

La nuova stagione di un formaggio "antico"

La crescita del segmento a peso imposto. La graduale perdita della stagionalità. L'importanza, ancora notevole, dei marchi locali. Ecco alcuni tratti distintivi di un comparto che ha chiuso il 2008 con più di 45mila tonnellate e un fatturato di 250 milioni di euro.

Tra i formaggi che in questo periodo di crisi fanno parlare di sé, un posto importante spetta alla ricotta. Da qualche anno a questa parte - complici le nuove abitudini alimentari da un lato e, più recentemente, le ristrettezze economiche dall'altro - questo formaggio sta conoscendo una vera e propria rinascita.

Segnata anche da una lenta ma graduale perdita di quella che è la stagionalità. Se infatti in passato il sell out di questo prodotto era legato soprattutto al periodo natalizio e a quello pasquale, oggi non è più così. E questo sia perché il consumatore è sempre più alla ricerca di prodotti con un basso apporto di grassi, sia per il costo contenuto della ricotta. I dati di mercato parlano chiaro: oggi quello della ricotta, a volume, è il terzo comparto del settore caseario dopo mozzarella e crescenza.

Il sell out di questo formaggio nel 2008

ha sfiorato le 45mila tonnellate per un fatturato superiore ai 250 milioni di euro. Circa il 60% delle vendite a volume è rappresentato dal prodotto a peso variabile, disponibile al banco gastronomia, sia delle grandi superfici, sia dei negozi tradizionali. Il 40% spetta invece al libero servizio.

La situazione è analoga per quanto riguarda le vendite a valore: il 64% è generato dal prodotto a peso variabile e il 36% da quello a peso fisso, vale a dire dal libero servizio. Come per altri mercati, anche nel caso della ricotta le vendite del prodotto a peso fisso o confezionato sono quelle che registrano i trend di crescita più importanti. Per il canale moderno i dati di mercato rivelano un incremento del 5%.

Ciononostante, il prodotto a peso variabile continua a mantenere una leadership che non sembra essere intenzionato a cedere. Tanto che sono diverse le aziende che arricchiscono la propria offerta con

prodotti a peso variabile destinati a questo reparto o al canale tradizionale più in generale. Se il libero servizio attualmente è presidiato da poche e note aziende, il quadro è ben diverso quando si parla del banco gastronomia. Qui, infatti, l'offerta è molto più polverizzata.

Il panorama della produzione è rappresentato da aziende di dimensioni medie e medio-grandi situate, prevalentemente, nell'Area 3 e 4. Lazio, Puglia e Sardegna, infatti, sono le regioni in cui si concentra la quota più consistente di

produttori di ricotta. Anche se, ovviamente, non mancano produttori importanti anche nelle altre regioni. Queste tre aree, in un certo senso, rappresentano anche le tipologie di ricotta normalmente più vendute: vaccina, ovina e caprina. È senza



Custodi della qualità




Fattorie Chiarappa s.r.l.
Via Dell'Ulivo, 5
70014 Conversano (Ba)
tel. 080.4094311
fax 080.4094335
www.fattoriechiarappa.it

Segue

dubbio la ricotta vaccina quella più diffusa in termini sia di produzione che di consumo. La ricotta ovina e quella caprina sono invece destinate a un pubblico di "intenditori". Che, comunque, è in crescita. Ma questa tipologia di prodotto comincia ad essere apprezzata anche da quanti sono allergici al latte vaccino. Recentemente i produttori guardano con interesse crescente anche ai formaggi realizzati con il siero di latte di bufala. Da qui il lancio sul mercato di ricotte realizzate con questa materia prima. Ed anche per questo comparto sono poi presenti varie declinazioni. Ognuna delle quali rispecchia sia le specificità produttive dell'azienda sia le abitudini alimentari dell'area di mercato in cui è più presente.

