dunque attenuando. Meno bene, infatti, le vendite di hamburger di tacchino e di pollo. Che, pur registrando buone performance di vendita (oltre 4 milioni di tonnellate di hamburger di

tacchino e oltre 3 milioni di tonnellate di hamburger di pollo) hanno subito, relativamente, un calo del 3,3% e del 2%. Si posiziona solo al quarto posto il prodotto di suino, con 908 mila tonnellate (-1,8%), per un giro d'affari di 7 milioni di euro. Pochissimo se confrontato con i 30 milioni di euro del tacchino e i 28 milioni di euro del pollo.

Significativa anche la fotografia diffusa da Iri sull'allocatione nei canali e nelle diverse aree del territorio nazionale. Il 66,1% degli acquisti avviene nei supermercati. E, nel totale di Iper+super+Lsp, il 40,7% delle vendite avviene nell'area Nord-Ovest.

Margherita Luisetto



ALCASS - AMICA NATURA

Amica Natura è il marchio commerciale dell'azienda Alcass, una realtà storica del made in Italy alimentare, fondata nel 1987 e con sede a Bedizzole (Bs). "Amica Natura si ispira ai principi di bontà, naturalità e sostenibilità, puntando da sempre su una qualità top level della materia prima", racconta Renato Bonaglia, ad dell'azienda. Le linee di hamburger e di preparati a base di carne Amica Natura sono diverse. Tra queste spicca una linea inedita e innovativa tra i surgelati, quella biologica certificata Amica Natura Bio, nata nel lontano 1988. Amica Bio Natura è inserita solo nei migliori negozi del biologico in Italia e all'estero e distribuita nel canale della ristorazione collettiva e food service. "Dopo il decreto ministeriale e gli incentivi per promuovere mense scolastiche biologiche, Amica Natura Bio è diventata una tra le linee di carne biologica più scelte e di fiducia. La proposta surgelata infatti, permette di azzerare gli sprechi di materia prima, monitorare il food cost, avere il prodotto sempre disponibile e già in porzioni esatte, di elevata qualità e freschezza e con una preparazione facile e veloce". La linea bio si compone poi di proposte alimentari amate da tutte le età come gli hamburger e le polpettine, le pepite e le cotolette di pollo, i vassoi di carne al naturale e senza conservanti. La linea Amica Natura classica, è invece una collezione rivolta al consumer, Gdo e retail, ristorazione collettiva, Ho.re.Ca e food service,

con referenze di livello come quelle della "Premium Burgers Collection", nata per valorizzare la regionalità delle eccellenze italiane e realizzata con le carni più pregiate e conosciute al mondo, come la Chianina, la Marchigiana e la Piemontese. Alcass investe molto per proporre alimenti capaci di soddisfare in ogni momento le esigenze dei consumatori. "Le novità più recenti di Amica Natura si sono concentrate su un continuo innalzamento del livello qualitativo della materia prima, naturale e senza additivi, da agricoltura biologica o allevamento regionale. Una semplicità e trasparenza che punta sull'eliminazione di aggiunte esterne all'ingrediente, sulla valorizzazione del sapore autentico e sulla conservazione ottimale del principio nutritivo e organolettico. Allo stesso tempo, offriamo un alimento dalla preparazione veloce e facile, adatta ai ritmi e ai tempi stretti dei nuovi cluster di consumo", spiega Renato Bonaglia. "Contemporaneamente il dipartimento R&D sperimenta in laboratorio le alternative del futuro al consumo di carne, in un'ottica flexitariana ed ecosostenibile. Anche a livello di comunicazione e marketing, tramite una strategia fluida, integrata e multicanale, accompagniamo il consumatore nel nostro mondo, cerchiamo di sfatare miti obsoleti sulla macro categoria surgelati, entriamo nel vivo di concetti di alimentazione e nutrizione anche piuttosto sofisticati, con un linguaggio facile e accessibile a tutti".

Amica Bio Natura Hamburger di bovino



Tradizionali hamburger di carne di bovino da agricoltura biologica, teneri, leggeri e a basso contenuto di grassi.

Caratteristiche

Carne tra le più pregiate e diffuse, ricca di proteine e vitamine. Gusto intenso e possibilità infinite di preparazione rendono la carne bovina certamente la favorita dai consumatori.

Confezione

Astuccio ecosostenibile. All'interno il prodotto è pre-confezionato in film per la maggior protezione possibile.

Peso medio/pezzature

320 g.

www.alcass.it • www.amicanatura.it



- vegetariano
- vegano

solo ricette altamente personalizzate per soddisfare le vostre esigenze



- manzo
- suino



- pollo
- tacchino

I.T.ALI. Srl - Ingredienti e Tecnologie Alimentari - Tel. 0522/512775 - Email info@italisrl.com - www.italisrl.com





LA QUALITÀ E LA GENUINITÀ NON SONO MAI SOLO UNA MODA

Dal 1985

1. ALLEVIAMO



solo suini 100% italiani
nei circuiti D.O.P.
Parma e San Daniele

2. RISPETTIAMO



il benessere dei nostri
animali e ci prendiamo
cura della loro salute

3. GARANTIAMO



prodotti di altissima
qualità, di origine
sempre tracciabile



SENZA
GLUTINE

CENTRO CARNI COMPANY

Tra le aziende leader nel settore della lavorazione della carne bovina, Centro Carni Company vanta una selezione di burger di alta qualità. Nello specifico, la società propone una linea dedicata al canale ho.re.ca e Cash&Carry, caratterizzata dal brand Unika, e una linea dedicata al canale retail, riconoscibile con il marchio You&Meat. Ma andiamo con ordine. Con il marchio Unika, Centro Carni Company presenta due gamme di burger: la versione fresco, che è una novità di prodotto, e la versione gelo. In entrambe le varianti, i burger possono essere composti da carne di scottona, aberdeen angus, chianina Igp, piemontese, bovino e carne biologica. Ma, mentre i burger gelo hanno un peso di 200 grammi cadauno, i burger freschi (nella nuova confezione da otto pezzi) sono da 150 grammi al pezzo. Anche nel canale retail, con il marchio You&Meat, l'azienda propone sia la gamma di burger in versione fresco - composta da camì scottona, aberdeen angus, chianina Igp, piemontese e carne biologica, tutti da 200 g al pezzo-, sia la versione gelo, composta da burger di bovino, aberdeen angus o chianina Igp, caratterizzati da un peso di 150 grammi al pezzo. "Per rispondere ai nuovi gusti e alle esigenze dei consumatori moderni, Centro Carni Company realizza burger gourmet surgelati e confezionati in flow pack singoli. Per il canale ho.re.ca, invece, propone i prodotti in pratici box da otto pezzi, in sottovuoto, confezionati due a due", fanno sapere dall'azienda. Ma quali sono le principali caratteristiche della gamma Unika e You&Meat? "Il plus principale è la ricetta, che prevede l'utilizzo di tagli nobili di carne - e non rifilature di lavorazione -, prevalentemente di provenienza Italia, Polonia e Irlanda. Importante, poi, è anche il pack, che si contraddistingue dalle confezioni più classiche che si trovano sul mercato e che vanta un aspetto pratico e molto accattivante". I prodotti realizzati da Centro Carni Company sono distribuiti sull'intero territorio nazionale ed esportati, attualmente, in sei paesi europei.

You&Meat (versione gelo)

Burger surgelati da 150 g. Ogni display è composto da 12 burger confezionati in flow pack singolarmente; sono disponibili nelle varianti bovino, chianina Igp, Aberdeen angus.

Peso medio/pezzature

150 g singolo burger; 1,8 Kg per display.

Caratteristiche

Il prodotto si presenta in forma circolare; tipico colore roseo della carne macinata surgelata.

Confezionamento

Flow pack (pet mat) per singolo burger; 12 burger singoli in un display di cartone.

Tempi di scadenza

18 mesi dalla produzione.



www.centrocarnicompany.com/it

Buono
Qsel
Chef Luca Montemurro
HAMBURGER DI SCOTTONA
Un Hamburger dal sapore unico e genuino
è un prodotto Centro Carne

PROSUS

Pro Sus, la Cooperativa agricola di produttori di suini con sede a Vecovato, in provincia di Cremona, vanta un significativo assortimento di hamburger: "La gamma Premium a brand Pro Sus si compone di due hamburger convenzionali, in formati diversi e di un hamburger biologico", fa sapere Michela Garatti, responsabile marketing e comunicazione dell'azienda. "Per il convenzionale, proponiamo i miniburger patate e rosmarino, in formato di sei pezzi da 30 grammi, che sono una delle referenze più alto vendenti, e un hamburger 'rustico' in formato maxi da 180 grammi. Per il biologico invece proponiamo dei miniburger, sempre sei pezzi da 30 grammi, in versione naturale. L'azienda vanta poi una linea discount con un hamburger tradizionale 100% made in Italy, e una linea dedicata al canale Horeca, con prodotti precotti e congelati in confezione catering".

