

L'alta qualità Zuarina a Identità Milano

scritto da Redazione | 20/04/2022



Lo storico prosciuttificio di Langhirano presente alla 17esima edizione del prestigioso appuntamento dedicato al food che si terrà dal 21 al 23 aprile. Il Direttore Marketing Gianfranco Delfini: «Qualità, tempo e passione, così nasce il nostro Prosciutto di Parma apprezzato nelle location più prestigiose del mondo»

Il **Prosciuttificio Zuarina** sarà presente alla 17esima edizione di **Identità Milano**, il Congresso organizzato da Identità Golose che, dal 21 al 23 aprile, catalizzerà l'attenzione del mondo del food.

Zuarina a Identità Milano 2022: "Il futuro è oggi"

L'[azienda di Langhirano](#), appartenente alla **Food Company CLAI** assieme alla stessa cooperativa agroalimentare **CLAI** e a **Faggiola**, è specializzata in prodotti caseari tipici toscani e nella kermesse

milanese avrà l'opportunità di lanciare *"Il futuro è oggi"*, il proprio tema dell'anno.

Un ottimo presupposto per un prosciuttificio nato nel lontano 1860 e che ha sempre fatto del connubio fra il rispetto delle tradizioni e l'interpretazione delle esigenze di consumatori e clienti una delle sue maggiori prerogative:

*«L'avvenire si costruisce col lavoro di ogni giorno - sottolinea **Gianfranco Delfini**, Direttore Marketing Zuarina -, ma per ottenere risultati importanti è quantomai decisivo non smettere mai di salvaguardare le proprie radici; sono loro che definiscono la storia e l'identità di un'impresa, gettando le basi per proiettarla nel futuro».*

Prosciuttificio Zuarina, una storia iniziata nel 1860

Non sono numerose le aziende che possono vantare un percorso tanto longevo.

*«La storia di Zuarina - prosegue Delfini - è **fatta di qualità, tempo e passione**, con un'attenzione particolare anche alla cura e all'impegno che ognuno di noi dedica al proprio lavoro. Qualunque sia il ruolo che si ricopre».*

I prodotti che in modo esemplare manifestano il senso di questi elementi chiave citati da Delfini sono quelli a lunga stagionatura, come il **Prosciutto Crudo di Parma Zuarina 30 mesi**:

«Si tratta di uno dei prodotti di maggior valore che porteremo a Milano al Congresso di Identità Golose - annuncia Delfini -. È senz'altro uno dei simboli del nostro percorso di qualità. Soltanto chi ha passione e ha saputo specializzarsi nelle lunghe stagionature può realizzare un prodotto del genere. A Milano ci sarà l'occasione, per chi ancora non l'avesse fatto, di toccare con mano questa realtà unica di Zuarina apprezzata nelle location più prestigiose di tutto il mondo».

Un collegamento costante con il consumatore

E se c'è qualcosa che soltanto il tempo può insegnare è anche **l'importanza dell'ascolto**. Zuarina ha trovato una collocazione di rilievo sul mercato perché non ha mai smesso di mettersi in connessione coi consumatori e interpretarne le esigenze, anche quelle latenti.

«Il percorso Bio a cui abbiamo dato vita e stiamo sostenendo con forza crescente è nato proprio valorizzando questa logica. Il nostro obiettivo, come anche questa scelta dimostra, è proporre una qualità di risposta molto elevata per ogni trend individuato».

A conferire maggior valore alla proposta Zuarina è anche la certezza di poter contare **solo su carni italiane al 100%** a cui si aggiungono un pizzico di sale, il tocco artigianale nella lavorazione e **una stagionatura lenta e paziente** che avviene nella cantina interrata dello stabilimento di Langhirano, il luogo ideale per favorire la formazione dei profumi e dei colori che contraddistinguono da sempre le proposte del marchio.

Un controllo minuzioso lungo tutto il processo di produzione

Gli addetti alla selezione iniziale esaminano ogni coscia per forma, potenziale resa e identificazione di eventuali difetti (colore, massa grassa e magra, macchie). È necessaria tanta esperienza, perché **partire da un'ottima materia prima è fondamentale** per realizzare un prodotto di qualità costante.

Ma nell'intero processo produttivo sono diversi i passaggi complessi e delicati, in cui sono le più piccole attenzioni e i dettagli a generare valore. Come ad esempio la **fase di riposo "a freddo"**, che **in Zuarina dura 120 giorni**, significativamente più lunga della media del settore. In questo modo il poco sale che viene utilizzato sulle cosce ha il tempo di diffondersi, conservare e stabilizzare. **Niente conservanti, niente additivi**; solo tempo, passione e cura della filiera: così nascono il gusto e i profumi unici di questo speciale Crudo di Parma.

La particolare tecnica del disosso

Per semplificare il più possibile il lavoro dei clienti e ottimizzarne i tempi, Zuarina **propone, come ulteriore componente di distintività, un disosso di alta qualità**. Si tratta di un'attività che viene effettuata all'interno dello stabilimento da maestri salumieri che utilizzano solo corde (niente graffette), rifilando il prosciutto in modo ottimale. In più, nel formato "addobbo" la cotenna non è sovrapposta, consentendo ai clienti trade un importante recupero a livello di costi.

Salumi che raccontano un territorio: la nuova Culatta

L'obiettivo di aggiungere valore e qualità alla proposta tiene sempre conto anche della centralità di temi come la valorizzazione del territorio e delle relative tradizioni. Come dimostra anche la **Culatta**, una delle ultime novità in casa Zuarina e splendida sintesi dell'identità del marchio.

La Culatta troverà ovviamente spazio nello stand di Zuarina a Identità Milano 2022, un appuntamento a cui si guarda con forte interesse:

«Consideriamo importante partecipare a eventi di alto livello nel corso dei quali dar vita a connessioni di valore con clientela interessata ai nostri prodotti di alta qualità - conferma il Direttore Marketing -. Per questo motivo abbiamo deciso di confermare la nostra presenza a Milano».

Progetto "Bollicine del mondo"

A rafforzare ulteriormente il senso della partecipazione del prosciuttificio di Langhirano è anche la **partnership con Identità Golose** che si è concretizzata nel progetto **"Bollicine del mondo"**, un'app gratuita che riunisce 500 cantine di 27 Paesi sparsi nel pianeta. Un piano ambizioso che permette di vivere le storie delle grandi famiglie del vino, spostandosi attraverso territori nuovi e suggestivi itinerari enogastronomici.

E di viaggi in Italia e nel mondo ne sanno qualcosa anche i **brand ambassador** Zuarina, figure sempre più centrali nell'attività di comunicazione aziendale:

«Si tratta di nostri esperti - conclude il Direttore Marketing - che sono in grado di generare valore raccontando i prodotti e ciò che c'è "dietro", quello che non si vede ma

fa una grande differenza perché ha a che fare con i valori e l'identità aziendali. Le degustazioni in store organizzate per supportare la clientela diventano quindi un momento centrale per promuovere una conoscenza più profonda e vera del mondo Zuarina».

Info: www.zuarina.com