Un altro importante fattore che contribuisce al successo della ricotta è la sua versatilità. Questo formaggio, infatti, può essere utilizzato anche come ingrediente per la realizzazione di dolci e come ripieno per le varie tipologie di pasta. E questo a livello sia industriale che domestico. Fenomeno, quest'ultimo, che gioca un ruolo importante a favore dello sviluppo del libero servizio.

L'acquisto del prodotto in vaschetta infatti consente al consumatore di avere a disposizione il quantitativo esatto, richiesto dalla ricetta di turno, evitando così ogni spreco. Esigenza, quest'ultima, che ha sancito anche il successo del libero servizio. Se le confezioni da 250 grammi rappresentano il 70% del mercato, è altrettanto vero che i consumatori guardano con sempre più attenzione anche a quelle da 100 grammi. Sia le une che le altre sono la grammatura adeguata per chi vuole evitare di avere la vaschetta semi vuota nel frigorifero. Una "vaschetta" da 250 grammi infatti contiene il quantitativo adeguato per due persone. Non a caso quelle da 100 grammi sono definite monodose.

Nunzia Capriglione



GRUPPO LACTALIS ITALIA

Parla Simona Fiorina, brand&category manager

"VALLELATA, IL BRAND DELL'INNOVAZIONE"

"Vallelata e Santa Lucia, insieme, vantano una quota di mercato pari circa al 50% dell'intero comparto della ricotta", afferma Simona Fiorina, brand&category manager di Gruppo Lactalis Italia. "Complessivamente questa tipologia di prodotto rappresenta circa il 10% del fatturato a volume della divisione caseari di Gruppo Lactalis Italia. Sicuramente è un comparto in crescita che seguiamo con attenzione. E che presidiamo con questi due marchi, con posizionamenti diversi. Santa Lucia è il brand storico di formaggi freschi, con un prezzo e un'offerta in linea con il mercato. Valle-

lata, invece, si colloca in una fascia premium e si contraddistingue per l'innovazione di prodotto e di servizio". Proprio con il marchio Vallelata, nel 2003, sono state lanciate le Ricottine creando così il segmento della ricotta in confezioni da 100 grammi. Nel 2007 poi questo segmento è stato ulteriormente rilanciato con le Ricottine ai gusti. "Si tratta di una tipologia di prodotto che oggi rappresenta a volume il 20% del mercato complessivo della ricotta. Il marchio Vallelata presidia questo segmento in virtù della sua mission: attenzione all'innovazione e alle evoluzioni

del mercato. Oggi, infatti, il consumatore cerca sempre più spesso confezioni monodose, ideali per un consumo immediato. E Vallelata non poteva non rispondere a questa esigenza", prosegue Fiorina. Sempre in tema di innovazione di prodotto, e sempre con il marchio Vallelata, lo scorso anno il Gruppo Lactalis Italia ha fatto il suo ingresso nel segmento della ricotta di bufala. Anche in questo caso con confezioni da 100 grammi. "Sicuramente nel libero servizio, la leadership dei nostri marchi è indiscussa. Diverso è il caso per il banco gastronomia, soprattutto dei negozi tradi-

zionali. Qui, infatti, predominano i marchi delle aziende locali, avvantaggiate, logisticamente, dalla vicinanza al punto vendita. Vicinanza che permette loro di consegnare quotidianamente il prodotto fresco. Per far fronte a questa situazione, stiamo studiando un progetto di innovazione per questo reparto che lanceremo nel terzo trimestre dell'anno, con il marchio Vallelata. Questa altra importante novità è destinata a confermare, ancora una volta, i tratti distintivi di questo marchio: innanzitutto il suo appeal nei confronti del consumatore e la passione per l'innovazione".