Il fatturato degli hamburger a marchio ProSus, brand sul quale l'azienda ha investito maggiormente in comunicazione, ammonta a quasi il 30% del fatturato complessivo delle linee Premium e Premium Bio. Questa tipologia di prodotto risulta quindi strategica e centrale sul piano commerciale.

Su quali plus lavora l'azienda per rispondere alle esigenze dei clienti moderni? "Abbiamo sostituito il nostro hamburger tradizionale con una vasta gamma di proposte innovative, studiate per rispondere alle diverse esigenze dei consumatori, a partire dai bambini passando da chi ricerca prodotti Bio certificati. Prestiamo poi la massima attenzione alla materia prima. Lavoriamo carne di suino, principalmente spalle, 100% italiana, derivata da animali appartenenti ai circuiti delle Dop Parma e San Daniele. La carne viene conferita direttamente dal nostro impianto di macellazione di Vecovato, proveniente da allevamenti di filiera dei soci ProSus. Infine, la scelta del confezionamento in skin prolunga la shelf life delle varie referenze fino al triplo rispetto alle tradizionali vaschette, mentre la ricetta originale offre un prodotto pronto da cuocere, che si cucina in pochi minuti".

I prodotti a brand Pro Sus si possono trovare sui banchi libero servizio dei reparti macelleria della Gd. I prodotti a brand Pro Sus si possono trovare sui banchi libero servizio dei reparti macelleria della Gd. La linea discount è stata naturalmente pensata per il canale discount. Altre referenze, poi, sono destinate all'Ho.re.ca.

Miniburger patate e rosmarino

Mini hamburger di suino nato e allevato in Italia, con aggiunta di patate e rosmarino. Senza glutine, senza grassi idrogenati. Pronti in pochi minuti.

Confezionamento

Skin.

Peso medio/pezzatura

180 g. Confezione con sei pezzi.



www.prosus.it

INGREDIENTI

Fratelli Pagani



Grazie ad una grande esperienza nel settore delle carni, Fratelli Pagani propone un ampio ventaglio di prodotti specifici e tailor-made, adatti alle specifiche richieste e alle svariate esigenze delle aziende. Per i produttori di hamburger, nello specifico, Fratelli Pagani presenta la gamma Premix. Si tratta di una selezione di miscele complete di aromi, spezie, antiossidanti, da impiegare per le preparazioni soffici e succose a base di carne macinata. Tra i prodotti che compongono questa linea, segnaliamo 'Premix burger Chef', che permette di ottenere un prodotto morbido ma ben legato e dal gusto delicato; 'Premix mexican burger', una miscela che permette di ottenere un burger dal gusto piccante tipico della cucina messicana, e 'Premix tartare', specifico per gli hamburger freschi. Molteplici anche le preparazioni pensate per aromatizzare e regalare gusti caratteristici e decisi. Tra queste, le miscele per i burger alla cipolla, al formaggio, alla pizzaiola, agli spinaci e allo speck. I preparati della linea Premix garantiscono il mantenimento del colore fino a sette giorni e consentono di agguerrire fino al 15% di acqua.

www.paganichef.it

BALDI

Per Baldi Carni, il comparto degli hamburger incide per l'85% sulla produzione totale. La grande competenza e professionalità in questo settore, permette all'azienda di Jesi (An) di avere una proposta completa, selezionata e originale. "I nostri hamburger sono suddivisi in categorie", spiega Luca Baldini, communications manager: "Abbiamo la linea di Angusburger, realizzata con carni di mono-razza di Angus provenienti da Usa, Irlanda e Australia, e la 'Selezione Baldi' con Scottona in varie pezzature. Nella selezione di 'hamburger italiani' proponiamo referenze di Chianina, di Fassona piemontese e di Bufalo campano. A questi si affiancano le selezioni speciali realizzate con carne di cervo, cinghiale, bovino di razza Wagyu, agnello e maialino iberico. Gran parte di queste referenze sono proposte anche in versione 'miniburger', pezzature più piccole, da 60 grammi, con lo stesso spessore di quelli tradizionali. Completano la gamma gli hamburger già cotti e i Tuboburger, un macinato ricettato e stabilizzato in una pellicola alimentare con una striscia graduata per creare i propri burger home style, in varie tipologie di carni (tra cui Angus Usa, Chianina, Scottona, di cervo, di cinghiale e di agnello)". Questo ampio assortimento permette di andare a soddisfare i gusti e le svariate necessità dei consumatori. "L'azienda cerca di essere il più reattiva possibile alle richieste del mercato e spesso cerchiamo di anticipare le richieste dei clienti: periodicamente frequentiamo fiere nazionali e internazionali e cerchiamo di scoprire quali sono i prodotti con un trend in crescita nei paesi che solitamente anticipano le tendenze di consumo come gli Stati Uniti o i Paesi nordici dell'Europa". Di fondamentale importanza, poi, la qualità della carne utilizzata. "La Baldi non possiede allevamenti, perciò non macelliamo internamente. Per quanto riguarda le carni italiane ed europee, acquistiamo mezzene fresche che poi smontiamo e lavoriamo. Per le carni extra Cee acquistiamo direttamente tagli porzionati sottovuoto. Questo ci permette di indicare nelle nostre confezioni i tagli che usiamo in produzione.

Non macellando, non abbiamo scarti di lavorazione, ecco perché i nostri burger vengono realizzati solo con tagli nobili e non con rifilli". Gli hamburger firmati Baldi hanno già conquistato una fetta di mercato importante grazie a numerosi plus di prodotto. Come spiega Luca Baldini, "acquistando tagli nobili già porzionati possiamo effettuare una macinatura a 'grana grossa' che permette di avere una granulometria ben riconoscibile al palato. La ricetta, inoltre, rende il prodotto succulento e facile da usare: l'aggiunta di un 2% di patata disidratata abbatta il calo peso in cottura e i burger rimangono teneri anche se stressati in cottura da un operatore non esperto. Siamo orgogliosi, poi, di aver compiuto una piccola rivoluzione di marketing, anni fa, nel mondo dei cash & carry: a fronte di un importante investimento, abbiamo scommesso in un packaging in cartotecnica che 'parlasse' ai consumatori finali direttamente dal pozzetto. Un packaging veramente innovativo e funzionale che, nel corso degli anni, è stato imitato da moltissime aziende". Gli hamburger Baldi sono distribuiti in Gdo, cash&carry, ma anche nei ristoranti attraverso grossisti e distributori.

Hamburger di maialino iberico

Hamburger realizzato con taglio anteriore di suino iberico. Prodotto surgelato. Senza glutine.
Confezione
 Confezione in cartotecnica con 8 pezzi da 200 g.



www.baldicarni.it

TECNOLOGIE

RISCO



Il nuovo sistema di formatura Risco TVM 260

In linea con le nuove opportunità del mercato, Risco propone due serie di moderne formatrici per la produzione di hamburger, classici o di tipo gourmet, prodotti sempre richiestissimi e che incontrano il gusto di una platea di consumatori sempre più ampia.

Le formatrici Risco della serie AT (AT 200 - AT 201) consentono una produzione ottimale e flessibile di hamburger di tipo gourmet, polpette, crocchette e altri prodotti di diversa forma. Il modello AT 200 è composto da un nastro di schiacciamento con altezza regolabile che permette di pressare in modo delicato il prodotto formato nella testa di porzionatura e formatura. La formatrice è direttamente collegata all'insacchiatrice sottovuoto Risco, assicurando un'elevata precisione del peso delle porzioni e un'ottima compattezza del prodotto. La linea di formatura può raggiungere una capacità produttiva massima di 150 pezzi al minuto, consentendo di automatizzare la produzione di prodotti formati dall'aspetto artigianale, tipico della lavorazione manuale. Le formatrici di hamburger Risco della serie TVM sono connesse alle insacchiatrici Risco di nuova generazione e rappresentano la soluzione ideale per la produzione in serie di hamburger o svizzere di qualità, con diverse forme e grammature. La formatura avviene su un piano intercambiabile che rilascia le porzioni attraverso un sistema pneumatico a spinta su un nastro di trasporto. Il prodotto finale risulta compatto, perfetto nella forma e senza sbavature, caratteristiche che rimangono inalterate nella fase di cottura. La totale automazione del macchinario rende ancora più veloce la produzione e consente un risparmio di manodopera notevole. È disponibile, come opzione, un interfogliatore e un sistema di messa in vaschetta automatico.

www.risco.it

segue

IX

MACELLERIA ALIPRANDI

LA COLLEZIONE *Gourmet*

VIAGGIA CON GUSTO

LE MIGLIORI CARNI, DAI MIGLIORI ALLEVAMENTI DEL MONDO, NEI MIGLIORI SUPERMERCATI.

