

sala & cucina

MAGAZINE DI ACCOGLIENZA E RISTORAZIONE

Maggio 2023

sala&cucina n. 69 maggio 2023 - Poste Italiane spa - CN/80 - Edizioni Catering srl - Via Maggotti, 8 - 40033 Casalecchio di Reno (BO) - contiene IP - costo copia euro 3,50



Bisogna ascoltare i camerieri

Il Fenicottero Rosa Gourmet di Faenza

Se fosse un pane comune

Rapporto Ristorazione Fipe 2023

**Massimo Milano
e Federica Rossini**

Guadagnare il senso del tempo





Autrice: **Marina Caccialanza**



Nova si rinnova: la nuova frontiera dei prodotti healthy

Gusto sempre ricco e unico, ricette della tradizione, genuinità della materia. Queste le peculiarità dei prodotti Nova Funghi, con particolare attenzione alla salubrità e sostenibilità delle proposte: una rivoluzione in un comparto fortemente legato alla tradizione

www.novafunghi.it

Sono molteplici i progetti intrapresi negli ultimi anni da **Nova**, azienda fondata nel 1980 in Veneto da un'intuizione di **Paolo Scapin**, specializzata nella produzione di funghi e verdure vegetali. Nova Funghi da oltre 40 anni produce specialità vegetali pronte da portare in tavola secondo un processo di produzione in grado di garantire la lavorazione delle materie prime mantenendo invariate le loro proprietà e la genuinità. Una filiera curata nel rispetto della tradizione italiana.

Innovare infatti è, per Nova, sinonimo di una continua ricerca di soluzioni volte al miglioramento e alla garanzia del consumatore attraverso la fornitura di un prodotto genuino, ready-to-use, che rispetti la qualità della tradizione culinaria italiana. Questo si è tradotto nel portare avanti scelte coraggiose in grado di utilizzare i prodotti in modo semplice, ma anche di riconoscersi in prodotti dall'eccellente qualità e dal significativo valore aggiunto.

Questi caratteri distintivi si traducono in un elemento distintivo verso quel mercato di riferimento che ha subito fin ora poche innovazioni nel tempo.

I prodotti Nova si identificano con un gusto sempre ricco e unico, che attinge alla tradizione con ricette in cui la semplicità è un tutt'uno con la genuinità della materia prima. Per questo, gran parte dei prodotti vengono lavorati con sole materie prime fresche, sovente di sola filiera italiana, e in alcuni casi anche a Km0.

Un esempio illuminante sono le creme vegetali, prive di conservanti, e prive di acidificanti, senza l'aggiunta di derivati dal latte e ingredienti di origine animale, pertanto naturalmente vegane. Recentemente è stato lanciato nel mercato un pesto al basilico vegano in cui il formaggio e i pinoli, noti allergeni, sono stati sostituiti con una crema di ceci. Per rimanere nella sfera dei legumi, fonte di proteine di origine vegetale, sono state realizzate delle

creme spalmabili di legumi, perfette per diete vegetariane, vegane o dedicate a un target attento alla salubrità dei cibi.

Questo percorso risponde indubbiamente alla necessità da parte di Nova di fornire un prodotto garantito dalla massima qualità intercettando i trend di un consumatore sempre più attento ed esigente, con prodotti pronti e di facile impiego in particolare per il professionista, nel rispetto delle ricette di un tempo: ricette semplici, buone e sane.

Seguendo l'evoluzione dei costumi, infatti, Nova ha recepito con attenzione la necessità di dirigersi verso prodotti con caratteristiche sostenibili e salutari; per questo l'azienda ha investito sulla ricerca e sullo studio di nuovi prodotti che contengono meno olio, se non la totale assenza, e un sempre minor utilizzo di conservanti e glutammato. L'ultimo lancio nel mercato, Si Con Gusto - Senza Olio, ne è un esempio concreto: Nova ha sviluppato un prodotto allo 0% d'olio e il 99% di grassi in meno, dove la parola d'ordine è leggerezza. Una rivoluzione in un comparto fortemente legato alla tradizione.

Si con gusto – Senza olio

L'ultima novità è una gamma di prodotti tra funghi Champignons trifolati, carciofi a spicchi e un mix di verdure in busta da 1700 grammi, con il marchio dedicato SI CON GUSTO - Senza Olio. Un prodotto che coniuga la bontà dei grandi classici trifolati e non, verso un concetto più *healthy*, grazie al 99% di grassi in meno, rispetto al più tradizionale prodotto in olio. Il tutto senza stravolgere la classica ricetta ma garantendo gusto e qualità.

Nova non ha solo investito nella ricerca e nell'innovazione di prodotto, ma anche il packaging è stato totalmente rivisto, unificando colori e grafiche, inserendo poche e chiare informazioni, incentivando l'appetizer con foto di prodotti dal vivo, oppure con accattivanti grafiche dai colori pastello. Le novità hanno incluso oltre alle grafiche, anche gli imballaggi, con una nuova serie di vasi in vetro - dalle diverse misure - e capsu-

le stilizzate che richiamano il logo Nova, a sigillo del prodotto.

L'azienda sta perseguendo percorsi strategici di innovazione, di prodotto e industriali, che mirano a mantenere nel tempo l'identità nel gusto delle ricette tradizionale, ma con i caratteri tipici dei nostri tempi e il facile utilizzo nelle ricette di tutti i giorni.

Tra le novità recentemente introdotte:

una etichetta di facile lettura, pochi colori, immagini dal vivo del prodotto, claim ben visibili con lo scopo di essere più vicini al consumatore e differenziarsi nello scaffale - una gamma di prodotti che spaziano dai tradizionali funghi trifolati (come champignons, porcini, etc.), alle verdure in agrodolce, in olio, al naturale, alle creme vegetali, in formati che vanno dalla tradizionale latta, al vaso in vetro alla recente vaschetta, così da poter intercettare tutte le abitudini di consumo

una comunicazione più completa nella quale l'azienda ha investito allo scopo di avvicinarsi al consumatore, sia tramite i canali tradizionali in giornali di settore e non, oltre alla presenza nei canali social: lo sviluppo interesse in futuro anche i canali di mass-media più importanti con un messaggio comunicativo finalizzato alla crescita della brand identity che sta assumendo sempre più la caratteristica dello storytelling per raccontare bene cosa fa e come lo fa.

“Nova si rinnova” è, dunque, il nuovo slogan dell'azienda che nel 2018 ha avviato un percorso di revisione e ammodernamento finalizzato a consolidare la sua posizione nel comparto grocery e dei sottoli.

Altri importanti investimenti riguardano le migliorie dei processi produttivi che guardano a progetti di sostenibilità: come la realizzazione di un impianto fotovoltaico tale da permettere un'autonomia superiore al 75% del fabbisogno interno; oppure impianti e tecnologie mirate alla riduzione degli sprechi di acqua ed energia. Infine l'impiego di nuova strumentazione di ultima generazione finalizzata al controllo qualitativo delle materie prime e sulle lavorazioni.

