



Zuarina di Langhirano: svelato il terzo ingrediente segreto del prosciutto crudo di Parma

Dal 1860 l'azienda Zuarina di Langhirano è sinonimo di prosciutto crudo di Parma e, dopo un secolo e mezzo di storia, poco o niente è cambiato nella lavorazione artigianale di una eccellenza emiliana. Oggi, anche grazie al biologico, annovera tra i suoi clienti internazionali Arrigo Cipriani dell'Harry's Bar di Venezia, Joe Bastianich, Mario Batali e i ristoranti della catena Four Season Hotel.



Il dott. Giovanni Gozzi, direttore commerciale del prosciuttificio Zuarina di Langhirano – PR (Foto © GdG).

Siamo a Langhirano (PR), sulle dolci colline della **“Food Valley”** che offrono le condizioni ambientali perfette per la produzione del **prosciutto crudo di Parma**, quello dal gusto dolce e dalla morbida consistenza.

Qui, nel 1860 nasce il prosciuttificio **“Ferrari Domenico”**, azienda che da lì a poco cambierà nome in **Zuarina** in onore di **Ugolotti Zuarina**, moglie del titolare nata nel 1873. Un nome importante che custodisce una lunga storia e che è un atto d'amore per ricordare che, ogni singolo prodotto immesso sul mercato, è il risultato dell'artigianalità italiana e dell'attenzione maniacale, che imprimono un ricordo indelebile alla degustazione.

Ma cosa vuol dire **“Zuarina”**? Nei primi anni del '900, a seguito della conquista della cittadina libica di **Zuara** da parte dell'esercito italiano, molti genitori diedero ai figli i nomi di Zuaro e Zuarina e così accadde anche nel caso di quella che sarebbe stata la sposa del fondatore. In quel periodo di guerra, inoltre, per rifocillare i militari al fronte, dall'azienda partivano dei camioncini con prosciutti che arrivano fino ad Addis Abeba, portando il sapore delle nostre terre.

Il presente di Zuarina

Oggi il **mito di Zuarina** prosegue immutato e il management non ha mai tradito una filosofia vocata alla qualità, alla selezione della materia prima e alla tracciabilità delle carni. Il processo di

salatura, è ancora quello che si faceva oltre un secolo fa e questo conferisce un sapore unico al **Prosciutto crudo di Parma Zuarina**, quello buono e salutare che ci viene invidiato in tutto il mondo.

La sfida più recente dell'azienda, che da qualche anno è stata incorporata dalla [CLAI di Imola](#), è di puntare sul **biologico**, una scelta che sta riscuotendo un grande successo sui mercati stranieri, dagli Stati Uniti al Giappone, dalla Cina alla Russia.

Intervista a Giovanni Gozzi, direttore commerciale Zuarina

Al **Cibus Connect di Parma**, che si è svolta il 12 e 13 aprile, abbiamo incontrato il dott. **Giovanni Gozzi**, al quale abbiamo fatto qualche domanda sull'azienda.

Come nasce l'unione di due realtà storiche dell'Emilia Romagna come Zuarina e CLAI?

Zuarina è una delle aziende più antiche sia a livello regionale che nel panorama della produzione di prosciutto crudo di Parma. Nel suo percorso, ha sempre utilizzato materia prima fornita da [CLAI](#) e, ad un certo punto, le due aziende si sono unite per una visione comune di mercato. Infatti, CLAI aveva la necessità di elevare il suo brand ma non aveva una produzione di crudo mentre Zuarina guardava al mercato con un occhio più lungimirante e iniziava a capire l'importanza e la necessità di avere un range di prodotti più ampio e un partner prestigioso che garantisse la tracciabilità della filiera produttiva, la disponibilità di carni al 100% italiane e la sicurezza delle fasi di allevamento e macellazione. Qualche anno fa i vecchi proprietari di Zuarina, per questioni di età, decidono di fare un passo indietro e cedono la maggioranza alla cooperativa imolese che ne diventa la proprietaria.

Oggi qual è il panorama e le modalità di gestione delle due aziende?

Zuarina è un'azienda di CLAI che ne esercita la governance ma ha mantenuto la propria indipendenza dal punto di vista delle strategie commerciali e produttive, sempre condivise con la capogruppo.

Ci descriva la linea di prodotti Zuarina

A differenza di CLAI, la macchina prosciuttificio è molto più rigida perché le celle possono produrre principalmente prosciutto, con poche variazioni. Pertanto il **100% della produzione di Zuarina è crudo di Parma**. In questo ambito, negli ultimi 5 anni, sono stati effettuati notevoli investimenti e profuso un grande impegno per una produzione di **Prosciutto crudo di Parma biologico**. Introdurre il biologico in questo settore, vuol dire avere un allevamento di suini "open air" cioè all'aria aperta, non utilizzare antibiotici ma curare i suini esclusivamente con medicinali omeopatici. Qualora questo non bastasse per superare problemi di salute dell'animale, e si rendessero indispensabili gli antibiotici, esso viene curato e poi spostato nella produzione convenzionale.