WWW.ALIPRANDI.COM

Le Selezioni dall'Inghilterra, The New York Strip, Il Controllato, LE SELEZIONI dall'Argentina, Il Tajima di Kobe, LE SELEZIONI dal Giappone, LE SELEZIONI dall'Australia, La Tagliata, LE SELEZIONI dall'Irlanda, La Piconha.

GAVAZZA

Gavazza, l'azienda astigiana specializzata nella lavorazione e nel confezionamento sottovuoto delle carni, realizza hamburger con pregiata carne di scottona 100% italiana e senza glutine. "Per la produzione dei nostri hamburger utilizziamo esclusivamente tagli pregiati di anteriore o di posteriore di bovino di scottona piemontese, tra cui il tenerone, lo spinacino, il girello o la spalla, da bovino nato, allevato e selezionato in Piemonte", fanno sapere dall'azienda. "La qualità del prodotto, poi, è garantita dal fatto che non utilizziamo né additivi né conservanti, vi è solo l'aggiunta di sale naturale. Ma non è tutto. Di fondamentale importanza è il packaging. Abbiamo infatti adottato il confezionamento darfresh: un particolare processo di sottovuoto che permette di non 'stressare' la carne,

mantenendo inalterate le sue caratteristiche organolettiche e permettendo una migliore conservazione del prodotto". Gli hamburger realizzati da Gavazza sono commercializzati nel Nord Italia sia a libero servizio sia al banco servito nella grande distribuzione organizzata, ma anche in catene di ristorazione di alto livello. "Stiamo lavorando bene anche oltreconfine. L'incidenza dell'export degli hamburger incide all'incirca il 3% sul nostro volume ed esportiamo prettamente in Germania e Francia, dove vi sono grandi clienti che gestiscono a loro volta catene di supermercati con focus su prodotti made in Italy. Stiamo sviluppando una rete commerciale orientata alla diffusione del made in Italy nel mondo come esempio di qualità e genuinità".

Hamburger di scottona piemontese

Hamburger fresco di carne di bovino nato, allevato e macellato in Piemonte. Sale aromatizzato: 1%. No allergeni, no Ogm.

Confezionamento

Sottovuoto in vassoi per alimenti Darfresh con involucro protettivo flessibile (film) a contatto.



www.gavazzafratelli.com

SOALCA - JUBATTI CARNI

"La gamma di hamburger presentata da Soalca, col marchio Jubatti Carni, si compone per ora dall'hamburger classico e da quello farcito, caratterizzati da materie prime selezionate. A breve, però, lanceremo sul mercato una linea di burgers da barbecue, con carni di alta qualità di bovino adulto, tra cui Hereford, Scottona e Marchigiana", fanno sapere dall'azienda. "La nuova linea nasce sulla scia del successo e dell'esperienza maturata sulle linee burger, così come sulle carni da barbecue Jubatti BBQ. È adatta per tutti coloro che vogliono preparare dei veri burger gourmet. Per questo abbiamo messo a punto una ricetta che punta sulla qualità e sul gusto, per veri intenditori. In questo concetto rientra anche l'attentissima selezione delle carni e della loro lavorazione. I primi burger a debuttare saranno: Smoked, Hereford, Scottona e Marchigiana. Il pack, inoltre, nuovo ed innovativo, è stato studiato per trasmettere al cliente il valore e i tratti distintivi di questa linea, facendolo immergere, attraverso un visual accattivante, nell'atmosfera del barbecue, comparto che sta conquistando sia professionisti che appassionati". I nuovi burger saranno venduti freschi, confezionati sottovuoto, su tutto il territorio nazionale, nel canale Horeca.

Jubatti BBQ - Barbecue Burgers

Linea di burgers specifici per il barbecue, realizzati con un'attenta selezione delle carni. La linea si compone di burger: Smoked, Hereford, Scottona e Marchigiana.

Caratteristiche

Prodotto fresco.

Confezione

Sottovuoto



www.soalca.it • www.jubattibbq.it

RS 110
RS 112
RS 114:
Trio di successo



www.risco.it



La serie attiva di insaccatrici sottovuoto Risco per piccole e medie aziende alimentari.

Risco introduce la serie di insaccatrici sottovuoto RS 100 dedicata a produttori dinamici che spaziano frequentemente tra salumi e salsicce di alta qualità, hamburger, piatti pronti, snack e altro ancora.

Vi invitiamo a visitare www.risco.it per scoprire la gamma completa RS 100.

Caratteristiche principali:

- Insacco delicato del prodotto con il sistema Risco Long Life
- Ampia dimensione del sistema di insacco a palette
- Display semplice ed intuitivo
- Minimi costi di manutenzione
- Tramoggia da 70 - 165 o 260 litri



Partner in your success

5 RISCO ANNIVERSARY 1968 - 2018

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

CO.PRO.CAR. - Cooperativa produttori carne coltivatori diretti S. Nicolo'

Co.Pro.Car, la Cooperativa produttori carne coltivatori diretti S. Nicolo' (Tr), dal 1974 lavora e commercializza esclusivamente bovini di razza Chianina. I capi arrivano allo stabilimento in mezzene dai mattatoi convenzionati con il consorzio CCBI (il Consorzio produttori carne bovina pregiata delle razze italiane). Oltre ai classici tagli per bistecca fiorentina, controfiletto, costate e filetti, Co.Pro.Car propone anche gli hamburger, in diverse pezzature. "I nostri hamburger sono realizzati esclusivamente con carne Chianina di filiera. Provenienti, cioè, da allevamenti soci. In questo modo garantiamo una carne di altissima qualità", spiega Elisa Antonelli, responsabile commerciale estero della cooperativa. I prodotti Co.Pro.Car sono distribuiti nella grande distribuzione, su tutto il territorio italiano, e sono esportati in Europa e Giappone.

Hamburger con carne Chianina

Gli hamburger Co.Pro.Car sono realizzati con carne Chianina proveniente da allevamenti da filiera.

Confezione

Skin.

Peso medio/pezzature

Confezioni da due pezzi: 350 g.

Confezioni da cinque pezzi: 850 g.



www.carnechianina.it

SALUMIFICIO ALIPRANDI

“La nostra linea di hamburger è molto variegata, dal momento che abbiamo cercato di studiare selezioni e preparazioni ideali a soddisfare i diversi gusti e le svariate occasioni di consumo”, esordisce Paolo Aliprandi, responsabile vendite dell'azienda di Gussago, in provincia di Brescia. L'offerta è decisamente ampia: la selezione comprende infatti hamburger di carni bovine scelte, in diverse porzioni da 50 a 300 grammi, hamburger con formaggio, hamburger di black angus, il raffinatissimo Bianco & Rosso con carni scelte di Angus e Tajima di Kobe, il pregiato giapponese, le varianti con cipolla, speck o piccante, quello a basso contenuto di grassi, hamburger di scottona e mini-hamburger di vitello pensato per i bambini. “Insomma, crediamo che il mondo hamburger offra moltissime possibilità di gusto e di servizio per il consumatore”. Quanto incide questa gamma sulla produzione totale dell'azienda? “Nell'ambito della nostra linea di prodotti freschi da

banco, la linea hamburger incide per circa la metà della produzione totale. Il successo è dato dall'ampiezza di gamma, molto gradita al consumatore, per un prodotto che garantisce freschezza e facilità di preparazione a casa”. Per adattarsi alle nuove richieste dei consumatori più esigenti, l'azienda cerca soluzioni adatte alle esigenze più disparate. “Siamo sempre allo studio di nuove idee, pensando alle molteplici necessità dei consumatori, dal palato in cerca di esperienze gourmet a chi vuole un prodotto di alta qualità da personalizzare in cucina a proprio piacimento. Tra le più recenti novità abbiamo proposto l'Hamburger di Scottona Dry Aged, da carni italiane selezionatissime con 20 giorni di frollatura. Nella porzione da 180 gr, è un hamburger che nobilita la categoria e di sicuro appaga i palati più esigenti”. La qualità della materia prima è fondamentale per assicurarsi un buon prodotto. “Lavoriamo carni bovine, suine e di vitello, razze pregi-

te, italiane e internazionali. Siamo molto scrupolosi nella selezione e nel controllo degli allevamenti, che devono essere certificati e assicurare massima attenzione al benessere dell'animale. Selezioniamo carni pregiate in tutto il mondo, ma abbiamo una predilezione per carni italiane e bio”. I plus che caratterizzano i prodotti Aliprandi non si esauriscono qui. “Oltre alla materia prima, la qualità del prodotto, nella sua totalità, è fatta anche da una serie di contenuti di servizio per il consumatore: dalla varietà delle ricette, alle diverse porzionature, al packaging studiato per fornire in modo chiaro le informazioni sul prodotto ma anche ricette e curiosità sul mondo della carne”. I prodotti Aliprandi sono commercializzati in tutta Italia attraverso una pluralità di canali, in particolare attraverso le principali catene della Gd. “Forti del successo che stiamo ottenendo in Italia, siamo pronti per affrontare nuovi mercati europei”.

segue

XI



La selezione comprende hamburger di carni bovine scelte, hamburger con formaggio, hamburger di black angus, il raffinatissimo Bianco & Rosso con carni scelte di Angus e Tajima di Kobe, il pregiato giapponese, le varianti con cipolla, speck o piccante, quello a basso contenuto di grassi, hamburger di scottona e mini-hamburger di vitello pensato per i bambini.

