Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600463/4 - Fax. +39.0362.600616 - e-mail: info@tespi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008
Poste Italiane SpA - Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 Comma 1 - LO/MI - Stampa: Ingraph - Seregno (MB) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

Carni & CONSUMI
SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 15 - NUMERO 5 - MAGGIO 2022
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

FBA FILIERA BENESSERE ANIMALE

FIORANI®

IL FUTURO ALLE ORIGINI

Filiera Benessere Animale

1 Carne suina Origine Italia
2 Suino allevato senza uso di antibiotici negli ultimi 120 giorni
3 Benessere animale certificato da DQA sul 100% della filiera
4 Minor densità in allevamento rispetto ai parametri di legge
5 Piano nutrizionale personalizzato per ogni fase di allevamento
6 Giochi a disposizione dei suini per soddisfare la loro naturale curiosità
7 Spazi adeguati che favoriscono contatti con i propri simili in tutte le fasi dell'allevamento, con particolare attenzione al parto e allo svezzamento
8 Allevamenti secondo elevati standard di biosicurezza

MAXI HAMBURGER | TAGLIATA DI LONZA | TAGLIATA DI COPPA | LOIN RIBS | TOMAHAWK

Scopri le nostre ricette sul sito www.fioraniec.com/le-ricette/

Tutti i prodotti FIORANI sono SENZA GLUTINE

seguici su:

FIORANI&C. S.P.A. - VIA COPPALATI N. 52 - 29122 PIACENZA (PC)
P.IVA 01410740334 - TEL. +39 (0)523-596111 - marketing.fiorani@fiorani.net

FIORANI®
IL FUTURO ALLE ORIGINI
Il cibo è arte, storia, convivialità, benessere e salute
HAMBURGER FIORANI
200 grammi di passione per la buona carne
del patrimonio bovino italiano
Fatti con ingredienti naturali
Senza aromi né aromi naturali aggiunti
Senza glutine
Teneri e succosi (prodotti a bassa pressione)
PODOLICA
PIEMONTESE
CHIANINA
Scopri le nostre ricette sul sito www.fioraniec.com/le-ricette/ Tutti i prodotti FIORANI sono SENZA GLUTINE
seguici su:
FIORANI&C. S.P.A. - VIA COPPALATI N. 52 - 29122 PIACENZA (PC)
P.IVA 01410740334 - TEL. +39 (0)523-596111 - marketing.fiorani@fiorani.net

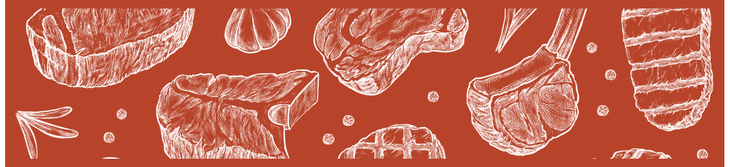
Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39.0362.6004634 - Fax. +39.0362.606616 - e-mail: info@tespi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008
Poste Italiane SpA - Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 Comma 1 - LO/MI - Stampa: Ingraphi - Senegno (MB) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Rosello per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

Carni & CONSUMI

SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 15 - NUMERO 5 - MAGGIO 2022
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

ZOOM

Gli italiani ribadiscono: “Sì alla carne”



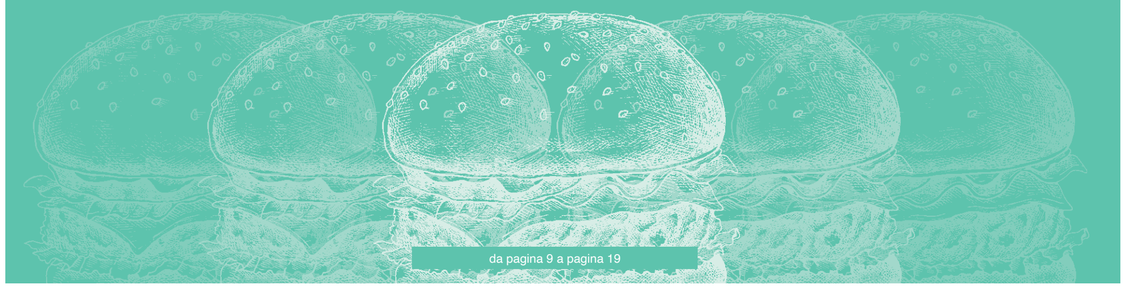
I consumatori non si fanno condizionare dalle campagne denigratorie sul settore. Diffidano dalle alternative vegetali e respingono l’idea di mangiare prodotti da laboratorio. Il rapporto Censis-Assica-Unaitalia riporta il dibattito legato al Recovery Fund alla realtà dei fatti.

alle pagine 6 e 7

GUIDA BUYER

SPECIALE HAMBURGER

Qualità, provenienza e innovazione sono i principali driver del successo.
Le proposte dei player e lo strategico supporto della filiera,
dagli ingredienti alle attrezzature per la produzione.



da pagina 9 a pagina 19

FOCUS ON

Fiorani: l’innovazione è ‘green’

Benessere animale e sostenibilità. Sono le due parole d’ordine alla base del nuovo progetto di Filiera. Che prevede standard sempre più alti, dall’allevamento fino al packaging. Valeria Fiorani, responsabile marketing, presenta l’impegno dell’azienda.

a pagina 8

Gruppo Martelli: la linea ‘Qui Ti Voglio’ ottiene la certificazione Antibiotic free

La linea ‘Qui Ti Voglio’, che comprende un’intera gamma di salumi e carni fresche realizzata con carne suina senza antibiotici, è stata certificata da SGS Italia come ‘da suini allevati senza antibiotici dalla nascita’. “Si tratta di un altro fondamentale traguardo che come azienda abbiamo fortemente voluto perseguire”, spiegano Marco e Nicola Martelli, quarta generazione alla guida del Gruppo Martelli. “Un ente certificatore accreditato ha verificato e attestato le ‘buone pratiche’ che mettiamo in campo ormai da diverso tempo e che rappresentano un plus di notevole valore sotto diversi aspetti. Una carne senza antibiotici tutela infatti, in primo luogo, il benessere del consumatore. Al contempo, contribuisce a quell’equilibrio biologico che è centrale in tutti i nostri programmi di allevamento”. Come fanno sapere dall’azienda, l’allevamento dei suini senza antibiotici dalla nascita è possibile attraverso l’allevamento in corretti spazi per ridurre lo stress degli animali e migliorare la loro qualità di vita, un’appropriata gestione degli ambienti attraverso il riciclo continuo dell’aria e un avanzato sistema di pulizie delle porcilaie oltre che ad una sana alimentazione integrata e controllata. Queste informazioni sono indicate sulle confezioni, studiate ad hoc per tutta la gamma ‘Qui Ti Voglio’, attraverso un QR Code, associato a ogni confezione, che permette di ricevere con facilità e immediatezza informazioni sulla provenienza del suino e sugli allevamenti, garantendo al consumatore la qualità della materia prima.

Salumi & Consumi

Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo S.r.l.by Tespi Mediagroup
Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23
20821 Meda (MB)
Tel. +39 0362 600463/4 - Fax. +39 0362 600616
e-mail: info@tespi.net
Periodico mensile
Registrazione al Tribunale
di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008.
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158
del 21 aprile 2005.
Poste Italiane SPA
Spedizione abbonamento postale
D.L. 353/2003 - Conv. in Legge 46/2004
Art. 1 Comma 1 - LO/MI
Periodico mensile
Anno 15 - numero 5 - Maggio 2022
Stampa: Ingraph - Seregno
Prezzo di una copia 2,00 euro -
arretrati 9,00 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l’Italia 30,00 euro
via ordinaria.

L’editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l’invio di informazioni commerciali. In base all’Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.
Responsabile dati: Angelo Frigerio

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l’uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l’autorizzazione scritta dell’editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione ha verificato il copyright delle immagini pubblicate. Nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l’editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze. L’editore si riserva di respingere e non pubblicare comunicazioni non conformi alla linea editoriale della società.

Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, Beverage & Consumi DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Grocery & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Odeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.luxuryfb.com,www.technospia.it, www.beauty2business.com, www.tgtuttogiocattoli.it

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 18 maggio 2022

Il comparto avicolo mostra i primi segnali di cedimento. +21,1% i costi di produzione

L’impennata dei costi di produzione – dovuta sia ai rincari energetici che all’aumento delle materie prime – ha colpito duramente il settore avicolo. Secondo l’indice Ismea dei mezzi correnti di produzione, presentato nel corso del Poultry Forum (Rimini, 4-6 maggio), nei primi tre mesi del 2022 sono stati registrati complessivamente aumenti degli input produttivi del +21,1% per la carne avicola e del 50% per le uova. La razione animale è la voce di costo che pesa di più sui bilanci aziendali (circa il 60%) e che sta registrando gli aumenti più significativi con un +33% nel primo trimestre di quest’anno e un ulteriore balzo del 40% ad aprile su base annua, a causa delle perduranti tensioni sui listini internazionali di mais, soia orzo. Mentre per il segmento delle carni l’inasprimento dei costi di produzione si sta gradualmente trasferendo sui prezzi di vendita lungo le varie fasi della filiera sino al consumo finale, grazie a una domanda comunque dinamica e interessata, appare al momento più delicata la situazione delle uova, con prezzi insufficienti a garantire un’adeguata marginalità. Più nel dettaglio, le carni avicole hanno beneficiato negli ultimi cinque anni di un aumento degli acquisti del 9% in quantità e del 19% in valore, mostrando una dinamica molto più favorevole rispetto al comparto delle carni nel loro complesso e un crescente orientamento verso prodotti a maggior valore aggiunto. Nel primo trimestre dell’anno, in risposta all’evidente incremento dei prezzi medi (+15% rispetto al 2021, +19% rispetto al 2019), la domanda al consumo ha mostrato i primi segnali di cedimento, riallineandosi ai volumi pre-pandemia, in presenza di una spesa più alta del 4% rispetto ai primi tre mesi del 2021.

