Il Sapore
#08
JUIN
2021

Il Sapore

di carniato

CARNIATO_OFFICIEL

Les Produits :
Apéritifs, fromages et charcuterie

Les Tendances :
Réouverture des restaurants et terrasses

Les Vins :
Castello Monaci et Rapitalà

Edito

La restauration face à la crise sanitaire

La restauration vient de vivre l'une de ses plus grandes crises, une crise sanitaire bien sûr, mais aussi une crise économique et humaine.

Carniato, à l'image des clients en restauration, a perdu la quasi-totalité de son chiffre d'affaire en restauration les premières semaines du confinement en mars et avril 2020.
Nous avons dû, comme beaucoup d'acteurs du métier, gérer la «perte» d'un stock de produits, notamment frais & ultra-frais.
Cette situation délicate nous a néanmoins permis de tisser des liens forts, tout d'abord avec le don de produits auprès d'hôpitaux et de nombreuses associations avec lesquelles nous collaborons encore aujourd'hui, mais aussi de **repenser notre manière de travailler**.

Très vite s'est confirmé le potentiel de la vente à emporter et nous avons ainsi mis à profit les premières semaines de déconfinement pour étoffer notre gamme de produits alimentaires et non alimentaires (boîtes à pizza, boites à salade, couverts jetables ...)

Force est de constater que manger italien est ultra compatible avec le VAE, et que le confinement a augmenté la consommation de spécialités italiennes pour sortir de la routine: les pizza, box de pâtes fraîches, fromages frais, limonades siciliennes, verres de vin bio prêt à boire ont été des succès commerciaux lors des derniers mois.

Je vous écris ces lignes entre le moment de la réouverture des terrasses le 19 mai et celui de la réouverture en intérieur des restaurants, le 9 juin, et une fois encore, **manger italien (en terrasses ou en livraison) semble être l'un des plaisirs favoris d'une liberté retrouvée petit à petit**.

L'ensemble des équipes de Carniato est pleinement disponible pour vous apporter, comme à nos 5000 clients, le meilleur service possible et une qualité irréprochable de plus de 3000 produits italiens en alimentaire et en vin.
Nous nous tenons à votre disposition pour vous aider à appréhender les mois à venir, et ce pour tous les restaurateurs italiens (pizzeria, traiteurs), mais aussi pour les épiceries (françaises & italiennes) ainsi que les brasseries françaises.

CARNIATO, il gusto dell'eccellenza!

A presto !

Stéphane AUDRAIN
Directeur Général de Carniato

Sommaire

ÉDITO	02	ANTIPASTI ET ÉPICERIE	P30
ACTUALITÉS	P4	ANTIPASTI DI MARE	P34
NOS TERRASSES	P6	EPICERIE SUCRÉE	P36
PROSCIUTTO DI PARMA	P10	BIÈRES	P40
CHARCUTERIE	P14	COCKTAILS	P44
LA VENTE À EMPORTER	P20	BOISSONS	P46
FROMAGES	P22	CASTELLO MONACI	P48
TRAITEURS ET ÉPICIERS	P28	TENUTA RAPITALÀ	P52

CARNIATO_OFFICIEL

Actualités

Le SIRHA

LE rendez-vous mondial de la restauration et de l'hôtellerie, se tiendra cette année **à Lyon du 23 au 27 septembre 2021**. Nous avons hâte de vous retrouver lors de cet évènement et vous attendrons **sur le stand 3C54**, **dans le respect des règles sanitaires**.

Notre livre blanc

Depuis que l'épidémie de Covid-19 s'est invitée dans l'Hexagone début 2020, les restaurateurs français ont dû fermer les salles de leur établissement pendant plus de 9 mois.

La réponse la plus évidente à cette situation inédite ? La vente à emporter et les commandes en livraison.

Car bien qu'elle ait affecté beaucoup d'aspects de notre quotidien, la Covid-19 n'a pas entaché l'amour des Français pour la consommation de bons produits cuisinés, préparés par les meilleures tables de leur quartier.

Dans ce livre blanc, retrouvez notre analyse des nouvelles tendances du secteur de la restauration et de comment chacun a dû s'adapter pour continuer d'exister.

https://www.carniato.fr/notre-livre-blanc-sur-la-restauration-face-a-la-crise-sanitaire/

Ateliers de Giovanni dans votre établissement

Carniato vous propose des **ateliers culinaires en région parisienne** avec notre chef **Giovanni**.

Ces ateliers vous permettront de découvrir ou de redécouvrir nos produits et les meilleures recettes pour les sublimer.

Si vous souhaitez bénéficier d'un atelier culinaire gratuit avec notre chef, **merci de vous mettre en contact avec votre commercial**.

Repas Client Instagram

Carniato a décidé de mettre en avant ses clients sur instagram en envoyant chez eux une équipe composée du commercial, de membres de l' équipe marketing et d'un photographe pour un déjeuner.

L'objectif étant de goûter des plats cuisinés avec des produits Carniato, de prendre en photo les plats ainsi que des membres de l'équipe du restaurant et ensuite de publier des posts et stories sur le compte instagram **carniato_officiel**.

Si vous aussi vous disposez d'un compte instagram et souhaitez être mis en avant sur le compte **carniato_officiel**, vous pouvez contacter votre commercial.

CARNIATO_OFFICIEL

Tendances

Nos terrasses passent à l'heure italienne

Avec l'arrivée des beaux jours et une réouverture progressive des restaurants, nous n'avons plus qu'une seule obsession : nous asseoir en terrasse pour profiter du soleil, déguster de délicieux antipasti et siroter une boisson fraîche, aux notes méditerranéennes bien sûr. On entend déjà les conversations, les éclats de rire mais aussi l'enivrante mélodie des verres qui s'entrechoquent… Tchin tchin !

Après une première moitié d'année en demi-teinte, ce début d'été se fera sous le signe de la légèreté et de la convivialité. Et ça tombe bien : quoi de mieux que la cuisine italienne pour réunir les gens autour d'un délicieux apéritif en terrasse, à la fois gourmand et réconfortant ?

Plus que tout, nous avons hâte d'assister de nouveau à la danse des restaurateurs qui mettent en place chaises et tables sur nos trottoirs ou encore à la course folle des serveurs qui s'agitent lors du fameux « coup de feu » Bref, nous avons très envie de retrouver l'effervescence de nos bien-aimées terrasses d'été dans la joie et la bonne humeur ! Pas vous ?

Un mot d'ordre : la convivialité

La convivialité et le partage sont depuis longtemps deux aspects incontournables des repas des Français. Et avec la période de crise sanitaire que nous venons de traverser, l'envie de se retrouver et de passer du bon temps ensemble est d'autant plus forte. L'apéritif, qui par définition permet de lâcher-prise, de se réunir et de consommer des produits qui sortent du schéma classique petit déjeuner-déjeuner-dîner, est particulièrement plébiscité par les Français.

89,3 % des Français prennent l'apéritif et 40 % d'entre eux le font au moins deux fois par semaine
Source : Kantar Worldpanel Food Usage – Consommation à domicile + emporté, 2018

Avec la réouverture des terrasses, les cartes devront donc proposer des produits festifs qui appellent au partage et à la convivialité. Et quoi de plus festif qu'un verre de bulles ? Spritz, Prosecco, bière ou soda, les bulles, ça nous connaît en Italie !

Le saviez-vous ?
En France, la popularité du Prosecco est en constante progression. En 2019, pour la toute première fois, notre vin pétillant le plus populaire s'est positionné en tête des ventes de vins effervescents étrangers détrônant ainsi le vin espagnol Cava et son cousin italien Lambrusco.

Cette popularité est notamment liée à la folie des Spritz qui a pris d'assaut les terrasses de l'Hexagone depuis de nombreuses années. Avec son goût si distinctif, léger et amer à la fois, il apporte un kick vitaminé à l'afterwork de fin de journée. Originaire de Venise, cette boisson existe depuis plus de 100 ans bien qu'elle ne se soit popularisée que dernièrement.

De la fraîcheur et de la gourmandise !

Dans l'assiette, le partage est encore de mise. Mais cette fois-ci, c'est aussi la gourmandise qu'il faudra mettre à la carte pour un apéritif en terrasse qui détonne. À la sortie du confinement, les Français ont envie de se faire plaisir tout en prenant soin d'eux. Deux objectifs qui ne sont pas incompatibles, notamment grâce à des produits comme les antipasti ou les fromages frais italiens savoureux et généreux.

Parmi les antipasti favoris des Français, on retrouve la bruschetta qui peut se décliner en une infinité de versions, de la plus light à la plus gourmande. Avec une brunoise de légumes assaisonnée d'un trait d'huile d'olive et de basilic ou recouverte de ricotta fraîche et de jambon cru, c'est à vous de décider.
À côté, n'oubliez pas la charcuterie qui reste l'incontournable d'un apéritif réussi. Prosciutto di Parma, salame, mortadella, coppa… la charcuterie italienne est aussi iconique que ses pâtes ou ses pizzas ! Issu d'un savoir-faire traditionnel, le Prosciutto di Parma est élaboré à partir d'élevage au sein desquels les porcs sont alimentés uniquement avec des céréales et du petit-lait de Parme, ce qui leur confère toute leur saveur. Le fumage se fait avec du gros sel marin pendant 12 à 36 mois pour un juste équilibre de goût.

L'info en plus
Le Prosciutto di Parma est garanti AOP depuis 1996

Enfin, pas d'apéritif italien sans une belle mozzarella à partager, notamment une burrata dans laquelle on viendrait planter un coup de fourchette : à déguster nature ou avec un bout de pain croustillant.

Buon appetito!

Recette de Giovanni

Burrata con Prosciutto San Daniele

Burrata et San Daniele

Vin conseillé :

Kreos Negroamaro Rosato Salento IGT - 25209

Ingrédients :

Burrata Antica Murgia 8 x 100 g - 203303
Jambon cru San Daniele Alcisa DOP Riserva 18 mois - 1070
Huile d'Olive Frantoïa 1L - 120386
Parmigiano Reggiano en copeaux 500 g - 69
Lit de roquette et petites tomates cerises

Préchauffer le four à 280°C et déposer sur du papier sulfurisé des petits tas de parmesan.
Sortir les tuiles du four au bout de 5 min de cuisson et les laisser refroidir.

Dans une assiette, préparer un lit de roquette, trancher le San Daniele finement.
Déposer les tranches sur le lit de roquette en faisant le tour de l'assiette.

Poser la boule de burrata au centre avec les tuiles de parmesan et servir.

