



La nostra tutela
è la vostra sicurezza.





Il Prosciutto di Parma rafforzerà ulteriormente i controlli affidandosi a un nuovo ente certificatore, CSQA: una società leader a livello nazionale, in grado di garantire la massima tutela e trasparenza. Ma non è tutto: stiamo migliorando anche il Disciplinare di Produzione per rafforzare la distintività, la genuinità e la qualità del Prosciutto di Parma, con un'attenzione sempre maggiore alla tracciabilità del prodotto lungo tutta la filiera. Controlli più efficaci, caratterizzazione del prodotto e ancora più garanzie per i consumatori: sono questi i pilastri su cui poggia il futuro di Prosciutto di Parma, eccellenza e simbolo del Made in Italy nel mondo.

A
ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO
DEL SETTORE ALIMENTARE

MIF MARKET INDEX FOOD
Dati relativi al comparto food nel Largo consumo confezionato Mese di Luglio 2019 Vs Luglio 2018

TREND VENDITE A VALORE +4,10%	TREND VENDITE A VOLUME *trend a prezzi costanti +4,05%	PRESSIONE PROMOZIONALE 26,24%	TREND VENDITE IN VALORE DELLE PL * PL = Private Label +8,99%
---	---	---	---

A
ALIMENTANDO
IL QUOTIDIANO
DEL SETTORE ALIMENTARE

S

ALUMI
& CONSUMI

ANNO 12 - NUMERO 9 - SETTEMBRE 2019
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

ATTUALITÀ A pagina 26

Cari e rari

Il prezzo dei suini continua a crescere. E la quantità si riduce sempre più. Il settore lancia l'allarme: c'è il rischio di non rifornire i punti vendita. Indispensabile un ritocco dei listini.

IL CASO A pagina 16

ALLARME LISTERIA

Dopo la diffusione dell'epidemia in Spagna, il Paese lancia un'allerta internazionale. Sotto accusa il produttore di carne Magrudis. I commenti di Davide Calderone (Assica) e Confagricoltura.



COVER STORY A pagina 18



Lenti: "Alta qualità e praticità al servizio del consumatore"

Ottime performance per le referenze premium dell'azienda. Che presenta una nuova linea di affettati nata con il Consorzio di tutela razza piemontese e un prosciutto cotto nazionale top di gamma prodotto seguendo le ricette originali del 1935.

PRIMO PIANO A pagina 14

Tutte balle!

Luca Ferrarini attacca Italmobiliare e Intesa Sanpaolo durante il processo per il crac della Pop Vicenza. Immediata la replica: "Affermazioni gravi e prive di fondamento".

FIERE & MANIFESTAZIONI Alle pagine 76 e 77

Alimentaria cambia passo

Intervista a José Antonio Valls, general manager della manifestazione spagnola. Che torna nel 2020 con un layout completamente rinnovato. E dove l'Italia sarà assoluta protagonista. Tutte le anticipazioni e le novità sulla kermesse internazionale di Barcellona, in scena dal 20 al 23 aprile prossimi.

PRIMO PIANO A pagina 43

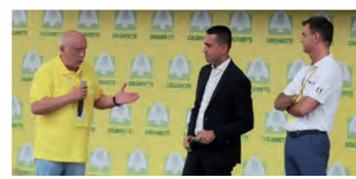
Basta con l'asta!

Chiara Gagnarli, capogruppo del M5S in commissione Agricoltura alla Camera, illustra il provvedimento che mette termine alle contrattazioni con doppio ribasso, limitando nel contempo le vendite sottocosto.

FOCUS ON Da pagina 52 a pagina 55

Terremoto peste suina

A un anno dallo scoppio dei primi focolai in Cina, la situazione è allarmante. E non coinvolge solo l'Asia. L'analisi di Rabobank rivela le implicazioni sul mercato globale dell'epidemia.



SCENARI Alle pagine 44 e 45

COLDIRETTI: DELIRI DI ONNIPOTENZA

I big della Confederazione alla tre giorni organizzata a Milano (5-7 luglio). Il segretario generale Gesmundo e il presidente Prandini all'attacco su Europa, made in Italy e accesso ai dati sulla provenienza del latte. Con Di Maio a reggere il moccolo. Ma Vacondio, di Federalimentare, non ci sta...

ALLE PAGINE CENTRALI

Il calendario di calcio Serie A - 2019/2020

PIÙ PURO BERETTA. LA QUALITÀ È IN BUONE MANI.																				
<table border="1"> <tr> <th>PRODOTTO</th> <th>ANTISTOCCHI</th> <th>ANTIBATTERICI</th> <th>ANTIRISCHIO</th> <th>ANTISALINITÀ</th> <th>ANTISODIUMI</th> <th>ANTISODIUMI</th> <th>ANTISODIUMI</th> <th>ANTISODIUMI</th> <th>ANTISODIUMI</th> </tr> <tr> <td>...</td> </tr> </table>	PRODOTTO	ANTISTOCCHI	ANTIBATTERICI	ANTIRISCHIO	ANTISALINITÀ	ANTISODIUMI	ANTISODIUMI	ANTISODIUMI	ANTISODIUMI	ANTISODIUMI
PRODOTTO	ANTISTOCCHI	ANTIBATTERICI	ANTIRISCHIO	ANTISALINITÀ	ANTISODIUMI	ANTISODIUMI	ANTISODIUMI	ANTISODIUMI	ANTISODIUMI											
...											

LE GUIDE PER I BUYER

Preaffettato

Il comparto cresce del +4,4% in volume e del +4,3% in valore nell'anno terminante a giugno. Molto bene le vaschette di bresaola e arrosti, con incrementi in doppia cifra. Performance eccezionali per i salumi accompagnati ad altre referenze (+12,6% e +11,5%).

Da pagina 58 a pagina 70

Speck

Le proposte delle aziende e le novità sul fronte del packaging. Per un salume tipico sempre più apprezzato in Italia e sui mercati esteri. Una specialità diffusa soprattutto nel canale della Grande distribuzione.

Da pagina 27 a pagina 40

Italiani, brava gente

La situazione del piccolo commercio, in Italia, è drammatica. Dal 2011 hanno chiuso 32mila punti vendita tradizionali. Ogni giorno abbassano definitivamente la serranda ben 14 negozi. Un'attività su due non arriva ai tre anni di vita.

Quali le cause?

Indubbiamente la Distribuzione Moderna ha le sue colpe. Ma non è solo un problema di supermercati e discount. Molta colpa l'hanno i negozi che non hanno saputo aggiornare l'offerta ai nuovi modelli di consumo.

Un esempio classico è mia moglie Margherita. Sino a poco tempo fa era una fan accanita di Esselunga. Il buon Caprotti, pace all'anima sua, avrebbe dovuto premiarla come consumatrice dell'anno. Tali e tanti i prodotti da lei acquistati nei supermercati della grande Esse... All'epoca dei famigerati 3x2 avevo la casa piena di brioches, pasta, biscotti e altro ancora. Avrei potuto sfamare un battaglione di marines.

Per non parlare poi dei vari gadget proposti con la carta Fidaty. Era la fiera di menarelli, stoviglie, pentole, accessori di ogni ordine e specie. Usati una volta e poi abbandonati al loro destino...

Nel corso degli anni però la ragazza, si fa per dire, ha cominciato a comprendere che Cristo non si fermava a Paina, location della Brianza dove si trova il suo supermercato Esselunga. Ma che esistevano altre possibilità di acquisto.

E qui è scattata una lunga caccia al negozio di prossimità. Ovvero a quel punto vendita in grado di offrire quel servizio e quella qualità che comunque il supermercato non poteva e non può fornire.

Così è nata un'amicizia con il gioielliere, ovvero il fruttivendolo. Nel negozietto lavorano in tre - padre, madre e figlia - con un'attività frenetica. Entri e la vendita è una corsa ai 100 metri piani che neanche Usain Bolt, noto atleta giamaicano, potrebbe vincere. Con il padre che imperversa fra una cassetta e l'altra, la madre che confeziona, la figlia che incassa. Con 80 euro, fra albicocche, pesche, patate, pomodori, insalata e qualcos'altro, riesci a malapena ad arrivare a fine settimana. Commento di Margherita: "Però sono buoni e non butti via niente". Alla faccia...

Sempre vicino a casa c'è poi il macellaio. Qui devo spezzare una lancia a suo favore. Il negozio è piccolo ma al sabato ci lavorano in sette. Sul fresco/freschissimo nulla da dire. La carne è poi uno spettacolo con proposte fra le più varie. Come plus c'è poi la sezione equina. I prezzi sono alti ma li merita ampiamente.

Nel paese c'è poi il "formaggio". Un negozio storico che offre specialità fra le più varie. E rimane un punto di riferimento per il circondario. Se qualcuno vuole un formaggio particolare deve passare di qua.

Perché questi tre esempi?

E' la dimostrazione che, malgrado Gd e Do, la bottega può ritagliarsi ancora un grande spazio fra i consumatori. Il problema non è, in questo caso, il prezzo. Ma il servizio e la qualità dei prodotti. Per noi italiani, che siamo di gusti difficili, il mangiare (e bere) bene è un must. Non si scappa.

Si parla tanto delle giovani generazioni che pare abbiano dimenticato la cucina e il cucinare. Non è assolutamente vero. O meglio, noto che fra le donne c'è più disaffezione. Sono gli uomini invece che si scatenano in cucina.

Gli esempi ce li ho in casa. Mio figlio, molto bravo, che si diletta in variazioni sul tema etnico e dintorni. Mio genero, un autentico cultore del buon cibo. Capace di cucinare piatti squisiti per la famiglia come pure di organizzare cene benefiche, da tre stelle, per 200 persone.

Non lamentiamoci dunque. I tempi sono cambiati. Oggi c'è la moda dei vari Deliveroo e dintorni. Ma passerà presto o si ridimensionerà. Come il veganesimo d'altronde.

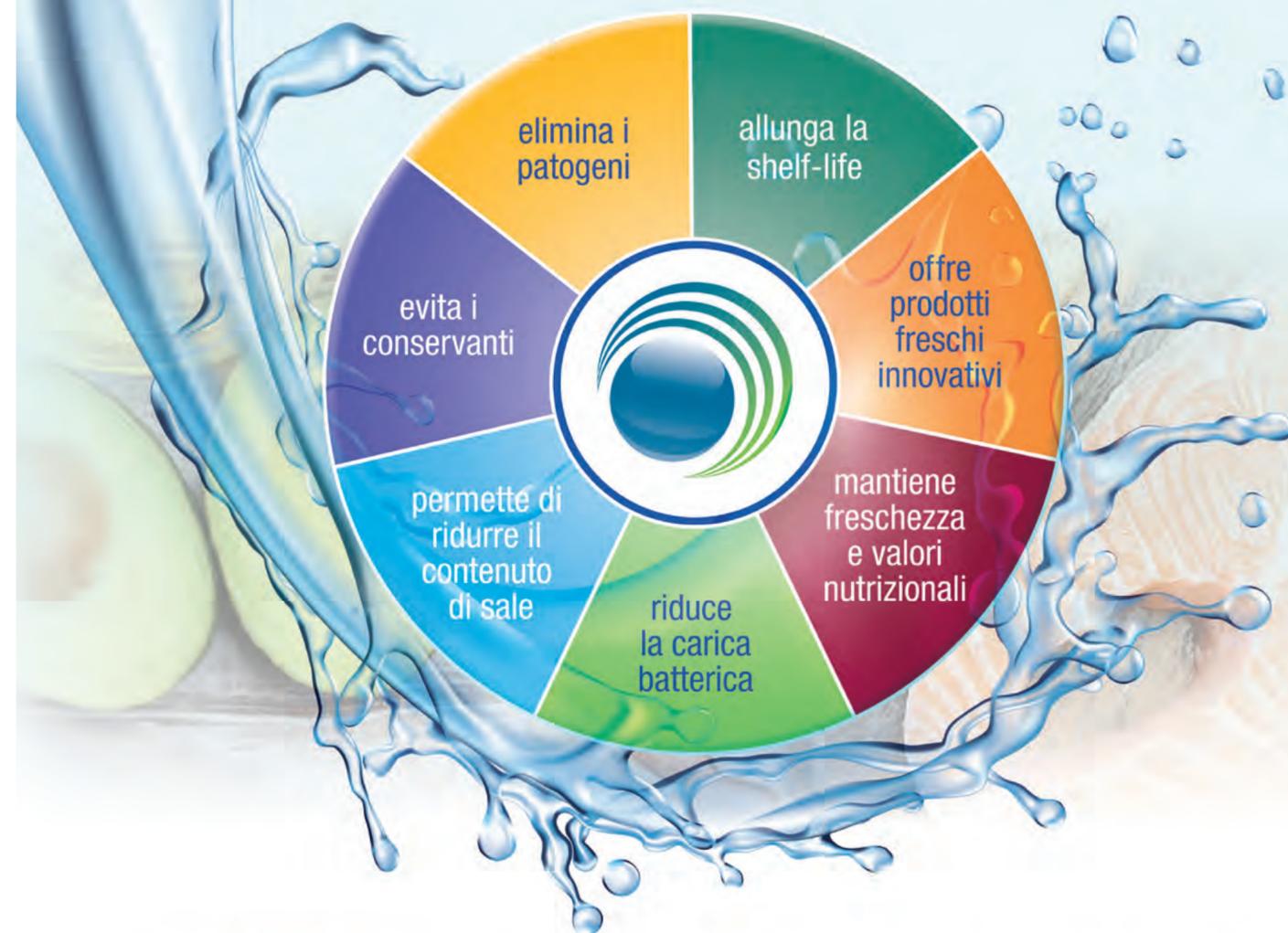
La passione per la buona cucina rimarrà sempre. E gli italiani, con buona pace di tutti, sono i numero uno al mondo. D'altra parte l'Italian Sounding (ovvero la "copiatrice" della cucina italiana) lo dimostra. Avete mai sentito parlare di Uk, German, Us Sounding? No, appunto.

Angelo Frigerio

SICUREZZA ALIMENTARE

Rischio listeria

Il rimedio c'è: si chiama HPP



La forza dell'Alta Pressione

HPP ITALIA, il partner affidabile in grado di fornire l'innovativo trattamento iperbarico HPP per i prodotti deperibili

- ✓ Brand protection
- ✓ Sicurezza h24
- ✓ Export no limits

In HPP ITALIA trattiamo i prodotti a pressioni idrostatiche elevatissime (migliaia di atmosfere) inducendo così l'inattivazione batterica: un innovativo processo a freddo grazie al quale gli alimenti, stabilizzati e sicuri, mantengono intatti i preziosi elementi nutritivi ed organolettici.

Con la tecnologia HPP (High Pressure Processing) i vostri prodotti possono aumentare la loro shelf life in tutta sicurezza!

Siamo stati i primi in Italia ad offrire il trattamento ad Alta Pressione conto terzi e ne garantiamo la massima riservatezza.

Scoprite le potenzialità straordinarie di HPP (High Pressure Processing) prenotando i vostri test gratuiti su hppitalia.it.



HPP Italia srl
Traversetolo, PR - info@hppitalia.it



Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo Srl
Palazzo di Vetro
Corso della Resistenza, 23
20821 Meda (MB)
Tel. +39 0362 600463/4
Fax. +39 0362 600616
e-mail: info@tespi.net

Periodico mensile
Registrazione al Tribunale
di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008.
Poste Italiane SPA
Spedizione abbonamento postale
DL 353/2003 - Conv. in Legge 46/2004
Art. 1 Comma 1 - LO/MI

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Periodico mensile
Anno 12 - numero 9 - settembre 2019
Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Una copia 1,00 euro - Poste Italiane SpA
L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.
Responsabile dati:
Angelo Frigerio

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 5 settembre 2019

Il pagellone

Cos'è "Il Pagellone"?

Un piccolo scorcio satirico nel paludato universo che gira intorno al food. Politici, presidenti di associazioni, volti noti al pubblico televisivo e non, rappresentanti dell'industria: chi più ne ha, più ne metta. Un angolo per sorridere e prendere in giro amabilmente: registi, attori e comparse di questo meraviglioso palcoscenico. Laddove l'alimentare, in un modo o nell'altro, fa sempre bella mostra di sé.

Angelo Frigerio

La coppia "esplosiva" di Meda



Un ordigno bellico risalente alla Seconda guerra mondiale. Un proiettile lungo 15 centimetri potenzialmente mortale. Ma che una coppia di pensionati brianzoli ha inconsciamente utilizzato per anni come... Schiaccianoci. Succede nella "nostra" Meda, dove i carabinieri, a seguito di un normale controllo su armi regolarmente denunciate, hanno ordinato l'immediata evacuazione di una villetta. I proprietari, due 70enni, da decenni custodivano in casa come soprammobile un pericoloso residuo bellico. Un cimelio dal potenziale esplosivo ancora intatto e di cui moglie e marito spesso approfittavano, servendosene come improvvisato schiaccianoci. Preso in carico dagli artigiani, è stato fatto brillare in totale sicurezza. Ma rimane il dubbio: la frutta che si vende in Brianza è davvero così una bomba?

VOTO
3

(non fatelo a casa)

McDonald's

"Hey mafioso, try our new Bacon della Casa now! Bella Italia", tradotto: "Hey mafioso! Prova il nostro Panino della casa [al bacon]. Bella Italia!". Questo è il lancio pubblicitario che ha ricevuto sul proprio telefonino Dario, un 30enne di Giare (Ct), da quattro anni residente in Austria per lavoro. Il messaggio è stato spedito da McDonald's, la maggiore catena di fast food al mondo. "Da siciliano all'estero mi sono davvero incazzato", spiega Dario a Meridionews, il sito che ha pubblicato per primo la frase offensiva che associa l'Italia alla mafia. Dario ha scritto anche a McDonald's: "Da assiduo cliente del vostro fast food vi prometto che non mi vedrete più nei vostri ristoranti. La notifica che mi avete inviato è la più offensiva e discriminatoria pubblicità che io abbia mai visto in vita mia. Come osate as-



VOTO
2

sociare tutti gli italiani a un branco di criminali? Pensate che chiamare a caso un ragazzo italiano mafioso vi faccia vendere più hamburger?". Il caso ha perfino spinto quattro parlamentari di Palermo del Movimento 5 Stelle a un appello pubblico dove si chiede a McDonald's di rimediare alla figuraccia, lanciando una campagna di sensibilizzazione sul problema della mafia. I re degli hamburger hanno però risposto scusandosi, spiegando l'accaduto: "In occasione del lancio di un nuovo hamburger, McDonald's Austria ha utilizzato una creatività basata sulla parola tedesca 'mamfen' che significa 'goloso'. Per errore, nella traduzione inglese di questo gioco di parole, è stata usata la parola mafioso". Verrebbe da rispondere: "Ok, americani grassoni! Pace fatta!". Ma siamo uomini d'onore e non lo faremo...

Jaden Smith



Jaden Smith, figlio del popolare attore Will Smith, ha messo in atto una nuova impresa: un food truck chiamato I Love You Restaurant, che mira a fornire cibo vegano ai senzatetto di Downtown LA. Il giovane Smith ha descritto così l'iniziativa: "I Love You Restaurant è un movimento che consiste nel dare alle persone ciò che si meritano. Cibo vegano sano e gratuito. Abbiamo già lanciato il primo food truck pop-up nel centro di Los Angeles". Complimenti per la bella iniziativa caro Jaden, ma perché proprio cibo vegano? Magari un bistecca o un hamburger, a chi ha davvero fame, farebbe molto più piacere.

