



Comunicato stampa

MONTANA A EXPO 2015: ITALIANITÀ E SOSTENIBILITÀ DEI PRODOTTI GRAZIE ALLA FILIERA INTEGRATA

- **Presentata la campagna social sugli hamburger Montana**
- **Presentata la nuova carne in scatola: “Montana Power”**
- **Misurato per la prima volta l’impatto ambientale dell’hamburger Montana**

Milano, 30 giugno 2015 – Italianità, basso impatto ambientale, maggiore apporto proteico, meno grassi: sono queste le caratteristiche principali dei nuovi prodotti di Hamburger e Carne in scatola presentati oggi da Montana a Expo Milano 2015, nel Padiglione di Federalimentare “CibusèItalia”.

Montana è il marchio di Inalca (Gruppo Cremonini) protagonista da più di 60 anni della storia alimentare italiana e reso famoso dai mitici spot del *Gringo*: oggi, oltre a rappresentare il prodotto classico della carne in scatola, Montana è diventato il marchio di riferimento per gli hamburger e gli elaborati di carne bovina prodotti da Inalca, leader italiano del settore.

Sin dal suo inizio Inalca si è concentrata nella costruzione di una **filiera bovina integrata** che copre tutte le fasi per la realizzazione del prodotto: dall’allevamento (sempre più rilevante), alla trasformazione delle carni fino alla distribuzione del prodotto finito. Il controllo di tutte le fasi, oltre a migliorare l’efficienza della produzione, ha permesso all’azienda di ottenere risultati tangibili in termini di sostenibilità ambientale.

*“Questa filiera – ha spiegato **Luigi Scordamaglia, AD di Inalca** - è stata concepita molto prima che si cominciasse a parlare di sostenibilità in modo diffuso. È **integrata**, perché presidiamo ogni passaggio, dall’allevamento, sempre più centrale nelle nostre politiche, al prodotto finito; è **sostenibile**, perché misuriamo l’impatto dei nostri prodotti sull’ambiente e ne mitigiamo gli effetti (producendo energia verde dagli scarti, migliorando l’efficienza energetica, avviando a raccolta differenziata il 99% dei rifiuti e valorizzando tutti i nostri prodotti e sottoprodotti) grazie a un sistema di qualità all’avanguardia; e infine questa filiera è **esportabile**, perché Inalca, nello scenario mondiale dei produttori di carne, è l’unica azienda **leader** sia nella **produzione** che nella **distribuzione**, con una presenza già consolidata in Europa, Russia e Africa. Pertanto, possiamo dire a pieno titolo che Inalca è coinvolta direttamente nelle grandi dinamiche agroalimentari mondiali sintetizzate nel tema di Expo Milano 2015 **“Nutrire il pianeta. Energia per la vita”**, e che i prodotti della nostra azienda sono oggi protagonisti di un **nuovo modello di produzione sostenibile**”.*

L’hamburger sostenibile

Realizzata per la prima volta la **Dichiarazione Ambientale di Prodotto (EPD-Environmental Product Declaration)** sugli hamburger di bovino surgelati a marchio Montana¹.

¹ Oggetto della Dichiarazione è l’hamburger a marchio Montana a base di carne ottenuta da bovini da latte (85%) e da carne (15%) allevati in Italia e commercializzati da Inalca in confezioni da 10 o 4 pezzi, notissimi al pubblico italiano.



*“Per la prima volta – ha dichiarato **Giovanni Sorlini, Responsabile Qualità, Sicurezza & Sviluppo Sostenibile di Inalca** – abbiamo dati certi ricavati dalla realtà produttiva italiana. È un contributo importante nel dibattito nazionale sul rapporto carne–ambiente, che consente di valutare i reali consumi e gli impatti della nostra filiera. Lo studio conferma ulteriormente come la carne consumata in una dieta equilibrata, modello di consumo ben rappresentato dalla **“Clessidra Ambientale”**, possa considerarsi come **“Sostenibile”**. I dati ottenuti consentiranno di migliorare ulteriormente la filiera bovina italiana, che oggi, oltre a rappresentare un indiscutibile punto di forza per l’integrazione tra le filiere del latte e della carne, costituisce un sistema produttivo altrettanto solido dal punto di vista ambientale, possibile riferimento anche per modelli produttivi extraeuropei”*.

Show-cooking di Simone Rugiati con ricetta esclusiva di un Hamburger Gourmet

In occasione dell’evento di presentazione delle novità Montana 2015 alla Grande Distribuzione, il noto chef **Simone Rugiati** ha preparato in esclusiva l’Hamburger Gourmet **“Italian Fusion”**, ricetta realizzata con l’hamburger fresco Montana Classico.