SPECIALE RICOTTA

FATTORIE CHIARAPPA

Parla Giangiuseppe Gramegna, responsabile commerciale

"SIAMO LEADER NELLA RICOTTA FORTE E DA GRATTOGGIA"

Con una quota pari al 40% del fatturato aziendale, quello della ricotta rappresenta per la società pugliese Fattorie Chiarappa un comparto molto importante. "Oggi siamo leader di mercato in due segmenti: la ricotta da grattugia e la ricotta forte", spiega Giangiuseppe Gramegna, responsabile commerciale. "La nostra ricotta da grattugia si differenzia da quella della concorrenza a partire dalla selezione della materia prima e perché, oltre alla pressatura, è sottoposta anche a una stagionatura di 15 giorni. Attualmente, però, la ricotta da grattugia non è un prodotto molto diffuso in Italia. Il nostro obiettivo quindi è incrementare la penetrazione di questo prodotto nelle famiglie degli italiani, presentandolo come alternativa ai tradizionali formaggi da grattugia. Certo è un progetto ambizioso. Ma siamo fiduciosi, perché gli spazi di crescita ci sono". A sostegno di questo obiettivo, l'azienda pugliese si è fatta promotrice anche di alcune operazioni promozionali. Ad esempio, fino alla fine di giugno, nei punti vendita della Gd e Do chi acquista la ricotta da grattugia Torretta riceve in omaggio una confezione di orecchiette, altro prodotto tipicamente pugliese, e un utile ricettario con tutti i segreti per utilizzarla al meglio. "Si tratta di piccole operazioni che ci permettono di far conoscere il

prodotto. Che, per quanto ci riguarda, è disponibile anche già grattugiato in buste da 50 grammi. Come nel caso della ricotta Torretta", precisa Gramegna. Anche con la ricotta forte, Fattorie Chiarappa porta sul territorio nazionale una produzione tipica della Puglia. La ricotta forte normalmente è utilizzata sia come condimento sia come ingrediente degli snack, in quanto è spalmabile. "Nella realizzazione della ricotta forte di Fattorie Chiarappa è previsto un lungo periodo di stagionatura: non meno di 12 mesi. Questo accorgimento evita che ci siano fenomeni di fermentazione e conferisce al prodotto un gusto forte e deciso ma non acido. Inoltre, stiamo lavorando alla realizzazione di un prodotto dal sapore meno intenso e con un gusto più simile alla ricotta tradizionale. Ciò ci permetterà di aggredire il mercato nelle regioni del Centro e del Nord, dove i sapori forti e decisi generalmente non sono molto ricercati, garantendo sempre la qualità e la sicurezza alimentare".

Alla ricotta forte e a quella da grattugia si affiancano poi altre importanti referenze. L'interesse crescente da parte del mercato verso i prodotti realizzati con il siero di latte di bufala ha spinto Fattorie Chiarappa ad inserire nel proprio catalogo la ricotta Bucot-

tina: una ricotta dura di bufala prodotta dal siero di mozzarella di bufala campana. "Abbiamo iniziato il sell in di questo prodotto circa un anno fa. E le risposte da parte della distribuzione sono state molto positive. Non si può poi dimenticare il Nettare degli dei (vedi scheda prodotto): una ricotta di pecora, compatta e cremosa, che è una vera prelibatezza. Inserita come valida alternativa ai formaggi freschi tradizionali". Il lancio di nuovi prodotti, l'intensificarsi dell'attività di comunicazione si inserisce nel programma di espansione messo a punto dall'azienda pugliese all'inizio dell'anno: "Il nostro obiettivo è duplice: da un lato il presidio del territorio, dall'altro la marginalità. Per raggiungere questi risultati puntiamo sulla qualità dei nostri prodotti e sull'ampiezza della nostra gamma. Elementi che, a ragione, ci stanno dando già i primi significativi risultati. Anche sui mercati esteri, l'azienda sta ottenendo importanti risultati: sino al 2008 c'era una situazione di stasi in cui il fatturato UE ed extra UE ammontava ad appena il 2% del fatturato aziendale. Da inizio anno abbiamo registrato un sensibile incremento raggiungendo la quota del 5% per effetto congiunto del consolidamento di clienti acquisiti nel 2008 e di operazioni di marketing con clienti storici", conclude Gramegna.