VOTO
7

(ma non sarà solo pubblicità?)

La cotoletta



Dimenticate le auto Diesel o il riscaldamento tenuto troppo alto d'inverno. Lasciate perdere Aree B, C e chi più ne ha, più ne metta. I ricercatori dell'Università Sacro Cuore, infatti, hanno scoperto la vera grande causa dell'inquinamento a Milano: la cotoletta! Uno studio portato avanti da un team di medici, fisici, agrari e sociologi delle sedi di Milano, Brescia, Roma e Piacenza dell'ateneo ha difatti evidenziato come uno tra i simboli della cucina meneghina inquina più di un'automobile Euro 0. Friggere una cotoletta, è spiegato nel paper, porta al rilascio di emissioni di particolato fine e ultrafine. Quelle famosi polveri sottili che, se non aspirate con dovizia dalla cappa, finiscono per ammorbare l'aria di casa, rischiando di provocare danni alla salute. A quando l'ordinanza d'urgenza del sindaco Sala per una giornata di blocco totale delle cotolette?

VOTO
8

(alla faccia dei Gretini)

East West Market di Vancouver

L'uso eccessivo di plastica è ormai una delle principali emergenze globali. Politiche specifiche, indirizzate a ridurre i consumi di questo materiale altamente inquinante, sono nelle agende di quasi tutti i governi del mondo. Ma più di tutto possono le piccole azioni del quotidiano. Come ad esempio utilizzare borse di cotone o riciclare vecchi sacchetti per fare la spesa. E per quanti non sono troppo inclini a seguire questa semplice pratica virtuosa, una spinta può arrivare direttamente dai negozi. Come nel caso dell'East West Market, alimentari di Vancouver. Lo store canadese, infatti, ha avuto una divertente trovata per scoraggiare i propri clienti a domandare sacchetti di plastica, personalizzando in maniera "imbarazzante" i propri shopper. Sulle buste, infatti, non appare il classico logo del negozio, ma scritte del tipo: "Negozio di strani video per adulti" oppure "Unguento per verruche all'ingrosso". Una risata salverà il pianeta...

VOTO
7



Il Sapore della Tradizione

WWW.PROSCIUTTOTOSCANO.COM

ANUGA — COLONIA 5-9 OTTOBRE 2019 — PADIGLIONE 5.2 STAND D057



Jbs torna all'utile. Ricavi in aumento del 12,5% con forte crescita della marginalità

Il colosso mondiale della produzione di carne Jbs, che in Italia controlla Rigamonti, l'azienda valtellinese principale produttrice di bresaola, torna a fare il pieno di utili e ricavi. Protagonista di uno scandalo di tangenti che aveva spazzato via i precedenti vertici della società fondata da Joao Batista Sobrino, ora il Gruppo brasiliano sta dando segni di grande ripresa. Nel secondo trimestre del 2019, infatti, ha realizzato ricavi per 50,8 miliardi di real brasiliani (pari a circa 11,3 miliardi di euro). In crescita, dunque, del 12,5% sul corrispondente trimestre del 2018. Con un Ebitda di 1,08 miliardi di euro (+20,3% e con margine del 10%) e un utile netto pari a 488 milioni di euro. La società ha annunciato anche che in agosto salderà l'ultima quota di pagamento della multa, pari a 1,12 miliardi di euro, inflitta all'azienda dalla Cvm (la Consob brasiliana) per gli scandali passati.

SALUMIFICIO LEADER NELLA PRODUZIONE DI COPPE, GUANCIALI E PANCETTE

RICERCA RESPONSABILE EXPORT

PER INSERIMENTO NEL PROPRIO ORGANICO DELLA SEDE DI MODENA

Nello specifico, la persona che stiamo cercando si occuperà di:

- gestire il portafoglio clienti direzionali e la rete di vendita estera in essere
- ampliare il parco clienti, anche attraverso la ricerca di nuovi distributori/agenzie
- organizzare e partecipare attivamente a fiere internazionali
- monitorare l'andamento dei dati di vendita
- gestire tutte le problematiche legate alla vendita

Il candidato ideale ha maturato esperienza pluriennale in aziende del settore salumi o affini con importante presenza sui mercati esteri.

Indispensabili, orientamento al lavoro per obiettivi, autonomia, flessibilità, dinamicità, elevato livello di operatività, professionalità ed attaccamento all'azienda.

La fluente conoscenza della lingua inglese scritta e parlata, e preferibilmente quella di una seconda lingua straniera, e la disponibilità a trasferire all'estero, completano il profilo.

Inviare il CV a: angelo.trigerio@tespi.net

Ingredienti e Prodotti per Salumifici e Industrie Alimentari | Food Ingredients



TECNOLOGIE ALIMENTARI
MISCELE PERSONALIZZATE

L'ESPERIENZA AL VOSTRO SERVIZIO

LA NOSTRA AZIENDA IMPORTA, CONFEZIONA E DISTRIBUISCE SOLO I PRODOTTI MIGLIORI

INGREDIENTI FUNZIONALI	MISCELE PERSONALIZZATE
FIBRE ALIMENTARI	CONSERVANTI
ADDITIVI E COLORANTI	SPEZIE E AROMI
PRODOTTI BIOLOGICI	COLTURE STARTER

PRODOTTI AUSILIARI PER IL PROCESSO DI PRODUZIONE



www.sainisrl.it
saini@sainisrl.it

CERTIFICATI BIO N° IT BIO 006 n. C849

alcuni prodotti:
DESTROSI BIO | SACCAROSIO BIO
FECOLA BIO | SIERO DI LATTE BIO

SAINI SRL Via Grandi, 70 (Polo Ind.le Vega) 20862 Arcore (MB) - Italy
Tel. (+39) 039.6012352 - Fax (+39) 039.6014272

MULTIVAC: RINNOVATA E AMPLIATA LA SEDE DI CORSICO



Multivac si rifà il trucco. L'azienda milanese, leader nelle soluzioni di confezionamento, amplia gli spazi e i servizi a disposizione dei clienti. Infatti, è finalmente terminato il processo di ristrutturazione e rinnovamento della sede di Corsico (MI) e del servizio dedicato all'assistenza tecnica. Apportate migliorie sia in termini strutturali, che di personale. È stato allestito uno showroom con le macchine più rappresentative, che restano a disposizione per eventi, dimostrazioni, test, oltre che per corsi di addestramento per il personale interno e per i clienti. Grazie alla presenza di una porzionatrice Tvi e di un abbattitore per la corretta regolazione della temperatura dei prodotti, si possono svolgere, ad esempio, test di confezionamento e porzionatura. È inoltre disponibile una sala revisioni moderna ed equipaggiata per le revisioni, modifiche, allungamenti e retrofit di macchine. In aggiunta a un reparto per la rifilatura e la revisione delle piastre di saldatura e formatura. Al fine di fornire ai clienti la migliore assistenza, è stato ampliato il team dei tecnici, professionisti provenienti da aziende dell'alimentare, con esperienza su macchine di processo, come affettatrici e porzionatrici. L'intera ristrutturazione è avvenuta con un occhio di riguardo per la sostenibilità, sia nella scelta dei materiali, realizzati con fibre naturali e riciclabili, che nell'utilizzo delle risorse. È stato infatti installato un nuovo impianto fotovoltaico. In poche parole, una sede moderna e dinamica, che conferma l'attenzione di Multivac alla qualità di prodotti e servizi.



Salumificio Denteseano in concordato preventivo. I titolari: "Siamo concentrati sul rilancio"

Lo scorso 20 agosto il Tribunale di Udine ha accettato la richiesta di concordato preventivo in continuità presentata il 6 agosto dal salumificio Denteseano di Percoto, in provincia di Udine. Gli avvocati Maurizio Borra e Maurizio Conti, in team con l'advisor Alberto Dalla Libera, hanno ricevuto l'incarico di predisporre il progetto di rilancio, che prevede il proseguimento dell'attività preservando la continuità aziendale. L'azienda, che conta 23 dipendenti, è fermamente intenzionata a dare maggiore soddisfazione possibile ai creditori. Il piano concordatario dovrà essere depositato in Tribunale entro il 29 novembre. Il giudice Andrea Zuliani vigilerà sugli obblighi informativi, mentre la commercialista Francesca Linda è stata nominata commissario giudiziale per le verifiche dell'andamento economico. La situazione di crisi affonda le sue radici con l'investimento in una partecipazione nella proprietà de L'Artigiana Prosciutti di San Daniele del Friuli, investimento che non ha dato i frutti previsti a causa della difficile situazione di mercato del San Daniele in questi anni. "L'azienda è di proprietà della famiglia Denteseano da 65 anni", ha commentato Paolo Denteseano, uno dei titolari, "e siamo totalmente concentrati sul rilancio delle politiche commerciali con l'obiettivo di garantire una lunga storia a un marchio storico e apprezzato in Friuli e fuori regione. Fornitori e clienti ci stanno seguendo, e confidiamo di superare nel migliore dei modi questa situazione".

FETTA MOSSA POSATA A MANO e confezione in atmosfera protettiva per una migliore conservazione del prodotto, della fragranza e dei profumi. FILM PROTETTIVO EXTRA SPARKLING per una visione amplificata del contenuto. | www.allfoodsalumi.it

LA VOLUTTUOSITÀ DELLA FETTA

per essere più bravi
abbiamo copiato
dal Migliore.



PACKS
FOR YOUR
FOOD
BUSINESS



TRAVERSETOLO
PARMA
ITALIA

#lanaturainsegna

Teresa Bellanova nuovo ministro delle Politiche agricole

Cambio della guardia al ministero delle Politiche agricole. Il 5 settembre alle 10 ha giurato il nuovo governo Conte bis (M5S-Pd-Leu) con Teresa Bellanova alla guida del Mipaaf (il turismo tornerà ai Beni culturali). Classe 1958, a vent'anni comincia a lavorare come bracciante in Puglia, diventando sindacalista e distinguendosi per la lotta al caporalato. Viene poi eletta componente del consiglio nazionale dei Democratici di sinistra nel 2005. L'anno dopo diventa deputata e viene rieletta nel 2008 e nel 2013 con il Pd. Considerata molto vicina all'ex premier Matteo Renzi, la Bellanova è stata anche sottosegretario al lavoro dal 2013 al 2016 e viceministro dello Sviluppo economico tra il 2016 e il 2018. Alle politiche dello scorso anno viene eletta grazie al proporzionale in Emilia Romagna, pur avendo perso nel collegio uninominale di Nardò, in Puglia.

MUORE IN UN SUPERMARKET EUROSPIN. MA LO SHOPPING NON SI FERMA. IL RESPONSABILE SINDACALE: "ATTO DISUMANO SENZA PRECEDENTI"

Morire tra le corsie di un supermercato fra la totale indifferenza dei clienti, che continuano a fare shopping, e persino dei responsabili del punto vendita, che decidono di non abbassare le serrande nemmeno di fronte alla tragedia. L'allucinante vicenda è accaduta all'Eurospin di Rivarolo Canavese, in provincia di Torino, come riportato domenica 1° settembre sulle pagine del *Corriere della Sera*. Questi i fatti: Anna Pantusa, 74enne di Castellamonte (To), alle dieci del mattino, come ogni giorno, entra nel punto vendita Eurospin insieme al figlio, per fare la spesa. Colpita da infarto, la donna si accascia dopo pochi minuti vicino all'ingresso del negozio. Incredibilmente, però, nel supermarket tutto continua come se nulla fosse accaduto. I responsabili di Eurospin decidono infatti di lasciare aperto il punto vendita dove i clienti,

senza scomporsi, fanno la spesa, passando con i loro carrelli accanto al cadavere, coperto appena da un telo bianco. Solo l'arrivo dei carabinieri di Rivarolo (To), giunti sul posto per effettuare i rilievi del caso, ha consentito almeno di tenere lontano i curiosi. Sabatino Basile, responsabile sindacale torinese della Fisascat Cisl, intervistato dal *Corriere della Sera*, commenta la terribile vicenda: "La decisione presa dall'azienda è stata vergognosa e senza umanità. Siamo indignati per quanto accaduto. Siamo in mobilitazione contro un'azienda che ci ha dato molti problemi, in questi anni. A partire dai trasferimenti selvaggi fino alle ultime vertenze, avviate perché non rispettava gli orari contrattuali. Ma quello di oggi è un atto disumano senza precedenti. Non c'è stato rispetto nemmeno per la morte".

"ANCHE SE LA MIA NAVE È IN GRAN TEMPESTA VOGLIO TUTTE LE LUCI ACCESE E IL GRAN PAVESE ISSATO"

"Aveva festeggiato 81 anni a luglio. Il 4 agosto Oliviero Spolaor ci ha lasciati, senza clamore e con discrezione. "Circondato dall'affetto dei suoi cari" si dice in questi casi, e non stento a crederlo conoscendo la sua storia e quanto erano forti i suoi legami con la famiglia.

In questi casi si rischia sempre di scivolare nella retorica, ma con Oliviero la retorica c'entra poco. Lui davvero si tirava su le maniche e "faceva".

Quando a metà anni Settanta la grossa azienda che produce detersivi per la quale lavorava come agente lo lasciò a casa, non si perse d'animo e iniziò a commercializzare prodotti alimentari. Notando che il prodotto più richiesto dal mercato era la porchetta di un concorrente... sua moglie Rita, che aveva una rosticceria nel trevigiano. Immediato l'avvio di una collaborazione inossidabile. "Dobbiamo vendere almeno dieci porchette a settimana", lo spronava la moglie. Negli anni Ottanta aprirono un laboratorio, e le porchette vendute divennero sempre di più: oggi la Capponi&Spolaor è una solida realtà nel settore degli arrostiti.

Quando ho cominciato a lavorare per Salumi&Consumi (2009), Oliviero è stato uno dei primi lettori con cui ho iniziato un confronto molto concreto sull'utilità della rivista e da cui ho ricevuto incoraggiamenti e suggerimenti. "Vi leggiamo in tanti, dovrete mettere un bollettino delle carni che sia sempre aggiornato, perché noi recuperiamo i prezzi in qualche modo, ma se voi ce li portate in casa già confezionati ci fate un servizio utilissimo", uno dei suoi tanti consigli.

Nei primi anni, non ritenne opportuno per la sua azienda investire su di noi, ma il nostro rapporto è sempre stato di una correttezza e di una gentilezza tangibili. "Vedrai Matteo che prima o poi farò pubblicità sul vostro...anzi sul nostro, perché è il nostro giornale".

E, da uomo di parola, quando le condizioni sono state giudicate favorevoli, ecco arrivare i primi contratti di pianificazione pubblicitaria.

Ogni tanto mi telefonava per discutere in maniera critica sulla situazione di mercato, quanti confronti su cosa volesse dire "materia prima italiana"! Sempre pungente, ma mai arrogante. Sicuramente ha contribuito con sua moglie a costruire qualcosa di speciale ed è riuscito a trasmettere alle figlie Antonella e Giulia la passione per questo lavoro. Pochi giorni dopo la scomparsa, Giulia, neo-mamma di due splendidi gemelli, Giacomo e Giuseppe, mi ha scritto: "Parlerò ai bimbi del loro nonno, così lo conosceranno attraverso me". Un altro nipote, Gregorio, aveva avuto modo di conoscere bene il nonno quando a sette anni gli parlò del papà di un amichetto di scuola, Patrick Aduhene, ghanese, in difficoltà perché senza lavoro. Oliviero assunse Patrick, senza sentirsi un eroe e quasi schivando gli elogi che arrivavano a mezzo stampa.

Mi mancherà, e non è retorica".

Matteo Napolitano

PS. Un abbraccio sincero alla moglie Rita, alle figlie Francesca, Antonella e Giulia, e ai nipoti Guglielmo, Lorenzo, Alice, Gregorio, Luca, Nina, Giacomo e Giuseppe.

Questo il saluto che sua figlia Giulia ha voluto dedicargli il giorno del funerale:

"Caro papà, hai sempre detto che l'uomo che sposta le montagne comincia portando i sassi più piccoli. Sei stato un uomo tenace, caparbio, pieno di inventiva e di idee. Io ti voglio ringraziare per avermi insegnato a pormi un obiettivo e fare di tutto per perseguirlo. Ho la fortuna di avere tanti ricordi di aneddoti, momenti quotidiani, viaggi, veleggiate, mucchietti ordinati e dei tuoi modi di dire. Anche grazie a tutto questo bagaglio resterai con me e parlerò di te a Giacomo e Giuseppe affinché loro possano conoscerti attraverso i miei racconti. Hai detto: "Anche se la mia nave è in gran tempesta voglio tutte le luci accese e il gran pavese issato". Così sarà, papà, spero di non deluderti. Buon vento papà".



Oliviero Spolaor

Ottimizza la produzione con un semplice "gesto"



Prova la nuova linea di pre-bagnati



Distributore Ufficiale **FABIOS**

Vi invitiamo a testare le nuove tipologie di budelli collagenici **pre-bagnati ed edibili per stagionatura** studiati per le esigenze del mercato italiano.

Rintracciabilità, Affidabilità e Ricerca.



GLUTEN FREE / LACTOSE FREE / VEGETARIAN / VEGAN / ETHNIC

FoodNova
IL NETWORK DELLE NUOVE ESIGENZE ALIMENTARI

GLUTEN FREE EXPO, LACTOSE FREE EXPO, Ethnic Food Expo, Expo Veg

16/19 Novembre 2019
Fiera di **RIMINI**

organizzato da: Exmedia, part of ITALIAN EXHIBITION GROUP, in collaborazione con: ITA

Mario Gasbarrino lascia Unes

Un divorzio consensuale con molti dubbi. Tutti i retroscena di un'uscita inaspettata.

La notizia scoppia nel tardo pomeriggio del 26 luglio: dal 1° settembre Mario Gasbarrino non sarà più amministratore delegato di Unes. Un fulmine a ciel sereno. Che lascia tutti gli operatori del settore stupiti e amareggiati. Gasbarrino, per la sua professionalità associata a una simpatia tutta partenopea, è un personaggio da sempre in prima fila nel mondo della Distribuzione moderna. Fa specie dunque un addio così repentino.

"Si tratta di un divorzio consensuale, preso in accordo con Marco Brunelli, patron del Gruppo Finiper", spiega Gasbarrino. Ma che lascia aperti molti interrogativi. L'ex amministratore delegato di Unes passa la mano dopo ben 13 anni nei quali ha elevato a potenza l'insegna, introducendo in Italia l'every day low price. Ma anche inventato il brand Viaggiator Goloso e portato Unes a un giro d'affari di un miliardo di euro.

Che senso ha dunque questo abbandono?

Fonti solitamente bene informate raccontano che Mario Gasbarrino non abbia preso bene il licenziamento repentino di Gabriele Nicotra, dirigente di Unes, avvenuta poche settimane fa. Un fulmine a ciel sereno di cui l'ormai ex amministratore delegato della catena non era stato informato.

Una vicenda, quella di Nicotra, dai contorni sfumati. Il braccio destro di Gasbarrino, circa due anni fa, era andato in Finiper, insieme a Enrico Moda, altro manager del gruppo, per razionalizzare il comparto acquisti all'interno di una logica di riposizionamento del brand. Impresa titanica. Difficile cambiare i fornitori, soprattutto quelli storici. In molti gli mettono i bastoni fra le ruote. Singolare il caso dell'acqua minerale. Nicotra decide di cambiare fornitore per la private label di lper: non più acqua Sant'Anna ma la Presolana, marchio privato di Unes. Quando Marco Brunelli viene a saperlo sbotta in un: "Chi lo ha deciso?". La risposta è lapidaria: "Nicotra". Da qui una sfuriata: "Qui le cose le decido io!". Con l'immediato ripristino del vecchio fornitore.

