



## Comunicato stampa

### INALCA e MONTANA ALIMENTARI AL CIBUS 2012 Fiere di parma, 7-10 maggio 2012 - Stand M014 - Padiglione 2

- **Esteso l'accordo con la Disney alla Divisione surgelati**
- **Si rafforza l'italianità dei prodotti**
- **La nuova linea "Cotti e Grigliati" a marchio Ibis**

**Inalca S.p.A.** e la controllata **Montana Alimentari S.p.A.**, società del Gruppo Cremonini specializzate nel settore della produzione, commercializzazione e distribuzione di carni, salumi e snack, sono presenti con un ampio spazio espositivo al **Cibus 2012** di Parma, dove sono state presentate le ultime novità.

#### **SURGELATI A MARCHIO MONTANA**

Oltre al restyling grafico dell'Hamburger Leggero (ovvero a tasso ridotto di grassi - meno del 30% di grassi rispetto alla media di mercato) **Montana lancia due nuove referenze in collaborazione con Disney**. Il simbolo della Disney, Topolino, andrà a personalizzare le grafiche dei due nuovi pack: gli **Hamburger di Vitello** e le **Polpette Montana**. Ricettazioni equilibrate, nutrizionalmente corrette per due prodotti semplici ma gustosi che vanno incontro alle esigenze delle mamme e ai gusti dei bambini. Dopo gli ottimi risultati ottenuti all'interno della divisione hamburger freschi, la collaborazione iniziata nel 2010 con Disney si estende così anche alla Divisione surgelati.

#### **CARNE IN SCATOLA: PIÙ MAGRA E 100% DA ALLEVAMENTI ITALIANI**

La novità di punta è il ritorno dell'italianità per il prodotto premium, **Montana Linea Oro**. La nuova veste grafica mette in evidenza il claim **'100% carne da allevamenti italiani'**. Un pay off molto importante supportato dalla certificazione Sgs, che vuole dare un messaggio rassicurante e di trasparenza ai consumatori. Il cluster del prodotto, che racchiude le scatolette, è dominato dai codici bianco, rosso e verde e contiene una bandiera italiana stilizzata, con all'interno il claim. Un'immagine pulita, di forte impatto e attrattività a scaffale.

L'altra novità è la percentuale di grassi. In linea con un'attenzione sempre più forte da parte dei consumatori agli aspetti nutrizionali dei prodotti, **Montana ha lavorato sulla percentuale di grassi abbassandola ulteriormente** e passando dall'1,5% (media di mercato proposta dai competitor) all'1,2% per 100 grammi di prodotto. La carne in scatola Montana diventa oggi la più magra sul mercato. Questo importante aspetto nutrizionale si va ad affiancare all'altro claim salutistico già

presente sulla Linea Oro: **'Tasso ridotto di sale', ovvero il 30% in meno rispetto alla media di mercato di prodotti simili.**

### **HAMBURGER FRESCHI: 100% DA ALLEVAMENTI ITALIANI**

Anche gli **Hamburger Freschi Montana** si tingono di bianco, rosso e verde. In coordinamento con la grafica delle scatole, le nuove etichette degli hamburger freschi evidenzieranno il claim **'100% carne da allevamenti italiani'**. Una scelta importante supportata dalla certificazione Sgs.

### **COTTI E GRIGLIATI: TUTTO IL GUSTO DEL BARBECUE IN POCHI MINUTI E SENZA FUMO**

La gamma **Cotti e Grigliati di Ibis** è una novità unica nel panorama della gastronomia italiana: tutta la genuinità ed il gusto delle carni suine selezionate, già grigliate e pronte in pochi minuti. I prodotti (**Spiedini di Suino con Verdure, Mini Spiedini di Suino, Hamburger con Speck, Salsicette di Suino, Grigliata Mista di Suino**) vengono grigliati singolarmente senza aggiunta di grassi e oli vegetali, garantendo così la massima naturalità del processo produttivo, salvaguardandone le caratteristiche organolettiche. Per garantire la massima conservazione e salubrità i prodotti vengono poi confezionati in atmosfera protettiva, arrivando sulle tavole dei consumatori come fossero appena grigliati.

Per la preparazione si tolgono i prodotti dalla confezione e si scaldano in padella preriscaldata per pochissimi minuti, oppure 1 minuto in microonde. I prodotti mantengono tutta la loro succosità e croccantezza.

Oltre ad avere il vantaggio di una preparazione finale che richiede minor tempo, i **Cotti e Grigliati** hanno anche una vita ben superiore alla carne fresca, con una shelf life totale di 30 giorni. Notevoli i vantaggi: il venditore riesce ad avere una gestione più efficiente del banco macelleria, riducendo il rischio di dover smaltire merce deperibile in pochi giorni. Inoltre il consumatore ha la possibilità di fare una scorta di carne senza dover congelare i prodotti né consumarli in tempi brevi dal momento dell'acquisto, oltre a eliminare tutti i problemi legati alla fumosità del barbecue in ambienti domestici.

**Inalca** nel settore delle carni bovine è leader assoluto in Italia e uno dei maggiori player europei, e con la controllata **Montana Alimentari** si colloca tra i primi operatori italiani nel settore dei salumi & snack.

Inalca e Montana rappresentano l'intero settore della produzione del Gruppo Cremonini che può contare in Italia su 10 stabilimenti e all'estero su 16 piattaforme distributive dislocate tra Russia e Africa, con circa 2.700 dipendenti e ricavi totali consolidati nel 2011 per 1.413,6 milioni di Euro (+15,0%).

Castelvetro di Modena, 7 maggio 2012

Contatti: Luca Macario, Ufficio stampa Gruppo Cremonini - tel. 059 754627  
email: luca.macario@cremonini.com