CASEIFICIO PREZIOSA - MOZZARELLA DI SERIATE

Parla Mauro Preziosa, titolare

"LA NOSTRA RICOTTA È REALMENTE ARTIGIANALE. PRODOTTA COMPLETAMENTE A MANO"

"Le ricotte del Caseificio Preziosa sono realizzate completamente a mano", afferma deciso Mauro Preziosa, titolare dell'azienda di Seriate, in provincia di Bergamo. "La nostra è un'azienda votata alla produzione artigianale, nel rispetto della tradizione. Per questo non è azzardato affermare che produciamo la ricotta come, un tempo, la realizzavano i contadini nella malga. Certo nel nostro caso, la produzione avviene in uno stabilimento moderno. Ma, ripeto, è prodotto a mano", sottolinea Preziosa. Per l'azienda lombarda, la ricotta rappresenta a valore il 10% del fatturato aziendale, il dato è leggermente superiore a volume. "Sono due i fiori all'occhiello della nostra produzione. La ricottina, in vaschetta da 250 grammi circa, e quella da un

chilo. Entrambe le referenze sono a peso variabile. Essendo realizzate a mano, non è possibile ottenere sempre lo stesso identico quantitativo quando il formaggio è inserito nella vaschetta. Inoltre, bisogna considerare il calo peso. Per la ricotta da 250 grammi, abbiamo ideato un packaging moderno. Che mantiene inalterata la qualità e la freschezza del formaggio, evitando che si asciughi". Questa referenza inoltre è più mantecata e gentile rispetto a quella da un chilogrammo". Entrambe le referenze sono destinate a tutti i canali di vendita: dal dettaglio tradizionale alla Gd-Do; dal canale Horeca alle industrie del settore alimentare. "I nostri prodotti sono presenti prevalentemente in Lombardia, Piemonte, Liguria ed Emilia Romagna. Attual-

mente, stiamo cercando distributori sia in Veneto sia in altre regioni. Ma, innanzitutto, vogliamo rafforzare le nostre posizioni nelle aree di mercato in cui siamo già presenti". Mauro Preziosa appare soddisfatto anche dell'attenzione con cui la distribuzione tratta questo prodotto. "Forse è necessario comunicare in modo migliore al consumatore la versatilità di questo prodotto. Ad esempio, non tutti sanno che la ricotta può essere anche un ottimo dessert. È sufficiente aggiungere altri piccoli ingredienti come il caffè o il cioccolato, emulsionarli insieme e lasciare mantecare il tutto. Enfaticamente la versatilità potrebbero crescere ulteriormente le vendite di questo formaggio. Che già registra performance interessanti".

SPECIALE RICOTTA

LAT-BRI

Parla Alberto Scibona, direttore marketing

"SIAMO GLI UNICI CON LA REFERENZA DA 100 GRAMMI SINGOLA"

"Lat-bri è il secondo produttore di ricotta in Italia. A valore questo formaggio rappresenta il 10% del nostro fatturato. A volume la quota sale al 15%", spiega Alberto Scibona, direttore marketing di Lat-bri. La gamma di ricotta realizzata dall'azienda lombarda è molto profonda, soprattutto per quanto riguarda i formati. Si va, infatti, dalle confezioni da 100 grammi, pensate per il canale moderno, alle confezioni da 1,5 Kg, passando dai sacchi da 10 Kg, destinati al canale industria. "Con la confezione di ricotta vaccina da 100 grammi, venduta a marchio Lat-bri, siamo gli