Un altro punto di scontro è il brand Il Viaggiator Goloso. Nicotra insiste nell'immetterlo nella catena. All'ipotesi di Aresè, in un primo tempo, i prodotti del brand occupano molti scaffali. Andate a vedere oggi: è quasi sparito. Più in generale pare che in lper il Viaggiator Goloso non sia visto molto bene...

Questo, e anche altro, rendono l'aria irrespirabile. Il tentativo di razionalizzare gli acquisti fallisce miseramente. Nicotra ritorna così in Unes, ma di lì a poco gli arriva la lettera di licenziamento in tronco senza che Gasbarrino ne sia stato avvertito. Una scorrettezza che pare abbia pesato molto nella decisione di lasciare la catena. Adesso in molti s'interrogano rispetto al suo futuro. I gossip di mercato parlano di una possibile posizione apicale nella nuova struttura di Conad/Auchan. Dopo l'acquisizione della catena francese in Italia, Francesco Pugliese, ad di Conad, ha bisogno di creare una squadra che sappia mettere il turbo alla nuova società. E Mario Gasbarrino potrebbe essere l'uomo ideale da mettere al comando.

Ma, ad agosto, il diretto interessato, in vacanza al mare, affida ai suoi canali social una secca smentita: "Non so cosa farò da grande. Ma con certezza so cosa non farò mai: anche se me la offrissero, non parteciperò all'integrazione Conad-Auchan".



Mario Gasbarrino

"IL FUTURO? TUTTO QUELLO CHE POSSIAMO FARE È IMMAGINARLO"

di Angelo Frigerio, Alice Realini, Federico Robbe

Riproponiamo una parte di una lunga intervista che, in marzo, avevamo fatto a Mario Gasbarrino L'amministratore delegato di Unes parla, tra le altre cose, del mercato e dell'impatto che sta avendo il commercio online. Ma soprattutto del futuro. E sottolinea: "Tutto quello che possiamo fare è immaginarlo".

C'è un clima di caccia alle streghe contro la Gd. Condividi?

Assolutamente sì.

Da dove nasce?

Dal fatto che noi, come associazione, siamo mal poco incisivi rappresentati e andiamo sempre in ordine sparso. Magari comunichiamo in maniera anche corretta dal punto di vista politico. Ma l'impatto è sempre poca cosa. E veniamo dipinti come ciò che non siamo.

In che senso?

La grande distribuzione, che ha avuto il merito di tenere bassi i prezzi e difendere il potere d'acquisto della gente, è accusata delle peggiori cose.

Per esempio?

Non passa giorno senza che le catene vengano accusate di essere i responsabili del caporalato nella raccolta dei pomodori. O di essere quelli che tirano il collo ai pastori sardi. O quelli che sfruttano i lavoratori di domenica e praticano sempre le aste al ribasso. In più il governo ha trovato un capro espiatorio e ci mette del suo. Non sappiamo comunicare né fare lobby, questo è evidente.

Altro fronte caldo è quello delle chiusure domenicali: lei è stato uno di quelli che più apertamente si è scagliato contro la proposta dal governo. Un inciso: in Polonia un provvedimento analogo contro le catene estere ha portato alla diminuzione del fatturato del 25-30% per i piccoli negozi e all'aumento di fatturato per auto-grill e discount. Interessante, no?

Da un punto di vista razionale non c'è alcun motivo valido per chiudere la domenica. È una follia. Il problema è che ormai è diventato impossibile ragionare. Ma tutti gli studi e le previsioni dicono che si perderanno posti di lavoro e, inevitabilmente, si favorirà l'e-commerce.

Che certo non ne ha bisogno...

Vi dirò di più: favorendo il commercio digitale si spostano i carichi di lavoro da lavoratori tutelati a forme lavorative ibride, come i rider, gli autisti, gli addetti che operano nel mondo della logistica. I meno tutelati, appunto. Altro discorso vale per chi liberamente sceglie di lavorare la domenica nei supermercati o nei centri commerciali, con maggiorazioni del 30% o del 50% sullo stipendio. Poi possiamo parlare sulla necessità di ulteriori tutele e di organizzare meglio il turnover. Ma mettere tutto in un unico calderone è un errore. Posso aggiungere una cosa?

Prego.

Non sono mai stato un grande fan di Maurizio Landini, segretario della Cgil, ma lui ha ragione quando dice che il sindacato per troppo tempo ha difeso quelli che sono già tutelati. Il problema di oggi è difendere le partite Iva, i collaboratori occasionali e chi lavora con le cooperative. Tutte categorie che non vengono aiutati dalle chiusure domenicali, anzi.

Sempre a proposito di e-commerce, qual è il suo giudizio dell'esperienza di Unes con Amazon?

Il giudizio è molto semplice: è il futuro. D'altronde, noi siamo stati i primi in Europa a sottoscrivere l'accordo con Amazon Prime Now. Un accordo che ha coinvolto 47 aziende in tutto il mondo.

E come si colloca l'Italia?

È il caso di maggior successo. Se c'è un ritardo nell'online, quindi, è un problema di offerta e non di domanda. Mi ricorda un po' quello che è successo con i discount in Italia.

In che senso?

Quando hanno aperto i primi discount, nel 1994, da buon pirla [sorridente, ndr] dicevo che non avrebbero avuto successo perché in Italia ci piaceva mangiare bene. Oggi sono arrivati ad avere una quota del 17% 13% che, fra qualche anno, arriverà al 20%. Ho dovuto ricredermi.

Quindi l'e-commerce cambierà il mercato.

Non a caso Amazon vuole comprare i supermercati. Ha capito che serve un'integrazione tra offline e online. L'e-commerce ha cambiato definitivamente un paradigma che esisteva da duemila anni.

Quale?

Prima, per andare a comprare qualcosa si doveva uscire e ci si doveva spostare fisicamente. È sempre stato così: si andava al mercato, alla bottega, dal contadino. A meno che non si appartenesse alla famiglia reale... Escluderei anche la signora "bene" di Posillipo, che telefona in gastronomia e si fa portare la spesa a casa: "Antò, portami due mozzarelle fresche fresche e una caciotta...".

Ma sono casi rari...

Oggi è cambiato tutto. Se non vai tu al supermercato, è il supermercato che viene da te. In alcune città, come Milano, arriva in due ore. Magari l'offerta non è la stessa in tutta Italia, è ovvio. Però intanto il paradigma è cambiato. La segmentazione del punto vendita "grande, lontano e conveniente" oppure "piccolo, vicino e più costoso" non ha più senso.

Oggi la segmentazione la fanno i consumatori.

La domanda che si fanno è: mi serve subito o posso aspettare? Queste sono le uniche due categorie di oggi. Tutti i negozi fisici sono nel "subito". Se uno può aspettare, va al negozio, se lo fa spiegare e poi lo compra sul marketplace. E risparmia. Non solo. Esistono anche due tipi di online: uno più di servizio e uno che è il marketplace. Questo trend ovviamente ha un impatto anche sul negozio fisico e porta a cambiare il retail fisico. Perché quando il negozio si accorge che i consumatori non acquistano il televisore o le scarpe, capisce che deve cambiare. E deve porsi il problema di come sopravvivere.

Come immagina i negozi del futuro?

Credo ci saranno meno negozi, perché una parte della merce arriverà direttamente a casa, saranno più piccoli e omnichannel. Magari dovranno cambiare l'offerta, vendere più prodotti di marca propria o più freschi, per esempio. Sono tutti cambiamenti indotti dall'e-commerce. E poi i negozi diventeranno ibridi: ci vai a comprare i libri e prendi anche il caffè, come succede alla Feltrinelli.



LA CARNE in tavola

PULLED PORK

DAGLI STATI UNITI ALLA TUA TAVOLA

**COPPA DI MAIALE AFFUMICATA
E COTTA A BASSA TEMPERATURA
PRONTA DA SFILACCIARE
IDEALE PER PREPARARE GOLOSI PANINI
IN POCHE MINUTI**



TANTE RICETTE DAL MONDO

Hai mai provato il PASTRAMI, punta di petto affumicata e speziata in puro New York style?

Scopri lo qui con il tuo smartphone

www.delicatessen.it



IN TUTTI I MIGLIORI SUPERMERCATI

delicatessen
50 anni genuini

I MIGLIORI
TAGLI DI CARNE
SCELTI PER TE

INNOVATIVA
TECNOLOGIA
SOTTOVUOTO

SENZA CONSERVANTI
SENZA GLUTINE

TUTTE BALLE!

Luca Ferrarini attacca Italmobiliare e Intesa Sanpaolo durante il processo per il crac della Pop Vicenza. Immediata la replica: "Affermazioni gravi e prive di fondamento".

"Abbiamo subito un vero e proprio attacco da parte di Banca Intesa con l'intento di far sparire la Ferrarini e darla a qualcuno che andava bene a loro". A sparare la bomba è Luca Ferrarini, noto imprenditore del settore salumi, durante il processo per il crac della Banca popolare di Vicenza. E non va molto per il sottile, fornendo anche una sua ricostruzione sulla crisi di uno tra i maggiori gruppi italiani dell'agroalimentare.

"In totale, dalla Popolare di Vicenza abbiamo ricevuto 45 milioni di euro", spiega Ferrarini nella sua deposizione dell'11 luglio, presso il Tribunale di Vicenza. "Più di 31 ne abbiamo utilizzati, secondo gli accordi, per ricomprare le azioni della banca, mentre la differenza l'abbiamo effettivamente impiegata per l'operatività delle nostre aziende: non abbiamo buttato i soldi in auto o barche, a quell'epoca dovevamo costruire il nuovo stabilimento della Vismara e avevamo bisogno di almeno 5-6 milioni. Erano anni di credit crunch e per noi è stato importante trovare una banca come Bpvi che continuava a erogare credito alle imprese".

Ma, attenzione, prosegue l'imprenditore: "Quando le banche venete sono finite in liquidazione coatta, Intesa dapprima ci ha chiesto il rientro dei finanziamenti, poi ci ha offerto di vendere tutto al fondo Italmobiliare di Carlo Pesenti. Alla fine, non abbiamo avuto altra scelta che andare al concordato in bianco".

Secondo questa ricostruzione, dunque, il gruppo Ferrarini sarebbe stato vittima di una macchinazione dove, in tempi di magra, l'unico interlocutore possibile era la Pop Vicenza. E dove, a tessere le fila di tutto, era Banca Intesa, che avrebbe condotto l'azienda tra le braccia di Italmobiliare, holding della famiglia Pesenti, e del fondo QuattroR. L'interesse per il gruppo Ferrarini venne annunciato da Italmobiliare il 13 giugno 2018. Dopo tre settimane, però, le trattative vennero bruscamente interrotte.

"Vuoto di memoria o cattiva fede"

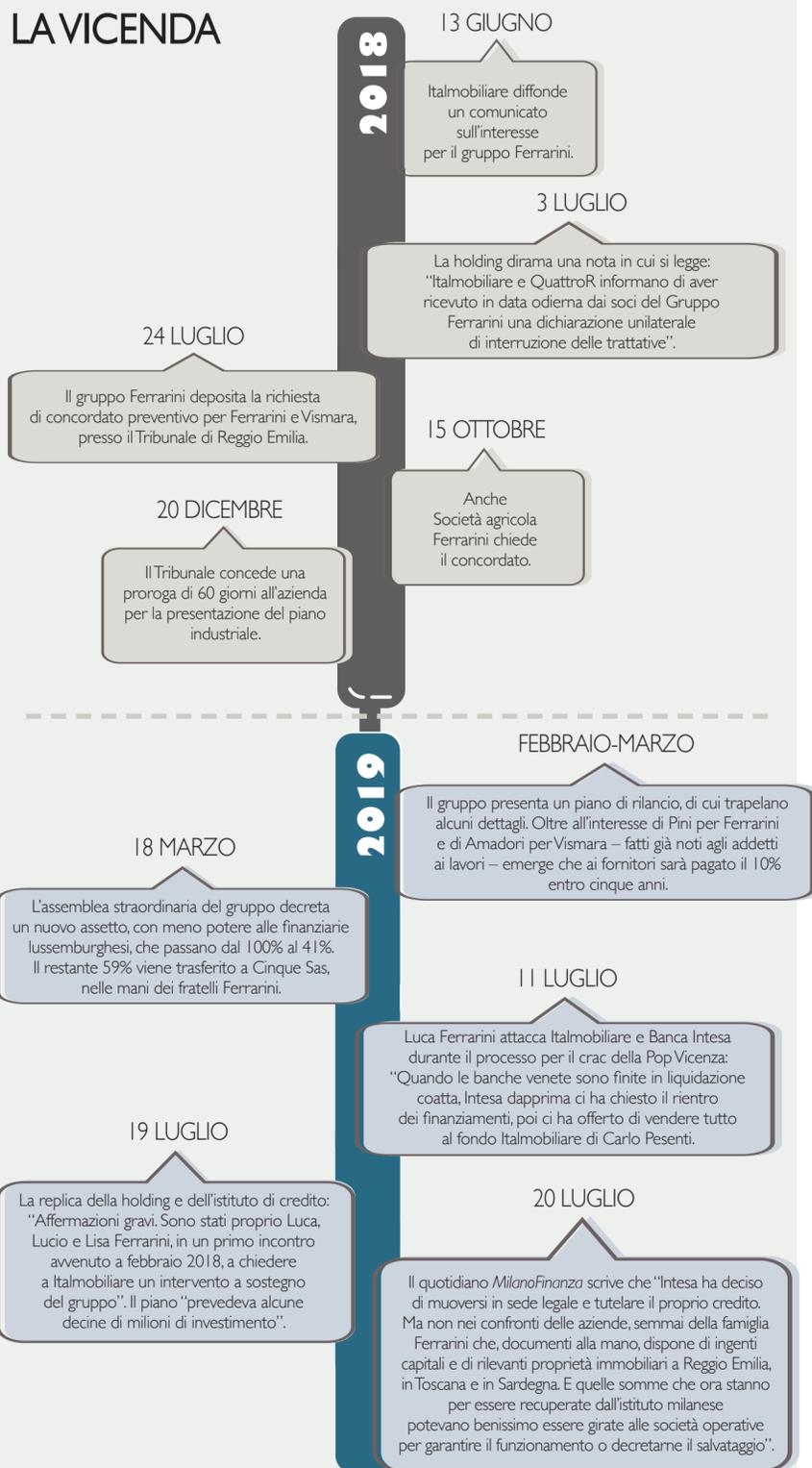
Fin qui la versione di Luca Ferrarini. Che, però, proprio oggi viene clamorosamente smentita da Italmobiliare e Intesa. La holding della famiglia Pesenti spiega alla *Gazzetta di Reggio*: "Si tratta di una ricostruzione completamente destituita di fondamento che, se non è dovuta a un vuoto di memoria, si profila come una rappresentazione della vicenda fatta in cattiva fede, circostanza, quest'ultima, che sarebbe ancora più grave, trattandosi di dichiarazioni rese in un procedimento penale. Luca Ferrarini dimentica forse che sono stati proprio Luca, Lucio e Lisa Ferrarini, in un primo incontro avvenuto a febbraio 2018, a chiedere a Italmobiliare un intervento a sostegno del gruppo". La decisione di procedere con il concordato, inoltre, "non è una conseguenza inevitabile delle proposte di Italmobiliare che, invece, erano volte a scongiurare tale esito, ma è il risultato di una valutazione dei signori Ferrarini". Il piano "prevedeva alcune decine di milioni di investimento che avrebbero garantito la continuità della gestione aziendale, attraverso l'acquisizione di una quota di maggioranza della società e la sua ricapitalizzazione".

Ristabilire la verità

I vertici del fondo aggiungono anche: "Dalla documentazione del concordato si evince che il passivo concordatario sarebbe molto più ingente di quello che ci era stato originariamente rappresentato, il che forse spiega le reali motivazioni della famiglia di rompere". Poi arriva la bordata finale: "Per difendere la correttezza del proprio comportamento, Italmobiliare ha dato mandato ai propri legali di avviare tutte le iniziative giudiziarie più utili volte a ristabilire, anche in sede penale, la verità circa l'esatto andamento della negoziazione". Non solo. Anche Intesa Sanpaolo, l'altro big accusato da Ferrarini, affila le armi. E precisa in una nota che si tratta di "affermazioni gravi e prive di fondamento".

Federico Robbe

LA VICENDA



Il libro ideale da regalare a Natale.



A Natale offri il gusto di un regalo Terre Ducali. Salumi di alta qualità confezionati con omaggi artigianali che impreziosiscono la cucina ed i momenti conviviali.



TERREDUCALI.IT

ALLARME LISTERIA

Dopo la diffusione dell'epidemia in Spagna, il Paese lancia un'allerta internazionale. Sotto accusa il produttore di carne Magrudis. I commenti di Davide Calderone (Assica) e Confagricoltura.



Un decesso, tre pazienti in terapia intensiva, 200 infetti in varie zone del Paese (28 le donne in gravidanza), quasi 530 casi sospetti. L'epidemia di listeria che si è scatenata in Spagna diventa un caso mondiale. Il ministro della Sanità spagnolo, María Luisa Carcedo, ha lanciato un allarme internazionale, attivando il sistema di allerta e le comunicazioni con le autorità europee e con l'Organizzazione mondiale della sanità "nel caso in cui la listeriosi possa essere identificata in altri Paesi". Fonti ministeriali spiegano che si tratta di una "misura precauzionale a causa della possibilità che alcuni turisti abbiano consumato prodotti contaminati in Spagna".

Per ora l'unica vittima accertata è una donna di 90 anni che aveva già problemi di salute. E su un altro cittadino spagnolo deceduto, malato di tumore al pancreas, si sta cercando di fare chiarezza. Un portavoce Ue avrebbe dichiarato: "Le autorità spagnole ci hanno comunicato che la distribuzione della carne era limitata al territorio spagnolo e che sono state prese le misure necessarie sospendendo la produzione e rimuovendo i prodotti contaminati dal mercato". La listeria, anche detta listeriosi, è una tossinfezione alimentare che può provocare diversi disturbi (come diarrea o encefaliti), fino ad arrivare a meningite e forme acute di sepsi. I soggetti più a rischio sono i malati di cancro, diabete, Aids, anziani e neonati, oltre alle donne in gravidanza.

Un'azienda controversa

Dai quotidiani locali, *El País* ed *El Mundo*, si apprende che il problema, nel Paese, era emerso tempo fa. La Giunta dell'Andalusia conta i casi di infezione dal 5 agosto, quando si registra il primo focolaio, ma già nella seconda metà di luglio c'era evidenza di un innalzamento anormale delle infezioni. Jesús Aguirre, ministro della sanità e delle famiglie per l'Andalusia, attiva l'allerta sanitaria il 15 agosto.

Nel frattempo i numeri lievitano e la paura fa collassare il servizio sanitario in Andalusia, dove i medici chie-

dono aiuto per gestire le numerose richieste di controllo.