Rosés dell'Estate

ROSÉ DELL' ESTATE TREVENEZIE IGT

Code 5757 - Btl 75 cl

Ce rosé Indicazione Geografica Tipica est le plus classique des Rosé dell'Estate.
Traditionnellement présent sur les tables d'été des meilleurs restaurants italiens depuis plus de 20 ans, il exprime ce qui se fait de mieux en vin rosé du nord de l'Italie.

Rosé dell'Estate Trevenezie.
Franchement vénitien, léger et fruité.
Notre Best-seller !

ROSÉ DELL'ESTATE TERRE SICILIANE IGT

Code 5763 - Btl 75 cl

Ce rosé Indicazione Geografica Tipica est une invitation à la découverte d'un véritable représentant de la Sicile.

Il naît de la grande tradition vinicole des collines très ensoleillées du centre ouest de la Sicile.

Rosé dell'Estate Terre Siciliane
Typiquement sicilien, parfumé et typé.
Il faut en profiter !

Prosciutto di Parma, le culte de l'excellence

SANS ADDITIFS
SANS NITRITES
AJOUTÉS

LOI ITALIENNE DE 1992

Un terroir unique,
une tradition multi-séculaire

Le Prosciutto di Parma trouve ses origines sur les montagnes et collines de Parme en 200 avant JC ; ce terroir, référence de la production italienne de salaisons a su générer un savoir-faire exemplaire à force de perfectionnisme et de passion dont le Jambon de Parme AOP représente l'expression ultime.
Aujourd'hui, la production du Jambon de Parme est régie par la législation sur les AOP. Sa production est exclusivement localisée au sud de la province de Parme où sont installés les 138 producteurs de l'appellation.

Une cuisse italienne, du sel marin, rien d'autre.

3 éléments seulement président sa production

• Une cuisse sélectionnée de cochon « lourd » (en moyenne 170 kg),
né et élevé dans une des 10 régions de l'Italie continentale
• Le sel marin
• Le temps, 12 à 30 mois et +

Garanti sans additifs : l'esprit de naturalité

Depuis 1992, tous les additifs : nitrites, nitrates, colorants, arômes… sont interdits pour sa production par la loi italienne.

SANS ADDITIFS
SANS NITRITES
AJOUTÉS

LOI ITALIENNE DE 1992

Le culte de l'excellence

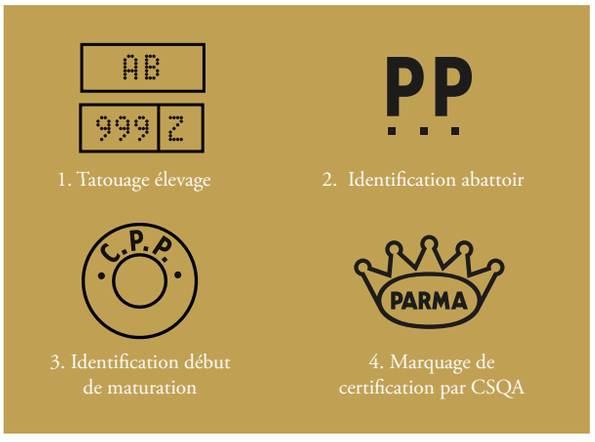
Le salage manuel doux très maîtrisé, la « mise en froid » 100 jours pour conserver les cuisses, l'affinage long dans un environnement spatio-temporel parfaitement maîtrisé pour développer les arômes, parfums et saveur du jambon, font partie des étapes clefs de la production.

Elles s'appuient sur un savoir-faire artisanal hors norme, transmis de génération en génération. La province de Parme lui voue un véritable culte !

La rigueur et la garantie

Il Consorzio del Prosciutto di Parma, en charge de la protection et de la valorisation de l'appellation et il CSQA : l'organisme de contrôle responsable de la certification du Jambon de Parme, veillent au bon respect du cahier des charges.

Chaque jambon possède une carte d'identité composée de tatouages, bague et bien sûr de la couronne « Parma » qui garantit son authenticité : au 12ème mois d'affinage, les jambons sont contrôlés par un inspecteur qualité en vue de recevoir l'AOP, par le marquage à chaud de la fameuse couronne.



Suggestions d'accords

Fines notes beurrées et fruitées, faible empreinte saline,
il fait merveille tel quel accompagné de légumes ou fruits de saison ou autres fromages frais.
Déposé en tranches fines sur une pizza sortie du four, c'est un délice !

Pour en savoir plus : **Prosciuttodiparma.com**

Charcuterie

PROSCIUTTO DI PARMA DISOSSATO TONDO 24 MOIS
Cavazzuti
Code 101865 - ~8 kg - par 1

SAN DANIELE DOP GRAN RISERVA 18 MOIS
Alcisa
Code 1070 - ~7,5 kg - par 2

Depuis 1966 le jambon de San Daniele est reconnu par l'Union européenne comme un produit à Dénomination d'Origine Protégée "DOP", pour protéger la zone d'origine limitée et le caractère unique des techniques d'élaboration.

Pour les produits DOP, toute la filière de production est tenue de respecter les normes du cahier des charges de production et de se soumettre à un système sévère de contrôle adopté par un institut agréé par le Ministère des politiques agricoles alimentaires et forestières.

Senfter c'est la tradition, de père en fils, avec pour mission la préservation et la transmission, mais aussi l'innovation, outil indispensable pour maintenir la tradition tout en faisant évoluer les méthodes de production.

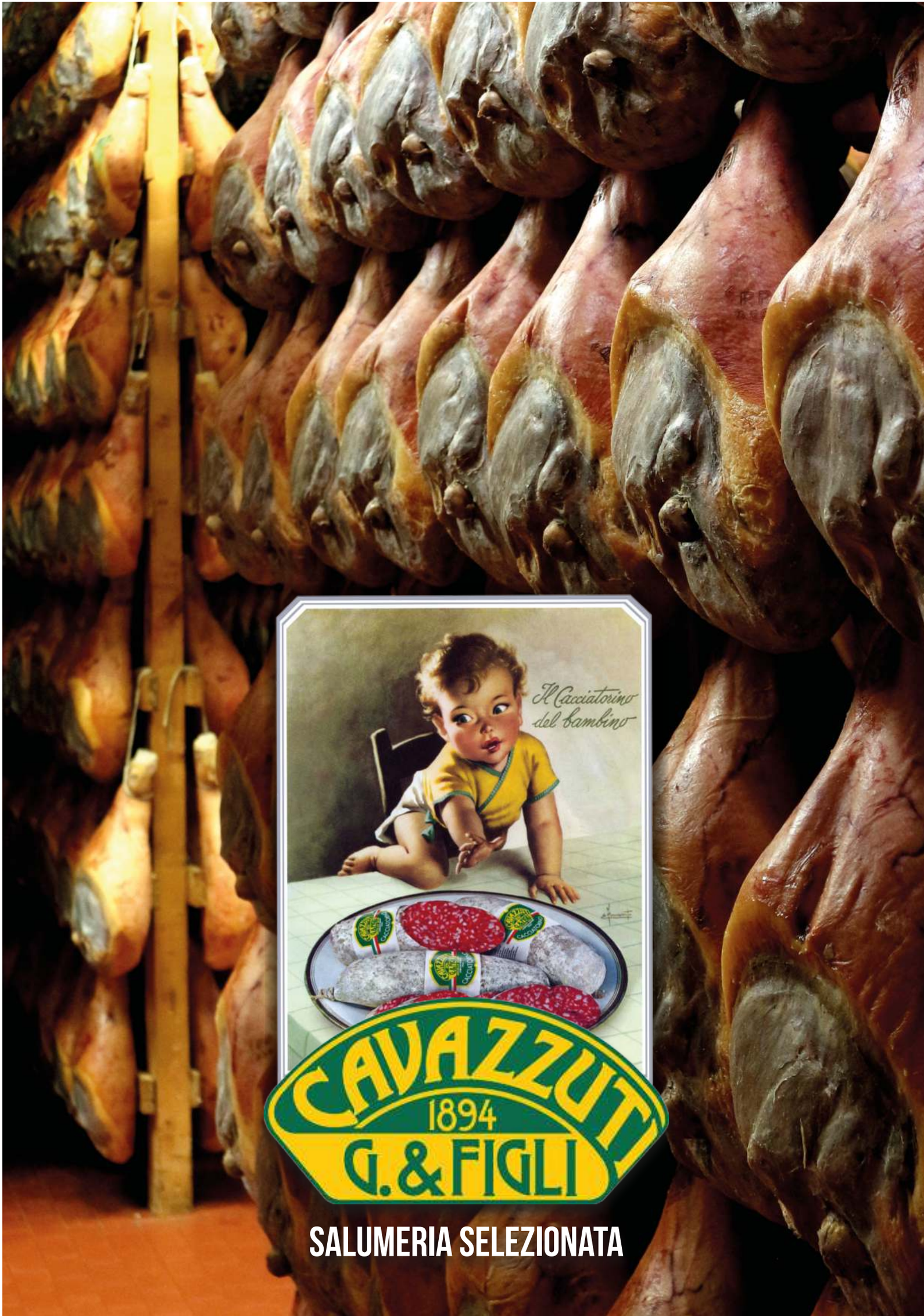
Le monde de Senfter se concentre sur ces trois thèmes: Tyrol, tradition et innovation.
Ce sont les pierres angulaires qui marquent plus de 150 ans d'histoire Senfter et sera son avenir

SPECK ALPE 1/2
Senfter
Code 1320 - ~2,5 kg - par 4

MORTADELLA TRUFFE D'ÉTÉ ET PISTACHES
Casa Modena
Code 1757 - ~2,5 kg - par 2

La pancetta est un produit à base de poitrine de porc salée, poivrée et séchée pendant environ trois mois. Lorsqu'elle est servie seule, la pancetta est présentée en tranches très fines.
On l'utilise davantage pour relever d'autres mets, surtout des sauces.

PANCETTA MAGRETTA SENZA COTENNA
Alcisa
Code 1068 - ~1,6 kg - par 2



SALUMERIA SELEZIONATA

Charcuterie

Dans une terre à la grande culture gastronomique naissent les produits des Maîtres Charcutiers de Casa Modena.

Des saveurs uniques, fruit du savoir-faire territorial, de l'expérience productive transmise d'une génération à l'autre et du désir typiquement émilien d'allier à la tradition une pincée d'innovation.

Une nouvelle gamme de saucissons de chez Casa Modena en format 200g représentant l'Italie du Nord au Sud.