unici a presidiare questo segmento. Tutti i nostri competitor, infatti, propongono confezioni con due vasetti da 100 grammi", precisa Scibona. La varietà di formati si spiega con le molteplici tipologie di clienti a cui si rivolge l'azienda. "I nostri prodotti sono destinati a canali assai diversi tra loro. Innanzitutto produciamo per conto terzi, vale a dire per altre società del settore caseario. Una quota importante del nostro business è poi legata al canale food service e all'industria alimentare. Per quanto riguarda il retail, lavoriamo solo con la Gdo. E con questo canale di vendita

abbiamo sviluppato una partnership che ci sta dando molte soddisfazioni. La collaborazione con la Gdo corre lungo due binari: da un lato siamo presenti nelle superfici di vendita con i prodotti a marchio Lat-bri. Dall'altro produciamo numerose referenze per le private label delle insegne più importanti. Attualmente stimiamo che Lat-bri, nel comparto della ricotta, all'interno della Gdo, vanta una quota di mercato pari al 5%. In questa cifra sono quindi esclusi il canale Horeca e industria, dove lavoriamo con nomi e società noti a livello mondiale".

Ricottina in vaschetta
www.mozzarelladiseriate.com



Breve descrizione del prodotto: Ricotta tradizionale in fuscella a forma conica. Aspetto esterno classico da ricotta, aspetto interno omogeneo, consistenza tenera e delicata. Sapore delicato e leggero. Colore: bianco.
Ingredienti: Siero di latte vaccino, latte vaccino, sale. Conservanti: gas inerte.
Caratteristiche: Fasi della lavorazione: riscaldamento siero, aggiunta latte, sale, acido lattico. Affioramento. Estrazione ricotta. Spurgo. Confezionamento in fuscella plastificata in atmosfera modificata.
Conservazione: In frigorifero a 4°C. Trasporto tramite automezzi a temperatura controllata (+2/+4°C). Per la buona conservabilità del prodotto è obbligatorio non interrompere la catena del freddo.

Ricotta
www.caseificiocarioni.com



Breve descrizione prodotto: La ricotta è un formaggio freschissimo e morbido di colore bianco latte. La pasta è omogenea ed il sapore leggermente dolce. La ricotta del Caseificio Carioni è senza conservanti.
Materia prima: Siero da latte vaccino intero pastorizzato.
Ingredienti: Sale, acido citrico.
Shelf-life: La ricotta è confezionata in Atm protettiva e conservata ad una temperatura da +2/+4°C, mantiene inalterate le proprie caratteristiche organolettiche per un periodo di 6/9 gg.

Ricottina di Bufala Vallelata
www.vallelata.it

Breve descrizione prodotto: Ricotta ottenuta da siero di latte di bufala.
Ideale come secondo piatto, la nuova ricottina di bufala Vallelata unisce in un unico alimento le proprietà di calcio e fosforo, la leggerezza tipica della ricotta ed il gusto deciso del latte di bufala, per soddisfare il desiderio di sapori autentici e appaganti.
Ingredienti: Siero di latte di bufala, sale. Correttore di acidità: acido citrico.
Peso medio/pezzature: 100g
Caratteristiche: Ricottina di bufala Vallelata si distingue per la consistenza compatta ma cremosa in bocca e per il sapore intenso del latte di bufala.
Confezionamento: vaschetta termosaldata con cartoncino espositore; da conservare m a x +4°C.
Tempi di scadenza: 32 giorni.