Sotto accusa alcuni lotti di carne prodotti dalla giovane azienda Magrudis, distribuiti con il marchio La Mecha. Magrudis Sociedad Limitada ha sede a Siviglia e la sua principale attività è il commercio all'ingrosso di carne e prodotti a base di carne. È registrata come società per azioni e, secondo le ultime informazioni pubblicate in rete, il fatturato annuo sarebbe inferiore a 2 milioni di euro. Sul portale del brand *carneslamecha.com*, l'azienda scrive: "Breve ma intensa. Così potremmo definire la nostra storia". Una frase che si riferisce al fatto che la società è nata di recente, ma, a giudicare dagli insulti pubblicati sul profilo Facebook (tra gli altri: "Devono chiudere definitivamente, sono

un pericolo mortale"), potrebbe suonare ora come un epitaffio.

Polemiche sulla gestione dell'emergenza

È del 23 agosto, poi, la notizia che – secondo i documenti a cui *El País* ha avuto accesso – le analisi condotte nello stabilimento di Magrudis hanno riscontrato la presenza del batterio *Listeria monocytogenes* in due 'mechadoras', strumenti usati per la carne cruda e per produrre diversi prodotti. Secondo *El Mundo*, inoltre, le analisi confermano che la contaminazione si è formata almeno un mese e mezzo prima del lancio dell'allerta sanitaria. Sarebbero state analizzate circa 100 partite di carne La Mecha e praticamente tutte, ad eccezione di un caso isolato, sono risultate positive alla li-

steria. Alcuni lotti, come confermato da fonti di ricerca promosse dalle autorità sanitarie, sono stati cucinati e confezionati a fine giugno. Questi dati fanno emergere falle nell'igiene degli impianti di Magrudis, oltre all'eventuale infrazione delle normative vigenti, che richiedono l'analisi di almeno cinque campioni per ciascun lotto prodotto.

Il tardivo intervento del Governo, ritenuto imperdonabile dall'opinione pubblica, ha causato polemiche e tensioni politiche, oltre a richieste di indagini per verificare i fatti.

Assica e Confagricoltura

rassicurano i consumatori italiani

E in Italia? "Si tratta di un caso limite, gestito molto male", sottolinea Davide Calderone, direttore di Assica, Associazione industriali delle carni e dei salumi. "Questo ha portato alla diffusione del contagio. In Italia un caso simile non è mai accaduto. Anche grazie ai sistemi di autocontrollo aziendali e alle verifiche dei servizi sanitari".

Anche Confagricoltura rassicura i consumatori. "L'allarme mondiale lanciato dalla Spagna per l'epidemia di listeriosi che ha colpito in particolare l'Andalusia è indispensabile per individuare i casi di contagio e monitorarne correttamente l'evoluzione", afferma Claudio Canali, presidente della Federazione nazionale di prodotto suini di Confagricoltura. "È giusto ricordare, tuttavia, che il fenomeno è ad oggi circoscritto alla Spagna e che è già stata individuata la causa nella contaminazione dal batterio di alcuni lotti di carne di maiale macinata messa in commercio da un'azienda di Siviglia". Aggiunge Giovanna Parmigiani, componente di giunta confederale: "In Italia la carne è controllata dalle autorità competenti che garantiscono un altissimo livello di sicurezza alimentare e salubrità. In merito alla vicenda, rassicuriamo pertanto i consumatori e li invitiamo a prediligere, laddove possibile, i prodotti di origine italiana (indicata in etichetta)".

Federico Robbe

COS'È LA LISTERIA

La listeriosi, o listeria, è un'infezione causata dall'ingestione di cibo contaminato. Il batterio *Listeria monocytogenes* si trova comunemente nel terreno e nell'acqua. Può contaminare facilmente ortaggi e verdure, ma anche gli animali.

L'infezione può assumere diverse forme, dalla gastroenterite acuta febbrile più tipica delle tossinfezioni alimentari, che si manifesta nel giro di poche ore dall'ingestione, a quella invasiva, dove tra l'ingestione e il manifestarsi dei sintomi può passare un mese. Negli adulti sani, la listeria provoca una gastroenterite non grave. Può essere più pericoloso per anziani, bambini, donne incinte o persone con un sistema immunitario debole.



HPP ITALIA: PIÙ SICUREZZA CON L'ALTA PRESSIONE

Il metodo Hpp (high pressure processing) è una tecnologia innovativa che sottopone i prodotti alimentari a pressioni idrostatiche migliaia di volte superiori a quella atmosferica. In questo modo, in assenza di un vero apporto termico, si inattivano i microrganismi presenti nei cibi, così da renderli microbiologicamente stabili, conservabili e sicuri. La caratteristica di essere una tecnologia fredda è proprio quella che permette di preservare al massimo gli aspetti sensoriali e nutrizionali dei prodotti, soprattutto di quelli freschi. Hpp Italia, società con sede a Traversetolo (Pr), ha l'obiettivo di diffondere sempre più la tecnologia dell'alta pressione per i prodotti agroalimentari. Nelle carni, per esempio, la stabilizzazione a freddo permette di inattivare i batteri capaci di alterare le caratteristiche del prodotto e anche quelli nocivi per la salute, come listeria, salmonella, escherichia coli e molti altri.

BUONO, PERCHÉ PURO.



COSCIA DI SUINO INTERA COTTA AL VAPORE

SOLO INGREDIENTI NATURALI

SENZA ZUCCHERI AGGIUNTI

CON SALE ROSA DELL'HIMALAYA

SOLO CON CONSERVANTI DI ORIGINE VEGETALE

Senza glutine, senza polifosfati aggiunti, senza lattosio, senza derivati del latte.



www.cosciapuro.com |



INDUSTRIA
COMAL
ALIMENTARE
www.comalsrl.it

PURO è confezionato in un cartone brandizzato monopezzo. All'interno del cartone è presente un cartello in A4 autoportante con le informazioni principali per il consumatore.

Lenti: "Alta qualità e praticità al servizio del consumatore"



Ottime performance per le referenze premium dell'azienda. Che presenta una nuova linea di affettati nata con il Consorzio di tutela razza piemontese e un prosciutto cotto nazionale top di gamma prodotto seguendo le ricette originali del 1935.

Storica azienda torinese specializzata nella cottura delle carni, Lenti presenta una serie di novità nel comparto salumi. All'insegna della praticità e dell'elevato contenuto di servizio. In particolare, è il segmento degli arrostiti e quello delle referenze premium a mettere a segno i risultati più interessanti.

"I formati più dinamici sono quelli relativi ai prodotti di fascia alta e i prodotti con un forte contenuto di novità e servizio", spiega Sara Roletto, direttore marketing. "In particolare nel segmento dei prodotti premium con materia prima italiana, sta riscontrando ottimi risultati la nostra nuova linea sviluppata in collaborazione con Co.Al.Vi. - Consorzio di tutela della razza piemontese, con prodotti a base di carne italiana di Fassone di razza piemontese certificata all'origine. Una novità che abbiamo appena lanciato, nata dall'unione dall'esperienza degli specialisti nella cottura delle carni con quella degli specialisti dell'allevamento, è la nuovissima gamma con carne 100% Italiana di Fassone di razza piemontese".

La collaborazione con il Consorzio di tutela della razza piemontese

È una razza tipicamente presente in aziende agricole a conduzione familiare, prevalentemente a ciclo chiuso (quindi con l'allevamento delle fattrici e l'ingrasso dei vitelli), molte delle quali praticano l'alpeggio sfruttando al meglio le risorse foraggere tipiche del territorio di origine, dai pascoli di alta quota alle colture cerealicole della pianura. Co.Al.Vi, con cui l'azienda ha lavorato per sviluppare la gamma, è il primo organismo in Italia ad aver messo a punto un disciplinare di etichettatura volontaria sviluppato esclusivamente per la certificazione all'origine della razza piemontese, approvato dal ministero delle Politiche agricole (IT007ET).

Ma quali sono le principali caratteristiche della linea? "Carne 100% Italiana, e solo Fassone di razza piemontese, il bassissimo apporto di grassi della carne - meno del 3%, e - come tutti gli affettati prodotti secondo le ricette Lenti - senza glutine, senza latte e derivati, senza glutammato e senza ingredienti Ogm", sottolinea Sara Roletto.

I primi prodotti della linea sono il Manzo affumicato e il Gran Cotto di bovino, seguiranno presto al-



tre referenze. "Il Manzo affumicato è una specialità che, con la carne del Fassone piemontese, evolve in un prodotto più delicato e fragrante, attestandosi su una fascia di mercato superiore. La tenerezza che contraddistingue la carne del Fassone di razza piemontese viene esaltata dalla cottura e dona a questo salume una raffinatezza inimitabile".

Il Gran Cotto di Bovino, messo a punto grazie all'esperienza di Lenti in questo settore, è un'altra referenza della linea: "La sensazione che si prova nel gustarlo lo rendono unico, la tenerezza lascia sprigionare una succosità inebriante, da godere con la certezza di rispettare i limiti imposti dalle diete più severe. Un altro passo avanti nell'ottica di un'offerta sempre più calibrata sulle esigenze del consumatore, dove puntiamo su materia prima e ricette di altissima qualità".

Per la gamma di preaffettati di carne di Fassone di razza piemontese, Lenti ha scelto un packaging, minimale ed elegante, che trasmette qualità attraverso una vaschetta più grande (270 x 210 x 18 mm), in grado di salvaguardare la delicatezza dei prodotti, con fette appetitanti alla vista, un top iper trasparente che mostra al meglio il prodotto e comunica chiaramente tutte le certificazioni.

Lenti&Lode Gran Cuore, alta qualità e gusto 100% italiano
Anche sul prosciutto cotto, stori-

co prodotto di punta dell'azienda, l'innovazione continua: "Quest'anno abbiamo anche lanciato il Lenti&Lode Gran Cuore", continua Roberto Tozzi, direttore commerciale. "Un prosciutto cotto alta qualità da cosce 100% italiane. Solo le migliori cosce fresche di suino italiane possono diventare un Prosciutto Cotto Lenti&Lode Gran Cuore. Le cosce vengono aromatizzate con il decotto di spezie pregiate ed erbe aromatiche estratto direttamente in azienda secondo la ricetta originale di Attilio Lenti, il fondatore dell'azienda. Successivamente le cosce vengono cotte lentamente a vapore diretto per un giorno intero, conferendo un aroma ed un gusto unico al prosciutto cotto. Il prodotto è confezionato in sacco in alluminio pastorizzato, ha una shelf life di 180 giorni, ed è senza glutine, senza latte e derivati, senza glutammato, senza polifosfati e senza ingredienti Ogm".

'Già pronto': secondi piatti all'insegna del gusto

Dall'esperienza e dalla competenza che contraddistingue l'azienda torinese è nata anche la linea 'Già pronto', una gamma di secondi pronti, caratterizzata da un alto contenuto di servizio e dalla comprovata qualità. La linea, lanciata a gennaio 2018 e ora disponibile nei

banchi frigo, si compone di diverse referenze già cotte, tra cui il Rollè di Prosciutto con Verdure, le Cosce di Pollo alle Erbe, il Gulasch di Bovino, la Coscia di Tacchinella e le Alette di Pollo Arrostito nella variante classica e piccante; ricette esclusive Lenti, perfette per i consumatori alla ricerca di prodotti sani e facili da cucinare. "Essendo specialisti nella cottura delle carni dal 1935, abbiamo pensato di lanciarcisi nella ricerca di proposte innovative nel crescente segmento dei secondi pronti. Si tratta di una gamma di prodotti leggeri, sani e veloci che facilitano la vita. Tutte le referenze della linea 'Già Pronto' sono caratterizzate da una preparazione mediante cottura lenta a vapore a bassa temperatura sottovuoto, che permette di mantenere tutte le proprietà organolettiche degli ingredienti e di esaltarne i sapori. La linea è composta da secondi piatti veloci e gustosi, adatti a tutta la famiglia. Sono pronti in pochi minuti, grazie alla confezione adatta ad essere scaldata nel forno a microonde o in forno tradizionale. Inoltre sono tutte senza glutine, e la confezione con la finestra permette al consumatore di vedere il prodotto all'interno ed è anche 'amica' dell'ambiente, avendo come confezione secondaria un sachetto completamente riciclabile".

In sintesi, conclude Sara Roletto: "Il nostro obiettivo è quello di rispondere alle crescenti richieste del consumatore finale: praticità - con piatti veloci, già pronti, che risolvono il pensiero di 'cosa cucino stasera?', e la salubrità - con ricette gustose e genuine per un 'piacere sano' adatto a tutti".



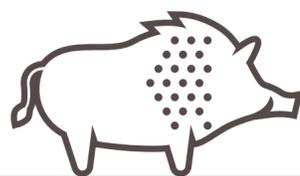
pini

Pedusc
Bresaola della Valtellina I.G.P.
Punta d'anca

Certificato da Organismo di Controllo autorizzato dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali

Consorzio di Tutela della Razza Piemontese

Bresaole PINI s.r.l.
Via Centrale, 1 - 23034 GROSOTTO (SO)
T. +39 0342 88 73 50 - T. +39 0342 88 75 40
F. +39 0342 88 75 82 - info@bresaolepini.it
www.bresaolepini.it


LA GAMMA DI PRODOTTI

- Prosciutto di cinghiale
- Bresola di cinghiale
- Speck di cinghiale
- Pancetta di cinghiale
- Salami e Salsicce di cinghiale

GLI AFFETTATI INVASCHETTA

- Elite Salame di Cinghiale
- Prosciutto di Cinghiale stagionato
- Oltre Mortadella di Cinghiale
- Antipasto di Cinghiale



Salumi di cinghiale: specialità gourmet firmate Renzini

SoloRe è il brand della nuova linea lanciata dall'azienda umbra. Materia prima accuratamente selezionata e filiera cortissima. Tutti i prodotti della gamma. Alcuni disponibili anche in vaschetta.

SoloRe è il marchio della linea di prodotti Renzini a base di cinghiale. Una ricetta esclusiva, in chiave gourmet, che prevede un accurato trattamento delle carni, impreziosita con ginepro e alloro, per una morbidezza e aroma unici. Perché SoloRe? Dall'antico nome romano del cinghiale 'singularis', da cui il francese 'sanglier' ovvero animali selvatici che amano vivere 'soli'.

Il cinghiale

Da sempre considerato al contempo una preda ambita per la sua carne ed un fiero avversario per la sua tenacia in combattimento, il cinghiale appare assai frequentemente nella mitologia di moltissimi popoli e ha sempre rappresentato una fonte di cibo di primaria importanza per l'uomo.

L'Umbria, terra collinare e ricca di selvaggina, offre un habitat particolarmente favorevole agli animali che vivono allo stato brado. L'alimentazione totalmente a base dei frutti del sottobosco, come ghiande, frutti e radici, garantisce una crescita sana ed equilibrata dell'animale. Grazie a questo tipo di alimentazione e al naturale sviluppo muscolare, le caratteristiche delle carni del cinghiale brado si presentano genuine, molto consistenti e magre. La vicinanza dell'azienda Renzini con i boschi molto popolati da cinghiali permette di realizzare una filiera regionale umbra che garantisce un controllo rigoroso della materia e la produzione di salumi sopraffini.

Oltre - Mortadella di Cinghiale

Oltre Mortadella di Cinghiale è prodotta con carni di cinghiale miscelate nelle giuste proporzioni con quelle di suino. Ha un gusto inconfondibile e la sapiente aggiunta di aromi esalta il gusto della mortadella che, una volta affettata, rivela appieno la sua elevata qualità. L'impasto, essendo realizzato con carni sane e magre, ha un contenuto di grassi limitato. Ecco alcuni plus del prodotto: senza glutine, cottura lenta a secco di oltre 18 ore, legatura a mano. Anche con Tartufo estivo.

Prosciutto di Cinghiale Stagionato

Il Prosciutto di Cinghiale Stagionato, squisita prelibatezza della gastronomia umbra, viene presentato in una pratica confezione sottovuoto. La marinatura è classica con una miscela di sali particolari e con l'aggiunta di spezie. La resa al taglio è prossima al 100% visto la lavorazione preventiva di disosso, pelatura e pressatura. È prodotto con ginepro e alloro e ha una quantità di grassi inferiore al 3%.

Pancetta di Cinghiale

La Pancetta di Cinghiale Stagionata è un prodotto prettamente norcino, lavorata interamente a coltello e, in seguito, attentamente rifilata, salata, aromatizzata e stagionata per quattro mesi in un ambiente fresco e ventilato. Il risultato è una pancetta caratterizzata da un aroma dolce ma deciso. Tra i plus di questa referenza, abbiamo la rifilatura manuale e la marinatura in vasca.

Speck di Cinghiale

Ottenuto dalla parte più tenera e pregiata della coscia ovvero la fesa, lo Speck di Cinghiale è privato di tutte le parti di grasso eccedenti e dopo la salatura a secco, viene stagionato in modo naturale. Ha un contenuto di grassi inferiore al 3%.

Elite e Elite al Tartufo Salame di Cinghiale

Elite Salame di Cinghiale viene lavorato interamente a coltello, selezionando le carni del prosciutto e della spalla. Insaccato in budello naturale e legato a mano, viene poi lasciato stagionare per un periodo di circa 90 giorni. La miscela di carni magre di cinghiale e di suino conferisce al prodotto quelle peculiarità di gusto intenso. Legato a mano e insaccato in budello naturale, è disponibile anche nella versione al Tartufo.

Salame di Cinghiale e al Pepe

Il Salame di Cinghiale ha una preparazione che rivela un delicato equilibrio tra gli ingredienti che lo

rendono un prodotto caratteristico nella categoria e raffinato nel gusto. Il Salame di Cinghiale al pepe nero risulta speziato e il suo sapore è amplificato dal profumo della ricopertura al pepe.

Selvaggio Salame di Cinghiale & Pepe Nero Salame di Cinghiale al pepe

Entrambi i salami sono prodotti con carne di cinghiale, che è magra ma allo stesso tempo saporita e gustosa. Il Selvaggio Salame di Cinghiale è caratterizzato da un gusto intenso e dolce. Il Pepe Nero Salame di Cinghiale risulta speziato e il suo sapore è amplificato dal profumo della ricopertura al pepe.

Salsiccia di Cinghiale

La Salsiccia di Cinghiale viene lavorata interamente a coltello, selezionando le carni del prosciutto e della spalla del cinghiale e quelle di suino. Questo prodotto è disponibile in confezione sottovuoto, nella quale il prodotto mantiene inalterata la sua fragranza nel tempo, senza cali di peso.


FRIGOMECCANICA


SIAMO PRESENTI IN TUTTO IL MONDO RICERCA, ESPERIENZA E SERIETÀ DAL 1962



CERTIFICATI BIANCHI • CONDENSAZIONE FLOTTANTE • CONTROLLO ENTALPICO • SOTTORAFFREDDAMENTO • RECUPERO DI CALORE DI CONDENSAZIONE
• IMPIANTI AMMONIACA A BASSA CARICA E IMPIANTI A CO2



ASCIUGATOI, STAGIONATURE E AFFUMICATOI PER SALAMI E PROSCIUTTI • CAMERE BIANCHE • SCONGELI • CONDIZIONAMENTO SALE DI PROCESSO
• STUFE PER MORTADELLE E PRODOTTI COTTI • SW ACQUISIZIONE DATI CON MICROPROCESSORE • SISTEMA DI SUPERVISIONE
• SISTEMI DI REFRIGERAZIONE PER INDUSTRIA ALIMENTARE


FRIGOMECCANICA

“Educare. Non demonizzare”

Luca Piretta, specialista in gastroenterologia, endoscopia e scienze della nutrizione umana e professore all'università Campus Biomedico di Roma, commenta lo studio della rivista The Lancet e rilancia il modello alimentare mediterraneo, con un occhio alle tradizioni loco-regionali.

