Hamburger con carne di chiocciola, la proposta di Lumacheria Italiana

packaging-escargot-burger-f6839f8c

Nella sempre più vasta e variegata scelta delle hamburgherie, Lumacheria Italiana si inserisce con una proposta decisamente speciale, hamburgher a base di carne di chiocciola. Ne parliamo con Simone Sampò, Amministratore Delegato di Lumacheria Italiana.

Come azienda specializzata, come vi muovete nel comparto delle hamburgherie?
"Non siamo un'azienda specializzata ma facciamo un hamburger speciale a base di carne di chiocciola, essendo il nostro core business proprio la Chiocciola allevata in tutta Italia e in 18 Paesi al mondo secondo il rigido disciplinare di allevamento al naturale Chiocciola Metodo Cherasco, redatto nel 2016 dall'Istituto Internazionale di Elicicoltura e dall'Università di scienze gastronomiche".



Quali prodotti proponete per il settore?

"Abbiamo lanciato durante la manifestazione Helix 2021 l'Escargot Burger, novità assoluta nel campo degli hamburger. La carne di chiocciola è sempre meno legata ad un consumo tradizionale e con l'Escargot Burger abbiamo deciso di arrivare proprio ad un target più giovane e pop. I tanti chef con i

quali collaboriamo in tutta Italia ci hanno infatti confermato come la carne di chiocciola sia sempre più scelta proprio dai giovani che si avvicinano a questo alimento attratti dalle caratteristiche proteiche e povere di grassi di questa carne. Rivisitata in chiave panino con l'accompagnamento delle salse classiche dell'hamburger, ma strizzando l'occhio alla cucina gourmand, l'Escargot Burger sta ottenendo grande successo e ben si sposa sia con la birra che con i vini rossi più robusti del territorio di Langa".

Che obiettivi di crescita vi date da qui a cinque anni?
"Vorremmo, con la diffusione dell'Escargot Burger e delle tante ricette che proponiamo con le nostre linee di prodotti conservati e surgelati, sensibilizzare il consumatore ad una scelta più etica e sostenibile anche attraverso quello che arriva nel piatto. La produzione di chiocciole richiede in media 3 litri d'acqua a metro quadro che portano ad un consumo di 500 litri l'anno per ottenere un kg di carne di chiocciole contro i 15.000 necessari per produrre un kg di carne tradizionale. Sono dati che non si possono ignorare in questa epoca storica dove è necessario compiere operazioni attive a salvaguardia dell'ambiente".



Vi aspettate ancora una crescita del settore delle hamburgherie, considerando che il fenomeno è già consolidato?
"L'Escargot Burger è una novità, possiamo essere quel quid in più per le hamburgherie che vogliano proporre un'alternativa alla carne tradizionale. Il nostro burger ha le carte giuste per poter accontentare un target molto ampio e trasversale che va dai giovani, ai curiosi di nuovi sapori e attenti alla sfera green e sostenibile, ad una clientela più tradizionale".

Attraverso quali leve è possibile ancora crescere in questo comparto: c'è ancora un terreno 'vergine' da esplorare?
"Dalla chiocciola nasce una 'economia elicoidale' che guarda al futuro in modo sostenibile e si espande a... spirale verso diversi settori: alimentazione, cosmesi, tech, farmaceutica e sociale. La nostra Chiocciola si muove secondo natura, lenta ma inesorabilmente capace di raggiungere il traguardo. Quello che l'Escargot Burger rappresenta è proprio la possibilità di rigenerazione di un

alimento come il burger classico che può cogliere l’occasione di rinnovarsi, sfruttando tutte le potenzialità della cucina pop rivisitata in chiave gourmand e di alto livello".