Nettare degli dei
www.fattoriechiarappa.it



Breve descrizione prodotto: Il Nettare degli dei Marte è una ricotta di pecora particolare. È prodotta dal siero del latte di pecora proveniente esclusivamente dalla lavorazione del formaggio pecorino romano al quale viene aggiunta crema di latte ovino. La miscela così ottenuta subisce un riscaldamento energetico che provoca la coagulazione delle proteine del siero le quali affiorano formando un coagulo compatto. Solo un esperto operatore riempie le fesselle delicatamente per evitare la rottura del coagulo. Successivamente la ricotta è sottoposta ad una leggera pressatura, quindi alla salagione a secco e allo stoccaggio in cella a bassa temperatura. La materia prima e la tecnica utilizzata fanno sì che al momento del consumo la ricotta conservi una piacevole cremosità e una fragranza che riechiano contemporaneamente quella della ricotta, del latte fresco e del burro. Il sapore è delicato, leggermente acidulo, piacevolmente salato. La crosta è assente. Il colore è bianco.
Caratteristiche: Il "nettare degli dei Marte" può essere considerato un formaggio fresco di pecora. La struttura compatta e cremosa lo rendono ideale al consumo tal quale o abbinato ad ortaggi freschi come le fave novelle, piselli, sedano, insalata. Ottimo anche dopo la cottura in forno.
Ingredienti: Siero di latte ovino, sale.
Peso medio: 1700 g circa.
Confezionamento: In busta sottovuoto.
Shelf life: 3 mesi, conservata alla temperatura di 4°C.

Ricotta Lat Bri 100 g
www.latbri.it (in costruzione - previsto per giugno)



Breve descrizione prodotto: La ricotta Lat Bri viene fatta secondo il metodo tradizionale di "ricottura" del siero di latte: in seguito il prodotto viene omogeneizzato per rendere la ricotta più cremosa e gustosa.
Ingredienti: Siero di latte vaccino, sale, correttore di acidità: acido citrico.
Peso medio/pezzature: 100 grammi (formato unico sul mercato)
Caratteristiche: Il prodotto è molto adatto sia ad un uso tal quale, con delle verdure fresche si possono preparare piatti leggeri e rapidi, sia come ingrediente per preparazioni gastronomiche e dolciarie.

Ricotta REGINELLA D'ABRUZZO
www.reginelladabruzzo.it

Breve descrizione prodotto: La Ricotta è tra i più antichi, pregiati, unici e validi prodotti dell'industria casearia italiana. Propriamente parlando la ricotta non è un formaggio ma un latticino ottenuto per riscaldamento del siero residuo della lavorazione dei formaggi, la qualificazione di formaggio non è applicabile a questo prodotto. Il suo nome deriva dal fatto che le proteine del latte, che ne sono uno dei principali costituenti insieme al grasso, subiscono un doppio riscaldamento. Il primo in caldaia per la produzione del formaggio, il secondo quando si riscalda il siero residuo per la produzione appunto della "Ricotta".
Ingredienti: Siero di latte vaccino, latte e sale.
Peso medio/pezzature: Ricotta cestello da 1,5 kg e 250 g
Caratteristiche: La Ricotta Reginella d'Abruzzo è priva di crosta dal colore bianco, con superficie leggermente ondulata. Uniforme al taglio, dalla consistenza cremosa e dal sapore dolce e delicato.



Latteria Grigna
www.galbuseraformaggi.it



Breve descrizione prodotto:

Latteria Grigna è un formaggio a pasta cruda prodotto con latte vaccino. Viene prodotto e stagionato nella Piana di Pasturo, in un moderno caseificio a conduzione familiare, ai piedi del gruppo delle Grigne. Il latte è rigorosamente conferito esclusivamente da piccole aziende agricole valsassinesi e la lavorazione del formaggio è a "latte crudo".

Caratteristiche:

La pasta si presenta di colore bianco latte durante il periodo invernale e giallo paglierino in quello prodotto durante l'estate. Il sapore è dolce se consumato fresco, con l'avanzare della stagionatura diventa saporito. La marchiatura a fuoco garantisce l'autenticità di un vero prodotto dell'antica tradizione casearia valsassinese.

Gorgonzola Dop Bassi
www.bassiformaggi.it

Breve descrizione prodotto:

Formaggio a pasta molle, grasso, erborinato, prodotto con latte di vacca pastorizzato proveniente dalle zone previste dal Disciplinare di produzione. Il prodotto viene insemminato con fermenti lattici selezionati, muffe selezionate, lieviti e con l'aggiunta di caglio di vitello, come enzima coagulante, e stagionato per minimo 50 giorni se dolce e 80 giorni se piccante.

