

ALCASS

## Focus su salute e sostenibilità

Nata 30 anni fa con uno specifico focus sul segmento della carne surgelata, Alcass resta oggi l'unica azienda del settore carni completamente dedicata al frozen. L'offerta, con il brand aziendale Amica Natura o con marchi privati, è rivolta ai canali retail, foodservice e industria e comprende polpettine, burger (in varie ricette, la classica con carne di bovino, la premium, l'extragusto, i grigliati), cotolette e molti altri prodotti, quali i vassoi di carne surgelata al naturale (spezzatino di bovino, arrosto di vitello, bollito e fettine di varia tipologia di carne, tutti conservati in skin e con il solo ausilio del freddo, senza alcun tipo di conservante), le referenze per il foodservice (tra cui carne grigliata, da riattivare in pochi minuti e pronta all'uso: hamburger di bovino, spiedini e salsicce di suino) e un'ampia gamma di prodotti biologici di carne bovina e di pollo (polpettine, hamburger, nuggets, burger, cotolette).

"Il 2019 è stato un anno positivo – illustra **Renato Bonaglia, Amministratore Delegato di Alcass** –, nel quale stiamo consolidando gli ottimi risultati di crescita del 2018 (+32%). A livello di quota di mercato siamo tra i primi operatori a livello nazionale sul canale retail, considerando il nostro brand insieme ai volumi sviluppati con le private label. Da sempre ricerchiamo nella materia prima la qualità, surgelando senza additivi chimici o conservanti; siamo sempre stati forti innovatori nel comparto e con il nostro brand poniamo attenzione ai temi della sana alimentazione e della sostenibilità ambientale, come dimostra la nostra linea di carne biologica proveniente

da filiera di agricoltura biologica certificata".

Il prodotto più richiesto rimane l'hamburger, che Alcass ha sviluppato con la linea premium, caratterizzata da carni scelte tra le più famose

razze regionali italiane: piemontese, marchigiana e chianina. L'ultima novità Amica Natura è l'hamburger

Extragusto, con carne di bovino e suino e con Grana Padano.

"Le richieste del mercato si orientano sui prodotti pronti, veloci nella cottura e pratici – commenta Bonaglia –, oltre che su ricette salutari e clean label, ed è in questa direzione che sta lavorando la nostra R&S. I prodotti freschi rubano quote al surgelato, per contro il surgelato può conciliare qualità e praticità, oltre ad avere in molti casi confezioni dal minore impatto ambientale. Proprio sul fronte packaging stiamo sperimentando un innovativo film in bio-plastica per la protezione igienica dei prodotti che può essere direttamente inserito nel rifiuto organico in quanto 100% compostabile".

Renato Bonaglia, AD di Alcass e lo stabilimento aziendale

