

## ALIMENTAZIONE | BENESSERE

Legumi e Risi, un pieno di energia e minerali



Legumi e Risi con semi di girasole, il nuovo piatto unico di Orogel, è una carica di benessere e salute. I legumi apportano all'organismo elementi preziosi come **sali minerali** (ferro, potassio e fosforo), **proteine** e **vitamine**. A queste proprietà benefiche si aggiungono quelle delle varietà di riso presenti, alimenti **altamente digeribili** e perfetti per **riequilibrare la flora intestinale**.



Buona, colorata ed equilibrata, questa ricetta offre una valida e rapida soluzione per mantenersi sempre al massimo della forma. Naturalmente adatta a consumatori celiaci poiché **senza glutine**, è adatto anche ai **vegani**.

Viene proposto in comode buste da 1000g.

## TREND | CONSUMI

Vendite al dettaglio in calo a inizio 2016, ma in crescita sull'anno

**+2,2%**

Crescita a valore delle vendite, rispetto a marzo 2015

A marzo 2016 le vendite al dettaglio registrano variazioni congiunturali negative dello 0,6% in valore e dello 0,8% in volume. Le vendite di prodotti alimentari diminuiscono dell'1,2% sia in valore che in volume.

Il punto di vista cambia se si prende in considerazione l'arco annuale: rispetto a marzo 2015, le vendite crescono complessivamente sia a valore (+2,2%) che a volume (+1,9%). L'incremento più sostenuto si rileva per i prodotti alimentari: +3,7% in valore e +4,2% in volume.

Le vendite al dettaglio per i prodotti alimentari aumentano su base annua in tutte le forme distributive dai discount (+4,6%) alle piccole botteghe (+2,8%), ma anche negli ipermercati (+1,9%) e supermercati (+3,5%).

## INIZIATIVE | LA PROMO

Vinci tanti premi con la bontà Orogel!

66	67	68	69	70
71	72	73	74	75
76	77	78	79	80
81	82	83	84	85
86	87	88	89	90
91	92	93	94	95
96	97	98	99	100

**OROGEL**  
Food Service

**Più Orogel,  
Più Premi!**

SCHEDA RACCOLTA PUNTI

CONSEGNA LA CARTOLINA  
AL TUO AGENTE DI ZONA.

2 maggio - 31 ottobre 2016

[www.oringelpremi.it](http://www.oringelpremi.it)

È arrivato il nuovo **Programma Fedeltà Orogel**, che mette in palio **oltre mille prodotti** dei marchi più prestigiosi, tra cui Sony, Samsung, Canon, Kartell, LG, Guzzini, Baldinini, Bosch, Boscolo e molti altri. Non solo elettronica, ma tanti oggetti per la casa, attrezzature per lo sport, idee viaggio.

Il funzionamento del concorso, **valido fino al 31 ottobre 2016**, è molto semplice e mira a premiare i professionisti della ristorazione che più apprezzano i prodotti Orogel. Basta raccogliere i punti ricevuti per ogni cartone acquistato, consegnare le schede al proprio agente e il gioco è fatto!

Per informazioni [www.oringelpremi.it](http://www.oringelpremi.it).

## EVENTI | Tutti in campo al mare con Orogel!

Due giorni di divertimento dedicati a clienti e partner



Dopo il grande successo dello scorso anno, la divisione Orogel Food Service ha organizzato nuovamente un meeting di due giorni dedicato ai clienti e ai partner più importanti di tutto il territorio nazionale. Le oltre 300 persone invitate all'evento "Tutti in campo al mare con Orogel!" hanno vissuto un weekend di aggregazione e hanno avuto l'opportunità di conoscere di più il mondo Orogel.

L'edizione 2016 si è svolta nella cornice della riviera adriatica, tra i campi e le spiagge di Cervia e Pinarella. Gli ospiti sono stati coinvolti in tornei di calcetto, show cooking e spettacoli, oltre a importanti momenti di incontro e confronto con i principali operatori del settore Food Service.