Carni Sostenibili: il presidente Giuseppe Pulina tra i primi 1000 top animal scientist al mondo

Giuseppe Pulina, presidente di Carni Sostenibili – l’organizzazione italiana che riunisce le associazioni dei produttori di carni e salumi -, è tra i primi 1000 top animal scientist al mondo. Il riconoscimento arriva da Research.com, piattaforma accademica di primo piano per gli scienziati. È stato incluso, inoltre, per il secondo anno consecutivo, nella lista mondiale “World’s Top 2% Scientists List”, la graduatoria che include gli autori più citati nelle pubblicazioni scientifiche. La classifica viene stilata analizzando dati che forniscono informazioni standardizzate su vari parametri indicatori di successo, quali ad esempio l’h-index oppure il coauthorship adjusted hm-index, metriche che misurano la produttività, gli articoli più citati, il numero di citazioni e l’impatto di queste nelle pubblicazioni e nelle riviste scientifiche. Nello specifico, Giuseppe Pulina si è classificato 636esimo nella classifica mondiale e al 21esimo posto in Italia, attestandone così la sua autorevolezza e credibilità.

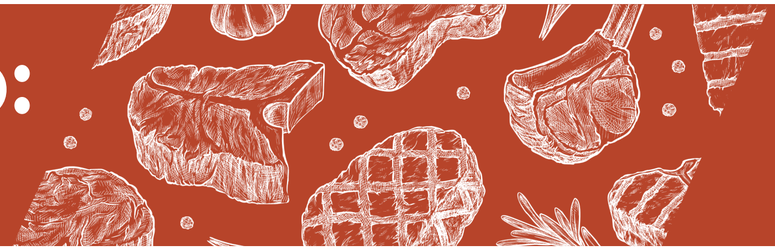
Cresce il settore delle attrezzature di lavorazione carne: entro il 2026, varrà 13 miliardi di dollari

Il mercato globale delle attrezzature per la lavorazione della carne dovrebbe crescere da 9,78 miliardi di dollari nel 2021 a 10,43 miliardi di dollari nel 2022, con un tasso di crescita annuale composto (Cagr) del 6,71%. Un incremento che raggiungerà i 13,62 miliardi di dollari nel 2026. I dati – pubblicati nel rapporto di The Business Research Company dal titolo ‘Meat Processing Equipment Global Market Report 2022’ – rivelano che la crescita del mercato delle attrezzature dedicate alla lavorazione di varie tipologie di carne (per tagliare, frullare, intenerire, riempire, affettare, macinare, massaggiare, ecc…) sarà conseguente al continuo aumento del consumo di carne lavorata. Questa offre infatti una serie di vantaggi, tra cui un minor rischio di infezioni e una durata di conservazione più lunga, sempre più apprezzati dai consumatori. Secondo il report, inoltre, nel mercato delle attrezzature per la lavorazione della carne, il Nord America è stata la regione più importante in termini di fatturato nel 2021, mentre l’area in più rapida crescita è quella dell’Asia-Pacifico. Tra i principali player di questo settore, The Business Research Company annovera GEA Group, JBT Corporation, Marel, Illinois Tool Works, The Middleby Corporation, Bettcher Industries, Equipamientos Carnicos, Biro Manufacturing Company, Brahe, RZPO, Bizerba, Riopel Industries, Minerva Omega Group, Risco, Millard Manufacturing Corporation, Apache Stainless Equipment Corporation, Gee Gee Foods & Packaging, PSS Svidnik, Ross Industries Inc. e Metalbud Nowicki.

Agnello di Sardegna Igp: a Pasqua quotazioni record e fatturato a 6,5 milioni di euro

Nelle prime due settimane di aprile, in concomitanza della Pasqua, sono stati macellati 65mila agnelli marchiati Igp, il 78% di quelli sardi. I dati, comunicati dal Contas (Consorzio agnello di Sardegna Igp), dicono che a livello nazionale l’Igp di Sardegna rappresenta il 50% dei circa 200mila macellati nel mese di aprile in tutta la Penisola. Le quotazioni hanno raggiunto livelli record: in media l’agnello di Sardegna Igp è stato pagato al pastore 70 euro a capo, mentre nei banchi della Gd si sono registrati prezzi intorno ai 90 euro ad agnello intero. La filiera dell’agnello di Sardegna Igp registra per Pasqua un fatturato totale di circa 6,5 milioni di euro, 5,7 milioni dei quali andranno ai 2.600 allevamenti che hanno macellato agnelli in questo mese. “La pandemia e adesso anche le tensioni internazionali dovute alla guerra hanno avvicinato ancora di più il consumatore ai prodotti del territorio”, spiega il presidente del Contas, Battista Cualbu. “Chi acquista lo fa con maggiore consapevolezza e controlla l’origine di ciò che porta a tavola. Questo ha fatto accrescere la domanda di prodotto sardo”.

Gli italiani ribadiscono: “Sì alla carne”



I consumatori non si fanno condizionare dalle campagne denigratorie sul settore. Diffidano dalle alternative vegetali e respingono l’idea di mangiare prodotti da laboratorio. Il rapporto Censis-Assica-Unaitalia riporta il dibattito legato al Recovery Fund alla realtà dei fatti.

La centralità della sostenibilità ambientale e gli effetti economici e sociali conseguenti alle emergenze - causate soprattutto dalla pandemia da Covid-19, ma anche alle difficoltà di approvvigionamento dovute al conflitto Russia-Ucraina - modificheranno la produzione e il consumo alimentare, generando nuovi contesti con cui gli operatori dovranno confrontarsi. A sostegno di questo cambiamento, un ruolo centrale è rivestito dall’Ue. Che, attraverso il Recovery Fund*, intende rilanciare l’economia dei Paesi membri, nel segno della sostenibilità, della digitalizzazione e della riduzione delle disuguaglianze sociali.

Gli obiettivi dell’Ue, però, spesso si scontrano (o discordano) dalla realtà. Il tema legato alla carne ne è un esempio indicativo: esiste un effettivo divario tra le reali aspettative dei consumatori, insieme all’impegno delle imprese e delle filiere nel dare risposte adeguate, e le reiterate campagne di cattiva informazione. Che, in nome della sostenibilità ambientale e di una maggiore tutela della salute, promuovono la drastica riduzione del consumo di carne a beneficio di prodotti alternativi (ad oggi, né sostenibili, né salubri). In questo contesto, Assica (Associazione industriali delle carni e dei salumi) e Unaitalia (Associazione di categoria che tutela e promuove le filiere agroalimentari italiane delle carni e delle uova) chiedono il sostegno del Governo per una transizione ecologica nel rispetto della filiera della carne, evitando una pericolosa riduzione dei consumi. Con l’obiettivo di riportare il dibattito pubblico sulla carne (e sulle attività delle imprese agricole e dell’allevamento delle filiere suinicole e avicole) dentro i confini concreti della realtà attuale, le due associazioni hanno organizzato un convegno dal titolo: ‘Scenari e prospettive della filiera carne. Attese dei consumatori italiani, prospettive e sfide dei settori avicolo e suinicolo tra Recovery fund, sostenibilità, rincari di energia e materie prime”. A dimostrazione dell’urgenza del sostegno al settore, un rapporto del Censis (‘Per il buon uso del Recovery Fund nel rilancio delle filiere della carne’). Che ha dimostrato come in Italia ci sia una percezione estremamente positiva della carne, che stride con le misure ‘miopi’ imposte dall’Ue.

* La crisi economica causata dalla pandemia di Covid-19 ha messo a dura prova gli Stati membri dell’Unione Europea, provocando una grave recessione. Per rilanciare l’economia dell’Ue, la Commissione Ue ha messo a punto il Recovery Fund. Con questo strumento sono stati stanziati dei fondi (per un totale di 2.018 miliardi di euro) per la realizzazione di una serie di interventi in linea con le priorità individuate dalla Commissione Europea, allineate con gli obiettivi di sviluppo sostenibile, digitalizzazione e riduzione delle disuguaglianze sociali.

IL SETTORE DELLA CARNE TRA FAKE E REALTÀ

Le campagne diffamatorie sul comparto della carne, costruite su fake news e infondate supposizioni, hanno costruito una narrazione sbagliata del settore: quella che la produzione della carne inquina e alza il riscaldamento globale, e che i suoi prodotti fanno male alla salute.
Le filiere avicola e suinicola, invece, sono oggi esempi di buone pratiche nel segno della sostenibilità e i loro prodotti si sono evoluti grazie alla modernizzazione dei processi di produzione e allevamento. Rispondendo alla crescente attenzione tra alimentazione e tutela della salute. Tuttavia, le imprese del settore stentano a vedere riconosciuto il proprio impegno. Le associazioni di categoria chiedono dunque che le decisioni europee, così come quelle nazionali, relative a regolazioni su produzione e consumo di prodotti alimentari “evitino di bypassare la materialità concreta di imprese, filiere e consumatori, cedendo a narrazioni troppo spesso animate da culture distanti da imprese agricole, allevamenti e quotidianità dei cittadini, veri protagonisti della domanda alimentare nei mass-market”.

ASSICA E UNAITALIA: NECESSARI INTERVENTI DI EMERGENZA PER SALVAGUARDARE IL SETTORE

Il settore avicolo e quello suinicolo sono messi a dura prova dalla crescita dei costi di produzione. Che, nei primi due mesi del 2022, sono aumentati del 12,2%. Le spese di energia e gas sono quadruplicate, e sono cresciute anche quelle accessorie per plastica, pellet, cartoni e trasporti. A queste vanno aggiunte le conseguenze della crisi ucraina e l’impegno verso una transizione ecologica in linea con il Grean Deal europeo. A lanciare l’allarme sono Unaitalia e Assica in occasione della presentazione del Rapporto del Censis. “La transizione ecologica deve essere ben programmata per evitare di mettere a rischio due comparti strategici dell’agroalimentare – da 13,9 miliardi di euro e 93.900 addetti – e che l’inflazione (a marzo +6,7% su base annua, secondo stime Istat) e i costi della transizione si ripercuotano sui consumatori”, spiegano le due associazioni. Unaitalia e Assica chiedono dunque interventi di emergenza per sostenere i consumi e alleggerire i costi di produzione, salvaguardando la marginalità delle imprese. Stefano Patuanelli, ministro del Mipaaf, ha commentato: “Il Governo, con il recente Decreto Ucraina, ha cercato di dare una prima concreta risposta all’emergenza, ma ora serva un’azione europea forte, che metta sul tavolo una nuova tranche di debito comune per affrontare, come nel caso della pandemia, una crisi globale”.