Caratteristiche

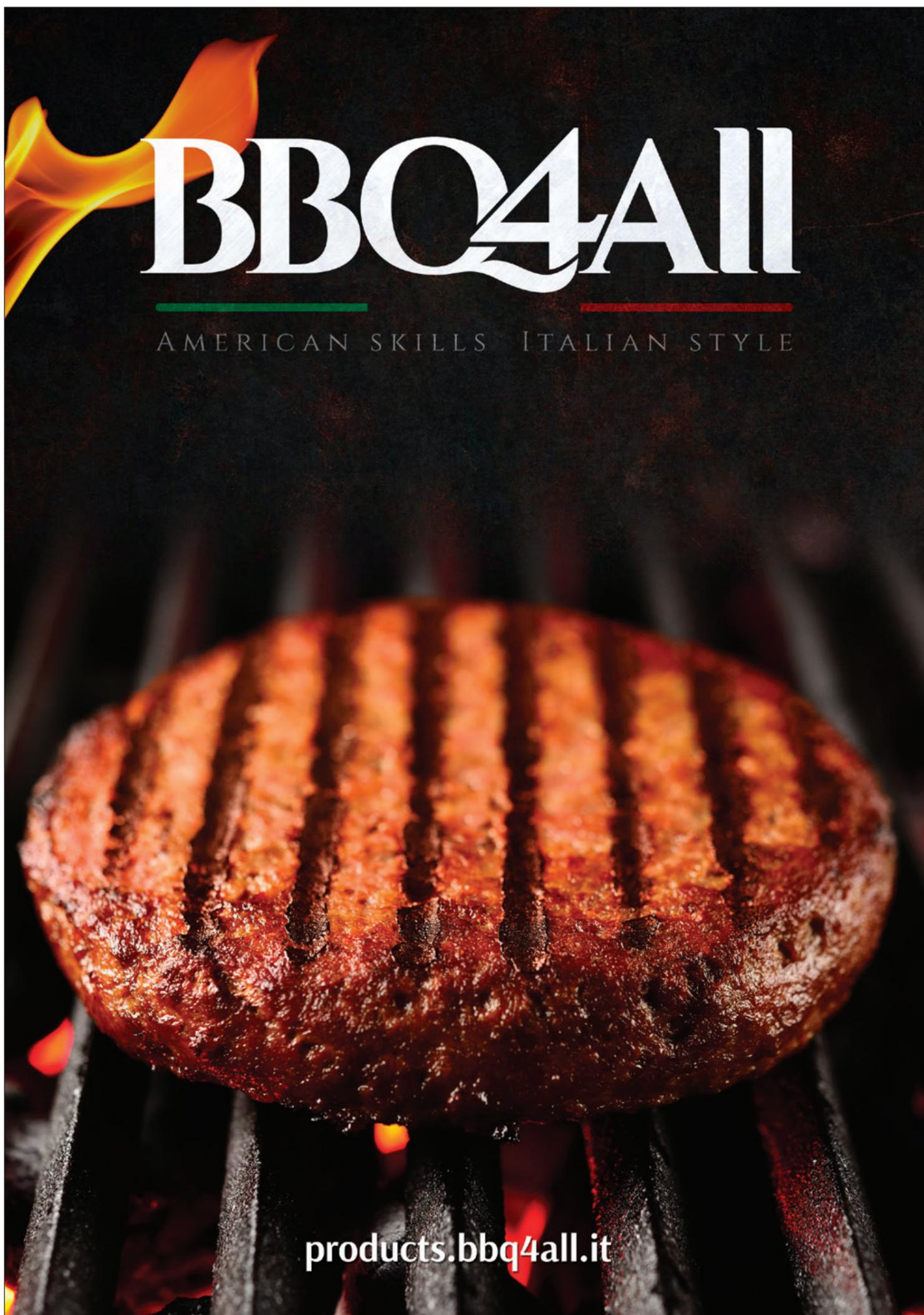
L'azienda utilizza carni bovine, suine e di vitello, razze pregiate, italiane e internazionali, con una particolare attenzione nella selezione e nel controllo degli allevamenti, che devono essere certificati e assicurare massima attenzione al benessere dell'animale.

Peso medio/pezzature

Diverse porzionature: da 50 a 300 g.



www.aliprandi.com/it



products.bbq4all.it

MARFISI CARNI

“Sul fronte degli hamburger, c'è ne davvero per tutti i gusti”, esordisce Walter Marfisi, titolare dell'azienda. “Le referenze, infatti, sono tante, circa 40, e la possibilità di scelta è molto ampia: si va dall'hamburger tradizionale di bovino adulto al mini hamburger con panino, dall'hamburger di vitello e di scottona, a quello Bio. La produzione di questa tipologia di prodotto incide in maniera importante e rappresenta il 15% del fatturato totale”. Per soddisfare le richieste dei consumatori, su quali parametri deve lavorare oggi un'azienda? “I fattori primari per affrontare il mercato sono senza dubbio la qualità e la provenienza delle carni, che deve essere italiana certificata, bio o Igp. Molto importante, poi, il formato dell'hamburger, per accontentare le diverse tipologie di consumatore. Per questo proponiamo una vasta gamma, dal maxi hamburger da 250 grammi al mini hamburger da 30 grammi. Infine, ma non ultimo in ordine di importanza, l'attenzione al packaging. In linea con le moderne tecnologie, abbiamo adottato lo skin pack. Che, oltre

ad essere di forte impatto sul cliente, garantisce una maggiore durabilità del prodotto e delle qualità organolettiche”. Marfisi produce hamburger con tutte le tipologie di carne: sia di bovino adulto che di scottona, vitello, suino e agnello. La materia prima proviene per larga parte dagli allevamenti di proprietà del gruppo Marfisi nel nord Italia, ma non mancano carni provenienti da Francia e Spagna. “Oltre ad avvalerci della consulenza di addetti del settore, come quella con lo chef/ nutrizionista Federico Ferrero, il valore aggiunto che caratterizza l'azienda è rappresentato dalla filiera completa. La Marfisi carni, infatti, oltre lo stabilimento di lavorazione si avvale per il suo approvvigionamento di allevamenti e di un macello di proprietà”. Gli hamburger sono commercializzati prevalentemente nella Gdo e, in forma minore, attraverso grossisti, salumifici e macellerie private. “Il mercato di riferimento resta quello nazionale, anche se l'apertura ai paesi esteri è già iniziata con Grecia e Francia, dove è stato pianificato lo sviluppo internazionale”.

Hamburger delicato - Linea Chefmeat

Hamburger di scottona, da allevamenti italiani. La confezione è composta da un hamburger da 250 grammi, sedano fresco e salsa allo yogurt.

Caratteristiche

Piatto pronto in tre semplici mosse: cuoci, condisci e gusta. Etichetta pulita.

Confezione

Skin pack.