NOUVEAUTÉES

SAUCISSON NAPOLI
Casa Modena
1251 - 200 gr - par 10

SAUCISSON ABRUZZESE
Casa Modena
1252 - 200 gr - par 10

SAUCISSON CACCIATORE DOP
Casa Modena
1253 - 175 gr - par 10

SAUCISSON MILANO
Casa Modena
1254 - 200 gr - par 10

MILANO
Cavazzuti
Code 1561 - ~ 3 kg par 1

SPIANATA PICCANTE
Cavazzuti
Code 101806 - ~ 2,2 kg par 3

SPIANATA ROMANA
Cavazzuti
Code 101829 - ~ 2,2 kg - par 3

BOLLA
FONDATA NEL 1883
Prosecco Rosé DOC
Les nouvelles bulles de Vénétie
BOLLA
BOLLA
PROSECCO
ROSÉ
D.O.C.
EXTRA DRY

Recette de Giovanni

Tavola per antipasti

Planche antipasti

Vin conseillé :

Primitivo Salento IGT #BIO - 9905

Ingrédients :

Speck Senfter - 1320
Mortadella Bologna IGP Due Torri Alcisa - 1065
San Daniele DOP Gran Riserva 18 mois Alcisa - 1070
Spianata Piccante Cavazzuti - 101806
Pecorino Toscano DOP Busti - 203104
Parmigiano Reggiano DOP - 75
Burrata bio Bianca Gioia - 203330
Caciottella peperoncino Sabelli - 836
Caciottella truffe d'été Sabelli - 837
Artichauts au thon La Reinese - 4483
Piments au thon La Reinese - 4476

Disposez les ingrédients joliment sur une planche apéritifs et dégustez !

#bio
#bio
CHIANTI
#bio
VALPOLICELLA
#bio
PROSECCO
#bio
ROSÉ
#bio
PRIMITIVO
#bio
GRILLO

Tendances

Emporté, livré, c'est pesé !

Ce n'est un secret pour personne : la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19 a totalement secoué le monde de la restauration. Alors qu'en France cette industrie a perdu près de 54 % de son chiffre d'affaires en 2020, les restaurateurs continuent aujourd'hui de se battre pour réussir à maintenir leur activité à flot. Il faut dire qu'entre les trois confinements successifs, la fermeture des salles et les mesures de couvre-feu, les années 2020 et 2021 ne s'apparentent pas à une balade de santé pour ceux dont l'hospitalité et le service sont le cœur de métier !

Quand le client ne peut plus venir au restaurateur, c'est le restaurateur qui vient à lui

Dans ce contexte, la vente à emporter et la livraison sont les deux modes de consommation qui ont permis, et permettent encore, aux restaurateurs d'exercer leur métier. En 2020, les ventes à emporter ont représenté 30 % du chiffre d'affaires global de la restauration à table contre 15 % en 2019. La livraison à domicile a elle aussi connu une belle évolution avec une progression de 25 % par rapport à 2019.

Pour les particuliers, consommer à emporter ou se faire livrer est un moyen de soutenir leurs restaurants de quartier, de se faire plaisir et de trouver du réconfort lors de cette période peu engageante.
D'ailleurs, cette situation a eu le mérite de confirmer l'intérêt des Français pour la gastronomie italienne ; une cuisine qui a toujours la côte auprès des consommateurs qui y trouvent une façon de mettre la convivialité et le partage au centre de leur repas. Ainsi, la pizza reste le plat le plus commandé en livraison avec 26,47 % des commandes en 2020 selon une étude menée par JustEat.

Rien n'est impossible à celui qui croit !

S'adapter à ces nouveaux modes de consommation a obligé certains restaurateurs à revoir leur carte pour la rendre compatible avec le transport des plats proposés. Bien que la vente à emporter et en livraison a longtemps été l'adage de la restauration rapide, le contexte sanitaire a poussé beaucoup d'enseignes gastronomiques, voire étoilées, à s'y mettre.

Les dark kitchens, vous connaissez ?

Depuis quelques années, ces nouveaux types de restaurants représentent une tendance majeure du secteur et intéressent de plus en plus de professionnels.

Basés uniquement sur un service en livraison, ils ont le mérite d'offrir la possibilité de s'affranchir de la logistique liée au service en salle ou à l'accueil des clients pour le retrait des commandes à emporter.

Bref, les dark kitchens mettent l'accent sur une chose : la cuisine, rien que la cuisine.

Et demain ?

À l'approche d'un probable de retour « à la normale », nous sommes en droit de nous poser la question du futur de ces modes de consommation qui rythment notre quotidien depuis maintenant plusieurs mois. Et bien qu'il soit difficile de savoir exactement comment les Français vont réagir à la réouverture des tables, une chose est sûre : le travail accompli par les restaurateurs pour développer leur offre à emporter et en livraison ne sera pas vain !

1- Même si la vente à emporter et en livraison a explosé en 2020, cette tendance ne date pas d'hier. La popularité de ces modes de consommation était déjà grandissante avant que le virus ne vienne frapper à notre porte. La crise sanitaire a simplement joué un rôle important d'accélérateur de tendance et a permis de généraliser la pratique à toutes les structures de restaurants. Alors sans nul doute que ces modes de consommation vont continuer à se développer dans les années à venir.

2- Lors de la réouverture des restaurants à la moitié de l'année 2020, le marché de la restauration a retrouvé seulement 70 % de sa valeur par rapport à 2019. Cependant, la livraison et la vente à emporter ont continué leur progression avec une croissance des visites de 30 % pour le Click & Collect et de 34 % pour les commandes livrées. Un bon indicateur qui souligne encore que ces modes de consommation ne dépendent pas uniquement de l'état du service à table.

Interview

Sapori dell'antica Murgia
DONVITO

Et si vous nous parliez un peu de vous ?

Sapori dell'antica Murgia est née en 1987. Nous sommes une entreprise familiale située à Santeramo In Colle, une petite ville au cœur des Pouilles, au sud-est de l'Italie. Nous avons commencé en proposant des produits exclusivement élaborés à partir de recettes appartenant à la tradition gastronomique des Pouilles. Bien sûr, nous faisons aujourd'hui appel à des technologies modernes pour nos produits, mais nous continuons à suivre strictement le même process de fabrication afin de garantir leur authenticité. Et nous ne travaillons toujours qu'avec des ingrédients frais, comme à l'origine.

Quelles sont vos principales gammes de produits vendus en France ?

Notre Burrata et notre Delizie di Ricotta, une gamme de produits sucrés et salés à base de ricotta cuite au four et enrichis d'une large gamme de parfums délicieux

Quelles sont les grandes tendances du marché ?

Je dirais que le marché accorde une plus grande importance qu'avant aux outils technologiques qui permettent de mieux protéger la chaine de production alimentaire.

Pourquoi avoir choisi Carniato pour votre distribution en France ?

Tout simplement parce que Carniato est le leader du secteur gastronomique en France. Ils sont impeccablement organisés et répondent avec précision et fiabilité à chacune de nos demandes.

Giuseppe Caponetti, Export Manager

Burrata

BURRATA PUGLIESE
Antica Murgia
Code 203300 - 6 x 300 gr - par 1
Code 203303 - 8 x 100 gr - par 1

BURRATA PUGLIESE À LA CIBOULETTE
Antica Murgia
Code 203313 - 8 x 100 gr - par 1

BURRATA PUGLIESE CITRON
Antica Murgia
Code 203315 - 8 x 100 gr - par 1

BURRATA PUGLIESE TARTUFO 1%
Antica Murgia
Code 203307 – 6x300g
Code 203306 - 8x100g

BURRATINA
Antica Murgia
Code 203321- 4 x 500 gr

BURRATA PUGLIESE FUMÉE
Antica Murgia
Code 203317 - 6 x 100 gr - par 1

BURRATA BIO
Bianca Gioia
Code 203330 - 125 gr - par 12
Code 203331 - 200 gr - par 6

La stracciatella est un fromage frais de vache, spécialité traditionnelle des Pouilles dans le sud de l'Italie. De la crème fraîche entière et des filaments de fromage. Il ne s'agit ni plus ni moins que de la partie crémeuse de la burrata, la plus gourmande, celle avec laquelle on garnit l'aumonière de mozzarella.

STRACIATELLA
Antica Murgia
Code 203311 - 200 gr - par 5

STRACIATELLA FUMÉE
Antica Murgia
Code 203318 - 200 gr - par 5

Bufala

Un fromage riche en goût

Le goût plus prononcé de la mozzarella di bufala, avec une pointe d'acidité, en fait un fromage à part entière. Elle peut être dégustée toute fraîche, simplement relevée d'un léger filet d'huile d'olive. Sa texture à la fois humide et crémeuse lui permet aussi d'être cuisinée : on la retrouve ainsi dans de nombreuses recettes de pizza mais aussi de lasagne, de bruschetta, de risotto et même de tiramisu.

Les spécificités de la mozzarella di bufala

La mozzarella di bufala est produite à partir de lait de bufflones et non de lait de vache. Ce lait est aussi pauvre en cholestérol qu'il est riche en minéraux, protéines et oméga 3. Toutes les mozzarellas sont douces et blanches, mais la mozzarella di bufala révèle une incomparable saveur, à la fois aigrelette et crémeuse.
Sa fabrication obéit à un véritable rituel. Après avoir été pasteurisé, le lait doit coaguler entre exactement 33 °C et 36 °C. On coupe ensuite le lait caillé en morceaux dans de l'eau très chaude (le nom « mozzarella » vient de l'italien « mozzare » qui signifie « couper »). On peut alors filer la pâte (en l'étirant jusqu'à obtention d'un mélange homogène) puis la façonner en boule ou en tresse, avant de la mettre à refroidir.

BOCCONCINI DI MOZZARELLA DI BUFALA CAMPANA DOP
Code 842 - 50 g x 10 - x6

MOZZARELLA DI BUFALA CAMPANA DOP
Code 843 - 25 g x 20 - x6

MOZZARELLA DI BUFALA DOP
Rubino
Code 822 - 200 g x 10

MOZZARELLA DI BUFALA DOP
Rubino
Code 823 - 100 g x 16

MOZZARELLA DI BUFALA DOP
Code 203301 - 2 kg

BURRATA DI BUFALA
Cirigliana
Code 846 - 150 gr - par 6

MOZZARELLA DI BUFALA AFFUMICATA
Code 203302 - 1 kg -x2

Fromages

RAGUSANO 1/4 DOP

Zappala'
Code 871 - 3,25 kg - par 1

Le Ragusano est un fromage AOP produit à partir de lait de vache cru. Jeune il est doux et fondant en bouche, il devient plus corsé et épicé avec la maturité. Sa saveur piquante se déguste à la fois sur un plateau de fromage en fin de repas que râpé dans différents plats.