I RISULTATI DELLA RICERCA CENSIS

Italiani che mangiano carne, per età *(val. %)*

Lei mangia carne?	18-34 anni	35-64 anni	65 anni e oltre	**Totale**
Sì, di cui	**95,3**	**96,0**	**98,2**	**96,5**
Regolarmente	*62,8*	*47,7*	*30,0*	***45,9***
Di tanto in tanto	*32,5*	*48,4*	*68,2*	***50,6***
No	**4,7**	**4,0**	**1,8**	**3,5**
Totale	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: indagine Censis, 2022

Italiani che NON vogliono cibi fatti in laboratorio, ma da agricoltura e allevamenti tradizionali, per area geografica *(val. %)*

Non voglio cibi fatti in laboratorio ma da agricoltura e allevamenti tradizionali	Nord-ovest	Nord-est	Centro	Sud e Isole	**Totale**
Sì	84,8	84,4	87,0	86,3	**85,6**
No	15,2	15,6	13,0	13,7	**14,4**
Totale	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: indagine Censis, 2022

Italiani che non si fanno condizionare dalle informazioni negative sulla carne, per titolo di studio *(val. %)*

Non mi faccio condizionare dalle cose negative che si dicono sulla carne	Al più la licenza media	Diploma	Laurea o oltre	**Totale**
Sì	69,6	62,0	67,3	**64,9**
No	30,4	38,0	32,7	**35,1**
Totale	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: indagine Censis, 2022

LA CARNE FA BENE ALLA SALUTE

Le campagne denigratorie della carne non hanno intaccato il buonsenso degli italiani. Tanto che - come si legge nel report Censis-Assica-Unaitalia -, ben il 96,5% dichiara di mangiare carne. Di questi, il 45,9% la consuma regolarmente, mentre un 50,6% di tanto in tanto. Interessante, poi, notare che, tra chi mangia regolarmente la carne, il 62,8% appartiene alla categoria dei giovani, il 47,7% a quella degli adulti e il 30% a quella degli anziani. L’82,5% degli intervistati, è d’accordo inoltre nel considerare la carne, sia rossa che bianca, una componente fondamentale di una buona dieta. Ciò significa che gli italiani non mangiano carne solo per abitudine ma per il bene della propria salute. Inoltre, il 64,9% degli italiani dichiara di non lasciarsi assolutamente condizionare dalle notizie negative che gli capita di sentire o leggere sulla carne.

ALTERNATIVE ALLA CARNE? NO, GRAZIE

Le alternative vegetali alla carne che vogliono imporsi sul mercato non convincono i consumatori italiani. Come rivela il Censis, per gli intervistati la carne ‘plant based’ non può essere considerata carne: vogliono quindi che siano proposti chiaramente, senza alcuna ambiguità, come prodotti distinti e diversi da quelli della carne. Altra presunta alternativa che non convince è quella dei prodotti a base di insetti: l’83,9% non è disposto a mangiarli. Un discorso a parte merita la carne sintetica prodotta in laboratorio. Lo sforzo promozionale surrettizio o esplicito per la carne prodotta in laboratorio è un’ipotesi che oggi provoca rigetto: l’85,6% dichiara di non volere cibi fatti in laboratorio, ma da agricoltura e allevamenti tradizionali. Come si legge nel report, per il 93,4% occorre sempre distinguere in modo inequivocabile nelle etichette i prodotti di carne da animali allevati in modo tradizionale e quelli di carne sintetica creata in laboratorio. Che la si chiami ‘carne pulita’ o ‘carne coltivata’ non attira gli italiani che, soprattutto, non vogliono ambiguità lessicali e informative: deve sempre essere esplicito il confine tra carne da allevamento agricolo e altre modalità di produzione di surrogati. Del resto, il 94,1% vuole indicazioni su provenienza della carne e trattamento degli animali.

BENE LA SOSTENIBILITÀ PURCHÈ NON INTACCHI IL BENESSERE ECONOMICO

Temi legati alla sostenibilità, alle energie verdi o rinnovabili, sono molto sentiti dai consumatori italiani purchè non vadano ad intaccare il loro benessere economico. Come spiega il rapporto del Censis, prima di passare alle energie verdi e rinnovabili il 63,6% degli italiani vuole valutarne il costo per le proprie imprese e le proprie famiglie. Il 54,9%, in particolare, ha maturato la convinzione che oggi la priorità sia contenere il prezzo dell’energia piuttosto che sostenere il passaggio alle energie rinnovabili e verdi (certamente si tratta di idee condizionate dagli avvenimenti in corso, che tuttavia confermano la già percepita contrarietà degli italiani all’inflazione dei prezzi dell’energia). L’alta percentuale di coloro che sono interessati alla sostenibilità solo se hanno la garanzia di mantenere il proprio benessere economico sono significative: tra i giovani, ad esempio, ben il 75,3% ritiene prioritaria la tutela del benessere economico e sociale rispetto alla sostenibilità ambientale; e il 67% degli italiani modificherà il proprio stile di vita se, e solo se, lo faranno tutti, senza eccezioni.

Fiorani: l'innovazione è 'green'

Benessere animale e sostenibilità. Sono le due parole d'ordine alla base del nuovo progetto di filiera. Che prevede standard sempre più alti, dall'allevamento fino al packaging. Valeria Fiorani, responsabile marketing, presenta l'impegno dell'azienda.

Gli stabilimenti di Fiorani&C.: la sede di Piacenza, lo stabilimento di Castelnuovo Rangone (Mo) e lo stabilimento di Solignano (Pr).

Fiorani torna a Cibus, il salone internazionale del food made in Italy che si è svolto a Parma dal 3 al 6 maggio scorso, e lo fa portando contenuti di innovazione e sostenibilità con la presentazione del nuovissimo progetto suino FBA, Filiera Benessere Animale.

La società del Gruppo Inalca è stata presente alla kermesse parmense con un corner dedicato presso lo stand Inalca per promuovere una novità a cui sta lavorando da tempo, frutto di grande lavoro e impegno: la Filiera Benessere Animale, un progetto per il segmento del suino nato in partnership col Gruppo Inalca, identificato con un nuovo logo ad hoc.

"Secondo le indagini di mercato i consumatori indicano come maggiori ostacoli all'acquisto della carne gli allevamenti non sostenibili, la preoccupazione rispetto al benessere animale non garantito e la falsa convinzione che la carne faccia male alla salute", spiega Valeria Fiorani, responsabile marketing, nel corso della presentazione. "Fiorani prende in seria considerazione queste istanze e intende superare le resistenze tramite scelte più consapevoli e significative".

Per questo i prodotti suino della Filiera Benessere Animale provengono da:

- suini italiani allevati senza uso di antibiotici negli ultimi 120 giorni;
- allevamenti a filiera corta con minore densità rispetto ai parametri di legge; spazi adeguati che favoriscono contatti con i propri simili in tutte le fasi dell'allevamento, con particolare attenzione al parto e allo svezzamento; giochi a disposizione dei suini per soddisfare la loro naturale curiosità;
- allevamenti con elevati standard di biosicurezza;
- animali allevati con piani nutrizionali personalizzati per ogni fase della crescita e con mangimi sicuri, sostenibili e certificati;
- benessere animale sul 100% della filiera controllato e certificato dal DQA (Dipartimento Qualità Agroalimentare).

Valeria Fiorani, responsabile marketing di Fiorani&C

"Fiorani crede molto nella comunicazione che avviene attraverso le etichette", sottolinea Valeria Fiorani, "per questo tutte queste indicazioni sono state inserite sui cartoncini della linea Suino insieme alle altre informazioni che vengono invece fornite come consuetudine, in modo semplice e immediato, ai clienti: dettagli sul prodotto, sui valori nutrizionali, sulla cottura, sullo smaltimento dell'imballaggio".

E proprio in quest'ultimo ambito, quello degli imballaggi, si concentra l'altro fronte dell'impegno preso da Fiorani verso la sostenibilità. La scelta aziendale si orienta ormai da tempo verso packaging sostenibili, con grandi investimenti nella ricerca e sviluppo di soluzioni di confezionamento sempre più performanti e "green":

- cartoncini sottovuoto Skin che garantiscono una maggiore shelf-life del prodotto riducendo invenduto, sprechi e aiutando la gestione delle scorte;
- vassoi certificati FSC (ovvero imballaggio da fonti gestite in maniera responsabile)
- cartoncini certificati Aticelca B, riciclabili nella carta (il lancio è programmato per i prossimi mesi).

Sul packaging dei prodotti Fiorani appare il nuovo logo FBA. Fiorani garantisce l'approvvigionamento di carne suina italiana, allevata senza l'uso di antibiotici negli ultimi 120 gg, in allevamenti che rispettano gli standard di biosicurezza.

SPECIALE HAMBURGER

Qualità, provenienza e innovazione sono i principali driver del successo. Le proposte dei player e lo strategico supporto della filiera, dagli ingredienti alle attrezzature per la produzione.

SALUMIFICIO VAL RENDENA

www.salumificiovalrendena.it

Andrea Gasperi, amministratore delegato

Nel 2021 il Salumificio Val Rendena, azienda trentina specializzata nella produzione di speck, carne salada e salumi tipici trentini, ha lanciato un'importante novità di prodotto: l'hamburger con carne salada. Un hamburger saporito e veloce da preparare.