Peso medio/pezzatura

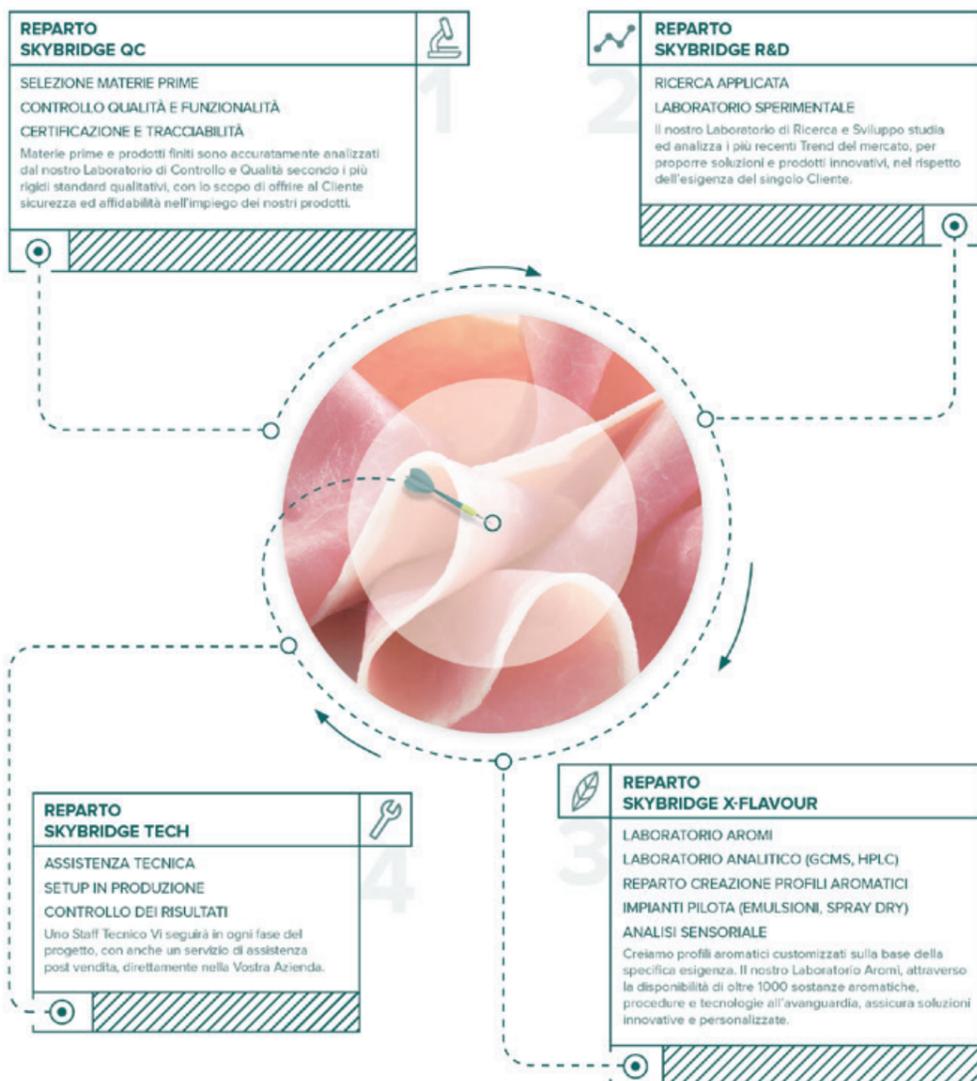
280 g.



www.marfiscarni.it

SKYBRIDGE

IL METODO PIÙ EFFICACE PER REALIZZARE IL TUO PRODOTTO



Skybridge è l'esclusivo servizio di Fratelli Pagani pensato per accompagnarvi nella creazione di un prodotto su misura per Voi. Quattro step, dallo studio del mercato (italiano ed internazionale) e successiva proposta di prodotti innovativi, alla creazione di profili aromatici ad hoc: dal controllo qualità all'assistenza del nostro Staff che si percepisce in ogni fase, per costruire un rapporto di fiducia che duri nel tempo. Questo è Skybridge: un innovativo servizio in quattro fasi verso il prodotto che avete sempre immaginato.

TAILOR MADE SOLUTIONS FOR YOUR PRODUCTS
www.fratellipagani.it



LEM CARNI

“La nostra linea di hamburger è composta da prodotti realizzati con carne chianina, romagnola, marchigiana, pezzata rossa, bufalo Wagyu-lem ed Erba. Sono confezionati in skin nei formati da 100/150/200/280 grammi”, spiega Simone Palazzotto, direttore commerciale di Lem Carni, l'azienda che dagli anni '70 alleva e lavora le carni, con una particolare attenzione per i prodotti naturali e di qualità. “Lem Carni propone hamburger composti dal 100% carne di altissima qualità senza aggiunta di addensanti e conservanti. Utilizziamo carni da allevamenti italiani e selezioniamo parti scelte, tra cui il reale e la pancia, con una percentuale 80% di magro e 20% di grasso”. Gli hamburger, che rappresentano il 5% della produzione totale dell'azienda, sono pensati per soddisfare le richieste del canale Horeca. “Distribuiamo il prodotto solo in Italia: non utilizzando i conservanti, gli hamburger hanno una shelf life di 14 giorni e quindi, per il momento, non possono essere esportati”.

Hamburger di bovino

I prodotti sono realizzati con carne chianina, romagnola, marchigiana, pezzata rossa, bufalo Wagyu-lem ed Erba.

Confezionamento

Skin.

Peso medio/pezzatura

Confezioni da 100/150/200/280 g. Due dischi per ogni confezione



<https://lemcarni.it>

EFFESALUMI

Effesalumi presenta le Gustarelle, 'quadrotti' di lavorato di carne di suino di 'Gran Filiera', realizzate esclusivamente con suini 100% italiani. Le carni nazionali vengono macinate e insaporite con una concia delicata, i cui ingredienti sono stati selezionati per poter garantire un impasto senza allergeni, glutine, lattosio, derivati del latte. Le Gustarelle sono prodotte con l'ausilio di moderni macchinari, che consentono l'estrusione dell'impasto, mantenendo così il prodotto molto più morbido rispetto a quelli simili già presenti sul mercato, che invece vengono stampati a pressione. Si presentano con un packaging innovativo, in vaschetta trasparente scompartimentata per dare più stabilità ai prodotti e permettere una completa visione degli stessi a 360°. Il peso della vaschetta di 200 grammi, contenente due pezzi, soddisfa le esigenze anche dei single. L'etichetta grafica raffigura l'immagine del prodotto cotto e riporta una ricetta pratica e veloce da preparare. Il gusto delicato di questo prodotto soddisfa i consumatori di tutte le età.

Gustarelle suino

Prodotto realizzato con carne suina 100% nazionale (origine: Italia), cioè proveniente da suini nati, allevati, macellati in Italia. Allergeni assenti. Senza glutine, senza lattosio, senza derivati del latte.

Ingredienti

Carne di suino, sale, fibre vegetali, aromi naturali, correttore di acidità: E 331, antiossidante: E 301, spezie.

Confezionamento

Atmosfera protettiva, vaschette da 200g (peso minimo garantito) formate da 2 pezzi di Gustarelle.

Tempi di scadenza

10 gg.



www.effesalumi.it

MARTINI ALIMENTARI

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, fino alla carne di vitello", esordisce Gianni Ceccarelli, sales manager Gdo. "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. Ed ecco perché sono stati creati hamburger di suino con cipolla, con prosciutto, con radicchio e speck o con spinaci, e i Mini Burger di suino, con diverse salse d'accompagnamento. Martini propone anche la Linea Delight, della quale ne fa parte un hamburger con il 40% in meno di grassi, con sale iodato e senza glutine, ma anche l'hamburger di solo pollo. Nella linea Martini Quando Vuoi, invece, troviamo il Best Burger, un hamburger di pollo reso particolarmente gustoso da una croccante panatura". La gamma degli hamburger incide per il 25% circa delle vendite di tutti gli elaborati freschi e viene realizzata utilizzando carni selezionate e sgrassate con grande attenzione, in modo da renderle leggere e digeribili. "Le carni proven-

gono da animali rigorosamente nati, allevati e trasformati in Italia: da sempre, la nostra azienda è attenta a offrire al consumatore la consapevolezza di ciò che mangia, gestendo l'intera filiera produttiva. Sicuramente è importante rilevare innanzitutto il contesto in cui nascono: la filiera controllata Martini, gli impianti all'avanguardia, una visione di sviluppo sostenibile e uno staff altamente qualificato sono le basi fondamentali per una produzione di qualità. Le tre diverse basi di carne (suino, pollo e coniglio) vengono elaborate in ricette sempre diverse e gustose. Inoltre, insieme alla qualità delle carni, Martini è attenta anche a promuoverne un'elaborazione innovativa sia dal punto di vista gastronomico, sia per quanto riguarda il packaging e la comunicazione. Questo per rispondere sempre meglio ai desideri dei consumatori".

I prodotti Martini sono presenti su tutti i canali, sull'intero territorio nazionale, e in alcuni mercati esteri. "La nostra azienda è sempre più presente nel Sud Est Asiatico, dove il fatturato è aumentato del 4%. Inoltre, stiamo esportando queste linee di prodotto in Slovenia e stiamo contrattualizzando con importanti catene europee".

Hamburger di pollo - Linea Delight

Puro macinato di carne di pollo, con il 50% in meno di grassi e il 30% in meno di sale. Gluten free.