**Entra a far parte del mondo della ristorazione Orogel!**  
Puoi consultare gli chef, organizzare eventi esclusivi nella "Cucina Salute e Benessere" Orogel e contattare la divisione commerciale Food Service.

**Editore** \_Pubblisole  
**Amministrazione** \_Orogel S.p.A. Consortile  
**Sede** Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC) - Italia  
T 0547 3771 - Numero Verde 800 286660 - [info@oringel.it](mailto:info@oringel.it)  
**Direttore responsabile** \_Bruno Piraccini  
**Coordinamento editoriale e redazione** \_Elisabetta Zandoli  
**Progetto grafico e fotocomposizione** \_Alessandro Gollinucci  
**Collaboratori** \_Manuel Amorini, Massimo Siboni, Martina Capellini  
**Stampa** \_Litografia CILS Cesena  
**Chiuso in tipografia** \_Giugno 2016

**PERIODICO GRATUITO**

**Web**  
[www.oringelfoodservice.it](http://www.oringelfoodservice.it)  
[www.oringel.it](http://www.oringel.it)

Segui Orogel su



*Orogel, buono per natura*

**ristoro**  
foodservice magazine



rivista quadrimestrale anno 2016 n.4

n.04

mercato, attualità, informazione | **OROGEL FOOD SERVICE**



## EDITORIALE

Innovazione e sostenibilità ambientale, ecco le chiavi del successo

### 1991

Lancio del Cubello

### 1998

Verduri sul mercato

Nel percorso di Orogel la continua innovazione dell'offerta per seguire l'evoluzione degli stili alimentari gioca un ruolo fondamentale. Nel corso degli anni sono state portate avanti alcune pratiche virtuose come il **potenziamento della ricerca** per individuare varietà ortofrutticole ad alto contenuto di sostanze nutritive. Ma anche il **controllo costante** di tutti i terreni, per individuare quelli più idonei per ciascuna coltura. Senza dimenticare la **scuola di cucina** con annesso laboratorio di analisi per mettere a punto le ricette più sane e gustose. È proprio grazie all'innovazione se nel 1991 Orogel ha lanciato **Cubello**, il primo spinacio porzionato in pratici cubetti di seguito imitato da tutti. Nel 1998 l'azienda è stata la prima a introdurre sul mercato italiano i **passati di verdura in gocce**, differenziati in base a diversi fabbisogni nutrizionali, a cui sono seguite le verdure grigliate, quelle pastellate, le erbe aromatiche, la soia edamame. Di pari passo sono avanzati anche gli interventi nel campo della sostenibilità ambientale, con il raggiungimento già a fine anni Novanta del **100% di produzione agricola integrata** e gli investimenti in energie rinnovabili. Questo impegno ha permesso di portare i prodotti Orogel a non essere considerati solo delle 'commodity', ma alimenti ad **alto valore nutrizionale, salustistico e di benessere**.

## NEWS | FUORICASA

Nuove tendenze: dal pasto programmato al 'just-in-time'

### 41 anni

Età media clienti bar

### 36 anni

Età media clienti fast food

I segnali del cambiamento nelle modalità di consumo sono sempre più forti. Basta pensare alla 'Kook Sharing Experience' del locale Presso di Milano, dove ogni ristoratore può affittare il suo spazio e **creare esperienze uniche per i clienti**, abbinando cucina e arredo. Per quanto riguarda i consumatori, si assiste al passaggio **dagli acquisti 'one-stop-shopping' all'acquisto continuo**, ovvero dalla programmazione dei pasti e della spesa alimentare al frazionamento della domanda. È quindi sempre più importante offrire occasioni per stimolare gli acquisti, creando **sovrapposizioni tra i vari canali del retail, del catering, del take-away e del fuori casa**.