Le principali caratteristiche

"La nostra nuova proposta è realizzata solo con materie prime eccellenti: carne salada preparata con pregiate fese di bovino adulto - refilate, salate e speziate a secco in Trentino dai nostri mastri salumai - e carne di Scottona da allevamenti italiani", spiega Andrea Gasperi. "L'hamburger, inoltre, non richiede l'aggiunta di sale o altri condimenti - in quanto la carne salada con cui è realizzato dona già un inconfondibile gusto leggermente speziato - e si prepara in soli quattro minuti in una padella ben calda. Per valorizzare questa eccellenza, poi, abbiamo studiato un pack accattivante e sostenibile: il prodotto, confezionato in un elegante vassoio nero in Pet, si presenta come raffinato piatto gourmet, e la scelta di adottare un pack monodose ci permette di rispondere a nuovi trend sociali, dalla dimensione dei nuclei familiari, alle abitudini e alle modalità di consumo, fino all'attenzione alla riduzione dello spreco alimentare".

Le informazioni sul pack

"Sulle confezioni è indicata la modalità di cottura e consumo, che comprende intensità di calore, tempi e condimenti che riteniamo ottimali per la degustazione del prodotto".

HAMBURGER CON CARNE SALADA

Hamburger con pregiata carne salada ricetta del Trentino e carni di scottona e bovino adulto provenienti da allevamenti italiani. Il prodotto può essere consumato tal quale, senza aggiungere sale o altri condimenti, cuocendolo quattro minuti in padella molto calda e girandolo spesso, o al burro e salvia con le medesime indicazioni di cottura.

Peso
150 g, peso fisso.
Tempi di scadenza
18 gg.
Packaging
Imballo primario: vaschetta PET e confezionamento in skin. Imballo secondario: cartone. Dimensioni vaschetta: 182x182x20mm.

segue

PSR Programma di Sviluppo Rurale
Unione Europea
REPUBBLICA ITALIANA
Regione Toscana

Intervento realizzato con il cofinanziamento FEASR del Piano di Sviluppo rurale 2014-2020 della Regione Toscana - sottomisura 3.2

CENTRO CARNE

www.centrocarne.com

Claudia Corradetti, direttore marketing

L'hamburger è il cavallo di battaglia di Centro Carne: l'azienda, infatti, vanta una gamma così ampia di hamburger da accontentare i clienti più diversi. In base alla materia prima, Centro Carne propone hamburger di razze pregiate, di carni dal mondo, di bovino e scottona, e biologici; prodotti che sono confezionati in varie declinazioni, dallo skin pack in cartoncino certificato Fsc o vassoio in plastica Pet; alla confezione in atmosfera modificata, con pecetta adesiva graficata; fino al surgelato Iqf, con possibilità di vendita a cartone oppure a pezzi, in confezioni da 4x100g o 6x200g. A questi, poi, vanno ad aggiungersi i formati studiati ad hoc per alcuni clienti. Servendo canali differenti, infatti, dalla Gdo all'Horeca, la pezzatura richiesta è differente: dai 200 g - 180g ideali per la Gd, ai 180 g - 150g ideali per l'Horeca. "Il nostro intento è accontentare il cliente e metterci nei panni del consumatore, quindi sia di chi consumerà il prodotto ma anche di chi dovrà prepararlo", sottolinea Claudia Corradetti. "A volte si sottovalutano le difficoltà che si possono riscontrare nella preparazione di un buon hamburger. Possono esserci, infatti, molte criticità: la grana, ad esempio, non deve essere troppo fine, soprattutto per gli amanti della carne; il diametro deve essere abbastanza grande, in modo tale da 'riempire' il panino; lo spessore è fondamentale, perchè se è troppo alto può risultare difficile da cuocere e se è troppo basso può fare un 'effetto sottiletta'. Non meno importante, poi, è l'ingredientistica: molto spesso, durante la cottura, gli hamburger tendono a ritirarsi formando una curvatura (un difetto legato alla materia prima utilizzata, al mix di ingredienti, con poca carne e molta acqua). Noi di Centro Carne prestiamo massima attenzione a tutti questi aspetti. I nostri sono hamburger composti dal 95% di carne, utilizziamo solo determinati tagli di anteriore, disossati freschi, puliti pad e pronti per essere macinati. Vogliamo che il prodotto sia di qualità, rispecchi la nostra filosofia e, quando lo si mangia, permetta al consumatore di assaporare il vero gusto della carne.

> *Nell'ultimo anno ci sono stati cambiamenti importanti nel settore delle carni, dettati sia dal Covid che dalla crescente attenzione nei confronti dell'ambiente. Oggi i trend principali sono legati per lo più a: 'sostenibilità', 'qualità' e 'salute e benessere'. Un ruolo fondamentale lo stanno acquisendo anche i 'superfood' e i prodotti free from.*

Le principali caratteristiche

Le numerose referenze proposte da Centro Carne hanno delle caratteristiche in comune. "Usiamo solo materia prima di qualità: abbiamo un reparto disosso che lavora quotidianamente, abbiamo disponibilità di merce fresca ogni giorno. La ricettazione è studiata ad hoc: amiamo mangiar bene e vogliamo un risultato quasi perfetto per i nostri hamburger, con un mix di gusto, sapore, tenerezza e resa del prodotto. Puntiamo, poi, sull'innovazione: disponiamo di un valido team di ricerca e sviluppo e cerchiamo sempre di aggiungere un tassello a quello che già facciamo. Sia in termini di prodotto che di pack, innovare è all'ordine del giorno. L'obiettivo? Etichetta pulita, buona durata del prodotto, pack sostenibile e gusto inimitabile, per un vero e proprio 'effetto shock'. Ultimo, ma non per importanza, prestiamo molta attenzione al servizio: offriamo ai nostri clienti pieno supporto dal punto di vista della comunicazione. Ad oggi è un elemento estremamente rilevante, che soprattutto al momento del lancio di un prodotto può fare la differenza. Seguiamo attentamente i nostri clienti e le loro necessità, ci affidiamo a un'agenzia professionista che ci supporta nel migliore dei modi nello sviluppo di nuove creatività e soprattutto ci segue nelle tempistiche che richiediamo".

Le informazioni sul pack

"I pack dei nostri hamburger sono dei veri e propri racconti. Vogliamo trasmettere ai consumatori quello che c'è dietro ogni nostro prodotto. Pertanto, oltre a tutte le informazioni legali, riportiamo immagini e slogan che richiamano il prodotto, la sua storia, le sue origini, e un Qr Code che rimanda al sito".

HAMBURGER 4.0

"#BEYOURBURGER": al centro c'è il consumatore, la sua mente e la sua voglia di andare oltre con il gusto. Un prodotto alternativo, dal pack accattivante e gusto inimitabile. Una novità 'effetto shock' che esalta la diversità.

Caratteristiche

Grana consistente, succosa, morbida e rustica.

Ingredienti

Carne di bovino adulto 88%, acqua, fibra vegetale, amido di patate, sale, farina di riso, destrosio, antiossidanti: E300, E301; correttori di acidità: E331, E262; estratti vegetali, fibra vegetale di agrumi cicoria e legumi, aromi, spezie, aromatizzante di affumicatura.

Packaging

Cartoncino certificato Fsc skin pack.

Tempi di scadenza

20 gg.

ITALBONTÀ

www.italbonta.it

Gabriele Giraldo, amministratore unico

Italbontà presenta il Burger di Salsiccia, una novità di prodotto, unica nel suo genere. "Offriamo un un prodotto classico della salumeria italiana, la salsiccia appunto, ma sotto forma di burger, ideale per un consumatore attento alla semplicità in cucina e che, nello stesso tempo, non rinuncia alla tradizione delle buone cose", spiega Gabriele Giraldo. Il Burger di Salsiccia nasce da un'attenta selezione di carni di suini 100% italiani provenienti da fornitori certificati. Dopo la selezione delle parti magre e la fase dello stampaggio, il burger viene grigliato in piastra e successivamente finito al forno e pastorizzato, per poi essere abbattuto con processo criogenico con azoto liquido. "L'attenzione che dedichiamo a ogni singolo passaggio produttivo, ci permette di ottenere una referenza che racchiude tutta la bontà di una salsiccia come appena cotta, insieme alla facilità nell'utilizzo, perchè permette al consumatore di non sporcare stoviglie e piani cottura nè di fare fumi in cucina".

> *Il cliente è sempre più alla ricerca di prodotti veloci nella preparazione, ma allo stesso tempo buoni e di qualità. L'incremento del 30% anno su anno della nostra referenza è rappresentativo di questa tendenza.*

Le principali caratteristiche

"Il nostro burger è l'unico prodotto presente sul mercato in grado di soddisfare le esigenze del cliente moderno alla ricerca di un prodotto veloce nell'utilizzo, buono e che gli permetta di non fare odori in casa".

Le informazioni sul pack

Facilità e semplicità di utilizzo, assenza di conservanti, 100% suino italiano.

BURGER DI SALSICCIA

L'azienda reinventa un prodotto classico della salumeria italiana, la salsiccia, pensando a un consumatore sempre più attento alla semplicità in cucina ma che non vuole rinunciare alla tradizione delle buone cose.

Ingredienti

Carne di suino 80%, acqua, sale, destrosio, aromi naturali, fibra vegetale alimentare (psylium, bambù), correttore di acidità E262, E331, antiossidante E300, spezie.

Caratteristiche

Il 'Burger di salsiccia cotto' è pronto in tre minuti. È realizzato partendo da carni di suini 100% italiani, da fornitori selezionati in base alle direttive imposte dalla certificazione FSCC22000. La sua preparazione passa attraverso una meticolosa scelta sia delle parti magre (denervatura) sia nell'esclusione delle parti grasse basso fondenti. Segue lo stampaggio (burger) in modo tale che, in fase di cottura, non si evidenzino i problemi di arricciamento classici di una salsiccia insaccata in budello. Il prodotto viene quindi grigliato in piastra per ottenere le righe sulla superficie e successivamente cotto al forno e pastorizzato. Per una migliore garanzia igienico sanitaria, alla fine del processo di cottura, viene abbattuto attraverso un processo criogenico con azoto liquido.

Peso medio

120 g.

Confezionamento

Atm + cartoncino.

Tempi di scadenza

30 gg.

