

**Il Cibus di Parma.** Alla rassegna emiliana molte aziende hanno presentato centinaia di nuovi prodotti, compresi quelli biologici

# L'alimentare spinge sull'innovazione

Le imprese: investimenti onerosi ma è l'unico modo per reggere alla concorrenza



**Emanuele Scarci**

PARMA. Dal nostro inviato

■ Cibus dei record ma anche delle novità di prodotto. Al 17° Salone internazionale dell'alimentazione (a Parma fino all'8 maggio), le aziende fanno a gara per presentare centinaia di nuovi prodotti, compresi quelli del biologico e del salutistico. «L'innovazione presuppone investimenti onerosi non facili in un momento di stagnazione - osserva Sabino Gravina, direttore marketing del Salumificio Beretta - ma è una leva importante per i brand e le vendite: se sollecitato, e con un posizionamento di prezzo adeguato, il consumatore risponde. Può essere una spinta per rilanciare i consumi».

Impossibile citare tutte le novità, ma almeno cento presentano caratteristiche d'innovazione rilevanti. Per esempio, per chi vuol mangiare bene ma ha poco tempo per cucinare, Gastronomia Toscana propone 7 piatti pronti in due minuti con consigli per l'abbinamento del vino: per esempio, la crespella toscana al cavolo nero con salsa alle banane e curry rosso.

Giovanni Ferrari (brand per i mercati esteri in partnership con la francese Bongrain) propone, grazie a un accordo con Slow food, il Parmigiano reggiano di montagna (stagionato 30 mesi) con quattro presidi come il miele e varie composte. Inoltre GranSfoglia, una sfoglia di formaggio in vaschetta che accompagna aperitivi, primi piatti, carpacci e bresaole. «I nuovi pro-

dotti - sostiene Silvia Ferrari, amministratore della società emiliana - sono un driver di crescita irrinunciabile a cui destiniamo investimenti rilevanti. E apprezzati sui mercati internazionali».

Per chi invece si cimenta ai fornelli, Fini offre la crema di aceto balsamico di Modena con salsa tabasco, da usare su carne e pesce o le perle di aceto balsamico di Modena per la cucina di Mengazzoli; Fattoria italiana propone i dadi da brodo declinati al pomodoro, peperoncino, spinaci e gamberetto. E per i gourmet, Terre Ducali propone una nuova confezione di cinque

bocconcini di culatello più pratica da servire, da Ibis Cremonini il culatello cotto da cosce del suino pesante padano e da Urbani Tartufi il preparato di tartufi specifico per il sushi.

Sulla tavola dei formaggi, Parmareggio presenta un poker di nuovi prodotti, tra cui Spalmarè, un Parmigiano da spalmare sul cucinato o semplicemente su una fetta di pane, e la merenda (per bambini dai 6 ai 10 anni) di Parmigiano reggiano da mettere nello zaino e che si conserva per 4 ore fuori dal frigo. «In un mercato piatto - osserva Matteo Ghidi, direttore marketing di Parmareggio (285 milioni di fatturato) - la grande innovazione di Parmareggio aiuta a crescere ancora. Anche se con margini sempre più risicati». Sempre nei formaggi duri, Gran Moravia propone "in fette" «un formaggio a lunga stagionatura a fette quadrate - spiega Roberto Brazzale, ad di Gran Moravia - un capolavoro dell'arte casearia, utilizzabile in casa, al ristorante e al bar».

Nel biologico, le novità sono le uova fresche bio, da galline alimentate con cereali a filiera controllata (proposte da Alce Nero), la pasta di riso bio senza glutine e con basso contenuto di sodio (da Riso Viazzo); poi i savoiardi bio di Lanaittu e le piadine bio di Natural Food.

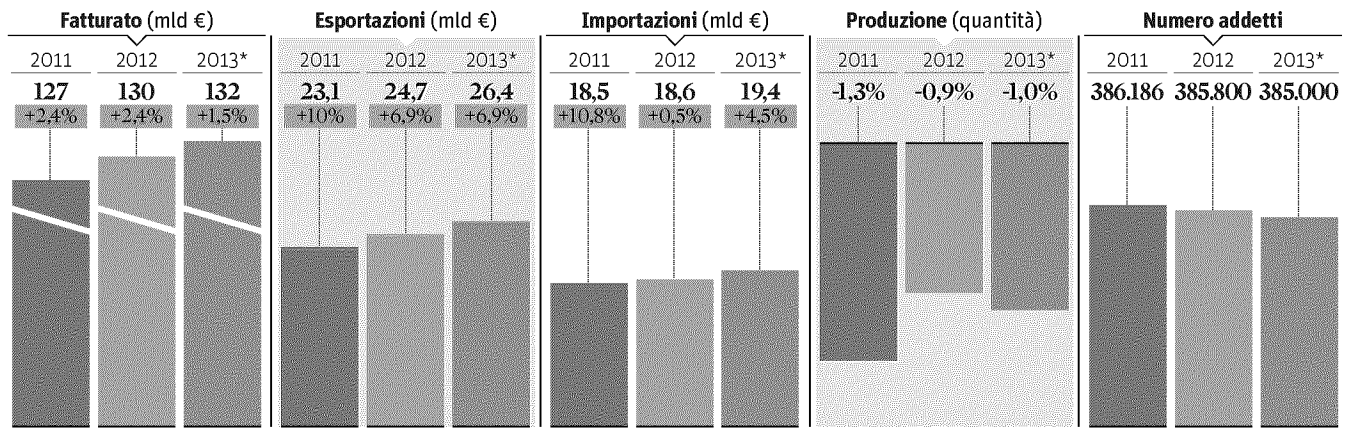
Infine nel pastario, De Cecco propone la pasta lunga a sezione quadrata (tradizione abruzzese) oltre che la pasta a base di grano Khorasan a marchio Kamut e nei sostitutivi del pane "I grani", prodotti con solo olio extravergine di oliva, senza coloranti, conservanti e grassi idrogenati.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



## L'industria alimentare italiana

Bilanci e previsioni; stime in euro e variazioni percentuali su anno precedente



\* Stime

Fonte: elaborazione centro studi Federalimentare su dati Istat