Cosa pensa del recente studio su carne rossa e salumi divulgato dalla rivista The Lancet?

È un grande studio, che arriva a delle conclusioni che possono sembrare contrastanti con quello che si è sempre pensato, ma non è così. Dopo aver analizzato per una ventina d'anni, in 195 paesi, l'associazione tra abitudini alimentari, comparsa di malattie e mortalità - soprattutto patologie cardiovascolari, diabete e obesità - si è visto che, un po' sorprendentemente rispetto a quello che si tenderebbe a credere, il comportamento più nocivo è avere una dieta ricca di sale e povera di cereali, frutta e verdura. Mentre la carne rossa si classifica ultima; ha cioè il minor rapporto con l'insorgenza di patologie.

Questo cosa significa?

L'inserimento della carne rossa nella dieta, rispettando comportamenti virtuosi, non ha quasi nessun impatto sulla salute. Cioè, mangiando abitualmente poco sale, cereali integrali, frutta e verdura fresca, pesce e noci, l'impatto di carne e zuccheri semplici in moderata quantità, non ha più nessun ruolo, in quanto fattori isolati.

Quindi si ricontestualizza il ruolo giocato dal singolo alimento?

Proprio così. Quello che conta è il modello nutrizionale.

Cosa è cambiato rispetto ad altri studi?

Fino ad ora si è creduto che fosse il comportamento negativo a far male, invece ora si vede che soprattutto l'assenza di un comportamento virtuoso è dannosa per la salute. C'è una grossa differenza: affermare "l'assenza di un alimento mi fa male", anziché "quel prodotto non fa bene", è una svolta. Non demonizza più il prodotto in questione, cosa che invece abbiamo sempre teso a fare. Questo non vuol dire che la carne rossa non possa essere catalogata come fattore di rischio al tumore, ma deve essere ricontestualizzata in un modello virtuoso.

Questo studio, insomma, rettifica tutta la disinformazione che è stata fatta in passato.

Esattamente. Però, è doveroso dirlo, questo studio ha dei bias, cioè degli errori metodologici, inevitabili. Essendo stato condotto per vent'anni in così tanti paesi, non si può pensare che in India, negli Stati Uniti, in Sud America siano stati seguiti gli stessi metodi. I numeri tuttavia sono così alti e così grandi che i bias di partenza vengono in qualche modo a essere sminuiti nel loro impatto sul risultato dello studio.

Quindi, se ci sono errori, sono venali.

Mettiamola così: come sempre, questi studi sui diari alimentari delle persone, svolti in paesi così diversi, difficilmente sono precisi. Però l'impatto numerico è talmente importante che delle conclusioni si possono trarre. E la principale è che non conta il singolo alimento o il singolo comportamento, ma il modello.



Luca Piretta

LO STUDIO DI LANCET. IN TUTTO IL MONDO, ABITUDINI ALIMENTARI SCORRETTE

Publicato ad aprile dalla rivista The Lancet, lo studio dal titolo "Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017" apre scenari globali inediti in tema di alimentazione. Nel 2017, 11 milioni di decessi e 255 milioni di Daly (disability-adjusted life year, misura che somma gli anni di vita persi a causa di una certa patologia, e quelli vissuti con una disabilità o malattia) sono stati causati da una dieta scorretta. È questa la principale conclusione dello studio. L'eccessiva assunzione di sodio, e lo scarso consumo di cereali integrali e frutta, in sostanza, sono i principali fattori di rischio alimentari legati all'insorgenza di malattie non trasmissibili. Segue una dieta povera di frutta secca e semi, verdura e acidi grassi omega-3. L'indagine è il risultato della comparazione di dati alimentari, individuali per ogni area geografica, tra il 1990 e il 2017. 195 i paesi coinvolti, con l'obiettivo di valutare il consumo di 15 alimenti e nutrienti e quantificare l'impatto di una dieta scorretta sulla mortalità e morbilità delle malattie non trasmissibili. È stata inol-

tre valutata la relazione tra alimentazione e sviluppo socioeconomico. I risultati dello studio sono allarmanti: in tutto il mondo, il consumo di quasi tutti gli alimenti indicati come salutari è inferiore alla quantità consigliata. Soprattutto frutta secca e semi, latte e cereali integrali. Mentre il consumo di bevande zuccherate, carni trasformate, sodio e carni rosse - fattori nocivi per la salute - è ovunque superiore alla dose raccomandata. Secondo lo studio, le cattive abitudini alimentari causano più decessi di ogni altro fattore di rischio, tabagismo incluso. Dunque, è possibile prevenire un decesso su cinque seguendo una dieta migliore. Per questo motivo, gli esperti di Lancet evidenziano la necessità di intervenire nei vari settori del sistema alimentare, a livello globale, regionale e nazionale, per migliorare le abitudini alimentari della popolazione. Infatti, nonostante le iniziative degli ultimi anni, la rivista inglese rileva ancora un numero di sfide chiave da affrontare. Dall'efficacia delle iniziative, alla loro piena attuazione, fino al coinvolgimento di tutta la filiera produttiva e non del solo consumatore.

Allora quale dobbiamo seguire?

La dieta mediterranea rimane il modello più importante, ma non è "Dop". Vale a dire, in oriente o in Sud America di mediterraneo non c'è nulla, però si possono utilizzare gli stessi alimenti, o alimenti che contengono gli stessi nutrienti della dieta mediterranea, ottenendo gli stessi benefici. Quindi, mangiando il riso al posto della pasta, o le alghe anziché il pomodoro, non cambierà molto. Si tratta di rispettare le tradizioni loco-regionali in un contesto corretto.

Osservando le proporzioni fra nutrienti, dunque

Esatto, il modello è quello, però va adattato paese per paese. Ed è per questo che la dieta universale, che era stata proposta qualche mese fa sempre su Lancet, non ha ragione di essere. Dal punto di vista culturale e psicologico, il mancato rispetto delle tradizioni non ha un impatto positivo. Non posso pensare di nutrire una persona senza considerare l'aspetto psicologico, ludico, sociale, familiare, educativo, cioè il contesto. Perché l'alimento non è una medicina, è molto di più per l'essere umano e quindi non si può disgiungere dai piaceri della tavola. Occorre rispettare le tradizioni locali, anche perché, per ragioni genetiche, in un determinato paese e luogo, si sono sviluppate le specie umane che sono riuscite ad adattarsi a quell'ambiente. Quindi, trasportare tout court in Nuova Zelanda quello che si mangia in Spagna non può avere senso, perché gli abitanti di quella nazione nei millenni hanno selezionato dei geni in grado di difendersi meglio da eventuali alimenti nocivi locali.

Altra questione: qual è la sua opinione in tema di etichettatura a semaforo dei prodotti?

Ne sono profondamente contrario, come tutta la comunità scientifica, per questa semplice ragione: demonizzare il singolo alimento non ha nessun ruolo educativo. Il rischio è penalizzare, per l'eccessivo contenuto di grassi, sale o zuccheri, alcuni alimenti, che verrebbero trattati per ottenere la promozione. Ma un alimento "semaforo verde" non è necessariamente salutare. Ad esempio, sarebbe scorretto assegnare all'olio d'oliva, composto per il 99% da grassi, il bollino rosso. Così come indicare con bollino verde una bevanda cola light semplicemente perché non contiene zucchero. Spesso i governi fanno ricorso a queste misure, ma il consumatore deve essere educato affinché sappia leggere l'etichetta e regolare la propria alimentazione. Ciò implica fatica e tempo, però è l'unica strada possibile perché la via non può essere quella della demonizzazione del prodotto, e si è visto in passato.

Ricorda casi eclatanti?

Il Cile ne è un esempio. Sono state adottate in modo drastico le etichette a semaforo e i risultati sono stati diametralmente opposti a quelli attesi. Ho foto di scaffali nei supermercati cileni dove i prodotti a base di cioccolato sono impacchettati con buste bianche e segnalati con un numero. Nella didascalia il cliente poteva leggere gli ingredienti, senza però vedere il packaging del prodotto che avrebbe indotto il consumatore all'acquisto e al consumo. Le politiche cileni non hanno portato a

Serve rispettare le tradizioni locali a tavola. Formando il consumatore a modelli alimentari virtuosi. Senza escludere nessun prodotto a priori.

Intervista a Luca Piretta, docente all'università Campus Biomedico di Roma, sullo studio di Lancet.

risultati perché, secondo i dati della Fao, dal 2016 al 2018 l'obesità è aumentata. Non sto dicendo che sia questa la causa, ma sicuramente queste politiche non hanno sortito un buon risultato.

Dunque, si torna al concetto di educazione del consumatore.

Proprio così. Posso capire che sia più semplice usare le etichette a semaforo, soprattutto nei paesi in cui cultura alimentare è abbastanza approssimativa: il consumatore le accetta perché non deve studiare e ragionare sulla propria alimentazione. In questo modo, però - come dicevamo prima - si considerano i singoli alimenti e nutrienti, anziché l'intero contesto. Invece, nel caso di popoli come quello italiano, che ha una grande cultura di base sulla nutrizione, è fondamentale saperla sfruttare.

Torniamo a parlare di alimentazione. Come giudica latte e formaggi?

Sono estremamente favorevole al loro consumo. Non solo fanno parte della nostra tradizione culinaria, ma sono anche fonti importanti di proteine, calcio e fosforo che, dal punto di vista nutrizionale, sono essenziali.

È in tema di intolleranza al lattosio?

Esatto, per questo si può tranquillamente mangiare il dolce ogni tanto, privilegiando magari i dessert con meno zuccheri e grassi: deve essere la ciliegina sulla torta del pranzo. Anche il cioccolato per certi versi fa bene alla salute, soprattutto quello fondente, per la presenza dei flavonoli, sostanze che aiutano l'apparato cardiovascolare. Consumandone in eccesso, però, sono più gli svantaggi dei grassi, delle calorie e dello zucchero, rispetto ai vantaggi di polifenoli e flavonoli. Chiaramente, anche il consumo di cioccolato va inserito nell'intero contesto alimentare.

Eliminare drasticamente tutti i derivati è un errore di conoscenza perché tutti i formaggi stagionati non contengono lattosio.

E i dolci?

Ricordiamo la piramide alimentare: i dolci sono al vertice, non sono assenti. Quindi la nostra alimentazione dovrebbe basarsi su cereali, frutta, verdura, legumi e olio d'oliva. Siccome non esistono alimenti capaci di dare tutti i nutrienti necessari all'organismo, sono latte e formaggi, pesce, carne rossa e i dolci a fornirli. Quindi, non c'è tolleranza zero per lo zucchero, che è necessario. E invece dannoso mangiarne troppo, come accade oggi: la quantità consumata non deve superare il 10% del totale delle calorie assunte quotidianamente. Occorre capire che l'educazione alimentare è un processo di apprendimento e una questione di proporzioni fra tutti i cibi, dove anche il dolce è importante, perché non mangiamo solo per nutrirci, ma per una serie di altre ragioni.

Il piacere, il gusto ...

Esatto, per questo si può tranquillamente mangiare il dolce ogni tanto, privilegiando magari i dessert con meno zuccheri e grassi: deve essere la ciliegina sulla torta del pranzo. Anche il cioccolato per certi versi fa bene alla salute, soprattutto quello fondente, per la presenza dei flavonoli, sostanze che aiutano l'apparato cardiovascolare. Consumandone in eccesso, però, sono più gli svantaggi dei grassi, delle calorie e dello zucchero, rispetto ai vantaggi di polifenoli e flavonoli. Chiaramente, anche il consumo di cioccolato va inserito nell'intero contesto alimentare.

Elisa Tonussi

GLASBORD® CON SURFASEAL®



Ferbox, da oltre 25 anni, produce e installa pannelli in Glasbord® con surfaseal®, un rivestimento igienico per pareti e soffitti di alta qualità e affidabilità che permette di ridurre i consumi energetici e i tempi di lavaggio, oltre a dare un ottimo risultato estetico.

Grazie all'esperienza maturata e alla fiducia acquisita da parte della clientela più esigente, Ferbox ha industrializzato il processo produttivo in modo da poter servire le più grandi industrie alimentari e la grande distribuzione.

Con Ferbox, trovate il vostro partner ideale per la realizzazione e ristrutturazione di ambienti produttivi per la lavorazione di prodotti caseari a celle frigorifere per lo stoccaggio.

Grazie all'ottima performance del materiale sono stati installati oltre 2 milioni di metri quadrati in Europa!

Glasbord® con surfaseal®:

- prodotto leader a livello europeo per la realizzazione di pareti e controsoffitti altamente sanificabili per l'industria casearia.
- meccanicamente più resistente dei comuni pannelli
- facilissimo da pulire grazie alla superficie liscia e non porosa
- non promuove la carica batterica e previene la formazione di muffe
- permette una standard igienico molto elevato
- risponde ai requisiti USDA/FSIS e viene prodotto in diverse tipologie di colori e spessori
- può essere autoestinguente, resistente al fuoco in classe B2s20
- superficie brillante, riflette la luce

Infine è stato introdotto un ulteriore vantaggio: il rivoluzionario sistema "HYGENIC QUALITY SYSTEM" per una giunzione tra pannelli specifica e una sigillatura tra le fughe con il bicomponente "HPS-2C".

La sigillatura "HPS-2C", è realizzata senza solventi, inodore, ad ampio spettro di adesività e anche dopo aver subito trattamenti "aggressivi" e lavaggi frequenti per la sanificazione degli ambienti non richiede alcuna manutenzione.

Questo sistema permette di avere un risultato complessivo estremamente performante, in grado di soddisfare completamente le normative igienico-sanitarie vigenti di riferimento e le aspettative del cliente finale perché garantisce massima resistenza alle muffe e facilità di pulizia.

Il sistema "HQS" permette di avere una totale planarità tra le giunzioni dei pannelli di parete e di soffitto evitando così di avere gradini e/o elementi in rilievo che danno adito a infiltrazione di sporco causando la proliferazione di germi e batteri e complicandone la rimozione.

Il sistema "HQS" evita, dopo l'accostamento dei pannelli, di lasciare bordi a spigolo vivo sulle fughe spesso causa di tagli accidentali all'operatore in fase di pulizia manuale.

Il sistema "HQS" è adatto a tutti gli ambienti a contatto con generi alimentari, camere bianche e, in generale, a tutti quegli ambienti che necessitano di una igienicità estrema con un grado di finitura molto elevato.

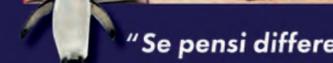
GLASBORD® CON SISTEMA HQS ANCORA PIU' PERFORMANTE HYGENIC QUALITY SYSTEM

massima resistenza alle muffe, facilità di pulizia, antibatterico

se pensi differente, pensi a FERBOX



FERBOX - Legnano (MI), via Toscana 4
Tel. +39.0331.407100 - Fax +39.0331.411737
info@ferbox.eu www.ferbox.eu



Se pensi differente pensi a FERBOX

Bennet e quegli 11 milioni di euro...

L'ex sindaco di Lonate Pozzolo (Va), Danilo Rivolta, in un interrogatorio parla della somma che sarebbe stata versata dalla catena a persone legate alle 'famiglie' calabresi della zona. Sarebbe servita per la realizzazione del centro commerciale di Vanzaghello (Va). Ma il gruppo smentisce categoricamente.



Quanto ne sa il vostro software di carne?

Il nostro davvero tanto.

Processi specifici di settore, integrazione di macchine e impianti, monitoraggio e reporting, rintracciabilità, ottimizzazione ricette, gestione qualità e molto altro. CSB-System è il software aziendale per il settore Carne. La soluzione completa comprende ERP, FACTORY ERP e MES e include già le Best Practice aziendali.

VENITE A TROVARCI!
Pad. 71 Stand B90 - C93
Pad. 2 CIBUSTEC Stand M19

Siete curiosi di sapere esattamente perché i leader del settore si affidano al CSB-System?

CSB-System S.r.l. Tel.: +39-045 890 55 93 | Fax: +39-045 890 55 86
Via del Commercio 3-5 | 37012 Bussolengo (VR) info.it@csb.com | www.csb.com

"De Castro e Baracchi hanno ricevuto dalla società Bennet la somma di 11 milioni di euro". La frase è tratta dal verbale di interrogatorio reso da Danilo Rivolta, ex sindaco di Lonate Pozzolo (Va), tuttora detenuto nel carcere di Busto Arsizio. Datato 24 luglio 2017, l'interrogatorio è avvenuto presso gli uffici della procura della Repubblica di Busto Arsizio.

Una vicenda complessa, riproposta in un articolo del *Corriere della Sera* pubblicato il 6 luglio 2019, a firma Cesare Giuzzi. Che a sua volta prende spunto dagli arresti compiuti giovedì 4 luglio, nell'ambito dell'operazione 'Kremisa' del nucleo investigativo dei carabinieri di Milano.

Ma procediamo con ordine. Il verbale integrale, di cui siamo entrati in possesso, ricostruisce gli intrecci tra una serie di clan della 'ndrangheta, politici locali e regionali, imprenditori, faccendieri e anche la catena Bennet. E scrive di un "disegno criminoso" che vede protagonisti, tra gli altri, proprio il sindaco, suo fratello e la convivente del primo cittadino.

"A Lonate Pozzolo", dichiara Rivolta, "vi sono diverse famiglie originarie di Cirò Marina [in provincia di Crotone, ndr], che esercitano un controllo sul territorio. Tra queste posso indicare Casoppero, Cilidonio, De Novara, Filippelli, Murano e infine i De Castro; quest'ultima, però, di origine siciliana". I De Novara e i Casoppero erano anche stati determinanti nelle elezioni del 2014, permettendo la vittoria di Rivolta grazie a 300 voti risultati decisivi.

A fare la parte del leone nella gestione del territorio sono le imprese edili e artigiane, in particolare quando i lavori sono di una certa entità: è il caso del centro commerciale 'Il Parco' di Vanzaghello, sempre in provincia di Varese, dove il core business è un ipermercato Bennet.

Qui bisogna tornare al 2009, quando le trattative per la realizzazione entrano nel vivo. "L'operazione", spiega Rivolta, "doveva essere effettuata dai proprietari del terreno, fratelli Maritan, ma venne bloccata in regione da Zambetti [all'epoca dei fatti assessore regionale, ndr] e per sbloccare l'operazione questi aveva chiesto ai Maritan 1.050.000 euro. Casoppero veniva accusato di essere stato estromesso dall'operazione da Filippelli e De Castro".

La somma per sbloccare la pratica sarebbe stata raccolta dal faccendiere Filippo Duzioni. Ma a questo punto si apre un altro fronte con protagonista la famiglia De Castro, che avrebbe "fregato Filippelli sull'affare del centro commerciale", secondo le parole dell'ex sindaco. In che modo? Giocando la sua partita coinvolgendo l'imprenditore Giulio Baracchi. È sempre Rivolta che parla: "De Castro e Baracchi hanno ricevuto dalla società Bennet la somma di 11 milioni di euro, come mi ha riferito personalmente l'amministratore delegato di Bennet, tale Stanwusser. Sangalli mi disse che De Castro non ha versato la somma che avrebbe dovuto a Filippelli".

"Ma come sono stati versati gli 11 milioni?", chiedono gli inquirenti. Rivolta entra nel dettaglio: "L'operazione venne rilevata da De Castro Emanuele e Baracchi Giulio con una società di Agrate Brianza, di cui non ricordo il nome, il cui amministratore era tale Zanella. Acquisita la proprietà delle aree e firmata la convenzione con il comune, l'area venne ceduta tramite la società di Baracchi (forse la Lonate Sviluppo Srl) a Bennet che, con questa acquisizione ha potuto realizzare il centro commerciale che è poi sorto a Vanzaghello. L'operazione in regione è stata gestita dal faccendiere Duzioni Filippo".