BALDI

www.baldifood.it

Marta Falcioni, communication manager

Baldi Food vanta a catalogo ben sette categorie di prodotti nel formato burger - realizzati sia con carne di origini nazionali, sia con le migliori selezioni di carni dal mondo -, proposti in formati non convenzionali, homestyle o nel pratico Tuboburger. Per completare l'offerta, poi, non mancano i burger di selvaggina e i cotti, così come gli street food internalizzionali in formato 'cotto' e completi di salse, in varie ricette a 'brevetto Baldi'.

"La nostra produzione è caratterizzata da una selezione delle carni diretta e all'origine, ma anche dalla lavorazione, porzionatura e confezionamento di carni eccellenti. Si tratta di una geografia di alta qualità, sapori e tradizioni che si traducono in un ampio assortimento di prodotti che potenzia le scelte dei menù dei ristoratori. Un catalogo che fornisce soluzioni reali, professionalità e forza inventiva".

> *"L'hamburger vive un momento positivo e di crescita, soprattutto negli ultimi anni, con trend focalizzati sulla materia prima, in grado di fornire valore e importanza al piatto. È un prodotto trainante nel periodo di ripresa, nonostante le diverse declinazioni che può assumere, dal mondo street food alle rivisitazioni gourmet".*

Le informazioni sul pack

"Oltre alla qualità di carni eccellenti, ricette e alla competente concretezza con cui prepariamo tagli, formati e pesi abbiamo progettato con meticolosa attenzione anche altri aspetti per garantire agli operatori della cucina professionale trasparenza, massimo tenore informativo e praticità. Le informazioni sul packaging sono molte: dalle note descrittive del piatto alle diverse modalità di cottura, dai plus primari e caratterizzanti a tutte le informazioni conformi alle normative di settore vigenti, inclusi QRcode che permettono di esplorare online il mondo Baldi. Fondamentale è il sistema di icone applicato al packaging di prodotto e sostenuto dai consulenti aziendali per capire ed usare i plus delle carni Baldi: una guida semplice offerta a ogni cliente per reinventare e potenziare il proprio business, creare la propria originalità, comunicare una qualità evidente".

HAMBURGER DI MARCHIGIANA 'VITELLONE BIANCO DELL'APPENNINO CENTRALE IGP' HOMESTYLE 200G

L'hamburger di Marchigiana 'Vitellone bianco dell'Appennino centrale Igp' è realizzato con una carne caratterizzata dall'aroma delle erbe dell'Appennino centrale di cui questa razza si nutre a pascolo. La ricetta celebra la perfetta marezzatura delle carni, tenere al morso e soprattutto ricche di proteine e basse in colesterolo.

Ingredienti

90% carne bovina Marchigiana 'Vitellone bianco dell'Appennino centrale Igp', acqua, amido di patata, amido di mais, fibra di pisello, sale, fiocchi di patata, aromi, destrosio, antiossidanti: E301, E300, estratti di spezie, (origano).

Packaging/pezzature

200 g ciascun burger. Ogni pezzo è confezionato singolarmente da un film termoretraibile che aiuta a proteggere dal freddo l'hamburger e ad aumentare la shelf life. Diametro irregolare per ogni hamburger, come fatto a mano. Ogni astuccio contiene sette hamburger per un peso totale di 1,4 Kg.

Tempi di scadenza

18 mesi.

segue

GLORIOSO

www.glorioso.it

Giuseppe Glorioso, presidente

Glorioso produce differenti tipologie di hamburger: l'hamburger al pistacchio, dalla ricettazione unica e originale, caratterizzato da un gusto particolare; il classico di bovino, anche in variante scottona, e quello alla pizzaiola; il maxi-burger di scottona in confezione skin da 250 g, che ha ottenuto nel tempo un graditissimo riscontro; il maxi-burger di manzo, dal sapore più intenso e succoso; gli hamburger agli agrumi di Sicilia, che mettono insieme la tenera e prelibata carne di scottona italiana e tutta la freschezza e la bontà degli agrumi di Sicilia, per creare un prodotto unico e gustoso dal tocco siciliano.

Le caratteristiche

"Il nostro catalogo offre un'ampia scelta di hamburger per soddisfare le preferenze di ogni palato. Tutti i nostri hamburger sono preparati con carne proveniente da allevamenti selezionati e tagli di primissima scelta. Sono, inoltre, senza glutine per poter offrire il massimo del servizio al consumatore finale. La tipologia di confezionamento privilegiata è quella skin 'salvafreschezza' per poter garantire ancor di più le proprietà organolettiche e nutritive del prodotto. Presto lanceremo delle novità che si contraddistingueranno per la ricercatezza delle materie prime".

Le informazioni sul pack

"La scelta che abbiamo fatto per il packaging è quella di metterci sempre 'nei panni del consumatore'. Quindi privilegiamo l'utilizzo delle immagini dei nostri prodotti crudi o cotti, dedichiamo uno spazio ben visibile ai plus del prodotto e uno ai plus del nostro packaging salva-freschezza. Su alcune confezioni, inoltre, abbiamo inserito anche un Qr code che rimanda alle video istruzioni per consigliare al meglio sulle modalità di cottura.

L'hamburger si conferma il principale prodotto del segmento degli elaborati di bovino. Il cambiamento più importante, che segue ormai un trend degli ultimi anni, è quello della ricerca da parte del consumatore di elevata qualità e ricettazioni uniche e originali. L'hamburger non è più un 'salva-cena' ma un prodotto da gustare come piatto ricercato, da condividere con gli amici dedicandovi del tempo, ottimo da preparare a casa o per una grigliata. Ha quasi assunto, nell'immaginario collettivo, la stessa importanza della pizza.

HAMBURGER CON PISTACCHIO

Hamburger teneri e sfiziosi, senza glutine, confezione salvafreschezza, carni selezionate di bovino e suino. Pack intelligente che attraverso un Qr-code rimanda al video della miniguida di cottura del prodotto.

Ingredienti

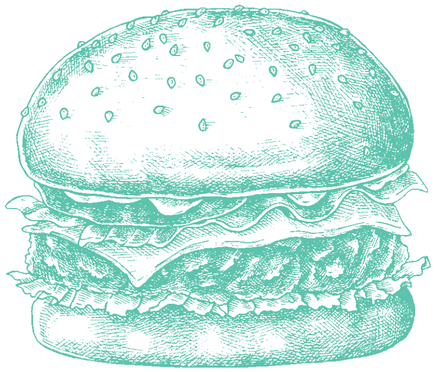
Carne di bovino 41%, carne di suino 41%, acqua, pistacchio 4%, fiocchi di patate, sale, fibre vegetali (bambù, carota, patata, psillio), antiossidante: ascorbato di sodio; aceto in polvere, aromi naturali, pepe nero.

Packaging

Salvafreschezza (skin), che migliora la tenerezza della carne, assicura lunghi tempi di conservazione e mantiene inalterati i valori organolettici e nutritivi del prodotto

Tempi di scadenza

22 gg dalla data di produzione in confezione integra.



segue

L'Agricologica ed Eco Packaging System,

sodalizio all'insegna della sostenibilità.

Il marchio alimentare del Gruppo Aboca ha scelto il metodo di confezionamento di Esseoquattro Spa, che preserva la freschezza della carne.

Magari non ce lo si aspetta, ma tra **Esseoquattro**, storico produttore di packaging per alimenti e il **Gruppo Aboca**, healthcare company specializzata in prodotti naturali per la salute, sono tante le cose in comune.

Silvia Ortolani, Direttore Commerciale di Esseoquattro e Jacopo Orlando, Business Development Manager de L'Agricologica raccontano i motivi alla base di questo sodalizio.

Salute, gusto e sostenibilità con i Bio burger

L'Agricologica è il nuovo **marchio alimentare** del Gruppo Aboca che si pone l'obiettivo di superare la dicotomia tra **salute e gusto** e lo fa producendo carni e salumi biologici caratterizzati da **qualità e sicurezza** elevate e accertate, restando fedele al principio del **100% naturale**.

Dal momento che oggi gli **allevamenti intensivi** sono tra le principali cause del **riscaldamento globale**, dell'**inquinamento** dell'aria e dell'acqua, dello **sfruttamento del suolo** e, non meno importante, della **sofferenza degli animali**, L'Agricologica propone un modello di filiera integrata con un **approccio agro-ecologico**, in cui gli animali sono allevati al **pascolo** e alimentati con sistema **grass-fed**.

I bovini e i suini sono liberi di muoversi all'aperto tutto l'anno nei boschi della Valtiberina e nei pascoli della Valdichiana, secondo i loro bisogni naturali, nel completo rispetto della loro **fisiologia nativa** e delle loro **attitudini alimentari**; in questo modo contribuiscono alla **circolarità agricola**, aumentando la ricchezza del sistema e nel rispetto dello standard High Animal Welfare di Federbio.

Il packaging che protegge la carne

"La freschezza e la salubrità della carne vanno preservate al meglio, soprattutto nel caso di un alimento come i Bio Burger de L'Agricologica. Esseoquattro sviluppa **packaging a base carta** in grado di conservare gli **alimenti freschi** in modo naturale e **senza alterarne il gusto**

I test eseguiti dal nostro partner scientifico, l'Università di Camerino, confermano che, grazie alla **formula salvafreschezza brevettata**, il pH della carne conservata nei **sacchetti Ideabrill** rimane costante per 7 giorni e la formazione delle ammine biogene viene rallentata.

Questo fa sì che le **caratteristiche organolettiche** dell'alimento rimangano **inalterate** più a lungo di quelle della carne contenuta nei packaging tradizionali", spiega Silvia Ortolani.