Peso medio/pezzatura:
200 g. Confezione da due pezzi.
Shelf life
9 gg.



www.martinalimentare.com

CENTRO CARNE

Materia prima eccellente e razze pregiate sono solo due dei plus che caratterizzano la produzione di Centro Carne, l'azienda teramana specializzata nella lavorazione, sezionamento, preparazione e confezionamento di ogni tipo di carne. "La nostra gamma 'Hamburger che passione' è costituita da cinque tipologie di prodotto che si differenziano per la tipologia di carne utilizzata: Fassona piemontese, Chianina, Marchigiana, Romagnola e Black Angus", spiega Claudia Corradetti, responsabile amministrativo dell'azienda. "La materia prima è eccellente - in quanto, oltre alle razze pregiate, macelliamo esclusivamente Scottone femmine di 14/16 mesi -, e la lavorazione è accurata - solo con primi tagli denervati e con l'aggiunta di ingredienti naturali. Un processo produttivo altamente tecnologico, poi, garantisce la conservazione e la sicurezza del prodotto". Tra le referenze di questa

gamma, segnaliamo l'hamburger di Scottone gourmet firmato dallo chef Luca Montersino. "Si tratta dell'Hamburger Buono QSCI", caratterizzato da una ricetta e da un sapore unico. Nasce infatti dalla collaborazione esclusiva con lo chef Luca Montersino, che ha fatto di 'salute, gusto e qualità' i punti fondamentali della sua filosofia. Prima di firmare una collaborazione e prestare il suo volto per la comunicazione di questo prodotto, ci ha voluto conoscere a fondo e insieme a noi ha sperimentato questa ricetta per più di un anno. Ne è derivato un hamburger eccellente, a base di carne di bovino adulto - Scottone selezione 100% Italia -, con antiossidante naturale, e un mix di 22 spezie che gli conferiscono un gusto e un sapore inconfondibile. Abbiamo anche allestito un Apecar per testare il prodotto". Centro Carne lavora in stretta collaborazione con Luca Montersino, inoltre, anche

nella ricerca e nello sviluppo di nuovi prodotti. "Grazie al suo apporto, desideriamo creare una linea di prodotti sani e dal gusto inconfondibile che sia una sintesi tra la nostra cultura del lavoro, che fa dell'aver etichette 'pulite' il nostro orgoglio, e la sua genialità che vogliamo sia dapprima sprigionata, e poi racchiusa, in ogni singolo prodotto. Una crescita per la nostra azienda, fiera di collaborare con chi, come noi, fonda il proprio lavoro sul gusto e sulla qualità". Gli hamburger di Centro Carne sono distribuiti per il food service, nella Gdo e nel canale Horeca. "Attualmente il mercato di riferimento è soprattutto il centro Italia, anche se abbiamo iniziato ad operare anche in Lombardia, Veneto e Sicilia". L'azienda, che di recente ha acquisito la certificazione IFS, ha presentato l'intera linea di hamburger in occasione di Tuttofood 2017 ed esporrà le novità nella prossima edizione del 2019.

Hamburger

Gli hamburger di Centro Carne sono realizzati con carni di razze pregiate di Scottone femmina. Sono senza glutine e senza allergeni.

Confezionamento

Gli hamburger sono confezionati in Atm, Skin e surgelati con tecnologia IQF, inseriti in buste termoformate.

Peso medio/pezzatura

30 g; 100 g; 150 g; 200 g; 250 g.



www.centrocarne.com

MONTANA

Montana (marchio di Inalca, società del Gruppo Cremonini) presenta la linea di hamburger surgelati. Ne fanno parte gli 'Hamburger naturali', gli 'Hamburger bio', gli 'Hamburger al bacon' e gli 'Hamburger leggeri', caratterizzati da solo il 9% di grassi e da un apporto calorico ridotto rispetto alla media - 161 Kcal per ogni 100 grammi di prodotto. "Queste referenze vantano molteplici plus", spiega Roberta Ferri, responsabile marketing Montana. "Innanzitutto sono realizzate con il 100% di carne da allevamenti italiani, sono ricche di proteine e rappresentano una fonte naturale di vitamina B3 e fosforo. Inoltre, nella selezione degli 'Hamburger naturali', non contengono conservanti né aromi artificiali. Sono senza glutine - nella proposta 'Bio' - e hanno un ridotto tasso di grassi - nella linea dei 'Leggeri'". Ma non è tutto. Montana ha presentato, in occasione di Cibus Parma, il primo hamburger italiano 'sostenibile' con dichiarazione ambientale in etichetta. Grazie ai dati della Dichiarazione ambientale di prodotto (Epd - environmental product declaration) è emerso che la produzione di un hamburger Montana da 100 grammi ha un basso impatto ambientale, con un consumo di acqua pari a 72,8 litri per hamburger. Inoltre il 99,9% degli imballaggi generati dal processo di produzione sono avviati al riciclo. "Questo significa che consumare un hamburger Montana da 100 grammi ha un impatto ambientale estremamente basso. Basti pensare che il consumo giornaliero medio della sola acqua potabile ad uso domestico in Italia è di 180 litri a persona (fonte Enea). Oltre al ridotto consumo di acqua, anche le emissioni di CO2 sono particolarmente contenute, pari a 1 Kg di CO2 eq, inferiore del 50% rispetto ai valori comunemente indicati per la carne bovina". Gli hamburger Montana sono commercializzati in tutta Italia, nel canale della grande distribuzione e nel canale horeca.

Hamburger Bio

Montana presenta la nuova linea di Hamburger Bio, senza glutine, da allevamenti italiani e certificati da CCPB (organismo di certificazione e controllo dei prodotti agroalimentari e 'no food' ottenuti nel settore della produzione biologica, eco-compatibile ed eco-sostenibile) che ne garantisce tutta la filiera. Il mondo del biologico, infatti, non include solo l'agricoltura, ma anche l'allevamento e garantisce il benessere animale, la qualità della carne e la tracciabilità di tutta filiera produttiva: dai prodotti per l'alimentazione degli animali allevati, alle cure veterinarie, dalla possibilità di far pascolare gli animali all'aperto, fino alla lavorazione della carne.

Caratteristiche

Gli Hamburger Bio Montana si rivolgono a quella fascia di consumatori più sensibili che concentrano il massimo delle loro aspettative su un'offerta bio che oggi comprende anche la carne.

Peso medio/pezzatura

Confezione da quattro hamburger da 100 g.



www.montanafood.it

INGREDIENTI

I.T.ALI.

I.T.ALI. produce miscele per la produzione di diverse tipologie di hamburger, da diverse matrici quali carni bovine, suine e avicole. Realizza inoltre dei semilavorati pronti all'uso per la produzione di preparati vegetariani e vegani, basati su matrici vegetali quali pisello o soia. "Le nostre miscele, che quasi sempre vengono personalizzate, sono complessi a base di farine, fibre, proteine, ecc., che soddisfano le più diverse necessità del cliente. Infatti, a seconda della matrice carnea o vegetale di partenza, siamo in grado di offrire soluzioni atte a garantire le rese, la tenuta del colore e la conservabilità dei prodotti realizzati", spiega Silvano Bedogni, titolare dell'azienda. "Siamo sempre attenti alle novità e alle richieste del mercato. Recentemente abbiamo messo a punto un sistema, basato su estratti naturali, che permette la realizzazione di hamburger (e altri derivati di carne) a ridotto contenuto di sale, in pratica con il 25/30% di sale in meno rispetto al solito, pur mantenendo la sapidità e le fragranze del prodotto tradizionale e la sicurezza di conservazione del prodotto". Molteplici le caratteristiche che rendono i prodotti I.T.ALI. sicuri e affidabili. "Le materie prime utilizzate provengono in gran parte dal mercato europeo, mentre alcune specialità arrivano da paesi extra Ue. I nostri preparati, poi, vantano un'etichetta pulita, assenza di allergeni, stabilità, durabilità e sicurezza".



<http://italisrl.com>

Mc Donald's propone hamburger con carne fresca. Ma gli americani non gradiscono

L'ultima scommessa del colosso dei fast food è puntare sulla qualità. A discapito della velocità di servizio. L'impegno dell'azienda è frutto di una chiara tendenza che sta coinvolgendo l'intero settore del fuori casa: cibo salutare e proposte gourmet sono due elementi essenziali per essere competitivi sul mercato.

