

PROMOMEDIA
Tutta un'altra instore



CONVEGNO NAZIONALE
PROFESSIONISTI INSTORE & MERCHANDISER
BARI | 2-3 LUGLIO 2019

Home > Quaderni > Kosher, una sicurezza meticolosa che piace a molti

Kosher, una sicurezza meticolosa che piace a molti

Anna Zinola - 26 giugno 2019



Abbonati a
MARK UP

Edicola web

Iscriviti alla newsletter



Dedica 1m² di spazio nel tuo negozio e osserva come aumentano i guadagni.

coinstar

MANAGEMENT
Notes.it
A CURA DI S.M.A.

Il motivo religioso non è l'unica ragione che spinge in Italia i consumi dei prodotti certificati kosher: tutti i vantaggi per un pubblico variegato (da Mark Up n. 280)

Persone di religione ebraica, ma anche vegani, vegetariani, soggetti con allergie alimentari o, semplicemente, attenti alla provenienza di ciò che mangiano. Secondo la società di consulenza Lubicon, nel mondo i consumatori che privilegiano la dieta kosher sono 35 milioni. Ma non lo fanno necessariamente per motivi religiosi. Di fatto molti sono spinti dalla tracciabilità garantita dai prodotti certificati kosher. Poiché gli ebrei non possono mescolare carne e latte, controllano non solo il prodotto finito ma tutta la filiera: dagli ingredienti alle aziende che si occupano dei vari passaggi di trasformazione fino alla messa in vendita. Questo check meticoloso intercetta le esigenze di chi soffre di intolleranze/allergie al latte e risponde anche alle attese di chi vuole sapere che cosa mette nel piatto.

Twitter

Ritwittato da Mark Up



paolo ignazio marong
@paoloigna1

Una acquisizione da seguire con attenzione #Conad-#Auchan, presentate al Mise le linee guida per l'integrazione mark-up.it/conad-auchan-p... di @Mark_Up_



Conad-Auchan, presentate...
Al Ministero dello sviluppo e...
mark-up.it



Non è tutto: chi, per ragioni di salute, deve evitare i lieviti, consuma abitualmente, oltre al pane azzimo, biscotti e tortini con il marchio kosher. Allo stesso modo coloro che vogliono garanzie precise sulla carne si orientano verso quella kosher, che viene preventivamente controllata dal rabbino.

Questo insieme di fattori spiega perché, nonostante il numero degli ebrei sia sostanzialmente stabile, il business del cibo a loro dedicato continui a crescere. A livello internazionale il giro d'affari stimato è pari a 150 miliardi di dollari, con un incremento medio annuo intorno all'11% (fonte: Persistence Market Research). In Italia, dove le persone di religione ebraica sono circa 25.000 (fonte: Ucei), il tasso di incremento supera il 10%.

Un'ulteriore conferma arriva dalle aziende, che con sempre maggiore frequenza hanno richiesto e ottenuto l'adeguata certificazione. L'elenco è lungo: si va da Zaini, nome di riferimento nel cioccolato, a Rigoni, che ha recentemente certificato la Nocciolata Bianca, sino ad arrivare a Caffè Esse. E poi Fabbri, che ha certificato sia prodotti storici (come la celebre amarena) sia referenze lanciate più di recente (per esempio il cioccolato bianco utilizzato per guarnire dessert, gelati e caffè).

Accesso riservato

Questo contenuto è riservato agli abbonati alla rivista.

Se sei abbonato, fai [login](#) per visualizzare il contenuto, altrimenti [abbonati](#)

Sei abbonato a Mark Up ma non hai mai effettuato l'accesso al sito?

[Registrandoti qui](#) con la stessa e-mail utilizzata per la sottoscrizione del tuo abbonamento, entro 24 ore verrai abilitato automaticamente alla consultazione di tutti i contenuti riservati agli abbonati.

Per qualsiasi problema scrivi a abbonamenti@newbusinessmedia.it

TAG [certificazioni](#) [Kosher](#)

Mi piace 0



Facebook