ECO PACKAGING SYSTEM: naturale, riciclabile, multiuso

Uno degli obiettivi principali di Esseoquattro è **intercettare i bisogni dei consumatori** e realizzare packaging in grado di soddisfarli, **semplificando la loro quotidianità.**

Tutto questo va di pari passo con quella che, da tempi non sospetti, è una profonda vocazione all'**eco-sostenibilità.**

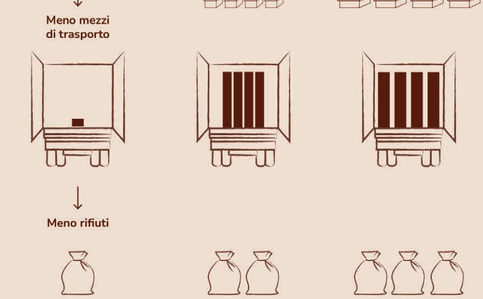
È risaputo che le **abitudini d'acquisto** degli ultimi anni sono state plasmate dall'esperienza della pandemia: pur essendo rimasto sensibile alla **tematica della sostenibilità**, il consumatore di oggi vuole anche un'**alimentazione sana**, preferisce i **cibi freschi** ed è diventato molto più **attento agli sprechi**.

Eco Packaging System nasce dalla **filosofia green di Esseoquattro** proprio per rispondere ai nuovi bisogni dei consumatori dell'era del next normal.

"Il nostro Ufficio Ricerca e Sviluppo è ogni giorno al lavoro per **diminuire l'impatto dei packaging della Rosa** sull'ambiente e per renderli sempre più **riciclabili,** ma mantenendo le **elevate capacità di conservazione** degli alimenti freschi, al fine di ridurre lo spreco alimentare. Intervenendo su **supporti, inchiostri e coprenza stampe** ha dato vita a **Eco Packaging System**: più che un semplice packaging, una **dichiarazione di impegno** nei confronti dei consumatori", racconta Silvia Ortolani.

Eco Packaging System:

- ✓ conserva la freschezza degli alimenti
- ✓ riduce lo spreco
- ✓ è riutilizzabile
- ✓ riduce i mezzi di trasporto in circolazione
- ✓ riduce i rifiuti da smaltire
- ✓ è riciclabile interamente nella carta o separabile nei suoi componenti, carta e film trattato, per agevolare la raccolta differenziata



La scelta di Aboca

"La scelta di utilizzare i prodotti **Eco Packaging System** di Esseoquattro per le nostre carni è stata naturale.

La filosofia de **L'Agricologica**, come quella di tutto il gruppo Aboca, è volta a generare un **impatto positivo sull'ambiente e la comunità**, un impegno che ci ha portati a diventare **Società Benefit** e a **certificarci B Corp**.

Tutti i prodotti che lavoriamo presso il nostro stabilimento sono ottenuti da bovini e suini **allevati allo stato brado** - racconta Jacopo Orlando – "Abbiamo affinato la nostra filiera zootecnica biologica adottando uno **specifico disciplinare interno** basato sull'adozione delle migliori pratiche in materia di **ambiente, biodiversità**, **impiego delle risorse naturali** e l'applicazione dei più rigorosi criteri in materia di **benessere degli animali**.

Questa attenzione doveva riflettersi anche nella **scelta del packaging**.

Pertanto, per i nostri **bio burger** e per la vendita al dettaglio presso il nostro spaccio aziendale di Cerbara di Città di Castello, non potevamo che scegliere **incarti di alta qualità, sostenibili e riciclabili.** I prodotti di Esseoquattro sono del tutto in linea con i nostri valori".

esseoquattro.it

ESSEOQUATTRO

FIORANI

www.fioraniec.com

Valeria Fiorani, responsabile marketing

"Gli hamburger sono uno dei nostri prodotti di punta, abbiamo un'esperienza lunga e consolidata in questo ambito. Partiamo dalla lavorazione della merce in osso, da cui ricaviamo la materia prima che viene destinata ai reparti di macinatura e formatura, scelta per razza, tenero di grasso, rapporto collagene proteine a seconda della ricetta. Nei reparti macinatura vengono applicate tecnologie innovative ed elevati standard produttivi per poter realizzare un prodotto di alta qualità garantita. Nel catalogo Fiorani ci sono hamburger con diversi formati e ricettazioni, realizzati con l'obiettivo di valorizzare al meglio la materia prima e rendere onore alle eccellenze zootecniche italiane e alla nostra grande tradizione gastronomica. Partiamo dai nostri classici, la linea dei Magnifici, che comprende l'hamburger al bacon, il bio da allevamenti biologici, il magro, con solo il 7,3% di grassi, oltre che referenze che celebrano la migliore carne italiana: l'hamburger di Scottona nel formato 250 grammi, l'hamburger di Chianina e, per chi ama i sapori decisi, l'hamburger di Scottona Godurioso nel formato da 180 grammi. Oltre a queste referenze consolidate, abbiamo lanciato nell'ultimo anno l'Hamburger razza Piemontese, scegliendo questa eccellenza zootecnica con una caratteristica carne molto magra, ma allo stesso tempo tenera e saporita. Ultimissima novità in fase di lancio è, infine, l'hamburger di Razza Podolica, una razza molto antica che viene allevata allo stato brado e semibrado nel Meridione (in particolare in Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania e Puglia). È nota perché la carne podolica contiene CLA (Acido Linoleico Coniugato) sostanza che ha effetti benefici sulla salute umana. Per chiudere in bellezza, annunciamo anche che la gamma hamburger a marchio Fiorani si è allargata a comprendere una referenza finora presentata nella Linea Benessere: si tratta dell'hamburger di suino, parte del progetto Filiera Benessere Animale FBA. Le nostre carni suine, infatti, da ora hanno un'ulteriore certificazione che ne garantisce la qualità e l'approvvigionamento sostenibile".

Il rincaro di tutte le materie prime rende il momento delicato. Certamente non dobbiamo fermarci e dobbiamo continuare a fare innovazione e investimenti e a compiere sforzi verso la sostenibilità e il servizio. La pandemia ha dato uno scossone ai consumi rendendo le persone più attente e consapevoli, sia rispetto alla sana alimentazione e alla qualità delle materie prime, che rispetto ai problemi etici e ambientali e a fattori quali il valore di servizio offerto. Fiorani per questo propone prodotti pratici e veloci da cucinare, non processati, studiati per essere equilibrati, ricchi di gusto e versatili. Abbiamo moltissima attenzione rispetto al confezionamento: i nostri pack sono progettati per essere pratici, sicuri e sostenibili.

Le caratteristiche

La produzione Fiorani è caratterizzata dall'utilizzo di materie prime di eccellenza. Grazie all'appartenenza al Gruppo Inalca, Fiorani gode infatti del grande beneficio di poter accedere ad approvvigionamenti costanti delle migliori carni di filiera. A questo si aggiunge l'attento studio dei processi produttivi e il vasto know-how tecnico che permettono di trattare i tagli di carne nel rispetto delle caratteristiche intrinseche, enfatizzandone e valorizzandone tutte le peculiarità. Questo si riscontra in particolare nella preparazione degli hamburger, realizzati solo con ingredienti naturali, senza l'aggiunta di aromi, teneri e succosi grazie a un processo produttivo a bassa pressione. Senza glutine come tutti i prodotti Fiorani. L'azienda è costantemente impegnata nella ricerca e sviluppo di nuove referenze per avere un assortimento sempre aggiornato, con buone performance di vendita e con pack all'avanguardia. Fiorani, infatti, da anni investe nella sostenibilità scegliendo materiali per gli imballaggi e le confezioni riciclati e riciclabili, che garantiscono sicurezza, maggiore shelf life e smaltimento green.

Le informazioni sul pack

"Crediamo molto nella comunicazione che avviene attraverso le etichette. Per questo, negli anni, le abbiamo aggiornate e trasformate in strumento di informazione facile e immediato per i nostri consumatori. Da una parte le abbiamo semplificate e dall'altra abbiamo cercato di fornire al cliente informazioni più complete e puntuali, aggiungendo per esempio ulteriori dettagli sul prodotto, sui valori nutrizionali, sulla cottura, sullo smaltimento dell'imballaggio. Siamo particolarmente orgogliosi del lavoro che è stato fatto in merito all'aggiornamento della linea del suino che è entrata a far parte della Filiera Benessere Animale FBA. Abbiamo cercato di spiegare in etichetta tutte le garanzie legate al marchio FBA: approvvigionamenti di carne suina italiana, allevata senza l'uso di antibiotici negli ultimi 120 giorni, in allevamenti che rispettano gli standard di biosicurezza, benessere animale sul 100% della filiera controllato e certificato dal DQA (Dipartimento Qualità Agroalimentare), allevamenti di origine con minor densità, spazi adeguati e piani nutrizionali calibrati rispetto ad ogni fase della crescita dell'animale. In questo modo Fiorani offre al suo pubblico una proposta di valore, non solo di servizio.

HAMBURGER DI RAZZA PIEMONTESE

L'Hamburger Razza Piemontese fa parte delle novità di casa Fiorani. La Razza Piemontese è una delle eccellenze italiane, si tratta di una carne molto magra, ma allo stesso tempo tenera e saporita. Ecco, quindi, che l'Hamburger Piemontese Fiorani è succulento e morbido - anche grazie al processo produttivo a bassa pressione - e dal gusto raffinato. È proposto in un formato da 200 g per rendere il piacere della degustazione ancora più intenso. Senza glutine, come tutti i prodotti Fiorani, è preparato con ingredienti naturali, senza l'aggiunta di aromi. Nel confezionamento si manifesta la riconosciuta attenzione Fiorani verso la sostenibilità: il pack in skin, oltre ad essere comodo, garantisce una maggiore durata del prodotto e minori sprechi, inoltre i nuovi vassoi sono realizzati con cartoncino riciclabile post consumer certificato FSC, composto cioè da materiale proveniente da foreste ben gestite.

Ingredienti

Carne di bovino (razza Piemontese) 92%, acqua, fiocchi di patate, sale iodato (sale, iodato di potassio 0,007%), aceto tamponato, barbabietola, estratti di piante aromatiche e spezie, pepe nero.

Peso medio/pezzature

Peso fisso 200 g.

Packaging

Sottovuoto skin.

Tempi di scadenza

15 gg.

MONTANA PRESENTA I 'LEGGERI'

In occasione di Cibus 2022, la fiera internazionale del food made in Italy che si è svolta a Parma da 3 al 6 maggio scorso, Montana (Inalca, società del gruppo Cremonini) ha presentato i nuovi Hamburger Leggeri Surgelati di carne bovina. Vantano un tasso ridotto di grassi (solo l'8%), sono senza glutine, senza conservanti né allergeni, e provengono da allevamenti italiani al 100%.