TALEGGIO DOP

Ambrosi
Code 891 - 2 - par 2

PECORINO TOSCANO DOP

Famiglia Busti
Code 203104 - ~2.5 kg - par 2

FRESCOPECORA BIO

Famiglia Busti
Code 203105 - 600 gr - par 3

PECORINO MARZOLINO BIO

Famiglia Busti
Code 203106 - ~1 kg - par 3

LE DELIZIE IL MANDORLO

Famiglia Busti
Code 203103 - ~1 kg - par 3

LE DELIZIE AL TARTUFO

Famiglia Busti
Code 203123 - ~1 kg - par 3

CACIOTTELLA AL TARTUFO

Sabelli
Code 837 - 1 kg - par 3

Recette de Giovanni

Mille Foglie di Bresaola con Mozzarella di Bufala affumicata

Mille feuilles de bresaola et mozzarella de bufala fumée

Vin conseillé :

Piano Maltese Bianco Terre Siciliane IGT - 5283

Ingrédients :

Bresaola 1/2 Punta d'Anca Casa Modena 1,6 kg - 1312
Bufala fumée Cirigliana 1 kg - 203302
Parmigiano Reggiano en copeaux 500 g - 69
Vinaigre Balsamique Lodovico Campari 25 cl - 120523
Huile d'Olive au Basilic Barbera 25 cl - 120406

Couper la bresaola en tranches. Couper la mozzarella fumée en tranches du même diamètre.
Les assembler successivement sur plusieurs étages. Les déposer sur un lit de roquette, ajouter de l'huile d'olive au basilic, des copeaux de parmesan et un peu de vinaigre balsamique et servir.

b.io
bpuntoio

Le nouveau verre de vin **bio** idéal pour la vente à emporter

carniato a développé cette innovation pour s'adapter aux nouvelles habitudes de consommation.
Ce verre de *18,7cl de vin Biologique* sera un allié idéal de votre offre vente à emporter.

Tendances

Traiteurs et épiciers n'ont pas fini de nous régaler !

Il n'y a pas que les restaurants qui ont été impactés par la situation sanitaire lors de cette dernière année. Épiceries fines et traiteurs ont aussi dû adapter leur stratégie commerciale pour faire face à la situation et continuer d'exister aux yeux des consommateurs.
Et alors que certains ont connu un vrai regain d'activité suite aux mesures sanitaires, d'autres ont eu plus de mal à faire tourner leur affaire…

Par définition, les épiceries fines et les traiteurs répondent parfaitement à l'amour des Français pour les bons produits, innovants et authentiques, issus d'un savoir-faire artisanal et traditionnel.

Un engouement qui est d'ailleurs de plus en plus important depuis le début de la crise sanitaire. Depuis mars 2020, les Français affirment être davantage à la recherche de produits sains et de qualité à partager, signe d'une convivialité qui est devenue un des aspects essentiels de l'alimentation. Une bonne nouvelle pour ceux dont le métier est de vendre et sublimer des produits d'exception !

L'épicerie fine a la cote…

Côté épicerie fine, les perspectives sont plutôt bonnes et ce même si le contexte actuel reste incertain. En France, on compte aujourd'hui plus de 5 300 épiceries fines contre 4 000 en 2014, soit une évolution de +32,5 %. Ainsi, le marché de l'épicerie fine était estimé en 2020 entre 7 et 9 milliards d'euros. Dans le détail, le chiffre d'affaires des plus grosses enseignes (Fauchon, Lafayette Gourmet, la Grande Épicerie de Paris…) devrait augmenter de 3 % par an d'ici 2022 et celui des plus petites épiceries indépendantes de 2,5 % sur la même période. Preuve qu'il y a de la place pour tout le monde…

Les consommateurs apprécient retrouver dans leurs épiceries favorites des produits uniques qu'ils ne trouvent pas ailleurs, notamment dans les grandes surfaces.

Pour attirer une clientèle fidèle, il est primordial pour les épiciers de sourcer leur marchandise auprès de distributeurs et de producteurs fiables et de qualité. Très importante également, la rotation des stocks est nécessaire pour jouer sur la nouveauté et éveiller la curiosité des clients qui reviendront plus fréquemment si les produits se renouvellent régulièrement.

Les clients des épiceries fines déclarent aussi apprécier échanger avec leurs commerçants de quartier et être conseillés par des gens passionnés. Les épiciers doivent donc être en mesure d'accompagner les clients, de leur parler des produits qu'ils vendent mais aussi de leur donner quelques idées d'associations et de recettes.

Les traiteurs intraitables

Le marché des traiteurs est en évolution en France, avec un taux de croissance d'environ 5 % par an entre 2014 et 2019. L'année 2020 a toutefois été difficile pour ce corps de métier, dont les professionnels estiment la cessation d'activité à 20 % des entreprises. Cela touche tout particulièrement les traiteurs organisateurs de réceptions (TOR) qui n'ont pas pu exercer lors des différentes périodes de confinement, qu'ils aient été stricts ou assouplis.

De leur côté, les traiteurs de quartier ont bénéficié de l'engouement des Français pour la découverte de leurs commerces de proximité. Dans l'incapacité de se déplacer au-delà du 1 km réglementaire autour de leur domicile, ces derniers ont réalisé qu'ils avaient accès à quelques pas de chez eux à des produits de très bonne qualité et à un prix raisonnable.

Parmi la nouvelle clientèle de ces commerces de bouche, on compte les familles mais aussi les jeunes actifs qui avaient l'habitude d'aller au restaurant le midi et pour qui continuer à se faire plaisir avec des produits cuisinés de qualité est important.

Et qui dit évolution de la clientèle dit évolution de l'offre !

Pour satisfaire les travailleurs et conserver cette nouvelle clientèle à l'aube d'une prochaine réouverture des restaurants, beaucoup de traiteurs doivent réfléchir à une nouvelle carte « façon restaurant » pour proposer un repas complet (entrée, plat, dessert) à un prix compétitif. Pour répondre aux nouvelles habitudes alimentaires des Français, également en constante évolution, il sera aussi bénéfique d'ajouter au menu des recettes végétariennes et pourquoi pas même… végétaliennes !

Un marché concurrentiel et en constante évolution
Click&Collect, livraison, les nouveaux modes de consommation touchent aussi les épiceries fines et les traiteurs qui proposent de plus en plus de pré-commander leurs produits pour éviter de faire la queue ou même de sortir de chez soi en cette période de crise sanitaire. Certains géants du e-commerce se sont d'ailleurs positionnés sur ce secteur en pleine expansion : alors qu'Amazon a ouvert sa boutique de « petits producteurs », Deliveroo ou Frichti proposent de commander sur leur plateforme des produits frais, de qualité, mais aussi des produits d'épiceries sucrées ou salées.

Interview

Pouvez vous décrire votre entreprise ?

Pucci Group est l'un des principaux fabricants italiens de conserves de légumes et de condiments basé à Lugo, dans la région du nord de l'Italie d'Émilie-Romagne, également connue sous le nom de Italian Food Valley pour son riche patrimoine gastronomique. L'entreprise comprend deux usines de production s'étendant sur une superficie de 30 000 m². C'est une entreprise 100% familiale qui peut se vanter de plus de 80 ans d'expérience sur le marché et qui emploie plus de 75 personnes.

La vaste gamme proposée comprend des antipasti à l'huile et à la saumure, des sauces au pesto et pour pâtes, des tapenades, des pâtes à tartiner de légumes et de la moutarde qui sont disponibles en différents types et tailles d'emballage: bocaux en verre, boîtes, sachets, barquettes en PP et emballages sous vide, allant de 106 ml à 4250 ml. Toute la production est certifiée au travers de cinq certifications standards de qualité: BRC Grade AA, IFS Higher Level, ISO 22000: 2005, ISO 14001: 2004, BioAgricert - IT BIO 007. Nos 3 marques maison, Pucci, Berni et Louit Frères, sont distribuées dans le monde entier sur différents canaux: détaillants de masse, grossistes, magasins spécialisés, restaurants, etc. Nos produits, fabriqués uniquement avec des ingrédients de haute qualité, sont de plus en plus populaires à l'étranger, les exportations atteignant les cinq continents.

Quels sont les produits les plus vendus en France ?

En ce qui concerne le marché français, parmi les articles à évolution rapide de la marque Pucci dans le segment de la vente au détail, on peut citer nos tomates séchées, nos savoureux funghi 'alla pizzaiola' (champignons de Paris tranchés avec tomates et câpres) et une variété d'artichauts coupés en quartiers.

Notre gamme de moutardes et confits (production de marque Louit Frères de tradition française) a également touché un nombre important de consommateurs. L'un des produits les plus réussis, en particulier dans le domaine de la restauration, sont les Friarielli alla napoletana, qui se traduisent par «brocoli rave à la napolitaine». C'est un produit très populaire en Italie car l'une des recettes de pizzas italiennes les plus populaires est la «pizza friarielli e salsiccia» (pizza avec saucisse et brocoli rave).

Quelles sont les tendances sur votre marché ?

Dernièrement, nous enregistrons une demande accrue de produits design et biologiques, l'attention du consommateur aux pratiques environnementales et la traçabilité des matières premières tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Pourquoi avez-vous choisi Carniato pour votre distribution en France ?

Carniato fait partie des plus grands leaders de la distribution de spécialités italiennes en France. Nous nous sentons honorés d'être un partenaire historique d'une entreprise aussi bien structurée.

Que pensez-vous de Carniato ? Quelles sont ses forces?

Premièrement, nos liens commerciaux sont solides et nous avons un bon dialogue constructif avec nos partenaires*.

De plus, grâce à Carniato, notre production peut atteindre les consommateurs sur tout le territoire français. Enfin, nous sommes conscients du fait que Carniato, comme nous, a le cœur vert et se soucie profondément de l'environnement et nous l'apprécions beaucoup.

Antipasti

Depuis 1932, la famille Pucci est un acteur dans le secteur des conserves sous huile; depuis la boutique du grand-père Marcello aux actuelles 3 unités de productions bien distinctes les unes des autres.

Ces dernières dotées d'infrastructures modernes et à l'avant-garde des dernières techniques, garantissent une gamme complète et un large choix de produits capables de répondre aux marchés les plus exigeants.

