

Nuove linee, sbarco nei bar e impegno sociale: **Rovagnati** si rifà il look

LINK: https://www.ilgusto.it/2022/05/30/news/salumi_rovagnati_lancia_nuova_linea_per_ristoranti_e_bar_e_collaborazione_con_pizzaut-351852650/



Nuove linee, sbarco nei bar e impegno sociale: **Rovagnati** si rifà il look di Rocco Moliterni La storica azienda di salumi lombarda, con oltre 60 anni di attività, lancia una serie di prodotti per ristoranti e locali, e annuncia la collaborazione con PizzAut, laboratorio di inclusione sociale gestito da ragazzi autistici 30 Maggio 2022 Aggiornato alle 18:30 2 minuti di lettura **Rovagnati**, il marchio del prosciutto **Gran Biscotto** e di tanti altri salumi ormai di casa sulle tavole degli italiani grazie a oltre 60 anni di attività, ha deciso di entrare nel canale HoReCa, ossia di lanciare una linea di prodotti per bar, pizzerie, pub e tavole calde. Il testimonial sarà, in una serie di spot in cui si sdoppia, vestendo anche i panni di baristi e pizzaioli imbranati, Joe Bastianich, popolarissimo giudice di Masterchef, musicista nonché imprenditore di successo nel campo dell'enogastronomia. La presentazione della nuova

linea, introdotta da Marco Lentini, direttore marketing dell'azienda, è avvenuta nel verde del Royal Park Golf i Roveri di Torino. "L'obiettivo della nuova linea - spiega Mariangela la Torre, brand manager di **Rovagnati** - è rispondere alle esigenze particolari di questo canale, mirando alla praticità, alla semplificazione e all'ottimizzazione dei tempi di lavoro. In base a caratteristiche specifiche di prodotti adatte a determinate situazioni di consumo. Tutto ciò senza rinunciare alla qualità, al gusto e alla sicurezza che contraddistinguono l'azienda da sempre". Ne fornisce un esempio il prosciutto crudo "Mattonella", proposto in un formato quadrato in grado di non sporcare con il grasso le piastre delle toasterie. L'incontro ha fornito anche l'occasione da un lato per presentare il nuovo look della linea **Rovagnati** Snello e dall'altro per annunciare una

collaborazione con PizzAut, l'associazione che ha aperto un anno fa a Cassina de Pecchi il primo ristorante in Europa gestito interamente da ragazzi affetti da autismo. "Il rilancio della linea Snello - dice Chiara Valentini junior brand manager di **Rovagnati** - si inserisce nella processo di innovazione da sempre seguito dalla nostra azienda in favore dell'eliminazione dei conservanti. Prevede infatti la completa eliminazione dei nitriti, i conservanti più usati nel mondo dei salumi, senza rinunciare agli standard più elevati di sicurezza e salubrità dei prodotti trattati con conservanti. Inoltre i prodotti della linea Snello sono tutti senza glutine e senza derivati del latte." Quattro capanni hanno messo in vetrina tra buche e green i prodotti della nuova linea HoReCollection, inseriti in cinque "collezioni" in base alle modalità di impiego e alle occasioni di consumo, ossia pensando a chi deve

servire panini, piadine & toast, taglieri, piatti freddi e caldi, cucina express. Si va così dal prosciutto cotto (" t o a s t a m i " , "preparami", "pizzami", "affettami" alcuni nomi dei prodotti che richiamano immediatamente l'uso) al crudo ("Fetta facile, Parma 18 mesi, Dolce Emilia, Mattonella"), dalle mortadelle ai salami, per finire con la cucina express, in cui spiccano la Chicken Salad, i nuggers di prosciutto cotto e le cotolette di pollo. A concludere l'assaggio sono state le pizze dei ragazzi di PizzAut. "Nutriamo l'inclusione" è lo slogan di PizzAut. "E per nutrire l'inclusione - spiega Nico Acampora, artefice dell'iniziativa - c'è la necessità di ingredienti di grande qualità. I nostri pizzaioli speciali impastano e utilizzano ingredienti speciali come la dignità, la fantasia, l'inclusione e tantissimo amore, e poi farine e mozzarelle, salumi e affettati di primissima scelta. Proprio per questo nasce il desiderio di collaborare con un grande marchio come **Rovagnati**". Alle 10 persone che lavorano a Cassina de Pecchi se ne aggiungeranno presto altri 25 in un secondo locale a Monza. "L'obiettivo - conclude Acampora - è creare un franchising del sociale.

Perché in Italia vivono 600 mila autistici e quasi nessuno è inserito nel mondo del lavoro".