Abbiamo contattato Bennet per avere un commento sulle dichiarazioni di Rivolta. La società smentisce categoricamente le affermazioni dell'ex sindaco e si dichiara totalmente estranea ai fatti.

Angelo Frigerio



GoldenFood yoga: lesson four POSIZIONE DELLA PUNTA D'ANCA



L E G G E R E Z Z A P U R A

PUNTA D'ANCA ALL'INGLESE
GOLDENFOOD



100% NATURALE
priva di conservanti, senza
glutine, senza latte e derivati,
senza allergeni. No OGM.



WWW.GOLDENFOOD.IT

Cari e rari

Il prezzo dei suini continua a crescere. E la quantità si riduce sempre più. Il settore lancia l'allarme: c'è il rischio di non rifornire i punti vendita. Indispensabile un ritocco dei listini.

"La situazione è drammatica. Se si va avanti così, chiuderemo tutti". La denuncia arriva da un salumificio medio-piccolo. Che, a fronte del continuo aumento del costo della materia prima, lancia un grido d'allarme per scuotere i produttori, e soprattutto i retailer, e metterli di fronte all'autunno caldissimo che aspetta il settore della salumeria.

Ma come si è arrivati a questo punto? Il forte incremento della richiesta di materia prima si deve in buona parte all'epidemia di peste suina africana in Cina. Un virus letale che ha decimato gli allevamenti del gigante asiatico, dove sono presenti ben 440 milioni di maiali. Ovvero metà della popolazione di suini del pianeta. Le stime ufficiali più recenti sugli effetti della peste suina sono disastrose, e parlano di una diminuzione del 20%. Ma l'istituto olandese Rabobank ipotizza un calo addirittura del 40%.

Prezzo alle stelle

La carenza di maiali ha portato dunque all'esplosione della domanda da parte di Pechino, con tutte le conseguenze del caso. Di qui il picco di domanda verso l'Europa e l'innalzamento dei prezzi. Non a caso, i mercati suinicoli di casa nostra sono stati letteralmente presi d'assalto dai cinesi, sempre più presenti e agguerriti nel contrattare fino all'ultimo euro.

Complice il caldo estivo, poi, i suini crescono più lentamente, quindi rendono meno. E intanto i prezzi continuano a salire: +20% nell'ultimo mese e mezzo



(dati Teseo by Clal) per i suini da macello nella categoria 160-176 Kg. Arrivati ieri a 1,646 euro al Kg, ma con ogni probabilità a settembre sfonderanno quota 1,70 per poi stabilizzarsi, si spera, fino a Natale.

In questa faccenda pesano anche la complicata situazione dei consumi interni e lo scandalo dei suini inseminati con Duroc danese, destinati alla produzione di Parma e San Daniele. Animali che garantiscono una crescita più sostenuta e una redditività altrettanto sostenuta. Non solo: sul mercato i lombi faticano a essere venduti, mentre le quotazioni di spalla e pancetta fresca continuano a salire, rispettivamente del +20% e del +10% da metà luglio a oggi (dati Teseo by Clal).

Il nodo della Grande distribuzione

"I frigo sono ormai quasi vuoti e nel giro di un mese c'è il concreto rischio di non poter più rifornire la Grande distribuzione", ci confida un produttore molto preoccupato per lo scenario dei prossimi mesi. Ma oltre alle dinamiche internazionali, qualcuno ipotizza anche un disegno dei principali player di settore, volto a indebolire i salumifici medio-piccoli: un po' quello che è accaduto nell'avicolo. Dove, in effetti, negli ultimi vent'anni è stata fatta piazza pulita di tante realtà.

Certo è che il patrimonio suinicolo continua a diminuire e anche i macelli sono in affanno. Aggiunge incertezza lo stallo a livello europeo, dove proprio in queste settimane si stanno definendo le nuove nomine dei commissari, e nessuno può prendere di petto la situazione per proporre misure a sostegno dei produttori. Ma qualcuno che può fare qualcosa c'è, almeno in Italia. Sono le catene della Distribuzione moderna, a cui le aziende chiedono di ritoccare i listini al più presto, così da prendere fiato e far fronte ai costanti aumenti. E se in alcuni casi - ancora troppo pochi - questi ritocchi ci sono stati, la maggior parte delle insegne continua a non voler sentire ragioni. Il problema è che è forte il rischio di trovarsi vuoti i banchi frigo della salumeria. Insomma, il tempo stringe ed è indispensabile correre ai ripari. Perché, in tempi di crisi, ognuno deve fare la propria parte.

Federico Robbe

IN CINA AUMENTI DEL 50%



Fonte: ilsussidiario.net



Speciale SPECK

Le proposte delle aziende e le novità sul fronte del packaging. Per un salume tipico sempre più apprezzato in Italia e sui mercati esteri. Sia nella versione classica che in quella Igp. Una specialità diffusa soprattutto nel canale della Grande distribuzione, dove le vendite di vaschette sono in aumento a volume (+2,5%) e a valore (+1%) nell'ultimo anno. Ma crescono anche Horeca, industria e commercio online.

di Federico Robbe

MERANO
Speck *Famille Rauch*

Gli Specialisti dello Speck

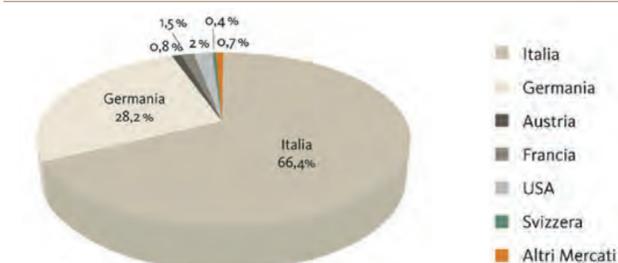
Alto Adige

Südtirol Speck g.g.A.
SÜDTIROL
Speck Alto Adige IGP

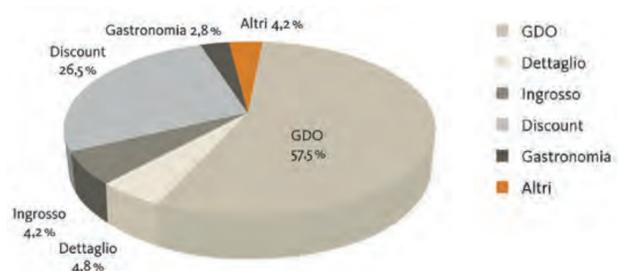
LE PROPOSTE DELL'ALTO ADIGE

I dati dello speck Alto Adige Igp 2018

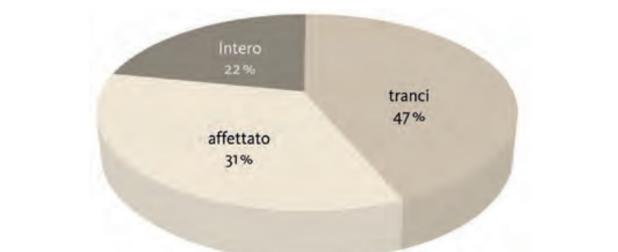
Mercati di sbocco



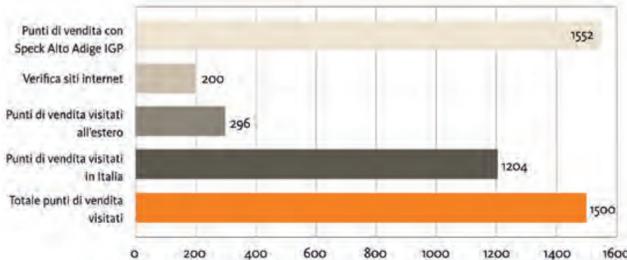
Canali di distribuzione in Italia



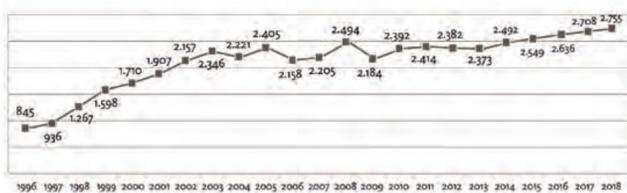
Tipologie di confezioni



Vigilanza di mercato - Etichettatura



Andamento storico 1996-2018



Fonte: Consorzio Tutela Speck Alto Adige Igp

Speck Alto Adige Igp a tutta forza

Matthias Messner, direttore del Consorzio, rivela i dati su produzione, vendita e canali distributivi nei primi cinque mesi dell'anno. Focus anche su export e campagne di valorizzazione.



Quali sono i dati più recenti sulla produzione?

Nei primi cinque mesi dell'anno 2019 il totale del prodotto marchiato 'Speck Alto Adige Igp' è in aumento del 10,35% rispetto al 2018. Nello stesso arco temporale l'ingresso di cosce fresche idonee per la produzione di Speck in Alto Adige è in calo del 7,52%. Tale diminuzione è legata particolarmente all'andamento dei prezzi della materia prima.

Quanto valgono, in percentuale, i diversi canali distributivi?

In Italia il 57,5% della produzione di Speck Alto Adige Igp viene venduta attraverso il canale della grande distribuzione (Gdo). Seguono altri canali di distribuzione quali i discount con il 26,5%, i grossisti con il 4,2%, la vendita al dettaglio con il 4,8%, la gastronomia con il 2,8%. Altri canali come la vendita online oppure la vendita per l'uso in prodotti composti sono in crescita e nel 2018 rappresentavano il 4,2%. La vendita al dettaglio è particolarmente diffusa soprattutto in Alto Adige. Circa il 60% delle vendite di Speck Alto Adige Igp in provincia viene venduto attraverso il dettaglio. Nel 2018 le tendenze positive del turismo hanno inciso positivamente sulle quantità vendute in questo canale.

Quali sono i mercati esteri più interessanti e dinamici?

Lo Speck Alto Adige Igp ha una quota particolarmente elevata, pari al 33,6%. Il mercato d'esportazione più importante per il prodotto è la Germania, con il 28,2%. Altri paesi esteri molto dinamici sono gli Stati Uniti e la Francia. In tali mercati si vede ampio potenziale di crescita.

Come si sta muovendo il Consorzio nell'attività promozionale in Italia?

In Italia siamo partiti quest'anno con la nuovissima campagna radiofonica 'In realtà è Speck Alto Adige Igp'. La campagna ha l'obiettivo di far conoscere questo salume tipico dell'Alto Adige, il suo sapore leggermente affumicato e stagionato all'aria di montagna, le sue preziose caratteristiche nutrizionali e l'importanza della sua provenienza. La campagna è stata trasmessa sulle principali emittenti radio nazionali.

E all'estero?

Seguiamo la strategia di presentarci in partnership con altri prodotti tutelati dell'Alto Adige a marchio Igp e Dop. Mentre negli Stati Uniti e in Canada ci presentiamo con il formaggio Asiago Dop e il Pecorino Romano Dop, in Europa siamo presenti con gli altri prodotti di qualità dell'Alto Adige.

A quali fiere parteciperete?

Nel 2019 parteciperemo alla fiera Anuga a Colonia, dal 5 al 9 ottobre.

I produttori

Senfter	Kofler Delikatessen
Recla	Macelleria Christianell
Moser	Schmid Speck
Christanell	Viktor Kofler
Merano Speck	Macelleria Steiner
Galloni	Stephan Von Pföstl
Pfötscher	Raich Speck
Martin Speck	Viumser Speck
Macelleria Windegger	Macelleria Mair
Pramstrahler	Macelleria Gstör
Nocker	Macelleria Silbernagl
G. Siebenförcher	Macelleria Gruber
Vontavon	Südtiroler Speck
Max Siebenförcher	Mendelspeck
Macelleria Rinner	

Speck Alto Adige IGP Quel gusto in più.



Unico e inconfondibile.

Garantito dal
Consorzio Tutela Speck Alto Adige.

www.speck.it

La produzione in cinque passaggi

Dalla materia prima al controllo qualità. le varie fasi della lavorazione del celebre salume altoatesino.

Selezione della materia prima

Tutto inizia con la selezione della materia prima. Alla base di un prodotto di qualità vi è infatti una buona materia prima. La produzione dello speck avviene in Alto Adige secondo un preciso disciplinare. Numerosi fattori concorrono a far diventare lo speck una vera specialità: dall'alimentazione dei suini, alla macellazione e stagionatura della carne. I produttori di speck altoatesino lo sanno bene e mettono in pratica questo principio da decenni. Per questo motivo, per lo Speck Alto Adige Igp vengono utilizzate soltanto cosce suine magre, sode e provenienti da allevamenti consoni alla specie.

Le cosce vengono selezionate in base a rigorosi criteri di qualità e tagliate secondo metodi tradizionali. Anche le condizioni di trasporto della carne utilizzata come materia prima devono rispettare un rigoroso regolamento. Per la produzione di Speck Alto Adige Igp non possono essere utilizzati né bestiame importato né tagli di carne congelati. La lavorazione del prosciutto avviene esclusivamente a partire da cosce suine che sono state macellate in conformità con i controlli previsti. Solo così si garantiscono gli elevati standard di qualità della produzione e il sapore specifico dello Speck Alto Adige. Quindi le baffe vengono marchiate con un timbro indelebile che riporta la data d'inizio della produzione, che è il punto di riferimento per successivi controlli e come prova della stagionatura. Inoltre la marchiatura consente al consumatore finale la tracciabilità del prodotto.

Un prosciutto tipicamente speziato

La tipica crosta speziata conferisce allo Speck Alto Adige Igp il suo aroma davvero particolare. Quando le cosce di suino vengono accuratamente cosparse di sale e spezie, si sprigiona nell'aria un profumo di alloro, rosmarino e ginepro. Talvolta si aggiungono anche aglio rosso, coriandolo o cumino. Mentre gli ingredienti base per la salatura di questo prosciutto, come sale e pepe, rimangono sempre gli stessi, la miscela delle spezie cambia molto da un produttore all'altro. Ed è proprio nella speziatura, che ogni produttore aggiunge un tocco personale al suo speck.

Prima di essere affumicate, le baffe di speck vengono salmistrate a secco per tre settimane. Durante questo tempo, i prosciutti vengono girati diverse volte, in modo da consentire la penetrazione uniforme della salamoia. La frequenza con cui viene ripetuta questa operazione nella preparazione del prosciutto, dipende dalla ricetta del singolo produttore di speck. Mentre alcuni continuano ad aggiungere la salamoia ai lati dello speck, altri preferiscono evitare questo passaggio. Il contenuto di sale nel prodotto finale non deve superare il 5%. La salatura nella produzione dello Speck Alto Adige si basa su ricette personali di ciascuno produttore, custodite come segreto di famiglia e tramandate di generazione in generazione. Questo rende ogni pezzo di speck un pezzo unico.



I NUMERI DEL 2018

2.755.541
baffe prodotte

38 milioni
di vaschette

66,4%
della produzione venduto in Italia

33,6%
della produzione venduto all'estero

Affumicatura leggera e sapore delicato

Un fattore decisivo per il gusto dello speck è l'affumicatura a conclusione della fase di salmistratura. L'affumicatura dello Speck Alto Adige Igp segue la tradizionale regola aurea: poco fumo e tanta aria fresca di montagna. Dopo la salmistratura, i prosciutti vengono sottoposti consecutivamente a fasi di affumicatura e asciugatura all'aria. L'affumicatura è leggera e avviene solo con legno poco resinoso. In questo modo lo Speck Alto Adige Igp acquisisce il suo inimitabile sapore delicato.

Ancora oggi, viene utilizzato principalmente legno di faggio. La temperatura del fumo non deve superare i 20° C. Così il fumo può penetrare nei pori del prosciutto, che invece a temperature più elevate verrebbero chiusi. Le baffe vengono quindi esposte alternativamente al fumo e all'aria fresca delle montagne altoatesine. Solo così lo speck acquisisce il suo aroma speciale: finemente speziato e delicato al tempo stesso. Inconfondibilmente equilibrato.

Lenta stagionatura

Dopo l'affumicatura, lo Speck Alto Adige Igp ha bisogno di tempo per sviluppare le sue straordinarie caratteristiche, in armonia con la natura. In passato questa fase della preparazione del prosciutto avveniva nelle cantine delle aziende agricole altoatesine, dove la temperatura si manteneva sempre fresca e l'umidità dell'aria raggiungeva le condizioni ottimali. Ancora oggi il prosciutto viene stagionato in luoghi ben areati e pervasi dall'aria fresca e pura delle montagne altoatesine. La durata della stagionatura dipende dal peso finale delle baffe ed è in media di 22 settimane. In questa fase del processo di preparazione del prosciutto, lo speck perde circa un terzo del suo peso iniziale e acquisisce la sua tipica consistenza. Durante la stagionatura, sul prosciutto crudo si forma uno strato naturale di muffa aromatica, che viene rimosso alla fine del processo. È un segno delle corrette condizioni ambientali in cui si svolge la stagionatura e dell'ottima qualità dello speck.

La muffa protegge lo speck nel corso della stagionatura, evitando che si asciughi troppo e formi una crosta aromatica sulla sua superficie. Grazie alla muffa, lo speck matura in maniera uniforme all'interno. Inoltre la muffa è fondamentale per il sapore di questo prosciutto stagionato, in quanto armonizza e arrotonda le intense note speziate e affumicate. Così lo Speck Alto Adige Igp conquista il suo tipico sapore: delicato, equilibrato e con una sottile nota di noci.

Qualità controllata

Il marchio è una garanzia per il consumatore. Esso assicura che lo Speck Alto Adige Igp sia di alta qualità e che la produzione sia stata controllata severamente. Proprio per garantire la qualità e l'autenticità dello Speck Alto Adige, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha sviluppato in collaborazione con l'Istituto indipendente Ifcq Certificazioni (Istituto friulano controllo qualità), un sistema di controlli che verifica il rispetto di tutti i criteri di qualità in ogni fase della lavorazione del prosciutto: dalla selezione della carne, fino al prodotto finito.

Gli addetti ai controlli hanno sempre libero accesso agli stabilimenti di produzione. Essi durante la preparazione del prosciutto e al termine del processo di produzione, controllano la stagionatura, il rapporto tra parti magre e grasse, il contenuto salino, la consistenza, l'aroma e naturalmente il sapore. Solo il prosciutto affumicato che rispetta tutti i criteri di qualità e che ha superato tutti i controlli viene marchiato a fuoco in più punti sulla cotenna. Al momento dell'acquisto, fate attenzione al marchio di qualità, contraddistinto dalla pettorina verde. Il marchio 'Speck Alto Adige Igp' è garanzia di altissima qualità e autenticità.

Il Consorzio: qualità garantita dal 1992

L'associazione, conosciuta come 'Consorzio Tutela Speck Alto Adige', fu costituita nel 1992 da parte di 17 produttori, con sede presso la Camera di Commercio di Bolzano. Già nel 1980, quattro produttori altoatesini diedero vita ad un'associazione, per tutelarsi contro i prodotti non controllati. Il successo non si fece attendere. Nel 1996 lo Speck Alto Adige ottenne dall'Ue il riconoscimento della denominazione 'Indicazione geografica protetta'. Nel 2003, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige venne autorizzato ufficialmente dal ministero per le Politiche agricole e forestali a rappresentare gli interessi dei produttori di speck, ai sensi della legge 526/99. Oggi il Consorzio tutela gli interessi di 29 produttori di speck altoatesini.