ÉMINCÉ DE PETITS ARTICHAUTS
Pucci
Code 3356 - 300g - par 12

TOMATES SÉCHÉES
Pucci
Code 3367 - 290g - par 12

ÉMINCÉ DE POIVRONS ROUGE ET JAUNES
Pucci
Code 3364 - 300g - par 12

TOMATES SÉCHÉES À L'HUILE
Pucci
Code 4425 - 2 kg - par 2

PETITS ARTICHAUTS AVEC QUEUE "ALLA CASERECCIA"
Pucci
Code 4436 - 2 kg - par 2

POIVRONS ROUGES ET JAUNES GRILLÉS
Pucci
Code 4422 - 2 kg - par 2

AUBERGINES GRILLÉES À L'HUILE
Pucci
Code 4420 - 2 kg - par 2

Antipasti

ARTICHAUTS GRILLÉS BIO À L'HUILE
Fiordelisi
Code 108228 - 1,5 kg - par 6

TOMATES SÉCHÉES BIO
Fiordelisi
Code 108229 - 1,5 kg - par 6

ARTICHAUTS GRILLÉS À L'HUILE BIO
Fiordelisi
Code 108227 - 1,5 kg - par 6

ARTICHAUTS FARCIS CÂPRES/THON
La Reinese
Code 4483 - 1,5 kg - par 2

PIMENTS FARCIS AU THON
La Reinese
Code 4476 - 1,5 kg - par 2

POPONCINO FARCIS FROMAGE
Fiordelisi
Code 108225 - 1,5 kg - par 6

OIGNONS FARCIS AU THON ET OLIVES
Bel Campo
Code 112080 - 950g - par 4

INVOLTINI DE TOMATES SÉCHÉES FARCIES AU THON
Bel Campo
Code 112081 - 1,1 kg - par 4

Épicerie

HANDMADE IN ITALY

Pinsa

LAB

BASE PINSA RONDE
PinsaLab
Code 43333 - 3 x 250g - par 12

BASE PINSA CLASSIQUE
PinsaLab
Code 43332 - 4 x 230g - par 8

La Pinsa est une base précuite réalisée à partir d'un mélange de farines sélectionnées de grande qualité. Elle se distingue par le choix des matières premières et par le processus productif.
La pâte est réalisée grâce à un levage lent et naturel qui dure entre 24 et 48 heures. On obtient ainsi un produit qui a la saveur particulière du pain à l'ancienne et, surtout, hautement digeste, et qui ne provoque donc pas de ballonnement d'estomac. La Pinsa s'avère également moins grasse, moins calorique et plus facilement digeste par rapport à la pizza, car elle contient beaucoup moins d'huile et l'hydratation de la pâte est nettement supérieure.

Recette de Giovanni

Risotto aux fruits de mer

Risotto ai frutti di mare

Vin conseillé :

Conte Hugues Chardonnay Terre Siciliane IGT, Rapitalà - 25284

Ingrédients :

riz Arborio - 4120

salade de la mer Medusa - 4435

Ail, persil, oignons, huile d'olive et un cube de bouillon de légumes

Préparer un bouillon de légumes : faire dissoudre le cube de bouillon dans ½ litre d'eau.
Dans une casserole, faire revenir les fruits de mer avec l'huile d'olive, l'ail et le persil.
Ajuster l'assaisonnement (sel poivre). Retirer et réserver.

Faire blondir ¼ d'oignon haché avec ½ gousse d'ail dans un peu d'huile d'olive.
Ajouter 40g de riz arborio et le faire torréfier pendant 5 minutes.

Pendant ce temps, arroser le riz avec le bouillon à l'aide d'une louche,
renouveler chaque fois que le bouillon est absorbé, tout en continuant à mélanger avec une spatule.

Au bout de 12 minutes, ajouter la préparation des fruits de mer et terminer la cuisson (3 minutes).
Retirer du feu. Décorer avec quelques fruits de mer.

Antipasti di mare

Depuis 1861 l'entreprise Regnoli est restée fidèle à la mission qu'elle s'est fixée: proposer sur le marché des poissons de premier choix.

La marque "Medusa" distingue notamment, depuis 1882, les spécialités qui sont les références historiques de l'entreprise "anguilles et friture marinées, maquereaux et salades de la mer à l'huile ou au naturel, filets d'anchois et de sardines, thon, etc." et les produits les plus récents "carpaccio, plats cuisinés à base de poissons, etc.".

BOCCONCINI POULPE
Medusa
Code 4487 - 1,9kg - par 2

CARPACCIO DE POULPE
Medusa
Code 4493 - 1kg - par 4

PETITS ENCORNETS GRILLÉS
Medusa
Code 4437 - 1kg - par 4

VONGOLE AU NATUREL
Medusa
Code 4434 - 750g

SALADE DE LA MER AU NATUREL
Medusa
Code 4435 - 3kg

FRITO MISO
Medusa
Code 4450 - 1kg - par 2

FILETS D'ANCHOIS À L'HUILE D'OLIVE
Balena
Code 120003 - 90g - par 24

Interview

Pouvez vous décrire votre entreprise ?

PIEMME est une entreprise moderne, leader dans l'alimentation et les liqueurs. Son meilleur produit est le célèbre Limoncello Sorrento, les délicieux Babà et autres liqueurs traditionnelles. PIEMME a été fondée en 1969 à l'initiative d'artisans du Sorrento, producteurs du fameux Limoncello et autres douceurs à base de citrons de Sorrente.

Pour maintenir une haute qualité pour leurs produits, en 1994 PIEMME a contribué à la création de Solagri, la coopérative d'agriculteurs sorrentins, qui compte aujourd'hui plus de 400 sources agricoles, dont environ 85% ont des terres cultivées d'agrumes.

En 2004, PIEMME a soutenu l'Union pour la protection des citrons de Sorrente, qui a surveillé et réglementé les méthodes de production et la transformation des citrons de Sorrente. PIEMME est une entreprise moderne qui produit en l'honneur de la tradition, racontant l'éclat, les arômes et le goût distinct d'une terre qui est le pivot du «Made in Italy»

Quels sont les produits les plus vendus en France ?

Les produits qui connaissent le plus grand succès en France sont le Limoncello di Sorrento et notre version Bio de ce produit, et notre gamme de baba di Sorrento (rhum, limoncello, agrumello).

Pourquoi avez-vous choisi Carniato pour votre distribution en France?

Dernièrement, nous enregistrons une demande accrue de produits design et biologiques, l'attention du consommateur aux pratiques environnementales et la traçabilité des matières premières tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Pourquoi avez-vous choisi Carniato pour votre distribution en France ?

Parce que Carniato a été le premier partenaire en France à croire aux produits Piemme et au fil du temps, est devenu un partenaire unique sur le marché français. C'était un bon choix consolidé au fil du temps par la croissance continue que nous avons eue et que nous avons encore d'année en année.

Carniato fait partie des plus grands leaders de la distribution de spécialités italiennes en France. Nous nous sentons honorés d'être un partenaire historique d'une entreprise aussi bien structurée.

Que pensez-vous de Carniato ? Quelles sont ses forces?

Carniato est synonyme de professionnalisme, de compétence et de stratégies adaptées pour atteindre ses objectifs.

Épicerie Sucrée

BABA AU RHUM SORRENTO 14°
Piemme
Code 3142 - 3,15kg - par 2

BABA AU RHUM SORRENTO 14°
Piemme
Code 3152 - 650g - par 6

BABA AU LIMONCELLO SORRENTO 14°
Piemme
Code 3160 - 3,15kg - par 2

BABA AU LIMONCELLO SORRENTO 14°
Piemme
Code 3155 - 650g - par 6

LIMONCELLO DI SORRENTO IGP
Piemme
Code 20258 - 70ml - par 6

Idée Cocktail :
Commencez par remplir une tasse à mule de glace et versez les ingrédients en commençant par le limoncello et en terminant par la bière de gingembre. Servir avec des feuilles de basilic frais et du gingembre

Recette de Giovanni

Délice au Gianduia

Delizie al Gianduia

Vin conseillé :
Cuvée, spumante Brut, Bolla - 5744

Ingrédients :
ricotta di bufala Cirigliana - 826
crème de gianduia Caffarel - 113928
topping fraise Fabbri - 4068
speculoos et beurre

Ecraser les speculoos et les mélanger avec le beurre fondu.

Battre la ricotta avec un fouet jusqu'à obtention d'une substance crémeuse. Ajouter la crème de giandia s et mélanger. Réserver au frigo dans une poche à douille.

Dans un emporte-pièce, étaler au fond le mélange spéculoos et beurre puis remplir avec la poche à douille de crème de ricotta et réserver au frigo pendant 2 heures.

Dressage : au centre de l'assiette, démouler l'emporte-pièce, décorer le dessus avec les mûres et 1 feuille de menthe et quelques gouttes de topping à la fraise.

Épicerie Sucrée

MINI CROSTATINA FRUITS ROUGES
Sapori Veri
Code 120203 - 1,5kg - par 1

ASSORTIMENT DE VIENNOISERIES FEUILLÉTÉES ET FOURRÉES
Sapori Veri
Code 120205 - 1,5kg - par 1

MINI CROSTATINA ABRICOTS
Sapori Veri
Code 120204 - 1,5kg - par 1

AMARETTI MOELLEUX AU CITRON
Chiostro di Saronno
Code 113588 - 900g - par 5

AMARETTI MOELLEUX À LA PISTACHE
Chiostro di Saronno
Code 113589 - 900g - par 5

AMARENA FABBRI
Fabbri
Code 4060 - 600g - par 6

CHOCOTASSE
Foodrinks
Code 113693 - 60ml x 72 pièces - par 1

Interview

Birra Flea®

Pouvez vous décrire votre entreprise ?

Flea est une brasserie italienne indépendante basée sur des bières artisanales de haute qualité, présente dans environ 20 pays.
Nous avons réalisé d'importants investissements dans une nouvelle usine et avons développé de nouveaux produits.
Nous sommes en mesure de vendre jusqu'à environ 70 000 hl de bière 100% artisanale.
Notre force est la parfaite buvabilité de nos bières ainsi que leur durée de conservation (24 mois à compter de la mise en bouteille).
Flea est notre marque principalement dédiée aux affaires horeca, dix saveurs spéciales et une bouteille très chic et élégante.

Quels sont les produits les plus vendus en France ?

En France, nous avons lancé notre gamme via les 5 bières suivantes: Costanza blonde ale, Lancia blanche, Isabella gluten free, Federico II Extra IPA, Violante belgian strong ale. Nous disposons d'autres produits de la gamme et développons aussi ces produits en canettes, très demandées sur les marchés actuellement.

Quelles sont les tendances sur votre marché?

