

CASEIFICI ZANI

LANCIA IL PANEER, UN FORMAGGIO INDIANO

In Italia vivono 160mila indiani. Se a essi aggiungiamo pakistani e bengalesi, si arriva a quota 400mila persone. Un bacino di potenziali consumatori molto interessante, cui ora si rivolge Caseifici Zani, che ha deciso di produrre un tipico formaggio del subcontinente asiatico: il paneer.

Realizzato con latte vaccino, senza sale né caglio, il paneer può essere consumato fresco, fritto, grigliato oppure usato come ingrediente per zuppe e piatti di cucina fusion. Gustoso e insolito, il paneer è una novità per il mercato nazionale ed è pronto a conquistare anche gli italiani. A partire da quel 10% della popolazione nazionale che segue una dieta vegetariana.



LATTERIA MERANO

ARRIVA LO "0 GRASSI"

Latteria Merano anticipa l'estate e propone la nuova gamma "Bellavita free zero grassi", che propone quattro yogurt con caratteristiche particolari: privi di grassi, senza lattosio, senza glutine, senza aromi artificiali e conservanti.

"Bellavita free zero grassi" si propone come un piacere leggero e digeribile, adatto a tutta la famiglia e a chi è attento alla forma. A scaffale viene proposto nella classica confezione con due vasetti da 125 grammi, nei gusti bianco, ananas, more e mirtillo, fragole e fragoline di bosco.



CAPRICE DES DIEUX

FESTEGGIA I 60 ANNI CON UNA CONFEZIONE SPECIALE

Caprice des Dieux compie 60 anni e per l'occasione si veste a festa con una speciale confezione dedicata al suo anniversario. Creato da Jean-Noel Bongrain nel 1956, il Caprice des Dieux è un formaggio dalla crosta fine, bianca e vellutata, con una pasta dolce e cremosa che racchiude un cuore fondente. Prodotto esclusivamente con latte francese, panna, fermenti lattici naturali e sale, si distingue per l'originale forma ovale e per il colore blu della confezione.

Oggi Caprice des Dieux è distribuito in 150 Paesi ed è uno dei brand caseari più conosciuti al mondo. Dal 1956 a oggi sono più di tre miliardi le confezioni vendute. Il 2015 è stato un anno record, con 15mila tonnellate consumate in tutto il mondo, equivalenti a 75 milioni di confezioni da 200 grammi. Caprice des Dieux arrivò

in Italia nel 1968, e, grazie alla sua unicità rispetto agli altri formaggi francesi (gusto delicato, odore non forte, crosta soffice ed elegante), si è conquistato una fetta di mercato importante e si è imposto come un simbolo della tradizione culinaria francese. Oggi più del 70% degli italiani conosce il marchio Caprice des Dieux e ne riconosce il gusto unico. Caprice des Dieux è anche un prodotto sostenibile: l'azienda ha adottato diversi provvedimenti volti a proteggere i terreni e la biodiversità e a limitare le emissioni di anidride carbonica degli allevamenti e degli stabilimenti produttivi, privilegiando l'uso di energie pulite. Negli ultimi tre anni è stato ridotto del 70% l'utilizzo di carburante, e del 25% quello di elettricità. Anche gli imballaggi sono riciclabili al 100 per cento.