Tra le attività di competenza del Consorzio Tutela Speck Alto Adige rientrano la politica di qualità, la tutela del marchio e le iniziative promozionali, che sono regolamentate da linee guida dell'Ue (Reg. 510/2006), dello Stato (Legge 526/99) e della Provincia Autonoma di Bolzano. L'obiettivo principale del Consorzio è tutelare la qualità dello Speck Alto Adige Igp e rafforzare sempre di più la fiducia dei consumatori.

Per svolgere queste attività, il Consorzio collabora attivamente con diverse istituzioni sia a livello locale che nazionale: la Provincia Autonoma di Bolzano, il ministero per le Politiche agricole e forestali, Ifcq Certificazioni (Istituto friulano controllo qualità) e Idm Alto Adige.



segue

TRADIZIONE ALTOATESINA DAL 1980



GUSTO SINCERO

La migliore materia prima, passione e finezza sono gli ingredienti per il sapore autentico dei nostri prodotti. Lo Speck Alto Adige IGP è prodotto secondo la ricetta di famiglia di Gottfried Pfitscher ed ha un carattere particolarmente tenero e mite in virtù della lunga stagionatura. Gusto vero dal 1980.

Un prodotto di qualità eccellente, riconosciuto e premiato con "5 spilli" anche nella nuova edizione della Guida "I Salumi d'Italia" 2019 edita da L'Espresso, l'unica pubblicazione che raccoglie e giudica la varietà e l'unicità della salumeria italiana nel mondo.

5 Spilli Eccellenza Italiana



PFITSCHER

METZGEREI × SALUMIFICIO

pfitscher.info

Moser

I fratelli Adolf e Walter Moser fondarono la Moser Speck OHG nel 1974, non senza aver acquisito un'esperienza sufficiente per costruire e gestire con successo un'azienda alimentare. Walter curava ad alto livello le questioni finanziarie dell'azienda, mentre Adolf, un macellaio qualificato, si familiarizzò con i segreti della produzione di speck.

L'azienda, ora gestita dai figli Andreas e Peter, è nata da una passione comune dei fratelli. Adolf e Walter continuano ad essere presenti in azienda come presidenti.

Lo speck Alto Adige Igp deve il suo speciale sapore soprattutto al luogo in cui nasce, dove la tradizione alpina incontra la cultura mediterranea e la natura regala un particolare microclima con tanto sole e aria salubre. L'Alto Adige è così: un piccolo fazzoletto di terra dai grandi sapori con oltre 300 giorni di sole all'anno.

Quella di Bolzano è la provincia più a Nord d'Italia e



terra di contrasti e, dove l'accoglienza tipica dei paesaggi alpini incontra il clima mediterraneo. Circondati da scenari montani mozzafiato, da secoli le genti di questa terra producono il loro prosciutto dal sapore inconfondibile dando vita ad una vera e propria cultura dello speck.

Lo speck dell'Alto Adige viene prodotto esclusivamente con cosce di suino selezionate, magre e carnose.

Le materie prime sono selezionate accuratamente secondo rigidi controlli della parte grassa della coscia, del peso, della temperatura e del Ph. Ciascuna coscia viene marchiata a fuoco sulla cotenna indicando la data di avvio della produzione.

Si tratta di un'indicazione importantissima che permette di tracciare il prodotto finale e i tempi di stagionatura. In seguito il pezzo viene sottoposto ai processi di salatura a secco e affumicatura a freddo.

www.moser.it

L'offerta nel comparto

Sciolto in rete, 4,5 Kg
Trancio metà, 2,3 Kg
Trancio un quarto, 1,1 Kg
Centrotavola, 450 g
Affettato 90 g
Affettato 70 g
Affettato 50 g
Affettato XXL, 250 g
Sticks 70 g
Cubetti 80 g
Sfilacci 60 g
Tapas 70 g

Sticks di Speck Alto Adige Igp

Ingredienti

Carne di suino, sale, spezie, destrosio, fruttosio, conservante: E250, antiossidante: E301. Affumicato con legno di faggio.

Peso medio/pezzature

70 g e.

Caratteristiche

Lo Speck Alto Adige Igp è un prosciutto crudo leggermente affumicato con legno di faggio comodamente tagliato a fiammiferi.

Confezionamento

In atmosfera protettiva.

Tempi di scadenza

75 gg.



Pfischer

Lukas Pfischer

"Lo speck è il nostro prodotto più importante sia per volume che per fatturato, in quanto sicuramente è il prodotto più conosciuto della salumeria altoatesina. In termini di offerta, siamo molto flessibili nel gestire le richieste dei nostri clienti, utilizzando varie tipologie di materia prima e di taglio, per garantire un risultato che soddisfa pienamente le esigenze dei relativi mercati. La referenza di punta è certamente lo Speck Alto Adige Igp a forma tradizionale, prodotto da sole cosce pesanti, e stagionato otto mesi effettivi. Per quanto riguarda le vendite nella prima parte dell'anno, abbiamo notevolmente aumentato la nostra produzione, soprattutto sul prodotto molto stagionato, di alta e altissima qualità. Un risultato difficile in

un contesto di mercato penalizzato da un calo dei consumi, e con una materia prima cara e in costante aumento.

Passando alla distribuzione, direi che serviamo un po' tutti i canali, ma siamo sempre molto radicati sul nostro territorio. Interessante la quota export, dato che lavoriamo in tutto il mondo. I primi mercati restano la Germania e la Francia. Infine uno sguardo alle novità: stiamo lavorando sulla tecnica d'affettamento, con fette più sottili possibile, per dare il massimo del gusto al consumatore esigente, ma anche sulla riduzione e il riciclaggio della plastica nei nostri imballi. Anche sul fronte delle materie prime ci stiamo muovendo per trovare soluzioni sempre più sostenibili".

www.pfischer.info



Speck Alto Adige Igp fette 60 g.

Affettato a caldo, senza congelare il prodotto. Fette larghe naturali. Posato a mano a fette mosse, tagliate sottili. Pratico formato snack, ideale per farcire un panino o dare varietà di gusto alle merende. Buste preformate di alta qualità, nelle quali il prodotto viene posato a 'busta fredda'. Naturalmente senza glutine e senza derivati del latte.

Ingredienti

Carne di suino, sale, destrosio, spezie, estratti di spezie, conservante: nitrito di sodio.

Peso medio/pezzature

60 g.

10 pezzi/ cartone.

Caratteristiche

Lo Speck Alto Adige, dopo minimo 22 settimane di stagionatura, superato il controllo esterno, riceve il marchio a fuoco Igp. Si presta sia per una merenda come anche per la cucina.

Confezionamento

Atmosfera modificata.

Tempi di scadenza

60 gg.



Merano Speck

Stefano Sardini

"Merano Speck produce specialità di primissima scelta dal 1990. Ogni settimana è in grado di raggiungere una produzione di oltre 20mila speck. La produzione di questa referenza rappresenta la totalità del nostro fatturato.

La Merano Speck, nonostante la grande quantità realizzata di prodotto, è riuscita a mantenere ricette tradizionali, realizzandole con le più moderne tecniche di produzione, garantendo la genuinità di un prodotto di prima qualità e debitamente certificato (IFS e BRS).

L'offerta di speck proposta è suddivisa tra speck interi, metà, tranci, scotennati, pronti al taglio ed infine affettati.

Il punto di forza di Merano Speck è la specializzazione nelle linee di confezionamento in tranci, anche a peso fisso: tale produzione la rende, al momento, una tra le aziende più rappresentative e presenti sul mercato per la referenza 'speck in tranci', soprattutto nella private label.

Nel primo semestre 2019 il fatturato è stato complessivamente stabile, con un incremento sulla recente linea di affettati.

L'azienda è presente in vari canali distribu-

tivi, soprattutto nella Grande distribuzione e vanta la sua presenza sulle migliori catene discount con prodotti private label.

Anche l'export rappresenta una parte rilevante del fatturato (25% circa), soprattutto in Germania, grazie alla presenza in loco della casa madre, tramite il Gruppo di distribuzione R&S (famiglia Rauch), di cui fa parte oggi Merano Speck.

Il carattere tradizionale non esclude uno sguardo sempre attento alle richieste di ultima generazione, infatti la Merano Speck sta lavorando ad una nuova linea 'benessere', con un prodotto nuovo come lo speck light; offrendo ai consumatori un'alternativa attuale, povera di grassi, mantenendo il sapore unico del prodotto".

www.meranospeck.it



Bontà Gold Selection

✓ Speck 100% artigianale di altissima qualità

- ✓ Carne selezionata freschissima, disossata in casa
- ✓ Salatura a mano con sale marino
- ✓ Raffinato con spezie ed erbe naturali
- ✓ Affumicatura fredda con legno di faggio
- ✓ Stagionatura lunga & lenta di min. 30 settimane
- ✓ Nuovo packaging



Pramstrahler
Südtirol | Alto Adige

Speck

Pramstrahler
Artisan Quality

100%
Handgeleget
Posato a mano

Langezeit gereift
30
Wochen
Lunga stagionatura

handgemacht
Qualità
artigianale



Recla



L'azienda produce speck da oltre tre generazioni, con la medesima cura e attenzione alle materie prime. E' stata inoltre tra i fondatori del Consorzio di tutela Speck Alto Adige Igp. E ha ottenuto per prima l'abilitazione all'esportazione dello speck negli Stati Uniti. Lavorano in Recla circa 270 dipendenti (molti da decenni in azienda) e lo stabilimento occupa oltre 50mila metri quadri.

Specialista nella produzione di Speck, Recla produce con la stessa cura e passione anche Prosciutto Crudo, Prosciutti cotti, e Würstel. È fornitore preferenziale per importanti partner commerciali: dalla Gdo all'industria alimentare, fino a grandi catene di ristorazione.

L'offerta nel comparto dello Speck Alto Adige Igp comprende il prodotto affettato da 90 grammi, i cubetti da 100 grammi, fiammiferi da 70 grammi, trancio da 550 grammi e da 850 grammi. Per il banco taglio, l'azienda propone anche lo speck Alto Adige Igp squadrato da 5,3 Kg, quello tradizionale da 4,2 Kg e quello da 2,4 Kg, disponibile anche senza cotenna.

www.recla.it



Senfter

La storia di Senfter passa attraverso oltre un secolo e mezzo di tradizione salumiera ed è fatta di antiche maestranze e sapori autentici: quelli di un territorio dal grande patrimonio naturale e dalle usanze uniche come l'Alto Adige.

Era il 1857 quando apriva i battenti la macelleria artigianale Senfter: realtà familiare specializzata nella macellazione, nel trattamento delle carni fresche e nella produzione di salumi tipici della zona. Senfter nasce in Val Pusteria, a San Candido. Qui, ancora oggi vengono prodotti salumi di altissima qualità con la stessa cura e la stessa dedizione di quasi due secoli fa, seguendo antiche tecniche di lavorazione delle carni e le tradizioni di questo territorio unico.

Per Senfter il legame con il territorio ha sempre avuto un'importanza fondamentale, soprattutto per quello che riguarda la produzione del suo Speck Alto Adige Igp per il quale quest'area geografica rappresenta il



luogo ideale. Sono infatti le oltre trecento giornate di sole l'anno, l'alternanza di venti freddi e di correnti calde del Mediterraneo e del Lago di Garda a creare un microclima perfetto per la produzione di un salume dalle caratteristiche ineguagliabili. È anche grazie a una particolare corrente d'aria che lo Speck Senfter acquisisce un sapore inconfondibile: proprio a San Candido un "corridoio d'aria" crea le migliori condizioni per la conservazione e la stagionatura, per questo i tre siti produttivi sono situati in Alto Adige. Qui le specialità vengono prodotte impegnando le migliori tecnologie per la sicurezza alimentare e la tutela delle maestranze e per garantire standard qualitativi alti. Così come lo Speck è un prodotto frutto di un'evoluzione di metodo e ricerca, la tecnologia applicata alla sua produzione è evoluzione costante del tempo per produrre questa bontà sempre con passione, senza alterarne le fasi e i tempi, quelli giusti, quelli dovuti. Gli ambienti di lavorazione sono ampi, le celle di stagionatura dello speck hanno una ventilazione delicata. Le attività dei tre siti produttivi in Alto Adige sono operate da oltre 300 maestranze competenti e attentamente formate in termini professionali, di igiene e sicurezza, sotto una gestione manageriale improntata sulla qualità, con degli standard di sicurezza alimentare elevati e sull'ambiente con un uso corretto e disciplinato delle risorse disponibili.

www.senfter.it

Speck Alto Adige Igp affettato

Sottili fette di Speck Senfter Igp sofficemente disposte in una comoda confezione da 100 grammi, così da essere pronte da servire in qualsiasi occasione.



Mendelspeck

Ivo Larcher

"La categoria del prodotto incide per il 70% sul fatturato della nostra azienda. La nostra offerta di speck è composta da 3/4/5 stelle, Igp oppure Larcher nazionale. La referenza di punta è uno speck stagionato di cinque mesi, ovvero il nostro Speck 5 Stelle. Nella prima parte dell'anno le vendite sono state buone, e i nostri prodotti vengono distribuiti soprattutto nel canale Horeca. Germania e Francia sono i mercati esteri più importanti. Inoltre, più in generale, abbiamo recentemente sviluppato un packaging nuovo per i seguenti prodotti affettati: Speck, Pancetta, Carne Salada, Carpaccio di Bresaola e Mortandella".

www.mendelspeck.com

Speck Famiglia Larcher

Per la produzione vengono usati esclusivamente carni nazionali scelti con molta cura. La ricetta usata per questo speciale prodotto è rimasta invariata per generazioni. L'affumicatura del prodotto avviene con legni pregiati in modo tradizionale. Tutto questo in combinazione con la stagionatura lenta di un minimo di 32 settimane, danno al prodotto un sapore molto delicato e inconfondibile.

Ingredienti

Carne di suino, sale marino, piante aromatiche, spezie, zucchero, destrosio, conservante: E250 (nitrito di sodio); antiossidante: E301 (ascorbato di sodio). Esposizione al fumo di legni aromatici non resinosi.

Peso medio/pezzature
Intero: 6,5 kg.



Metà: 3,3 kg

Un sesto: 1 kg

Caratteristiche

Coscia di suino (senza osso e fesa, leggermente arrotondata), salmistrata ed affumicata al naturale, consistenza compatta, di forma classica (misure 34 x 38 x 9 cm circa).

Confezionamento

Sottovuoto

Tempi di scadenza

150 gg.

segue

35

Famiglia Larcher
SPECK MEZZENA

Lo Speck Mezzena Famiglia Larcher viene prodotto dalla lavorazione della pancetta e del carré di maiale utilizzando esclusivamente carni di origine italiana (una caratteristica che accomuna tutti i prodotti della linea Larcher). Speziato a mano come da tradizione, questo speciale speck viene affumicato con legni pregiati e, infine, portato lentamente alla maturazione.

Protagonista indiscusso di una merenda al tagliere è ideale anche per insaporire insalate o sughi. È disponibile nei formati intero, mezzo oppure tagliato a fette di ca. 700g.

Mendelspeck S.r.l. - GmbH
Bahnhofstraße - Via Stazione, 19 - I-39040 TRAMIN - TERMENO (BZ)
Tel. +39 (0471) 812 834 - mendelspeck@mendelspeck.com
www.mendelspeck.com

LE ALTRE PROPOSTE

Handl Tyrol



Werner Schuster

“La categoria Speck ha una quota superiore al 55% sul nostro fatturato complessivo. Il gruppo Handl Tyrol è infatti leader di mercato in Austria; inoltre, nei paesi in cui è presente, è fra i primi tre produttori di speck.

Handl Tyrol è l'unico produttore che ha in catalogo sia lo speck Nord che Sud tirolese, riuscendo così a soddisfare le esigenze dei consumatori.

Sia i cinque tipi di Tiroler Speck Igp, così come anche lo Speck Alto Adige Igp giocano un ruolo fondamentale. Completati da convenienti formati come: gli sticks di speck, i cubettini di speck o le varianti leggere dello speck light con l'80% di grassi in meno o del carré light con il 60% di grassi in meno. Sono prodotti che offrono la possibilità di godere a pieno il sapore dello speck in molteplici forme d'uso e per diverse tipologie di consumatori.

I nostri prodotti più importanti nella categoria speck sul mercato italiano sono: il classico Tiroler Speck Igp, gli Sticks di Speck Igp e i cubettini di speck. Anche lo Speck Alto Adige Igp è uno dei prodotti di punta.

Guardando all'andamento delle vendite, lo sviluppo della categoria Speck nella prima metà del 2019 è stato positivo e ci ralleghiamo di riuscire ad entusiasmare sempre più i



consumatori con la cultura tirolese del gusto. Nel mercato italiano si è riusciti a raggiungere addirittura un aumento in doppia cifra.

Tra i canali più dinamici, c'è sicuramente la Grande distribuzione, dove Handl Tyrol è presente presso numerosi retailer anche con prodotti private label. Comunque rimane ancora un grande potenziale di crescita, sia nel numero di nuovi potenziali clienti che di crescita presso gli attuali clienti.

Capitolo export: accanto al mercato interno austriaco, dove Handl Tyrol, in quanto leader di mercato nella categoria Speck, ha una quota del 60%, l'azienda è presente anche nei mercati focus di Germania, Italia, Benelux ed Est Europa. Complessivamente, Handl Tyrol consegna in oltre 30 Paesi. Il mercato italiano, invece, raggiunge l'8% del fatturato del gruppo e ha ottime prospettive di crescita.

Infine, per quanto riguarda le novità, abbiamo recentemente presentato lo Speck Light 'Piccolo spuntino' da 50 grammi, con l'80% di grassi in meno e a ridotto contenuto di sale, e i Tyrolini affumicati da 450 grammi, senza esaltatori di sapidità, glutine e lattosio, proposti in una grande confezione ideale per il canale Horeca”.

www.handltyrol.it

Handl Tyrol 'Il piccolo spuntino' Speck light 50 g.

Lo speck light Handl Tyrol con l'80% di grassi in meno e il 40% di sale in meno rappresenta un'alternativa proteica per un piacere consapevole, ma ricco di gusto.

Ingredienti

Carne di suino, sale, cloruro di potassio, spezie, destrosio, aromi naturali, maltodestrina, conservante: nitrito di sodio, nitrito di potassio. Prodotto affumicato.

Peso medio/pezzature
50 g.

Caratteristiche

- Piacere consapevole e gusto pieno
- Solo il 3% di grassi e il 40% di sale in meno
- Alto contenuto proteico per contribuire a un'alimentazione sana
- Senza aggiunta di esaltatori di sapidità e aromi
- Senza lattosio e senza glutine • Senza allergeni
- Un'alternativa light per il panino con salumi della merenda
- L'ingrediente ideale per dare vivacità a tutte le vostre ricette light

Confezionamento

Confezione Atm

Tempi di scadenza

40 gg alla consegna.



segue

a Sauris dal 1862
Wolf®

Prosciuttificio Wolf Sauris S.p.A.
Sauris di Sotto, 88 - 33020 Sauris (Ud) Italy
Tel. +39 0433 86054 - Fax +39 0433 86149
info@wolfsauris.it - www.wolfsauris.it



Handl Tyrol ti offre tutta la varietà della cultura tirolese dello speck



Da HANDL TYROL, tutta la varietà della cultura tirolese dello speck è di casa. Tutte le specialità tirolesi di speck vengono prodotte con le migliori carni suine, delicatamente affumicate su legno di faggio e fatte stagionare fino a sei mesi alla aria pura di montagna del Tirolo. Grazie a questa produzione tradizionale e artigianale, le specialità originali tirolesi sono sempre un piacere: sul pane, come raffinato ingrediente in cucina o semplicemente gustato da solo.