Sur notre marché intérieur, nous vendons principalement la gamme Mama, une bière artisanale de haute qualité, avec une étiquette colorée et amusante, dans les meilleures chaînes de supermarchés telles que Coop, Conad, PAM... La gamme Mama représente environ 55%.
Malgré la situation pandémique récente, nous progressons de + 120% par rapport au premier trimestre 2020.

Pourquoi avez-vous choisi Carniato pour votre distribution en France ?

Nous visons à établir des coopérations à long terme partout dans le monde avec de grands partenaires stratégiques, tels que les importateurs nationaux, comme Carniato.
Carniato fait partie des plus grands leaders de la distribution de spécialités italiennes en France. Nous nous sentons honorés d'être un partenaire historique d'une entreprise aussi bien structurée.
Carniato a la possibilité de couvrir tout le territoire et c'est très important pour notre entreprise.

Matteo Minelli,
CEO de Cevico pour Birra Flea

Bières

BIRRA BIONDA COSTANZA
Code 6040 - 33 cl - par 12

Bière de couleur jaune clair, produite avec 100% de malt d'orge, goût frais, légèrement fruité, peu amer, mousse compacte, crémeuse et adhérente.
5,2% vol

BIRRA BIANCA LANCIA
Code 6041 - 33 cl - par 12

Bière légère de couleur jaune paille voilée, produite avec du malt d'orge et du malt de froment.
Goût frais, légèrement acidulé, très fruité et peu amer, mousse compacte, crémeuse et adhérente.
5% vol

BIRRA FEDERICO II EXTRA IPA
Code 6042 - 33 cl - par 12

Bière de couleur cuivrée, double malt, produite avec 100% de malt d'orge, nettement amère, avec des notes aromatiques et un arrière-goût herbacé donné par l'utilisation de houblons sélectionnés et de «dry hopping», mousse compacte, crémeuse et adhérente.
6,6% vol

BIRRA VIOLANTE BELGE ALE
Code 6043 - 33 cl - par 12

Bière de couleur jaune intense, pur malt, produite avec 100% de malt d'orge, au goût intense, avec une tendance à l'amertume et un arrière-goût de caramel, mousse compacte, crémeuse et adhérente.
8% vol

BIRRA ISABELLA SANS GLUTEN ALE
Code 6044 - 33 cl - par 12

Bière jaune paille, sans gluten, produite avec du malt d'orge et de blé, au goût sec, fruité, équilibré et à l'amertume persistante, à la mousse compacte, crémeuse et adhérente.
4,9% vol

Bières Non filtrées, non pasteurisées, de haute fermentation et refermentation en bouteille.

Bières

Luigi Moretti ouvre sa fabrique de bière et de glace à Udine en **1859**, alors que le Frioul fait encore partie de l'empire austro-hongrois. Il avait trente-sept ans, était issu d'une famille de commerçants en gros et portait une longue moustache. La moustache « **Baffo d'ORO** » toute une histoire, en **1942**, par un après-midi ensoleillé, Lao Menazzi Moretti pensif se promène dans la ville d'Udine ; il a son appareil photo à la main et son œil curieux cherche des histoires à immortaliser.

Son regard est attiré par un homme assis dans un café. **Lao Moretti** l'aborde et lui demande s'il accepte d'être photographié : comme ça, parce qu'en cet après-midi ensoleillé de cette année difficile, cet homme lui semble une page de sérénité à préserver. Il lui demande si, en échange de la photo, il veut quelque chose pour sa peine, et de sous son chapeau, l'homme à la moustache lui sourit et lui dit : "**Cal mi dedi di bevi, mi baste**" qui signifie : "***offre-moi un verre, ça suffit***". Un autre beau signe du destin, demander une bière à **Lao Moretti**.

Ainsi, tandis que l'homme à la moustache sirotait sa bière, Lao l'a photographié et ce cliché est devenu l'icône de la Birra Moretti pour toujours. L'icône d'une rencontre franche et sincère, pour la boisson qui unit par excellence.

L'image de la moustache est devenue le protagoniste d'affiches dans la ville et a été utilisée sur l'étiquette. **La Birra Moretti est devenue la bière des Italiens**.

BIRRA L'AUTENTICA
Moretti
Code 7001 - 33 cl par 24

BIRRA ALLA SICILIANA
Moretti
Code 6998 - 50 cl par 15

BIRRA ALLA TOSCANA
Moretti
Code 6999 - 50 cl par 15

BIRRA ROMA®

Birra Roma est fondée près de Rome en 2004 par deux passionné de la bonne bière : Elio Miceli et Massimo Salvatori, avec la collaboration du Brasseur Loan Bratuleanu.

Nos bières artisanales sont faites avec « Cuore » issues des meilleures matières premières et de l'orge de notre propre production.

Notre slogan : Le Birre fatte con il Cuore est notre philosophie
- produire nos bières avec Amour et Passion -

BIRRA ROMA BIONDA
Birra Roma
Code 7026 - 33 cl par 12

BIRRA ROMA DAMMEN IPA
Birra Roma
Code 7028 - 33 cl par 12

BIRRA ROMA ROSSA
Birra Roma
Code 7027 - 33 cl par 12

'na biretta®

Tout a commencé dans les ruelles de la banlieue de **Rome**, où nos fondateurs ont grandi parmi les graffitis et les ruines antiques.
Où l'inattendu est un mode de vie. Où il y a une attention mutuelle, par opposition à un véritable esprit de combat.
Inspirés par nos racines et nos origines, nous sommes **'na biretta**. **Une brasserie aux origines modestes, avec un désir ardent, celui de laisser une trace dans le monde**.
Nous, les 'na biretta, ne nous conformons pas ! Nous ne voulons pas brasser une autre bière italienne sans caractère.
Nous voulons rester fidèles à notre façon de faire, nos bières sont audacieuses, vivantes et surprenantes.
De **notre premier amour léger et rafraîchissant - la Chiara** - à **notre relation la plus mature - la Rossa**.
Nous allons vous faire repenser les bières italiennes.

NA'BIRETTA CHIARA
Na'biretta
Code 7003 - 33 cl par 12

NA'BIRETTA ROMA FORTE
Na'biretta
Code 7004 - 33 cl par 12

NA'BIRETTA ROSSA
Na'biretta
Code 7005 - 33 cl par 12

NA'BIRETTA BIO
Na'biretta
Code 7007 - 33 cl par 12

SPRITZ
LUXARDO®
Non Solo l'Aperitivo

Cocktails

HUGO SPRITZ
Luxardo
Code 8536

PROSECCO DOC EXTRA DRY
#BIO
Code 9900 75cl x 6

Le Hugo Spritz est un cocktail originaire du Haut Adige.
Ce cocktail est une alternative originale au Spritz.
Cet apéritif frais et aromatique met tout le monde d'accord et plaît aux hommes comme aux femmes !

On le prépare généralement directement dans le verre avec du prosecco, du sireau de fleur de sureau, un peu d'eau gazeuse et quelques feuilles de menthe… salute !

SPRITZ
Luxardo
Code 7800 - 1L x6

COCKTAIL BELLINI
Cipriani
Code 110256 - 75cl x6

CONEGLIANO VALDOBBIADENE DOCG PROSECCO SUPERIORE
BOLLA
Code 5739 - 75cl x6

PROSECCO DOC EXTRA DRY BIOLOGICO
BOLLA
Code 6900 - 75cl x6

PROSECCO ROSÉ DOC EXTRA DRY
BOLLA
Code 5742 - 75cl x6

Gusta la natura dei migliori frutti di Sicilia

Polara

BIBITE IN SICILIA DAL 1953

Boissons

NOUVEAUTÉES

THÉ CITRON
Polara
Code 7071 - 6x27,5 cl par 4

THÉ PÊCHE
Polara
Code 7072 - 6x27,5 cl par 4

MELOGRANO SICILIA BIO
Polara
Code 7061 - 6 x 27,5 cl par 4

ARANCIATA SICILIA BIO DOP
Polara
Code 7062 - 6 x 27,5 cl par 4

ARANCIATA ROSSA SICILIA BIO IGP
Polara
Code 7063 - 6 x 27,5 cl par 4

LIMONATA SICILIA BIO IGP
Polara
Code 7060 - 6 x 27,5 cl par 4

ARANCIA ROSSA
Polara
Code 7012 - 6x27,5 cl par 4

LIMONE ZENZERO
Polara
Code 7018 - 6x27,5 cl par 4

MANDARINO VERDE
Polara
Code 7017 - 6x27,5 cl par 4

LIMONATA
Polara
Code 7013 - 6x27,5 cl par 4

GASSOSA
Polara
Code 7010 - 6x27,5 cl par 4

CHINOTTO
Polara
Code 7011 - 6x27,5 cl par 4

Les Pouilles

Cette région tout en longueur est située dans le talon de l'Italie. Environ 85.000 hectares pour la plupart en plaine, le climat maritime chaud, les sols principalement calcaires d'origine sédimentaire et la production totale de vins : **5.000.000hl**

• Production des Vins Rouge et Rosé :
65% | Vins blancs 35%.

• **4 DOCG, 29 DOC, 6 IGT.**

• **74%** des vignobles est planté avec **des cépages rouges.**

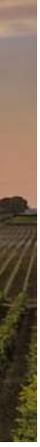
La Puglia représente **14% de la production italienne de vin**, mais **seulement 3% de la production en DOC** et **25% de la production des vins de table**.

• Plus de **90%** des vins sont produits en **IGT**.

• Les Pouilles ont plusieurs IGT : **Puglia, Tarantino , Valle dell'Itria, Salento , Daunia et Murgia**.

• La plus importante est l'**IGT Puglia qui est la 5ème plus importante IGT** d'Italie avec **600 000 hl produits en 2015**.

• L'IGT Salentino est située dans le talon de la botte alors que l'IGT Puglia couvre toute la région.



Le Salento est défini comme le talon de l'Italie en raison de sa forme :
il ressemble à une langue de terre, entourée par deux mers, la mer Ionienne et la mer Adriatique.

Elle est influencée par la mer (salinité de la terre), le soleil (la région qui compte le plus grand nombre d'heures d'ensoleillement en Italie) et le vent (anti-moisissure naturelle).

Le territoire de Castello Monaci est divisé en trois zones différentes : **Brindisi, Trepuzzi et Salice Salentino.**

Les caractéristiques des sols

Brindisi : la proximité de la mer (à quelques km du littoral de Brindisi) donne des sols à prédominance sableuse, pauvres en squelette. Un vent fort qui nettoie les grappes et absorbe l'eau des précipitations en peu de temps.