A cura di Margherita Luisetto

Mc Donald's ha recentemente intrapreso una sperimentazione in alcuni punti vendita americani che potrebbe segnare l'inizio di un nuovo capitolo nella storia del colosso americano. L'utilizzo, cioè, di carne di manzo fresca, al posto di quella congelata, per preparare i suoi hamburger. L'obiettivo, a quanto pare, sarebbe quello di puntare a una fascia di clienti più attenta alla qualità del cibo e con gusti più ricercati. Non solo. L'utilizzo di carne fresca potrebbe portare anche a un miglioramento della percezione del marchio. Fin qui tutto bene. L'orientamento verso i moderni stili e consumi alimentari aveva già portato il colosso del fast food all'inserimento, nei propri menù, di proposte gourmet - ricordiamo, per l'Italia, le collaborazioni con chef ed esperti di cucina, da quella con Gualtiero Marchesi alla più recente con Joe Bastianich, fino ai panini preparati con ingredienti Dop e Igp - e di proposte più salutari.

Ma la novità dell'hamburger a base di carne di manzo fresca nasconde in sé un paradosso. La sua preparazione richiede un minuto in più di cottura. Sono dispo-

sti i clienti ad allungare l'attesa, in cambio di un prodotto qualitativamente superiore? Negli Stati Uniti, dove si sta sperimentando la novità, no. Gli americani non hanno apprezzato. O meglio, non sono disposti a mettere in gioco l'alto contenuto di servizio offerto dai fast food - la velocità del servizio -, per la qualità.

La scommessa di Mc Donald's potrebbe essere vincente in altri Paesi, Italia in primis. Gli italiani, infatti, sono i primi in Europa per la ricerca di prodotti alimentari eccellenti. Il 70% dichiara di essere disponibile anche a sostenere un costo addizionale per acquistare un prodotto con maggiore contenuto qualitativo. Del resto nel Bel Paese il buon cibo è quasi una religione. E la qualità è diventata sinonimo di sicurezza, oltre che di proprietà organolettiche e di gusto (fonte: Rapporto Coop 2017). Secondo un'indagine GfK, inoltre, più di un italiano su due indica la salute tra i primi tre posti fra i criteri che impattano sulla scelta di acquisto di un alimento, prima del risparmio. In questo contesto, dunque, la scommessa di Mc Donald's potrebbe essere trionfante.



LINEA
HAMBURGATRICI
AUTOMATICHE
REFRIGERATE

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



I VANTAGGI DELLA REFRIGERAZIONE?

La bassa temperatura mantiene inalterato: ✓ il colore della carne ✓ le caratteristiche organolettiche ✓ le proprietà nutritive



Tutte le macchine Minerva Omega Group possono essere "intelligenti", grazie all'esclusivo sistema di monitoraggio centralizzato NEMOSY (NEXUS MONITORING SYSTEM), utilizzato per la gestione e il controllo da remoto del parco macchine. Dedicato ai responsabili della sicurezza (SAFE) e della manutenzione (TECH), l'IoT (Internet delle cose) per le nostre macchine è già una realtà.



www.minervaomegagroup.com
laminerva@laminerva.it

SVOLTA GREEN: ENTRO IL 2025 IMBALLAGGI 100% ECO-SOSTENIBILI

Entro il 2025, il 100% delle confezioni di Mc Donald's provverrà da fonti rinnovabili, riciclate o con certificazione della provenienza da aree non sottoposte a deforestazione. Tutte gli imballaggi, inoltre, saranno riciclabili. L'attenzione verso l'eco-sostenibilità è già una prerogativa dell'azienda. Francesca DeBiase, Chief Supply Chain and Sustainability Officer di McDonald's, spiega: "Collaborando con esperti del settore, istituzioni locali e associazioni ambientaliste, il gruppo realizzerà confezioni più intelligenti, implementerà nuovi programmi di riciclaggio e di misurazione, promuovendo al tempo stesso la consapevolezza ambientale tra clienti e dipendenti".

IN ITALIA IL FOOD È LA NUOVA FRONTIERA DEL FASHION

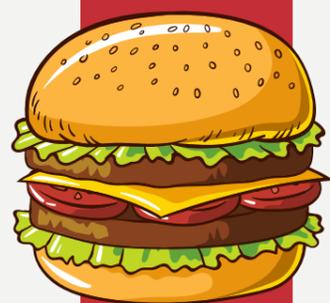
Le catene del fast food, in Italia, devono fare i conti anche con una concezione del cibo tutta nuova. Come si legge sul Rapporto Coop 2017, il cibo è diventato la nuova frontiera del fashion, arrivando a prendere il posto dell'abbigliamento nel segnalare condizione e identità sociale degli individui. Quello che mangiamo non è più soddisfazione di un bisogno organolettico ma è sempre più elemento 'estetico' della rappresentazione sociale che di noi vogliamo dare. Il cibo è dunque l'immagine della condizione personale e sociale.

FOCUS ON

MC DONALD'S

Vendite internazionali in crescita del 7,8% nel primo trimestre 2018

McDonald's chiude il primo trimestre con un utile per azione di 1,79 dollari, sopra le attese degli analisti. I ricavi si sono attestati a 5,14 miliardi di dollari e le vendite sui principali mercati internazionali, compresi Australia, Canada, Francia, Germania e Gran Bretagna, hanno registrato una crescita del 7,8%. Positive anche le vendite negli Stati Uniti, che hanno beneficiato di prezzi più alti e di un incremento dei clienti.



Fast food: metamorfosi in atto

La sfida messa in atto da Mc Donald's è solo la punta dell'iceberg. Alla base c'è una considerevole trasformazione dei fast food. Da qualche anno assistiamo alla nascita di svariati format e all'evoluzione di quelli già esistenti. Una vera e propria metamorfosi. Che non va scambiata per un perspicace anticipo di nuovi trend ma va intesa come chiaro segnale di adeguamento a una nuova realtà in corso. Il comparto, a livello globale, sta chiaramente vivendo una situazione di forti tensioni. Dovute a fattori che stanno erodendo le fondamenta del settore e che, per sopravvivere, lo porteranno verso un profondo rinnovamento.

I trend della generazione millennial

Il primo fattore di crisi è rappresentato dai millennials, quella generazione, cioè, nata tra gli anni Ottanta e il Duemila. Si tratta di un target che, a differenza dei loro genitori, predilige una cucina più sana, il cibo a domicilio e la ristorazione fast casual. Ma andiamo con ordine.

Una cucina più sana

Tra le nuove esigenze dei giovani consumatori, la salvaguardia dell'ambiente e della propria salute riveste un posto di primo piano che spinge anche i fast food ad abbracciare menù più sani. Pena la crisi dei consumi. Gli esempi possono essere tanti. A partire da Mc Donald's che, nel 2016, inserisce tra i suoi menù proposte vegetariane e un panino vegano e che, a Hong Kong, apre la catena Next puntando su insalate, piatti a base di quinoa e ananas e pasti preparati al momento. Ma possiamo citarne altri, a livello internazionale e nazionale. Come Subway, la catena americana di fast food specializzata in sandwich e che, di recente, ha lanciato panini con bistecche vegan a base di soia e verdure. E poi la nascita di tantissimi nuovi format. Life Kitchen, una catena che punta sulla sostenibilità, proponendo carne di manzo nutrito con erba, pollo senza antibiotici, salmoni allevati responsabilmente e verdure locali e bio, proposte gluten free. Jamba Juice, il format che offre solo frullati, con tutte le

combinazioni di frutta e verdura possibili. Sweetgreen, una realtà che propone insalate tailor made realizzate con ingredienti provenienti da fattorie biologiche. O ancora, Viva, un nuovo format milanese di 'natural fast food & take away' pensato per pranzi, spuntini e momenti della giornata all'insegna del 'buono, fresco e naturale'. Gli esempi potrebbero continuare a non finire.

La comodità del Food delivery

Il cibo a domicilio, poi, è la nuova tendenza che sta prendendo sempre più piede. Ordinare via web le preparazioni professionali da mangiare a casa propria, direttamente dallo smartphone, è una soluzione capace di unire gusto e praticità. Come sottolineato dal Rapporto Coop 2017, "lo sviluppo di piattaforme dedicate per le consegne a domicilio, tra cui Foodora, Deliveroo, Just Eat, Uber Eats e Amazon, ha contribuito al boom del settore del food delivery. Basta chiedere, con un click, sull'app o sul sito, e ogni desiderio sarà esaudito: dal sushi all'hamburger; dalla pizza alla lasagna. In Italia, il giro d'affari è stimato nell'ordine del mezzo miliardo di euro". I dati Censis Coldiretti confermano la crescita: nel 2017 sono stati 4 milioni gli italiani che si sono affidati alle app per ordinare cibo e riceverlo a domicilio e 11 milioni quelli che hanno usato regolarmente il telefono per ordinare.