Come fanno sapere dall'azienda, "i nuovi Hamburger Leggeri Montana (nella confezione da quattro hamburger da 100g) sono frutto di una nuova ricetta per dare un'opportunità di consumo a tutte le famiglie che devono mettere d'accordo diverse necessità in un unico pasto. Sono perfetti per i consumatori più sensibili agli aspetti salutistici, ideali per chi soffre di intolleranze alimentari perché senza glutine e senza allergeni, ma anche per chi cerca prodotti di carne bovina da filiera italiana corta e controllata e, soprattutto, per tutti quelli che vogliono mangiare di gusto".

La nuova linea si inserisce in una tendenza di consumo consolidata da tempo e rafforzata nel periodo pandemico: l'hamburger rappresenta il surgelato di qualità che permette di avere sempre a disposizione un'ottima soluzione in cucina, facile e veloce da preparare, ed estremamente versatile. "Non a caso, sia il consumo di hamburger che di surgelati continuano in Gd ad avere crescite a volume superiori al periodo pre-Covid, confermando quindi che il consumatore italiano si è abituato alla qualità a portata di mano garantita dal freezer. La shelf life, fino a 12 mesi, garantisce infatti una disponibilità di lungo periodo".

segue

EUROPRODOTTI

www.europrodotti.it

Riccardo Allievi, international sales and head of marketing

Europrodotti, azienda di Concorezzo (Mb) con un ruolo di primo piano nel mercato nazionale e internazionale nella preparazione di aromi e ingredienti funzionali per l'industria alimentare, riferita in particolare agli insaccati e ai prodotti carnei, presenta le proposte dedicate alla preparazione degli hamburger.

"Spesso ricerchiamo piatti gustosi della tradizione culinaria italiana e internazionale, pratici e facili da preparare in una padella, su una piastra o alla griglia", spiega Riccardo Allievi, international sales and head of marketing dell'azienda. "Hamburger, polpette, salsicce e tutti i prodotti preparati con carne macinata rispondono perfettamente a queste esigenze. Esistono tantissime proposte, tutte con preparazioni differenti a seconda del tipo di carne utilizzata e delle diverse tradizioni territoriali". Europrodotti, infatti, dispone e mette a disposizione ai suoi clienti una vasta gamma di preparati per le preparazioni di hamburger, polpette e polpettoni di tutti i tipi. In particolare, dispone di preparati per: hamburger Classico, Genuino, Tradizionale, allo Speck e all'Erba Cipollina, al Bacon, al Grana e all'Erba Cipollina, al Pecorino, agli Spinaci, ai Funghi Porcini, ai Peperoni, alla Cipolla, alla Pizzaiola, alle Olive, alla Mozzarella. Ma anche preparati per: Polpetta Classico, Polpetta Genuino, Polpettone Classico e Polpettone Genuino.

"Europrodotti offre soluzioni per caratterizzare i sapori, preparazioni aromatiche studiate per esaltare la qualità di qualsiasi produzione a base di carne macinata, le quali permettono di ottenere omogeneità e compattezza e una presentazione ottimale".

Le principali caratteristiche

"Ottimo rapporto qualità/prezzo/rendimento ed etichettatura nobile del prodotto finito. Sono queste le caratteristiche di Europrodotti, attiva da oltre 39 anni nella produzione di aromi e ingredienti funzionali per l'industria alimentare. Un'azienda italiana con vocazione internazionale".

I.T.ALI.

www.italisrl.com

Silvano Bedogni, direttore generale

"Le nostre proposte ingredientistiche per gli hamburger sono le miscele funzionali, gli antimicrobici (SM) e gli antiossidanti", spiega Silvano Bedogni, direttore generale di I.T.Ali, l'azienda di Mancasale (Re) specializzata nella produzione di ingredienti e tecnologie alimentari. "Si tratta di ingredienti naturali, che non comportano numeri E o dichiarazioni di additivi in etichetta e che possono sostituire alcuni additivi e conservanti. Le tendenze in questo segmento di mercato sono per prodotti sempre più freschi e con pezzature sempre più grandi, fattori che aumentano le difficoltà di preparazione. Inoltre, cresce il confezionamento in skin, il che comporta la necessità di mantenere forma e colore in una confezione che stressa maggiormente il prodotto: noi possiamo fornire colori naturali grazie ad estratti vegetali (per l'hamburger il classico è il mix barbabietola/paprika, ma abbiamo altri prodotti con ricette riservate). Infine, la richiesta di una shel-life sempre più lunga rende molto appetibili i nostri antimicrobici".

FRATELLI PAGANI – PAGANI CHEF

www.fratellipagani.it – www.paganichef.it

Valentina Cardazzi, responsabile marketing

Fratelli Pagani produce e commercializza aromi e ingredienti esclusivi per l'industria alimentare, con una grande esperienza nella produzione di soluzioni per la lavorazione e trasformazione della carne. Nell'ampia gamma di proposte, l'azienda ha messo a punto 'Soluzioni Healthy': prodotti completamente naturali, tra cui ingredienti, aromi e miscele allergen-free, clean label, biologiche e concentrate per un dosaggio smart.

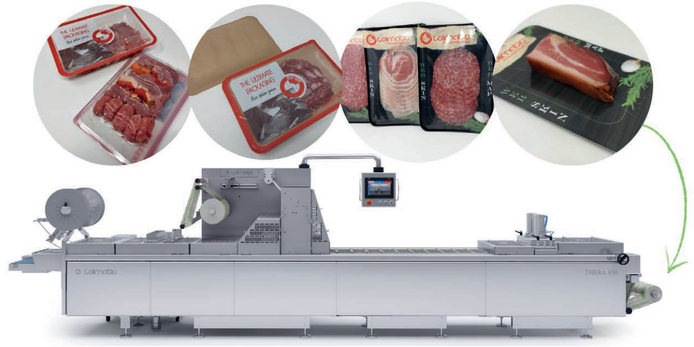
"Nello specifico, per la produzione di preparati a base di carne fresca macinata, l'azienda ha recentemente studiato una nuova linea per la stagione del barbecue che prende il nome 'Healthy Bbq'", sottolinea Valentina Cardazzi. "Healthy perché gli ingredienti che la compongono sono stati sviluppati dal reparto interno di Ricerca&sviluppo nel rispetto dei canoni dell'alta qualità, della genuinità ned in chiave Clean Label".

Alla nuova linea appartengono tre prodotti, diversi per colore e gusto: il Mix Fresh Cardinale, miscela dal colore rosso vivo; il Mix Fresh Peperone Dolce, miscela dal colore arancione intenso ed il Mix Fresh Campo, dal colore verde acceso. "L'obiettivo è quello di stupire, di offrire miscele innovative e in linea con i più recenti trend internazionali dell'Healthy Color Food. Offriamo per la stagione delle grigliate, innovative, genuine per la produzione di prodotti finiti colorati, senza l'utilizzo di coloranti artificiali, essendo le miscele completamente Clean Label".

Oltre a questa novità, Fratelli Pagani offre un ampio raggio di soluzioni versatili per la lavorazione della carne fresca, con l'obiettivo di esaltare il colore della carne e assicurarne la freschezza per tutta la durata della shelf-life, tra cui le Linee Roxan, Novit e Noemix, oltre alla Linea di Colture Starter 'Mitfer'. Il Mitfer Fresh, nel dettaglio, è appositamente studiato sia per grandi produzioni industriali, con un dosaggio per 100 kg di carne, o anche per piccoli lotti di produzione (20 kg).

COLIGROUP SPA (COLIMATIC)

www.colimatic.com



TERMOFORMATRICI COLIMATIC THERA WEBSKIN

Colimatic Webskin, è la soluzione per avere un packaging sostenibile ed ecologico senza compromettere il costo al consumatore.
Il processo di confezionamento Webskin unisce gli indiscutibili vantaggi economici, produttivi e igienici del processo di confezione che utilizza la termoformatura della confezione in linea (termoformatrice) con l'aspetto gradevole della confezione realizzata utilizzando vaschette preformate (traysealer).
La confezione Colimatic Webskin utilizza un fondo in cartoncino ad altissima qualità con una percentuale di plastica inferiore al 10% ed è quindi totalmente riciclabile nella carta; il coperchio (top) è separabile e può seguire il circuito di riciclabilità e riutilizzo della plastica, riducendo l'impatto sull'ambiente. Questa confezione, con grafica stampata e personalizzabile, è realizzata partendo da bobina, eliminando così i costi di stoccaggio e gestione dei prefustellati e si presta perfettamente a valorizzare il confezionamento di hamburger. Il prodotto viene esaltato in una confezione gradevole che mantiene elevati gli standard di shelf-life e inalterate le caratteristiche organolettiche e nutrizionali degli alimenti. Il produttore ha inoltre la possibilità di sfruttare l'intera superficie del vassoio per la grafica, marketing e istruzioni di cottura.

Settore di applicazione

Le linee di confezionamento a marchio Colimatic sono adatte a qualsiasi tipologia di prodotto alimentare, fresco o stagionato, in liquido di governo, affettato, grattugiato, a spicchi, in scaglie o a cubetti.