Trepuzzi : sol rouge en raison de la grande présence de fer ; avec une extraordinaire capacité de drainage de l'eau qui descend facilement dans le sous-sol en évitant la stagnation.

Salice Salentino : Le tuf, la roche de la terre, est transformé, dégradé et remué pour donner un squelette et un meilleur contrôle de l'eau. Sa couleur blanche, ramenée à la surface, réfléchit la lumière du dessous, élargissant ainsi les effets bénéfiques du soleil.

Interview

Pouvez vous décrire votre entreprise ?

Je suis Luigi Seracca Guerrieri et je représente la quatrième génération de Castello Monaci. Diplômé en droit à Milan, j'ai travaillé dans un important cabinet d'avocats à Milan pendant quatre ans, j'ai ensuite changé de vie et obtenu un Master en France, à Angers, dans la Loire, en viticulture et œnologie et marketing du vin (d'une durée de deux ans).
Par la suite, j'ai travaillé à Calmasino (VR) au siège du Gruppo Italiano Vini, notre société partenaire, puis j'ai déménagé, après de nombreuses expériences en Italie et à l'étranger, à Salice Salentino où je travaille exclusivement pour Castello Monaci, me consacrant au développement de la marque et l'hospitalité dans l'entreprise (sujet très important dans les Pouilles).

Pouvez-vous nous présenter la cave et ses méthodes de travail ?

La cave est située à Salice Salentino, dans la province de Lecce, dans le Salento, et son plus grand potentiel est d'avoir 210 hectares de vignobles qui garantissent la cohérence dans la qualité et le style des vins.
Notre façon de travailler combine la tradition dans l'utilisation presque exclusive des vignes indigènes de la région (primitivo, negroamaro, Malvasia Nera di Lecce) avec les nouveaux principes de la viticulture de précision.
Même dans la cave, nous sommes revenus à l'utilisation du ciment, partie intégrante de la vinification historique du Salento, accompagnée de l'utilisation des techniques les plus modernes.
Une grande attention dans le vignoble et dans la cave est portée à la durabilité environnementale, un élément qui nous caractérise depuis 2004.

Quelles sont les tendances sur votre marché ?

Concernant les marchés, l'Italie, et surtout le Salento, sont le principal marché. Ceci est très important pour la marque car être "prophète chez soi", surtout dans une zone aussi touristique et très visible, donne aussi beaucoup de crédibilité à l'étranger.

Les marchés les plus orientés sur le Primitivo sont l'Allemagne, la Suisse et les USA, mais aussi dans une moindre mesure la Belgique et la Hollande.

La France et le Japon, en revanche, sont des marchés qui ont bien fonctionné sur la marque et sont capables de vendre de nombreuses références (mais surtout des vins rouges).
Avant le début de la pandémie, nous avions commencé à travailler régulièrement en Espagne, en Russie et en Angleterre mais malheureusement, en raison de diverses vicissitudes, ces pays ont beaucoup ralenti les achats.

Que pensez-vous de Carniato comme partenaire ? Quels sont ses points forts ?

Quant à la France, je suis honoré d'avoir Carniato comme importateur.
Une relation d'amitié et de confiance s'est établie qui donne des résultats extraordinaires.
La collaboration a également été renforcée par une visite de ma part à Paris pour une dégustation avec la force de vente avant le cycle de vente trimestriel et deux visites du directeur de Carniato avec les clients les plus importants de Castello Monaci.
La route avait été très bien tracée et cette pandémie ne nous a pas aidés mais nous sommes prêts à repartir avec une grande détermination quand tout sera revenu à la normale.
Je crois qu'en plus de l'affection et de la considération qui unissent Castello Monaci à Carniato, la force de Carniato est la crédibilité de la force de vente (que j'ai connue individuellement et qui m'a toujours fait une excellente impression pour ses compétences et les compétences managériales) mais aussi dans logistique et d'avoir un catalogue très complet et diversifié, devenu aujourd'hui une référence de la cuisine italienne en France.

Vins

Coribante Syrah
Malvasia Nera Salento IGT

Corsé, gourmand

Code 5308 - 75 cl x6

Le Cépage : 60% de Syrah, 40% de Malvasia Nera di Lecce passérillé.

Zone de Production : Salento.

Le vin : Un vin gourmand au bouquet fruité qui vous surprendra par sa fraîcheur et son harmonie en bouche. Un vin inspiré par les Coribanti : des danseurs qui, au rythme du tambourin, déclenchent des danses frénétiques et une musique entraînante, transmettant une énergie et une harmonie inégalées. La même énergie et la même chaleur qui se dégagent des cépages Syrah et Malvasia Nera de Lecce.

Accord mets / vins : Parfait accord avec l'aubergine parmigiana, recommandé avec les pâtes aux légumes, boulettes de viande en sauce, fromages affinés, la viande rouge rôtie.

Pilùna
Primitivo Salento IGT

Gouleyant, Fruité

Code 25208 - 75 cl x6

Le Cépage : 100% Primitivo

Zone de Production : Salento.

Le vin : Pilùna, ou «pot de tuf» en grec, est le nom choisi pour ce Primitivo. Les grappes sont vendangées à la main, uniquement à l'aube, lorsque la température est plus fraîche. Une partie du vin vieillit en barriques françaises à torréfaction diverse pendant 6 mois et le reste s'affine dans les cuves en acier. À la robe rouge pourpre foncé, C'est un vin qui présente du corps et de la structure. Un grand bouquet de fruits rouges bien mûrs, avec des notes de poivre et de vanille et un rappel du maquis méditerranéen. En bouche, il est doux et concentré.

Accord mets / vins : Parfait avec les côtelettes d'agneau ; idéal avec les viandes rouges rôties ou braisées (porc et gibier), les savoureux plats de pâtes en sauce.

MARU
Negroamaro Salento IGT
Code 25207 - 75 cl x6
Code 25211 - 37,5 cl x12

SIMERA
Chardonnay Salento IGT
Code 25205 - 75 cl x6

LIANTE
Salice Salentino DOC
Code 25206 - 75 cl x6

KREOS
Negroamaro Rosato Salento IGT
Code 25209 - 75 cl x6

AIACE
Salice Salentino Riserva DOC
Code 25214 - 75 cl x6

La Sicilia Nel Cuore

La Tenuta Rapitalà est située à **Camporeale**, dans la province de **Palerme**, l'une des plus anciennes villes de Sicile.

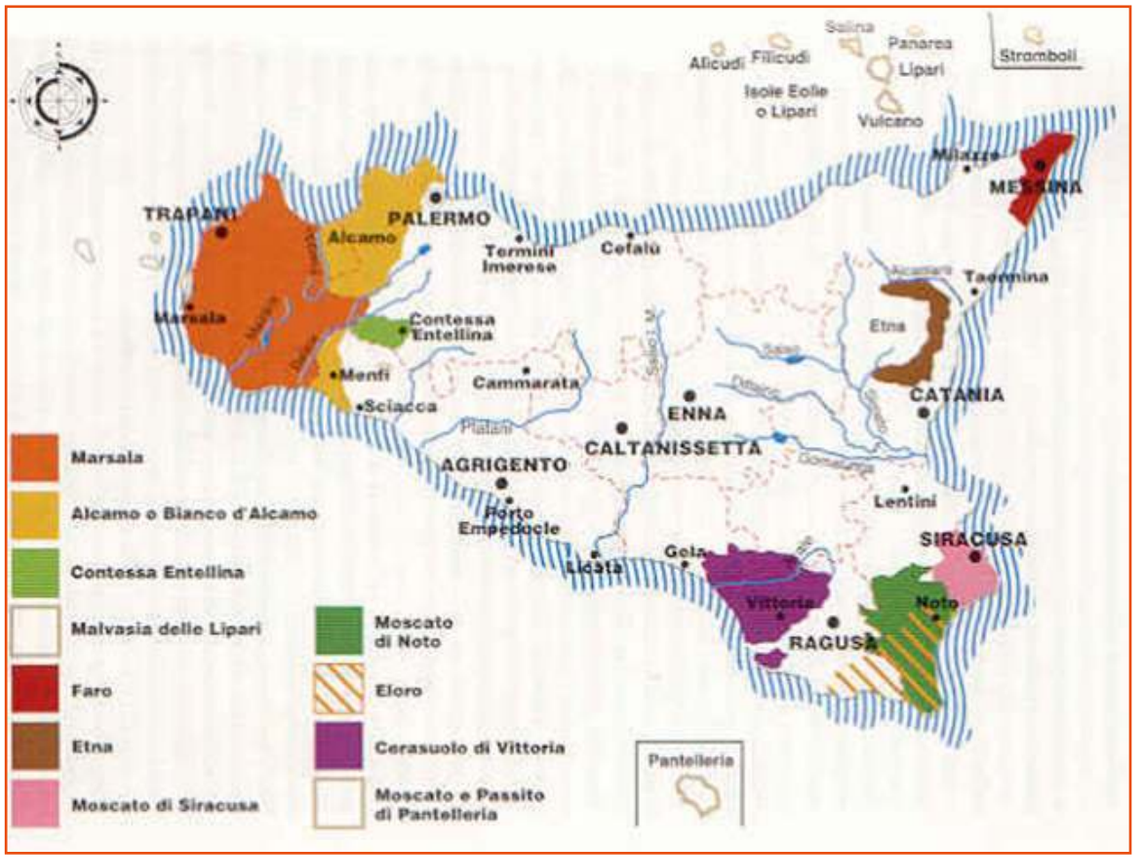
Les propriétés du domaine comprennent **163 hectares** de vignobles, dont la plupart se trouvent dans **la région d'Alcamo à l'ouest de la Sicile**, dans un territoire suffisamment aéré, lumineux et favorable à l'exercice de toutes les fonctions végétatives-productives de la vigne.

La Sicile est la plus grande île de la Méditerranée.
4ème région viticole d'Italie en volume
(après la Vénétie, les Pouilles et l'Emilie-Romagne).

Sa production représente environ **10% des vins italiens**.
Les vins avec une dénomination d'origine (DOP et IGP) représentent **60% de la production régionale**.

La Sicile est **le 1er vignoble biologique italien avec 38.935 hectares** (37,6% de la superficie nationale), suivi par les Pouilles et la Toscane, avec une croissance moyenne de 21% par an.

Le saviez-vous ?
Rapitalà est un vrai nom, il vient de l'arabe (Rabat-Allah «jardin d'Allah») et témoigne que ces campagnes étaient cultivées depuis l'Antiquité.