Come fare quindi a 'catturare' questo nuovo genere di consumatori? Agendo nell'ambito del **'just-in-time'**, appunto, quando il consumatore è in cerca di felici occasioni inattese per nutrirsi e divertirsi senza programmazione; l'esplosione negli ultimi anni della **'cibomania'** ne è un esempio. In sintesi l'OoH non è più solo un canale tradizionale...e vincono i gestori che meglio si innovano.

		BAR TRADIZ.	BAR PASTICC.	PIZZERIA	RISTO <30€	FAST FOOD	TAKE AWAY	PUB	LOCALE TRENDY	DISTRIB. AUTOM.	NEGOZIO ALIM.	LUOGHI ALTÀ FREQ.
% UTILIZZATORI		67,5	38,1	51,2	36,5	26,5	17,2	28,7	21,9	19,9	17,4	35,6
SESSO	Uomo	50,5	45,2	49,7	56,1	55,2	52,2	56,6	47,1	52,6	49,1	56,4
	Donna	49,5	54,8	50,3	43,9	44,8	47,8	43,4	52,9	47,4	50,9	43,6
FASCIA DI ETÀ (%)	Fino a 25 anni	12,4	15,3	14,0	4,3	22,1	23,4	26,7	21,1	20,3	20,8	13,9
	25-55 anni	68,0	66,9	65,3	71,5	70,6	64,7	67,7	71,1	63,6	67,6	67,8
	Oltre 55 anni	19,6	17,7	20,6	24,0	7,2	11,9	5,6	7,9	16,0	11,6	18,2
Età media (anni)		41	41	42	45	36	37	34	36	39	39	41
OCCUPAZIONE (%)	Impiegato	41,2	40,9	45,7	48,2	42,7	38,6	39,8	46,2	56,9	44,0	40,6
	Libero Prof.	11,6	13,0	10,7	14,5	10,4	11,4	12,5	13,6	5,8	15,1	13,6
	Operaio	7,4	4,8	5,8	6,3	6,5	7,4	6,2	6,6	7,5	4,2	10,0
	Imprenditore	5,6	4,6	3,9	7,0	2,4	6,7	5,4	2,1	2,8	5,7	6,2
	Dirigente	0,8	1,3	-	1,0	1,5	-	1,3	1,0	1,0	-	0,8
	Insegnante	0,8	1,1	0,8	-	-	-	0,3	-	0,9	-	0,4
Studente	10,1	13,3	12,9	8,8	18,7	20,6	23,1	18,0	19,2	17,1	11,6	
Disoccupato	7,6	7,2	6,3	3,9	8,8	10,6	8,5	6,3	1,2	4,5	7,7	

Fonte: Analisi TradeLab - AFH Trend 2014

## PRODOTTI | NOVITÀ

100% naturali e facili da dosare: ecco le gustose Creme e Puree



Le Creme e le Puree in gocce sono una **gustosa rivoluzione** in casa Orogel. **Ogni goccia viene surgelata singolarmente**, partendo dal vegetale appena raccolto, lavorato e surgelato in tempi brevissimi, offrendo **garanzia di freschezza** e una grande praticità di utilizzo. Questo sistema consente infatti di dosare perfettamente la quantità e di utilizzare solo quanto occorre: l'ideale per **evitare sprechi e controllare il food cost**.

Le Puree sono preparate al 100% con vegetali e le Creme sono arricchite solo con un pizzico di sale e olio, per lasciare allo chef la libertà di personalizzare il piatto a piacere. Tutte le preparazioni sono rigorosamente **prive di glutammato, aromi artificiali e conservanti**.

La gamma comprende **7 referenze**:

- asparagi, carciofi e funghi per le **Creme**
- carote, piselli, zucca e zucchine per le **Puree**

Tutte le referenze sono adatte per chi segue **un'alimentazione vegana e senza glutine**.

Creme e Puree sono proposte in confezioni da un chilo.