Al via la nuova campagna degli hamburger sui social network

Negli ultimi tempi l’hamburger è diventato protagonista della cucina *gourmet*, sempre più apprezzato dai consumatori più esigenti. A dimostrazione di questa nuova sensibilità, vi sono le numerose catene di ristoranti specializzati in **Hamburger Gourmet**, come pure l’attenzione dedicata a questo prodotto dai maggiori chef internazionali e dal mondo dei *foodblogger*.

Inalca, principale produttore italiano di hamburger, pioniere del mercato del largo consumo fin dalla metà degli anni '80, vuole cogliere in pieno le opportunità create dalle nuove tendenze e a settembre lancerà una **nuova campagna di comunicazione sui social network**. L’obiettivo è di far conoscere ai consumatori le caratteristiche del prodotto e posizionare Montana sempre di più all’interno di un contesto domestico e di socializzazione, dove l’hamburger è ideale per accompagnare un pranzo o una cena in famiglia o con gli amici: dal prossimo autunno **verranno coinvolti alcuni dei foodblogger più influenti della rete**, che proporranno e prepareranno ricette con i vari tipi di hamburger Montana.

In una seconda fase, **verranno coinvolti direttamente anche i consumatori**, che potranno offrire foto e video dei loro momenti conviviali caratterizzati dai piatti di hamburger da loro stessi preparati.

“Montana Power” presentata per la prima volta in Expo nel Supermercato del Futuro (FFD)

Montana è uno dei più marchi alimentari italiani più noti e non poteva mancare sul grande palcoscenico di Expo: lo storico brand di Cremonini è infatti presente all’interno del Supermercato del Futuro nel **Future Food District**, una delle principali aree tematiche dell’Expo, con la Montana Classica e la nuovissima **Montana Power**, entrambe scelte per rappresentare la categoria "carne in gelatina" in questo importante scenario mondiale, grazie all’impegno di Inalca nella **filiera bovina integrata e sostenibile**.

La **Montana Power** è una novità assoluta e rappresenta l’evoluzione della carne in gelatina: oltre ad essere garantita proveniente al **100% da allevamenti italiani** contiene una percentuale di **carne superiore alla media** (25 g di proteine per confezione), un **basso contenuto di grassi** (1,4%) e una



nuova formula con **meno gelatina**, arricchita con noci di cola e guaranà. Il prodotto è senza glutammato ed esclude anche la presenza di glutine, così da essere una scelta **sicura anche per i celiaci**.

*Inalca, società del Gruppo Cremonini leader europeo nella produzione di carni bovine, è **una delle poche aziende italiane a presidiare l'intera filiera produttiva**. L'azienda nel 2014 ha realizzato ricavi per 1,49 miliardi di Euro, di cui il 50% realizzato all'estero. Vanta una presenza internazionale con **11 impianti produttivi** (di cui 6 in Italia, 2 in Russia, 2 in Angola, 1 in Algeria) e **21 piattaforme logistiche** di distribuzione (6 in Russia, 4 in Angola, 3 in Algeria, 3 in Congo, 3 nella Repubblica Democratica del Congo, 1 in Mozambico, 1 in Costa d'Avorio). Inalca commercializza ogni anno oltre 500.000 ton di carni, produce 1 miliardo di hamburger, 200 milioni di scatolette, con 7.200 referenze di prodotto e 3.000 dipendenti.*

*Cremonini, con oltre 9.000 dipendenti, e un fatturato complessivo nel 2014 di 3,3 miliardi di Euro, di cui oltre 34% realizzato all'estero, è uno dei più importanti gruppi alimentari in Europa ed opera in tre aree di business: **produzione, distribuzione e ristorazione**. Il Gruppo è leader in Italia nella produzione di carni bovine, prodotti trasformati a base di carne e Salumi & snack (**Inalca, Montana e Ibis**) e nella commercializzazione e distribuzione al foodservice di prodotti alimentari (**MARR**). È leader in Italia nei buffet delle stazioni ferroviarie, vanta una presenza rilevante nei principali scali aeroportuali italiani e nella ristorazione autostradale ed è il primo operatore in Europa nella gestione delle attività di ristorazione a bordo treno (**Chef Express**). È infine presente nella ristorazione commerciale con la catena di steakhouse a marchio **Roadhouse Grill**.*

Contatti:

Luca Macario Tel. +39 059 754630

E-mail: luca.macario@cremonini.com