Specifiche tecniche

Produzione: fino a 15 cicli/minuto.
Dimensioni macchina: personalizzate.
Tecnologie disponibili: Atm, termoretraibile (Shrink), Skin, sottovuoto.

segue

Graphic Design : lachimiacaterina@gmail.com

TECNO PACK

www.tecnopackspa.it

Tecno Pack è un'azienda di Schio (VI) tra i più importanti player nello studio e realizzazione di linee di confezionamento completamente automatiche 'chiavi in mano'.
Da un'importante collaborazione con Baldi, realtà di primo piano specializzata nella produzione di hamburger, Tecno Pack ha realizzato un impianto specifico per hamburger surgelati composto da linee ad alta produttività. "L'esigenza è stata quella di completa automazione, protezione del prodotto e presentazione dello stesso in svariati formati in astuccio da combinare poi in multipack/fardelli in film termoretratto", fanno sapere dall'azienda. "Il sito operativo presenta severe condizioni che hanno previsto l'integrale realizzazione dei macchinari in acciaio inox e tutte le parti che vedono trattare il prodotto non ancora confezionato realizzate con tecnologia IP65 Wash Down". L'impianto include un sistema di alimentazione automatica ad alta velocità del prodotto sfuso, la confezionatrice orizzontale elettronica flow pack FP 100 in versione shrink, il tunnel di termoretrazione TT a tre camere, la stazione di alimentazione robotica per la macchina astucciatrice completa di due robot a delta ad alte prestazioni. Inoltre, tre caricatori serviti da magazzini inclinati permettono di realizzare astucci contenenti mix di prodotti di origine diversa, inclusa l'introduzione di gadget, bandierine identificative - formato burger tour. La macchina astucciatrice, integralmente elettronica, garantisce prestazioni e qualità eccellente del prodotto finale. Conclude il ciclo la macchina affardellatrice a doppia bobina per film termoretraibile, che compone moltissime e diverse conformazioni.
"L'intero sistema si caratterizza per velocità operativa, affidabilità, grande versatilità, facilità nei cambi formati, automazione completa, totale realizzazione aderente alle disposizioni di legge Industry 4.0, e completa tracciabilità dei prodotti realizzata con evoluti sistemi di stampa sia ink jet che laser".

Tecno Pack per Baldi - Twin Inox

MINERVA OMEGA GROUP

www.minervaomegagroup.com

FORMATRICE DI HAMBURGER E POLPETTE CE HF
Due macchine in una: hamburgatrice e polpettatrice. Coperta da brevetto è unica nel suo genere per semplicità di utilizzo e performance produttive, nonostante le sue dimensioni ridotte. Nella sua configurazione standard integra dispositivi che la rendono ideale per laboratori di lavorazione carni artigianali, di ipermercati o mense. È una macchina davvero flessibile. Oltre a lavorare carni rosse e bianche, la macchina è indicata anche per la produzione di hamburger vegetali, polpette di soia o riso ed altri impasti. Costruita interamente in acciaio inox, è particolarmente ergonomica e funzionale per l'operatore e strutturata per facilitare e velocizzare al massimo le operazioni di pulizia. Tre funzioni: produzione di hamburger singoli; produzione di hamburger stratificati; produzione di polpette.
Specifiche tecniche nella configurazione standard
- Struttura, vetrina, vasca e coperchio in acciaio inox
- Carrello integrato con ruote autofrenanti
- Capacità vasca 40 litri
- Funzione di stratificazione per hamburger
- Pulizia filo automatica
- Variatori di velocità (per hamburger e polpette)
- Dispositivo interfogliatore per hamburger
- Dispositivo oliatore per polpette
- Produzione di circa 3.000 hamburger/ora
- Dimensioni degli hamburger variabili fino ad un massimo di 135 mm di diametro con uno spessore di 30 mm
- Produzione di circa 6.000 polpette/ora
- Dimensioni delle polpette variabili da un minimo di 25 ad un massino di 39 mm di diametro.

fine

RISCO, PARTNER DELL'INDUSTRIA A 360°

Pensate per i player della Gdo, ma anche per le piccole e medie imprese, le formatrici realizzate dall'expertise dall'azienda veneta sono versatili e ideali per creare svariate tipologie di burger. Andando a soddisfare qualsiasi esigenza produttiva, di ricetta o formato.

La collaborazione, lunga oltre 50 anni, con le principali aziende agroalimentari italiane e internazionali, ha permesso a Risco - l'azienda di Thiene (Vi) specializzata nella realizzazione di attrezzature per la lavorazione di prodotti a base di carne, pesce o impasti vegetariani -, di avere un'expertise unica e strategica nel settore. Nel mondo degli hamburger, la gamma di formatrici Risco è capace di soddisfare qualsiasi esigenza produttiva, di ricetta o formato, tanto che l'azienda è diventata partner a 360° per l'industria. "In questi ultimi anni l'hamburger rimane fra i piatti preferiti dagli italiani, essendo un prodotto pratico e versatile, capace di appagare i gusti di ognuno", sottolinea l'export e marketing manager Rita Dal Maso. "Seguendo questo trend la nostra fornitura di formatrici non si è arrestata e sta proseguendo anche nel 2022".

I top di gamma

Per rispondere alle più svariate esigenze di produttività e resa, Risco propone due serie di formatrici: la serie TVM per i burger classici e la serie ATM per la tipologia gourmet, caratterizzati da una forma più artigianale. "In base alle esigenze di produttività valutiamo la migliore soluzione fra le macchine del portfolio Risco", spiega Alessandra De Marchi, export department dell'azienda. "La flessibilità della linea TVM rende le macchine di questa serie le più richieste sul mercato italiano. La formatura avviene su un piano intercambiabile che rilascia le porzioni, attraverso un sistema pneumatico a spinta, su di un nastro trasportatore. Il modello a testa singola TVM 140 N permette di produrre fino a 45 pezzi al minuto, mentre la versione TVM 260 N con stampo a doppia entrata raggiunge 80 porzioni al minuto. Per ciascuna formatrice possiamo quindi fornire molteplici piani di formatura in base alle specifiche richieste del cliente". A differenza della linea TVM, le macchine della serie ATM producono hamburger dalla forma che richiama quella del prodotto artigianale. "Grazie a un nastro di appiattimento il prodotto viene pressato leggermente per garantire un burger morbido e una cottura uniforme", spiega la manager. "Entrambe le tipologie sono sempre più richieste in Italia come all'estero, in particolare in Usa, Canada e in tutto il mercato europeo".

Soluzioni ad hoc e versatili

Come per tutte le macchine Risco, anche le formatrici sono nate per la produzione di burger di carne di bovino, suino o pollo. Con il cambiamento delle abitudini dei consumatori, però, è cresciuta negli ultimi anni anche la domanda da parte di produttori del mondo ittico, caseario, vegetariano e vegano. "La nostra equipe esplora e studia costantemente possibili migliorie da apportare alle macchine, incluse le formatrici per hamburger, per presentare una gamma di soluzioni sempre adeguate a soddisfare ogni esigenza di produzione", sottolinea Rita Dal Maso.

Assieme al produttore, Risco progetta infatti su misura considerando forma, dimensione e spessore del burger nonché la superficie - liscia o rigata - che si desidera creare. Inoltre, l'insaccatrice continua sottovuoto Risco garantisce un'eccellente accuratezza del peso delle porzioni, una compattezza ottimale del prodotto formato e un adeguato volume produttivo complessivo. "In fase di produzione tutti i parametri della ricetta vengono facilmente settati sul pannello di controllo dell'insaccatrice Risco, cui la formatrice viene collegata, permettendo la gestione dell'avviamento e controllo da un'unica postazione".

Grazie alla loro estrema versatilità, le formatrici Risco vengono impiegate sia dai produttori della Gdo, sia delle piccole e medie imprese per creare burger, miniburger e nuggets di svariate dimensioni.
"Inoltre", aggiunge Rita Dal Maso, "la possibilità di completare la linea con un sistema di dispenser automatico di carta o di messa in vaschetta, accontenta anche il produttore più esigente".

Servizio completo al cliente

L'adozione di tecnologie innovative nei sistemi produttivi e gli elevati standard meccanici e tecnici, oltre alla ricerca della migliore qualità dei materiali e dei componenti utilizzati, garantiscono da sempre la qualità dei prodotti Risco. Che ai propri clienti assicura anche un servizio di assistenza a 360°: dall'individuazione della fornitura corretta per il cliente alla preparazione e invio delle macchine, passando per la fase di installazione e post vendita. Inoltre, per i nuovi produttori di hamburger, Risco offre la possibilità di testare la linea nella sala prove aziendale oppure direttamente presso lo stabilimento del cliente. "I nuovi progetti su cui stiamo lavorando comprendono anche una nuova formatrice di burger del tipo gourmet, ad alta produttività", aggiunge Rita Dal Maso. "Ma ulteriori innovazioni sono attese nel prossimo futuro, per continuare a proporre una vasta scelta di soluzioni al passo con i trend alimentari".

www.risco.it

HAMBURGATRICE TVM 260
La TVM 260 è la formatrice di hamburger Risco caratterizzata da uno stampo di formatura con due fori. Il sistema, alimentato da un'insaccatrice Risco di nuova generazione, consente una produzione di hamburger di qualità fino a 80 pezzi/minuto in modo regolare e uniforme. Il prodotto finale risulta compatto, con i bordi perfettamente formati. La facilità di sostituzione del piano di formatura permette di realizzare hamburger con forme e pesi diversi e di garantire una maggiore flessibilità al produttore, che potrà creare soluzioni uniche e di tendenza. È inoltre disponibile, come opzione, un sistema di messa in vaschetta automatica.
Specifiche tecniche
Possibilità di produrre hamburger con forma e peso diverso, di diametro massimo 110 mm, con spessore da 6 a 30 mm.
Settore di applicazione
Produzione di hamburger di carne, pesce o impasti vegetariani con forma circolare, ovale o personalizzata.

Pregiata Carne Salada
e carne di bovino adulto
Blonde d'Aquitaine
da allevamenti italiani

Salumificio VAL RENDENA 1947

Scopri la nostra
Carne Salada
nel servizio TV
di Melaverde
su Canale 5

TARTARE & HAMBURGER

Un nuovo modo per dire Carne Salada

**Abbiamo imparato a conoscerla ed apprezzarla gustandola come carpaccio o saltata alla piastra,
ora la Carne Salada si presenta ai nostri palati in una nuova forma, anzi due!
La nostra pregiata Carne Salada, unita a carne di bovino adulto da allevamenti italiani,
dà vita a due specialità dal gusto nuovo e sorprendente.
La genuinità ed il gusto firmati Salumificio Val Rendena.**

Salumificio Val Rendena
Porte di Rendena - Trentino - Italy
www.salumificiovalrendena.it
Tel. 0465 801031

EL·EM·EN·TI DESIGN