**CANALI DI VENDITA**

Ristorazione collettiva, ospedaliera, on board, travel catering, ristorazione moderna e commerciale, ristorazione tradizionale (alberghi, pizzerie, bar, ristoranti, catering, campeggi).



Noci di capesante arrostiti alle erbe aromatiche su purea di piselli

## NEWS | FOOD SERVICE

Intervista a Pietro Leemann, specialista dell'alta cucina naturale



**Leemann, ormai il trend è assodato: c'è un'attenzione sempre più alta nei confronti del benessere e della salute.**

Assistiamo a un cambio epocale, sempre più persone pensano alla loro salute e studiano come nutrirsi al meglio, cambiando le proprie abitudini alimentari. Spesso questa tendenza confluisce nel mondo vegetariano.

**Lei è stato un precursore di questi cambiamenti con il suo ristorante Joia a Milano.**

26 anni fa quando ho aperto il mio locale noi vegetariani eravamo considerati strani, quasi 'setta', e il mercato era molto diverso. Basti pensare che a Milano per esempio era presente al massimo un ristorante macrobiotico. Ora si sono moltiplicati i ristoranti e le attività che si dedicano alla cucina del benessere, in particolare vegetariana e vegana, il cliente è cambiato moltissimo ed è diventato molto più esigente.

**È d'accordo che la surgelazione sia un metodo di conservazione naturale?**

La surgelazione è un ottimo metodo di conservazione che mantiene il gusto e la freschezza dei vegetali, ovviamente se è fatta in modo adeguato.

## PIANETA AGRICOLTURA | CIPOLLA ROSSA DI TROPEA IGP

Cipolla rossa di Tropea: un'eccellenza italiana a portata di mano

**500** quintali/anno di prodotto fresco

### Calabria

zona tipica di coltivazione

La Cipolla rossa di tropea Igp è coltivata nelle **zone tipiche della Calabria** e nel rispetto delle normative del consorzio di tutela di questo gustoso ortaggio. In particolare, le produzioni sono localizzate nelle provincie di Catanzaro, Cosenza e Vibo Valentia. Questo ortaggio è caratterizzato da un **sapore dolce e delicato**, favorito dal microclima particolarmente stabile nel periodo invernale, privo di sbalzi di temperatura per l'azione di mitezza esercitata dalla vicinanza del mare, e dai terreni freschi e limosi, che determinano le caratteristiche pregiate del prodotto.

**La raccolta** del vegetale, che si presenta con varie tuniche concentriche carnosie di colorito bianco e con involucro rosso, avviene **nel periodo tra luglio e agosto**. Ne vengono prodotti 500 quintali. La Cipolla di Tropea contiene varie sostanze benefiche per l'organismo, tra cui il **ferro, lo zinco, il magnesio e le vitamine C ed E**.



## PIANETA AGRICOLTURA | BORRAGINE

Borragine, il gusto intenso della tradizione

**3.500** quintali/anno di prodotto fresco

### Emilia Romagna

zona tipica di coltivazione

La Borragine è una pianta tipica dell'**area mediterranea** e viene coltivata da Orogel nei **campi dell'Emilia-Romagna**. Per preservare la freschezza e il sapore di questo vegetale, viene prodotto solo nelle vicinanze dello stabilimento, in due particolari periodi dell'anno, **maggio/giugno e settembre/ottobre**, utilizzando della pianta solo le foglie più fresche. Le foglie, abbastanza grandi e dotate di una colorazione intensa, vengono **raccolte poco prima della fioritura** della pianta, nel momento ideale per mantenerne la consistenza tenera. L'uso tradizionale è allo stato cotto delle foglie, che vengono utilizzate in molti piatti regionali per minestrone, ripieni per ravioli, torte e frittate. Il consumo di borragine ha diverse ricadute positive sull'organismo, tra cui un **effetto diuretico** ed emolliente sulla pelle. Ogni anno Orogel produce **3.500 quintali** di Borragine.

