



Comunicato stampa

**Presentato oggi al Four Seasons Hotel di Milano il volume
“Alimenti e nutrimenti strategici: il pesce” curato dal Servizio
Qualità di METRO Italia**

Pesce: tutto quello che c'è da sapere su un alimento straordinario

**Una guida pratica e completa per i professionisti della ristorazione
curata dai massimi esperti nutrizionisti del nostro Paese**

Milano, 28 novembre 2008. E' stato presentato oggi al Four Seasons Hotel di Milano il volume “Alimenti e nutrimenti strategici: il pesce” curato da Claudio Truzzi, Responsabile Servizio Qualità di METRO Italia in collaborazione con ARNA (Associazione Ricercatori Nutrienti e Alimentazione). Alla presentazione ha partecipato il Direttore Generale di METRO Italia Dominique Minnaert. Al termine dell'evento il famoso chef Sergio Mei ha cucinato alcune specialità ittiche in vendita alla METRO.

Il Dipartimento Assicurazione Qualità di METRO Italia ha sviluppato una linea di testi allo scopo di dare un supporto scientifico ai testi illustrativi editi dal gruppo, coinvolgendo le più famose università italiane ed i massimi centri di ricerca scientifica sul tema con il supporto dell'Associazione Ricercatori Nutrienti e Alimentazione (ARNA). Nel 2007 è stato pubblicato il primo testo dal titolo “Alimenti e nutrienti strategici” nel quale sono state trattate le caratteristiche qualitative e nutrizionali generiche di oltre 200 alimenti, seguito quest'anno da un secondo volume completamente dedicato ai prodotti ittici.

L'obiettivo di questa iniziativa è quello di informare i clienti professionali METRO sulle caratteristiche nutrizionali degli alimenti, in particolare per quanto riguarda i plus specifici dei prodotti in vendita alla METRO e di fornire informazioni preziose per la gestione ottimale degli stessi.

“Il volume che presentiamo oggi in questa cornice così prestigiosa – ha sottolineato Dominique Minnaert, Direttore Generale di METRO Italia - si colloca all'interno di un progetto iniziato due anni fa con l'obiettivo di formare ed informare i nostri clienti in merito agli aspetti qualitativi e nutrizionali dei nostri prodotti. METRO – ha proseguito Minnaert – intende essere partner dei propri clienti, accompagnando la loro crescita professionale e imprenditoriale con percorsi formativi studiati ad hoc. In un contesto sempre più competitivo e in un momento di generale calo dei consumi che sta toccando anche la ristorazione out of home, la sfida si vince puntando sulla qualità del prodotto e sull'efficienza del servizio. La formazione quindi può fare realmente la differenza.”

Comunicato stampa

L'opera è divisa in quattro sezioni nelle quali vengono trattati tutti gli argomenti correlati alle caratteristiche organolettiche, alla qualità, alle criticità e alla miglior conservazione dei prodotti ittici.

La prima parte è dedicata alla freschezza e alla sua valutazione. È definito il concetto di freschezza, il metodo ufficiale di valutazione e sono illustrate le caratteristiche qualitative specifiche di ogni tipologia di prodotto; infine vengono spiegati i meccanismi biologici alla base della perdita delle caratteristiche ottimali di freschezza.

La seconda sezione invece è dedicata interamente alle caratteristiche nutrizionali dei prodotti ittici. Partendo da una panoramica generale sui nutrienti in essi contenuti, il lettore potrà trovare i motivi per cui è importante consumare pesce e le caratteristiche specifiche di ogni qualità di pesce. Inoltre viene trattato il tema degli effetti dei metodi di cottura e conservazione sui valori nutrizionali. In questa sezione sono inserite, infine, specifiche schede sui prodotti a marchio METRO da cui è possibile ricavare informazioni in merito ai metodi di produzione e ai plus nutrizionali specifici di ogni prodotto.

La terza sezione illustra le più comuni problematiche igienico-sanitarie legate a tali prodotti e il modo più corretto per garantirne la migliore conservazione: ogni possibile rischio è affrontato in dettaglio descrivendo le misure preventive e correttive atte a prevenirlo. In questa sezione il professionista della ristorazione potrà trovare una guida pratica alla gestione dei prodotti e una panoramica delle azioni intraprese da METRO per garantire la freschezza dei propri prodotti.

Alla fine del volume il lettore troverà più di 80 schede tecniche di facile e rapida consultazione sulla freschezza e le caratteristiche nutrizionali dei prodotti ittici più comunemente commercializzati da METRO. In ogni scheda le particolari caratteristiche di freschezza dei prodotti commercializzati da METRO sono illustrate mediante l'utilizzo d'immagini esplicative e di dettagliate descrizioni tecniche. È inoltre indicata l'origine più comune di ogni prodotto e le sue specifiche caratteristiche nutrizionali.

Questo completo e approfondito volume sui prodotti ittici ha coinvolto il dipartimento Assicurazione Qualità di Metro Italia e i suoi illustri collaboratori in un duro lavoro di oltre un anno, al fine di creare una guida completa all'acquisto e alla gestione del prodotto.

METRO Italia, parte di METRO Group, uno dei maggiori gruppi distributivi internazionali, è oggi presente sul territorio nazionale con 48 magazzini in 16 regioni, vanta oltre 1.200.000 clienti professionali attivi, 30.000 prodotti in assortimento suddivisi in 11.000 referenze per il settore alimentare (food) di cui 8.000 di prodotti secchi e 3.000 di prodotti freschi, e 19.000 referenze nel settore non alimentare (non food). I collaboratori sono circa 5.000. Per maggiori informazioni si prega di consultare il sito www.metro.it

METRO Cash & Carry è presente oggi in 29 Paesi con più di 600 magazzini self-service all'ingrosso. Con oltre 100.000 dipendenti in tutto il mondo, l'azienda ha



Comunicato stampa

raggiunto nel 2007 un fatturato di 31.7 miliardi di Euro. METRO Cash & Carry è una divisione di METRO Group, uno dei maggiori e più importanti gruppi distributivi internazionali, che nel 2007 ha fatturato intorno ai 64 miliardi di Euro. Il Gruppo occupa all'incirca 290.000 collaboratori ed è presente con oltre 2.100 punti vendita in 32 Paesi. Le performance del Gruppo si fondano sulla forza delle sue divisioni commerciali che operano in modo indipendente nei rispettivi mercati: Metro/Makro Cash & Carry - leader internazionale nel self-service all'ingrosso, ipermercati Real, Media Markt e Saturn - leader europeo nella distribuzione dell'elettronica di consumo ed i magazzini Galeria Kaufhof. Maggiori informazioni su: www.metrogroup.de

Per contatto:

Ufficio Stampa METRO Italia: Communications Manager/Media Relations:
Susanna Bettoni – susanna.bettoni@metro.it

Agenzia: Below Media Relations srl:
Lucio Bergamaschi 349/8675241 lucio.bergamaschi@below.it.

27/11/08