Grasso sulla sostanza secca minimo 48%. Il Gorgonzola maturo viene venduto solo dopo lo svolgimento dell'analisi microbiologica prevista e la conformità dell'esito, con le modalità seguenti: forma intera, metà, un quarto, un ottavo e un sedicesimo di forma, incartato e imballato con stagnola e carta pergamena o confezioni termosaldate. Oppure preconfezionato in porzioni da 40 a 500 gr con confezioni termosaldate in materiale plastico. Come previsto dal Disciplinare di produzione e secondo le direttive del Consorzio per la protezione del Gorgonzola Dop, la crosta del prodotto è da considerarsi non edibile.

Ingredienti:

Latte vaccino pastorizzato, fermenti lattici, sale, caglio, muffe selezionate.

Peso medio/pezzature:

In base alla tipologia di confezionamento si possono avere diversi formati:

Forma intera da circa 12 Kg; mezza forma da circa 6 Kg; un quarto di forma da circa 3 Kg; un ottavo di forma da circa 1,5 Kg; un sedicesimo di forma da circa 700/800 gr. Per quanto riguarda il prodotto porzionato le pezzature variano da 40 a 500 gr.



Crema al Gorgonzola spalmabile Igor
www.igornovara.it



Breve descrizione prodotto:

Crema al Gorgonzola spalmabile di consistenza cremosa, pasta bianca lucida con venature verdi caratteristiche del Gorgonzola.

Ingredienti:

Gorgonzola Dop minimo garantito 40%, formaggio italiano, latte, burro, farina di riso, sali di fusione.

Caratteristiche:

Gusto delicato adatto al palato anche al target dei più piccoli come snack sano e nutriente. Prodotto utilizzabile sia nella ristorazione come condimento, oppure anche nel canale catering come spalmabile per aperitivi e spuntini.

Conservazione

La confezione deve essere mantenuta a temperatura di refrigerazione +4 °C/+8 °C e, una volta aperta, essere consumata entro 2-3 giorni.

Confezionamento:

Imballaggio primario in vaschetta di plastica PP per alimenti. Imballaggio secondario in cartone triplo alimentare del peso netto di 180 gr, 12 pezzi per cartone.

Treccia di bufala campana Dop
www.fattoriagarofalo.it



Breve descrizione prodotto:

La treccia di bufala di bufala campana è un formaggio fresco a pasta filata che ha le stesse caratteristiche della mozzarella. Differisce da essa per le modalità di lavorazione: le abili mani del casaro intrecciano tra di loro una lunga 'corda' di mozzarella in modo da ottenere la caratteristica forma. Ha colore bianco porcellanato con crosta sottilissima e sapore delicato. Al taglio presenta sierosità biancastra dal profumo di fermenti lattici. Prodotta esclusivamente a mano con latte di bufala intero, fresco di giornata.

Ingredienti:

Latte di bufala, caglio, sale.

Peso medio/pezzature:

250 gr; 500 gr; 1 Kg; 1,5 Kg; 2 Kg; 3 Kg.

Caratteristiche:

Le caratteristiche di questo rinomato formaggio sono quelle dei molli di pasta filata. Coagulazione a 33 °C, di meno durante la stagione calda, di più durante la stagione fredda. Minimo di umidità 57%, minimo di grasso sul secco 54%.

La Formagella Valcavallina
www.caseificiopaleni.com

Breve descrizione prodotto:

Formaggio prodotto con il latte montano della Valle Cavallina appartiene alla categoria dei formaggi a pasta semicotta. Fin dall'inizio del secolo scorso, dai pascoli del monte Avaro, la famiglia Paleni trasformava il latte montano della Zona. Tutt'oggi nella nuova sede a Casazza, il Caseificio Paleni continua la tradizione di allora con la produzione dei caratteristici formaggi delle valli bergamasche. La stagionatura media è di 45 giorni.