Vignoble principalement composé de colline et reliefs modestes, réputé pour ses rouges charpentés conséquence du climat chaud. La Sicile produit néanmoins des blancs intéressants ainsi que des rouges fins et élégants. Le climat y est chaud et sec et plus humide sur les côtes au nord-est. Multitude de terroirs par climat et sols : zones arides et humides; sols volcaniques, sableux, argileux, calcaires et aussi sols humides.

En **1968**, **Hugues Bernard** conte de la Gatinais épouse **Gigi Guarrasi**, descendante d'une grande famille palermitaine. Ensemble, ils créent sur ces ruines cette cave avec des critères modernes. Aujourd'hui, la cave est dirigée par son fils **Laurent** avec le même soin et la même passion.

La Tenuta Rapitalà s'étend sur **163 hectares dans le territoire de Camporeale**, sur un corps unique, dans la province d'**Alcamo**, sur de douces collines **entre 300 et 600 mètres**, sur un terrain où s'alternent argile et sable.

Rapitalà est parmi les premières caves à planter **des vignes françaises en Sicile comme le Chardonnay et le Pinot Noir**.

Interview

Pouvez vous décrire votre entreprise ?

Je peux dire que j'ai reçu une formation assez particulière étant donné que j'ai "grandi" dans l'entreprise et avec l'entreprise. Mes parents ont reconstitué Rapitalà après le tremblement de terre de 1968, la première bouteille commercialisée date de la récolte 1974. Je me souviens des premiers tests des étiquettes découpées à la main par ma mère, des premières récoltes enfant pour récolter de l'argent pour les vacances. A peine vingt ans, mon premier rendez-vous d'affaires avec le monopole suédois et le premier dîner avec la présentation des vins à une centaine de convives à Helsinki. Je remercie mes parents pour la confiance qu'ils m'ont toujours accordée et… pour leur légère insouciance en me mettant «en difficulté», face à des défis toujours plus nouveaux. Nous avons toujours été une famille très spartiate, où pour voir si vous saviez nager ils vous jettaient à l'eau… nager ou se noyer, simple. Cela m'a permis au fil du temps d'expérimenter tous les aspects de l'entreprise sur le terrain, de la production à la vente, en passant par les relations publiques et le marketing. Je pense que c'était une opportunité unique.

Pour mes études, bien sûr, je ne pouvais choisir que… l'ingénierie! Je pense avoir pris cette décision depuis l'âge de trois ans, puisque «le mousquetaire comme d'Artagnan» était désormais obsolète. Ingénieur en génie mécanique avec une attention particulière à la production industrielle. L'ingénierie façonne votre cerveau, la façon dont vous pensez, affrontez les problèmes et les résolvez. C'est une façon d'être, en se souvenant toujours de penser avec son imagination et ensuite de faire les calculs pour voir si les choses que tu penses tiennent debout.

Après l'ingénierie, je me suis inscrit en œnologie et viticulture. Malheureusement, ayant perdu mon père et ma mère peu de temps après, je n'ai pas pu terminer ces études.

Pouvez-vous nous présenter la cave et ses méthodes de travail ?

Si Rapitalà est né «du mariage» de mes parents, il est né de l '«union civile» entre moi et le groupe des vins italiens en 1999.

Rapitalà est une véritable "case story". En entrant dans le monde des grandes entreprises, nous avons conservé l'identité d'une petite entreprise familiale. Nous avons réussi à combiner les grandes économies d'échelle et l'organisation d'une grande entreprise, avec l'élasticité et la flexibilité d'une petite entreprise où chacun se sent chez lui. Rapitalà est une manière d '«être une entreprise».

Nous sommes toujours très critiques de notre travail, nous ne nous considérons jamais arrivés, nous essayons toujours de nous améliorer. Connaissances, savoir-faire et amélioration continue sont les clés de notre mode de fonctionnement. Aujourd'hui, Rapitalà possède plus de 160 hectares de vignes dans un seul corps et produit 2,4 millions de bouteilles, dont environ 1 million de la ligne dédiée à l'Horeca et provenant de notre domaine.

Quelles sont les tendances sur votre marché ?

Rapitalà a toujours été une entreprise destinée principalement au marché italien où nous vendons aujourd'hui 80% de notre production. La France est notre premier marché étranger et, en tant que sicilien-breton, je ne peux qu'en être content! Évidemment, la situation actuelle est difficile, mais je suis confiant dans des temps meilleurs et une reprise future. Je crois que chaque personne, partout dans le monde, a un très fort désir de surmonter et de racheter cette année et demi vraiment difficile.

Que pensez-vous de Carniato comme partenaire ? Quels sont ses points forts ?

Carniato est un exemple unique en Europe et je crois dans le monde entier. Une gamme excellente et complète de produits italiens pour la gastronomie que personne n'a jamais pu offrir. Ses atouts? Les gens ! C'est peut-être pour cela que nous nous sentons si proches, Carniato, comme Rapitalà, est une entreprise «familiale».

Vins

Piano Maltese
Bianco Terre Siciliane IGT

Frais, savoureux
Code 5283 - 75 cl x6

Les Cépages : Grillo, Catarratto et Chardonnay.

Zone de Production : Camporeale (Palermo), vignes sélectionnées sur le Domaine Tenuta Rapitalà situées à 400 mètres d'altitude

Le vin : De couleur jaune aux reflets pénétrants qui anticipent un grand arôme chaleureux et fruité et un corps qui fascine pour sa personnalité. C'est un vin au parfum frais méditerranéen. En bouche, il est sapide et élégant avec sa typique veine d'amande amère.

Accord mets/vins : pour les poissons nobles (bar, daurade, grands crustacés) et qui s'adapte tout aussi bien aux viandes blanches froides.

ROSAMMURI
Rosato Terre Siciliane IGT

Fruité, plein.
Code 5280 - 75 cl x6
Code 5260 - 37,5 cl x12

Les Cépages : Nero d'Avola, Perricone.

Zone de Production : Camporeale (Palermo), les cépages sélectionnés sont cultivés sur le Domaine Tenuta Rapitalà entre 300 et 400 mètres d'altitude

Le vin : De couleur rose vif, avec des senteurs florales et fruitées, une saveur sèche, pleine, élégante et nette, avec un fond léger de fruit qui reste en bouche.

Accord mets/vins : Apéritifs italiens (charcuterie), entrées savoureuses (également assaisonnées avec des tomates), poissons, viandes blanches, fromages frais.

NUHAR
Pinot Nero Nero d'Avola Sicilia DOC
Code 25078 - 75 cl x6

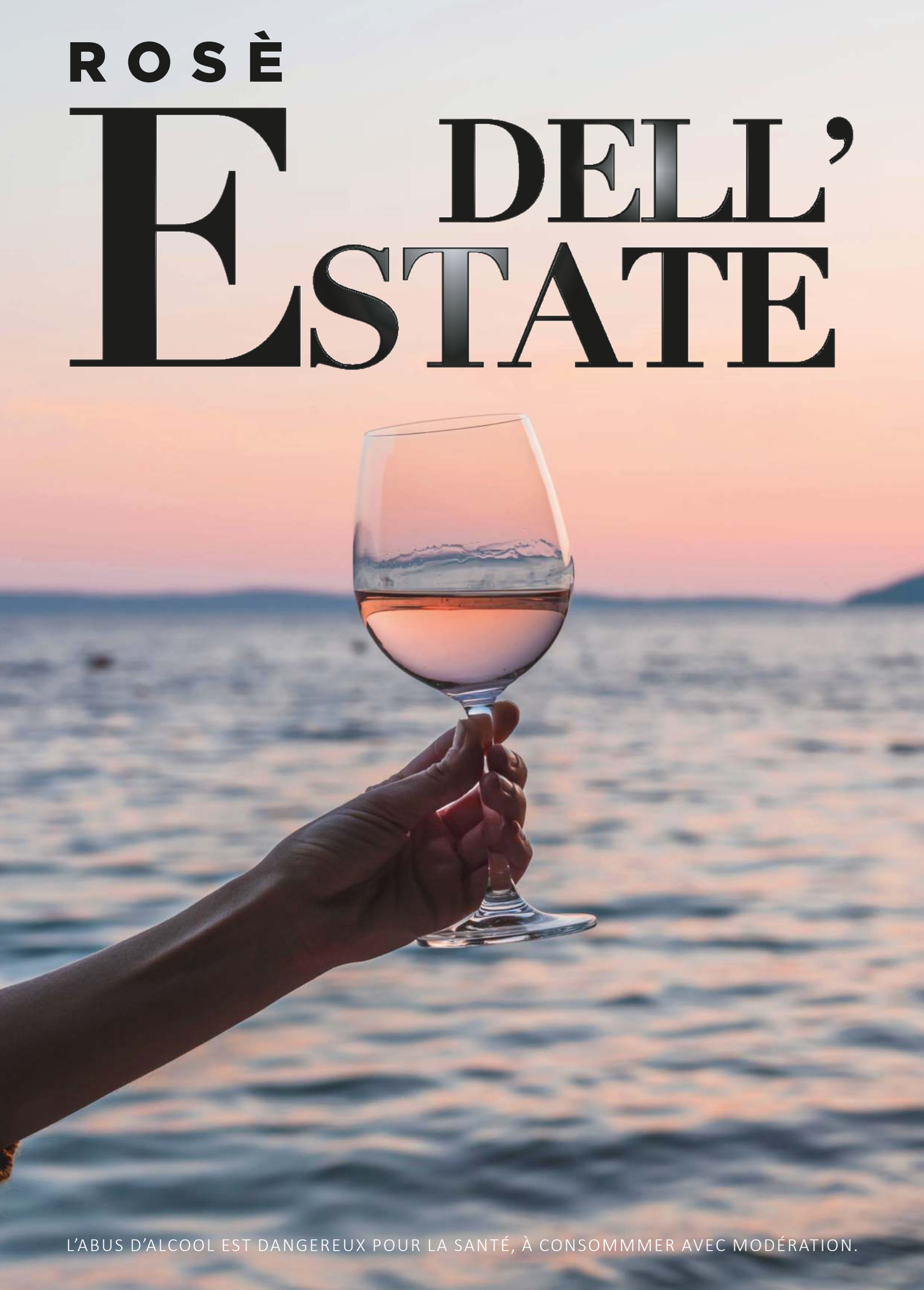
CAMPO REALE
Nero d'Avola Sicilia DOC
Code 5282 - 75 cl x6
Code 5298 - 37,5 cl x12

NADIR
Syrah Sicilia DOC
Code 25220 - 75 cl x6

VIGNA CASALJ
Alcamo Classico DOC
Code 25079 - 75 cl x6

ROSÈ

ESTATE DELL'



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMMER AVEC MODÉRATION.