Quali altri accorgimenti adottate per garantire la qualità biologica?

Gestiamo direttamente gli allevamenti e tutto quello che riguarda i suini, a partire dall'alimentazione a base di cereali biologici fino al benessere degli animali. Ad esempio, non viene tagliata la coda, non vengono limati i denti, viene lasciato uno spazio adeguato per ogni capo e non vengono ricoverati in gabbie nemmeno durante la fase dell'allattamento. La nostra finalità, è assicurare un benessere a 360° a cui facciamo seguire una lavorazione biologica. Il prosciutto si fa da millenni solo con due ingredienti, la carne e il sale per la conservazione ma a **Langhirano amiamo dire che esiste un terzo ingrediente che è il tempo.**

Quali sono i risultati che l'azienda ha conseguito con l'introduzione del bio?

Ottimi e molto incoraggianti. È un mercato che cresce a doppia cifra e che ci conha sentito di accedere a mercati che mai avremmo pensato di esplorare. Pensate che vendiamo il nostro crudo di Parma bio agli Emirati Arabi e vendere carne di suino in un paese musulmano era impensabile. Il segreto è quello di offrire un prodotto naturale, la cui genuinità viene riconosciuta da mercati oltre Oceano come Stati Uniti, Canada, Paesi del Far East (Estremo Oriente) tra cui Giappone Singapore, Malesia, Indonesia e tanti altri che nemmeno conoscevamo. Ultimamente, abbiamo intrapreso dei contatti anche con il Myanmar (Birmania, ndr) e non lo avrei mai creduto; tutto questo grazie al biologico.

C'è differenza tra il mercato italiano del biologico in Italia e all'estero?

Si perché il mercato della biologico all'estero cresce a due cifre mentre l'Italia, nonostante oggi sia il primo produttore di prodotti bio, è anche l'ultimo consumatore probabilmente per una questione di prezzi più alti a cui i consumatori devono ancora abituarsi.

Avete introdotto una strategia di comunicazione fortemente orientata ai social.

I nostri "vecchi" affermavano che abbiamo un prodotto che, per essere apprezzato, va mangiato ed effettivamente per tanti anni la nostra strategia promozionale era quella di mettere in una valigetta delle confezioni di prosciutto e portarlo in giro per farlo assaggiare. Questo ha funzionato e ci ha permesso di acquisire un'ampia clientela ma oggi il mercato è cambiato, è diventato globale e abbiamo necessità di utilizzare strategie diverse. Dal momento che siamo un'azienda artigianale che non si potrebbe permettere campagne pubblicitarie internazionali troppo costose, allora interviene lo sviluppo del social marketing. È vero che sui social il prodotto non si può assaggiare ma possiamo comunicare quello che pensano le persone che assaggiano il nostro prosciutto. Una foto di un prosciutto Zuarina all'**Harry's Bar di Venezia** credo che sia più efficace di 1000 articoli o di spot. L'immagine di un consumatore soddisfatto a Shanghai la dice lunga su quello che c'è dietro allo sforzo e all'impegno che, da anni, profondiamo con il nostro lavoro.

I vostri testimonial in Italia sono Erica Liverani e Lorenzo De Guio. Come li avete scelti?

Avevamo bisogno di qualcuno che ci avvicinasse alla gente, di persone vere ma anche appassionate e competenti. Erica e Lorenzo, oltre che popolari e molto amati, sono grandi

conoscitori del prosciutto crudo e, anche nel corso di questo **Cibus Connect**, sono stati capaci di realizzare delle ricette che hanno incantato la nostra clientela internazionale. Sono ragazzi che amano osare, sapendo quello che fanno, e garantisco che l'abbinamento proposto tra prosciutto e ricciola è stato speciale e se ne parlava anche in una cena con chef stellati.

Avete testimonial anche all'estero?

All'estero i testimonial sono i nostri clienti e, per fortuna, abbiamo conosciuto grandissimi personaggi che sono diventati clienti. Giusto per fare qualche nome, a New York, abbiamo la fortuna di servire **Joe Bastianich**, **Mario Batali**, i ristoranti di **Cipriani** e quelli della catena **Four Season Hotel**. Questa è la pubblicità migliore che potessimo avere.

Zuarina S.p.A.

Via Cascinapiano, 4/A – 43013 Langhirano (PR) Italy

www.zuarina.com

Data di creazione

18/04/2017

Autore

enzo-radunanza