Ingredienti:

Latte, sale, caglio.

Peso medio/pezzature:

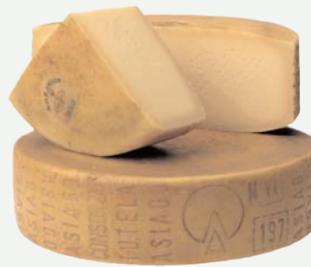
Presenta forma cilindrica con diametro di 20 cm, altezza scalzo di 4/6 cm e un peso di circa 1,8/2 Kg.

Caratteristiche:

La pasta, dolce e aromatica, si presenta chiara e con una leggera occhiatura. La stagionatura particolarmente accurata avviene in magazzini interrati con umidità controllata. Le forme vengono poste in vendita dopo un'accurata marchiatura a fuoco che ne esalta la loro tipicità.



Asiago stagionato Dop
www.asiagochese.it



Breve descrizione prodotto:

Formaggio dal gusto saporito. Si ottiene da latte parzialmente scremato, di origine esclusivamente vaccina. Si suddivide in Mezzano (dai quattro ai sei mesi di stagionatura), Vecchio (oltre dieci mesi) e Stravecchio (oltre 15 mesi e più, fino a diventare formaggio anche molto duro, da grattugia e da meditazione).

Ingredienti:

Latte, sale, caglio.

Peso medio/pezzature:

9,5 Kg.

Caratteristiche:

Il colore varia da paglierino ad ambrato. L'occhiatura è di piccola e media grandezza (inferiore a 1 cm). Risulta consistente, leggermente elastico se è giovane, più duro se è stagionato. All'olfatto l'odore risulta intenso, di erbe aromatiche di montagna e frutta secca, con note di pane caldo e nocciola. Il sapore dolce può diventare più saporito fino al piccante. Il ricco aroma si affina con la stagionatura richiamando sempre sentori di frutta secca, di burro, alle volte perfino di frutta esotica.

Gorgonzola dolce Dop "Dolcificato Costa"
www.mariocosta.it



Breve descrizione prodotto:

Formaggio Doc prodotto secondo lo standard di produzione di cui al Dpr n° 1269 del 30.10.1955. Riconoscimento Dop 12.06.1996 (Reg. Cee n° 1107/96).

Ingredienti:

Latte, caglio, sale.

Peso medio/pezzature:

Forme da Kg. 12 ca.

Caratteristiche:

Formaggio molle, grasso, a pasta cruda, prodotto esclusivamente con latte di vacca intero pastorizzato.

Confezionamento:

Forme intere, mezze forme, quarti e ottavi.

Tempi di scadenza:

30 giorni dalla data di confezionamento.



Stracchino
www.brescialat.it



Breve descrizione prodotto:

Formaggio fresco da tavola a pasta morbida, prodotto con latte vaccino fresco, intero e pastorizzato. Di aspetto bianco e lucente, si riconosce per il gusto dolce ed invitante. Prodotto giornalmente applicando le più severe norme igienico-sanitarie che ne garantiscono un'elevata qualità.

Ingredienti:

Latte, fermenti lattici, caglio, sale, conservante: potassio sorbato.

Peso medio/pezzature:

100 gr: vassoio piccolo 20 pz; 180 gr: cartone 12 pz; 200 gr: vassoio piccolo 12 pz; 250 gr: polistirolo da 4 e 8 pz; 1 Kg polistirolo espanso 8 pz.

Caratteristiche:

Morbido formaggio dall'aspetto bianco e lucente, dal tipico sapore delicato che ricorda l'aroma e la dolcezza del latte appena munto. Esiste la variante allo yogurt che presenta le stesse caratteristiche del precedente, con aggiunta del 3% di yogurt. Peso 250 gr: in confezione di polistirolo da 4 pezzi.