I fast casual

Le nuove esigenze dei millennials li portano ad orientarsi verso il 'fast casual'. In passato, il panorama delle catene di ristorazione era diviso in due macroblocchi: da una parte, i fast food, come Mc Donald's, Burger King, Kfc, caratterizzati da servizio veloce e basso costo, e dall'altra, i casual dining, che prevedono un servizio a tavola, cibo di qualità superiore e prezzo medio più alto. Negli ultimi anni, si è assistito alla nascita di un nuovo concetto di ristorante: il cosiddetto fast casual, collocabile a metà strada tra i due, sia in termini di qualità dell'offerta che di prezzo. Il rapporto Fipe 2018, la federazione italiana dei pubblici esercizi, fa sapere che appare sempre

più chiaro come i brand del segmento fast casual della ristorazione siano quelli che più di tutti stanno rispondendo alle nuove esigenze del consumatore metropolitano che "pretende", al contempo, velocità, qualità, novità. Ciò che lo caratterizza, però, è la sua tendenza a essere infedele al brand, prediligendo una grande libertà di scelta.

Vasta scelta e maggiore competitività

La scarsa fidelizzazione dei clienti e le più svariate abitudini alimentari dei consumatori non fanno altro che lasciare ampie possibilità all'ingresso nel mercato di nuovi concorrenti e al cambiamento degli equilibri esistenti. Il crescente numero dell'offerta di ristoranti porta inevitabilmente a una guerra per assicurarsi le maggiori quote di mercato. Una vera e propria lotta per il territorio, insomma. Garantire servizio, qualità e adeguarsi alle esigenze moderne sono i requisiti minimi che una catena deve avere per stare a galla.

Aumento del salario medio

Dietro le quinte c'è anche la questione del costo del lavoro. "In molti paesi si registra l'aumento del salario medio", spiega RJ, Hottov, strategist of Morningstar Equity Research (Usa). "Questo rischia di pesare sul bilancio delle società, soprattutto di quelle che hanno una più alta percentuale di ristoranti gestiti direttamente e non in franchising e che non riescono a scaricare le spese della gestione del personale sui prezzi della merce venduta". Come sottolinea anche John Hamburger, presidente di Franchise Times Corp. (Usa), editore nazionale di riviste specializzate in franchising e finanza, "il settore della ristorazione non era stato pensato per essere un modello di manodopera costosa". I crescenti costi che deve sostenere anche la ristorazione fast food sono in contrasto con la politica degli sconti che le catene portano avanti nello sforzo di attrarre clientela. "Tagliare i prezzi mentre salgono i costi significa ridurre i margini, con l'effetto che la minima flessione nelle vendite di un negozio può essere fatale.



Negli Stati Uniti, l'industria della ristorazione fast food vale circa 198,9 miliardi di dollari. E le previsioni vedono una crescita del comparto che lo porterà, entro il 2020, a superare i 223 miliardi. Nel 2017 il top player del mercato è ancora Mc Donald's, con un risultato complessivo di quasi 97,7 miliardi di dollari.

Fonte Millward Brown - Statista 2017



BURGER KING

In Italia, varato un piano di espansione che punta al raddoppio. Focus sulle proposte premium

Non si arresta l'espansione del colosso americano Burger King sull'Italia. È stato infatti varato un piano quinquennale per il Bel Paese che porterà alla creazione di una rete di 300 locali, contro gli attuali 170, entro il 2023. "Il business plan prevede 30 inaugurazioni l'anno", spiega Filippo Maria Catenacci, head of franchising di Burger King Italia, in un'intervista pubblicata da Il Sole 24 Ore. "L'obiettivo è coprire tutta la penisola, con un occhio di particolare attenzione al Mezzogiorno". Nel 2017 la catena ha raggiunto un giro d'affari di 180 milioni (+12% rispetto al 2016). Grazie anche alla maggiore focalizzazione sui prodotti premium. Sul fronte dell'offerta, Burger King punta anche sulle specialità del territorio, soprattutto con proposte Dop e Igp. A cui si aggiungono le prossime novità che comprendono insalate e nuovi menù a base di pollo, con materie prime fresche da filiera italiana. "Prevediamo di chiudere il 2018 superando i 200 milioni di euro", sottolinea Filippo Maria Catenacci.

GLASBORD® CON SURFASEAL®



Ferbox, da oltre 25 anni, produce e installa pannelli in Glasbord® con surfaseal®, un rivestimento igienico per pareti e soffitti di alta qualità e affidabilità che permette di ridurre i consumi energetici e i tempi di lavaggio, oltre a dare un ottimo risultato estetico.

Grazie all'esperienza maturata e alla fiducia acquisita da parte della clientela più esigente, Ferbox ha industrializzato il processo produttivo in modo da poter servire le più grandi industrie alimentari e la grande distribuzione.

Con Ferbox, trovate il vostro partner ideale per la realizzazione e ristrutturazione di ambienti produttivi per la lavorazione delle carni o celle frigorifere per lo stoccaggio.

Grazie all'ottima performance del materiale sono stati installati oltre 2 milioni di metri quadrati in Europa!

Glasbord® con surfaseal®:

- prodotto leader a livello europeo per la realizzazione di pareti e controsoffitti altamente sanificabili per l'industria alimentare.
- meccanicamente più resistente dei comuni pannelli
- facilissimo da pulire grazie alla superficie liscia e non porosa
- non promuove la carica batterica e previene la formazione di muffe
- permette uno standard igienico molto elevato
- risponde ai requisiti USDA/FSIS e viene prodotto in diverse tipologie di colori e spessori
- può essere autoestinguente, resistente al fuoco in classe Bs2d0
- superficie brillante, riflette la luce

Infine è stato introdotto un ulteriore vantaggio: il rivoluzionario sistema "HYGENIC QUALITY SYSTEM" per una giunzione tra pannelli specifica e una sigillatura tra le fughe con il bicomponente "HPS-2C".

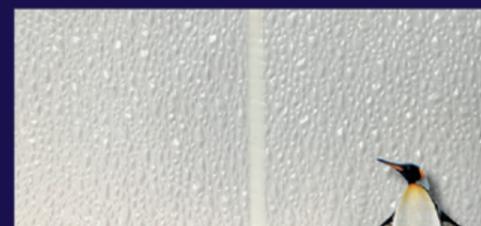
La sigillatura "HPS-2C", è realizzata senza solventi, inodore, ad ampio spettro di adesività e anche dopo aver subito trattamenti "aggressivi" e lavaggi frequenti per la sanificazione degli ambienti non richiede alcuna manutenzione.

Questo sistema permette di avere un risultato complessivo estremamente performante, in grado di soddisfare completamente le normative igienico-sanitarie vigenti di riferimento e le aspettative del cliente finale perché garantisce massima resistenza alle muffe e facilità di pulizia.

Il sistema "HQS" permette di avere una totale planarità tra le giunzioni dei pannelli di parete e di soffitto evitando così di avere gradini e/o elementi in rilievo che danno adito a infiltrazione di sporco causando la proliferazione di germi e batteri e complicandone la rimozione.

Il sistema "HQS" evita, dopo l'accostamento dei pannelli, di lasciare bordi a spigolo vivo sulle fughe spesso causa di tagli accidentale all'operatore in fase di pulizia manuale.

Il sistema "HQS" è adatto a tutti gli ambienti a contatto con generi alimentari, camere bianche e, in generale, a tutti quegli ambienti che necessitano di una igienicità estrema con un grado di finitura molto elevato.



"Se pensi differente pensi a FERBOX"

TESPI MEDIAGROUP RACCHIUDE UN POOL DI TRE SOCIETÀ EDITRICI SPECIALIZZATE NELL'INFORMAZIONE B2B: FRIMEDIA, EDIZIONI TURBO E SPORT PRESS. ATTRAVERSO LE VARIE TESTATE IL GRUPPO FORNISCE STRUMENTI DI COMUNICAZIONE RIVOLTI AGLI OPERATORI DEI SETTORI: ENTERTAINMENT, TECHNOLOGY, SPORT E FOOD.

SCOPRI LA NOSTRA OFFERTA EDITORIALE NEL SETTORE ALIMENTARE



THE ITALIAN FOOD MAGAZINE

THE ITALIAN WINE MAGAZINE

SALUMI&TECNOLOGIE

SALUMI&CONSUMI

FORMAGGI&TECNOLOGIE

FORMAGGI&CONSUMI

GUIDA ALLE MIGLIORI GASTRONOMIE

CARNI&CONSUMI

Salumi&Consumi Weekly

GUIDA RETAIL

DS - DOLCISALATI&CONSUMI

Formaggi&Consumi Weekly

DS - DolciSalati&Consumi Weekly

VINI&CONSUMI

Vini&Consumi Weekly

EUROPEAN RETAIL GUIDE

ALIMENTANDO.INFO

BIO&CONSUMI

Bio&Consumi Weekly

TECH4FOOD