Approfittate della qualità davvero unica e la varietà di prodotti di HANDL TYROL a garanzia del vostro successo!

Il Vostro maestro dello speck HANDL TYROL



L'autentico sapore dell'Alto Adige

CHRISTANELL, una società affiliata di HANDL TYROL, produce l'autentico speck marchiato Alto Adige, nel rispetto dell'antica tradizione. La sua caratteristica miscela di spezie e la lunga stagionatura gli conferiscono il suo tipico aroma, autentico e unico proprio come l'Alto Adige.

Wolf Sauris



“La categoria speck vale una quota rilevante del nostro business: è infatti pari al 30% del fatturato aziendale. Abbiamo un'unica linea di produzione con tre selezioni di pezzatura e stagionatura dedicate alla Gdo, al retail e alla ristorazione. La referenza di punta è lo speck di Sauris Nonno Bepi, con cosce più pesanti e più stagionate. È la tradizione dello speck di Sauris che esprime il massimo della sua dolcezza. Siamo soddisfatti dell'andamento del primo semestre 2019, in cui registriamo un trend positivo. Per quanto riguarda i canali, viene utilizzata la vendita diretta e il canale dei grossisti. I mercati più dinamici sono sicuramente Ue e Canada”.

www.wolfsauris.com

Speck di Sauris

È una delle specialità più rinomate e caratteristiche di Sauris. Prodotto da cosce magre di suino, grazie ad un'antichissima ricetta tuttora rispettata e alla lenta stagionatura, acquista una morbidezza ed una dolcezza uniche.

Ingredienti

Coscia di suino, sale, pepe, piante aromatiche. Conservante: nitrito di potassio.

Peso medio/pezzature

6 kg.

Caratteristiche

Stagionatura quattro mesi minimo.

Senza glutine. Nella formulazione del prodotto non vengono aggiunte le sostanze allergeniche di cui all'Allegato II del Regolamento (UE) 1169/2011, né intenzionalmente, né tramite cross contamination.

Non contiene Ogm ai sensi dei Regolamenti CE 1829/03 e 1830/03.

Pronto al consumo.

Confezionamento

Intero, metà e trancio.

Tempi di scadenza

90 gg.



Segata

Stefania Segata

“Segata rappresenta e vive la storia della sua terra, il Trentino, portando la propria tradizione nella produzione dei suoi salumi pregiati e nella realizzazione del proprio prodotto principe, lo speck. Un prodotto che viene realizzato da sempre con metodo naturale, basti pensare all'affumicatura con trucioli di faggio mediante combustione a freddo. Vengono prodotte circa 500mila baffe all'anno, che poi vengono distribuite in tutta Italia e in diversi paesi europei.

L'offerta di speck del Trentino dell'azienda si compone di tre diverse distinte tipologie, che si differenziano per nome e per tipo di stagionatura. Tutti i diversi tipi hanno in comune l'assenza di fonti di glutine e di derivati del latte. I formati disponibili vanno dalle pezzature 0,4 Kg ai 5 Kg della baffe intera. Shelf-life: 180 gg. Il successo in tavola è assicurato.

Il primo tra questi è lo speck 'Tridentum', speck pregiato dal sapore unico, è realizzato con pregiate cosce di suino attentamente

selezionate, secondo la tipica ricetta alpina. È il fiore all'occhiello dell'assortimento Segata: si contraddistingue per una maggiore stagionatura, che conferisce al prodotto caratteristiche organolettiche uniche. È così che la tradizione si sposa con l'innovazione e la riscoperta dei sapori rustici diventa ricerca gastronomica per intenditori.

Poi abbiamo lo speck 'Preziose Bontà', consigliato per chi ama carni dal gusto appetitoso e non eccessivamente intenso.

Mentre lo speck della linea 'I Classici', ha una stagionatura leggermente più breve pur mantenendo le peculiarità che contraddistinguono la lavorazione che Segata dà ai suoi prodotti.

Inoltre, nella linea 'Preziose Bontà', Segata propone anche lo speck cotto, una specialità gustosa ma leggera, senza glutine, senza derivati del latte né polifosfati aggiunti, disponibile nei formati metà (3,5 Kg) e un quarto (1,7 Kg)”.

www.segata.com

Speck del Trentino - 'Selezione Tridentum'

Prodotto realizzato con cosce di suino attentamente selezionate, secondo la tipica ricetta alpina. Si contraddistingue per una maggiore stagionatura. Senza derivati del latte e senza glutine. Disponibile nei formati: trancio da 0,4 Kg, un quarto (1,25 Kg), metà (2,5 Kg), intero (5 Kg), anche scottennato sottovuoto (4 Kg).



segue



Speck del Trentino, tutta la bontà della tradizione.

Prosciutto suino di qualità, disossato e attentamente rifilato, salato e massaggiato con erbe aromatiche e spezie, leggermente affumicato e stagionato lentamente all'aria pura e fresca delle nostre montagne. Con cura seguiamo ogni fase di produzione per ottenere uno Speck tenero, gustoso e profumato. Prodotto tipico del Trentino proposto in diverse stagionature e formati per un'offerta completa, adatta ad ogni esigenza.



Scopri la nostra gamma di salumi di qualità su
www.salumificiovalrendena.it
 Salumificio Val Rendena - Via 4 novembre, 71 - Fraz. Vigo - 38094
 Porte di Rendena - TN - Tel. 0465 801031





Bechère

Antonio Miglioli

“L'andamento del 2019 di Bechère si conferma in crescita a valore assoluto e la categoria del comparto Speck consolida i numeri del 2018, registrando una quota a valore sul totale fatturato di circa il 9%. Possiamo ritenerci soddisfatti.

L'azienda vanta uno scenario della classe produttiva dello Speck alquanto articolato e prestigioso. Con uno sguardo globale, numerose le referenze di speck a catalogo, firmate Bechère, Unterberger, GranMarca o a marchio privato. Scendendo nel dettaglio, l'offerta è così suddivisa: la linea dello Speck del Cadore Unterberger disponibile nelle forme squadrato e a scudo. Il formato squadrato nella pezzatura intera e nei tagli metà, un quarto, un sesto, un ottavo; la soluzione a scudo intero e nei tagli metà, un quarto e un sesto. E a marchio Unterberger non può mancare infine anche l'affettato grammi 100e e 140e.

I cubetti, a marchio Bechère e a private label, si presentano nella grammatura da 80 grammi a peso fisso; Bechère è anche lo Speck Bauern nelle versioni intera e a metà. Ottime performance sono offerte anche dal marchio GranMarca con lo Speck 'Granfetta' intero e a metà.

Tra i prodotti cotti arrosto, nella categoria Speck, ricordiamo infine anche il Dolomiticus lo speck arrosto delle Dolomiti a marchio Unterberger e privato

ed infine lo Stube arrosto di Speck Bechère.

La classe statistica dell'affettato del comparto speck registra complessivamente per il primo semestre del 2019 un dato di sostanziale continuità rispetto allo stesso periodo del 2018. Volendo suddividere la classe produttiva Nielsen per classi statistiche, possiamo affermare che la categoria dei cubetti di Speck registra l'andamento più dinamico del 2019 sul 2018 con una crescita in valore (+3%) e in volume (+4%); la classe più corposa e diversificata dei tagli di Speck dall'intero al trancio mantiene prestazioni positive stabili; solo i cubetti di Speck evidenziano una leggera flessione.

In particolare, la referenza di punta è sicuramente lo Speck del Cadore squadrato a marchio Unterberger.

Passando all'offerta, direi che è stratificata e diversificata, in quanto distribuita su tutti i canali.

I canali di distribuzione principali rimangono in primis la Gdo e con punte molto elevate anche l'ingrosso; possiamo evidenziare punti di percentuale maggiori nel primo semestre 2019 sullo stesso periodo 2018 da parte del canale indipendente Do e dell'Industria, sempre più interessati ai nostri prodotti di gamma medio alta.

In questo segmento, l'export ha un'incidenza non molto significativa, ma si individuano dei dati inte-

ressanti nelle vendite che riguardano la Slovenia, il Portogallo, la Germania e la Polonia.

Per quanto riguarda le novità, nel comparto speck è quasi prossima l'ultimazione del progetto di restyling al packaging dei dadini di Speck: dato importante visto che la categoria dei cubetti, in tutte le loro varianti di gusto, rappresenta uno dei core business dell'azienda.

Tra i prossimi progetti, è stato per il momento eseguito un test presso lo stabilimento Unterberger di Perarolo di Cadore (Bl), uno dei tre siti produttivi di Bechère, realizzando uno Speck a scudo con scoscia di suino nazionale e con stagionatura di 6 mesi.

Ma la grande novità del 2019 è stata l'operazione di ampliamento dello stabilimento bellunese per garantire una crescita produttiva di produzione dello speck del 25%, per fare fronte alle richieste del mercato. Nello specifico, sono state inaugurate delle nuove celle di stagionatura e un affumicatoio, e grazie a tale investimento la capacità produttiva di Unterberger passerà a 200 quintali a settimana, rispetto ai 150 attuali. Un vero e proprio rilancio del marchio Speck del Cadore, per aggiungere competitività sul mercato, puntando sul valore umano e sulle risorse del territorio”.

www.becher.it

Speck del Cadore scudo a metà - Marchio Unterberger

Il prodotto 'Speck del Cadore' rientra nell'elenco nazionale dei Prodotti agroalimentari tradizionali emanato dal ministero delle Politiche agricole giunto alla 13esima edizione del 12.06.2013. Lo Speck viene interamente realizzato e confezionato presso lo stabilimento Unterberger di Perarolo di Cadore (Bl); la produzione segue a regola d'arte la tradizione, senza alcun passaggio meccanico.

Ingredienti

Coscia di suino, sale, spezie. Conservanti: nitrito di potassio, nitrito di sodio. Senza derivati del latte, senza glutine.

Tempi di scadenza

120 gg.

Peso medio/pezzature

Peso medio referenza: 2,50 kg, circa

Peso medio imballo standard: 15 kg, circa

Modalità di conservazione

Conservare a temperatura max +4°C.



Salumificio Val Rendena

Andrea Gasperi

“Le vendite di speck incidono poco meno del 50% dell'intero fatturato aziendale.

La nostra proposta di Speck Quadrato si divide in tre principali stagionature, 4, 5 o 6 mesi e la gamma spazia dal pezzo intero sui 4-5 kg circa al trancio da 400 grammi, da scotennato, pronto taglio a preaffettato in vaschetta. Molto apprezzato è anche lo speck Perfetta 18, uno speck ad alta resa con una fetta, appunto, perfetta e di larghezza costante per tutta la lunghezza del pezzo. La sua peculiarità sta anche nella pezzatura, 3 kg circa il pezzo intero, e alla sua preparazione 'pronto taglio', che lo rende fruibile appena scartato.

Dal nostro punto di vista, le vendite di speck si confermano solide e regolari, permettendo al nostro sito produttivo di lavorare a pieno regime. Per quanto riguarda i canali, il fatturato dello speck è ben distribuito tra ingrosso/Horeca e Grande distribuzione organizzata.

Andando a vedere i prodotti di punta, il più richiesto è sicuramente lo Speck Campiglio, stagionato quattro mesi all'aria pura delle nostre montagne e con un leggero sentore di affumicatura ai trucioli di faggio e bacche di ginepro. È apprezzato per la sua morbidezza e il suo gusto delicato che accompagna molti piatti della tradizione italiana, ma non solo.

Passando alle novità, a breve sarà introdotto nella gamma lo Speck certificato 'Qualità Trentino', un marchio d'eccellenza promosso dalla Provincia autonoma di Trento. La referenza sarà prodotta con sole cosce di suini italiani e disponibile sia intera che preaffettata”.

www.salumificiovalrendena.it

Speck Campiglio quadrato

Lo 'Speck Campiglio quadrato' del Salumificio Val Rendena viene prodotto in Trentino, ai piedi delle Dolomiti di Brenta. Aria pulita, elevata qualità delle carni selezionate, massima cura nella salagione, nell'affumicatura e nella stagionatura. Attenzioni che si ritrovano nel sapore rotondo del prodotto, nel retrogusto piacevole e persistente, nella delicata affumicatura, nel basso tenore di sale.

Ingredienti

Coscia di suino disossata e rifilata, sale, destrosio, saccarosio, spezie, aromi naturali. Antiossidante: E301. Conservanti: E250, E251. Senza glutine, senza lattosio, senza allergeni.

Peso medio/pezzature

Circa 5 kg intero.

Caratteristiche

Aspetto esterno: di colore bruno caratteristico dell'affumicatura e della stagionatura.

Aspetto interno: la fetta si presenta di colore rosso nella parte magra con tendenza ad un rosso più intenso verso l'esterno e bianco tendente al rosato la parte grassa. Profumo: aromatico, gradevole, con sentore di affumicatura. Gusto: caratteristico, intenso, ricco, leggermente affumicato.

Confezionamento

Intero sottovuoto - metà sottovuoto - un quarto sottovuoto - un decimo sottovuoto - busta affettato 100 grammi Atp peso variabile o peso fisso.

Tempi di scadenza

150 gg i pezzi.

60 gg l'affettato.



Segata
bontà dal 1956

• SELEZIONE •
TRIDENTUM

... a tavola ti sentirai un re!

Il re di Casa Segata è lo **Speck del Trentino** della linea Selezione Tridentum, una specialità che si presenta al palato come eleganti sinfonie di aromi perfettamente bilanciati.

Lo Speck del Trentino Selezione Tridentum è ricavato da tagli pregiati di prima qualità, ed è preparato secondo la tradizionale ricetta della famiglia Segata.

senza derivati del latte
senza fonti di glutine



www.segata.com

La fiera più distintiva
delle eccellenze italiane di qualità

golosaria

IL CIBO
CHE
CI
CAMBIA



QUATTORDICESIMA EDIZIONE

26, 27, 28 OTTOBRE 2019

MiCo MILANO CONGRESSI

viale Eginardo ang. via Colleoni - Gate 3
MM5 Lilla fermata Portello

Accreditati per l'ingresso gratuito
scrivendo a relazioniesterne@golosaria.it

visita il sito golosaria.it

Basta con l'asta!

Chiara Gagnarli, capogruppo del M5S in commissione Agricoltura alla Camera, illustra il provvedimento che mette termine alle contrattazioni con doppio ribasso, limitando nel contempo le vendite sottocosto.



Le aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari e le vendite sottocosto di prodotti freschi. Due temi scottanti, che negli ultimi mesi hanno fatto dibattere il mondo della Grande distribuzione, con contrapposizioni anche dure. Ora un provvedimento di legge appena passato alla Camera pone fine al doppio ribasso, introducendo altre novità importanti. Ne parliamo con Chiara Gagnarli, capogruppo del Movimento 5 Stelle in Commissione Agricoltura e relatrice del ddl.

Onorevole, questo provvedimento è una vittoria in primis contro le logiche che aveva imposto una parte della Grande distribuzione. Come ci siete arrivati?

Da tempo la commissione Agricoltura aveva attenzionato il tema delle pratiche sleali a danno dei produttori agricoli. Così l'Ufficio di presidenza ha deciso di calendarizzare una proposta di legge a prima firma Susanna Cenni (Pd). Io sono stata la relatrice del provvedimento e, dopo una serie di audizioni, siamo riusciti ad approvarla velocemente in prima lettura alla Camera, il 27 giugno. Ora dovrà passare dal Senato per l'approvazione definitiva, ma data l'evidente urgenza del tema dello sfruttamento nelle filiere agricole, auspichiamo in tempi rapidi.

Va detto che alcune insegne, Conad in primis, si sono battute perché la legge passasse, e altre, come Coop, sono rimaste su posizioni più prudenti. Il nuovo dispositivo soddisfa tutti?

Questo è un provvedimento equilibrato, abbiamo comunque raccolto pareri favorevoli anche da diverse sigle della Grande distribuzione organizzata. Alcune di queste, già dal giugno 2017, avevano siglato con il Mipaaf un Protocollo di intesa, e tra gli impegni presi, c'era anche quello di non fare ricorso alle aste elettroniche inverse al doppio ribasso per l'acquisto di prodotti agricoli e agroalimentari. Ora però con questa legge siamo andati oltre la buona volontà dei più, vietando direttamente questa pratica, visto che c'era ancora chi continuava a praticarla.

In che modo il meccanismo delle aste a doppio ribasso va a ledere i diritti dei lavoratori e favorisce il caporalato?

Le aste al doppio ribasso provocano una distor-

sione del mercato del lavoro che può incentivare il fenomeno del caporalato. Mi spiego meglio: questo meccanismo forza i fornitori a vendere il loro prodotto ad un prezzo molto svantaggioso rispetto al lavoro prestato, sia nell'agricoltura sia nelle industrie di trasformazione. Di conseguenza, pur di sopravvivere, c'è il rischio che queste imprese decidano di puntare in direzione della manodopera a bassissimo costo. Inoltre, il prezzo generato dalle aste elettroniche al buio e al doppio ribasso, seppur operate da singole parti della Gdo, viene assunto quale prezzo di riferimento anche per le catene di distribuzione che non adottano tali forme di acquisto, influenzando così al ribasso tutto il mercato.

Che cosa prevede il provvedimento e quali sono le sanzioni? Che impatto avrà sulla filiera?

Il testo di legge regola in maniera più stringente la pratica del sottocosto, ammessa solo nel caso in cui si registri dell'inventario a rischio deperibilità, mentre vieta definitivamente le aste al doppio ribasso: pena una sanzione amministrativa dai 2mila ai 50mila euro e, nei casi più gravi, la sospensione dell'attività di vendita fino a un massimo di 20 giorni. Infine si vanno a disciplinare le 'filiere etiche di produzione' con una delega al Governo, che dovrà pensare a delle agevolazioni fiscali e norme premianti per l'accesso ai fondi europei del settore, a favore di progetti volti alla creazione di filiere etiche di produzione, distribuzione e commercializzazione di prodotti alimentari e agroalimentari.

Cosa si aspetta da questo provvedimento?

Mi aspetto un maggior equilibrio nella distribuzione del valore aggiunto lungo tutta la filiera agroalimentare, che è uno dei problemi con cui facciamo i conti sin dal nostro ingresso in commissione Agricoltura.

A leggere i commenti, sembra che nessuno praticasse questo tipo di aste. Invece lo stesso ex ministro Martina dice che sembrava difficile poter arrivare a una legge organica. Peraltro con un ampio consenso. Chi è rimasto fuori?

Il provvedimento ha avuto una larghissima maggioranza alla Camera: 369 voti favorevoli, con solo 60 astenuti di Forza Italia e nessun contrario. In commissione, forse rispetto alla precedente legislatura con l'ex ministro Martina si è avuto più coraggio.

Il testo dispone anche che la vendita sottocosto di prodotti alimentari freschi sia limitata. In quali casi sarà legittimo effettuarla?

Originariamente il testo prevedeva che il Governo venisse autorizzato a modificare il Dpr 228/2001 che disciplina appunto i casi in cui è ammessa la vendita sottocosto dei prodotti alimentari freschi e deperibili, nel senso di vietare tale vendita in generale. Poi a seguito delle audizioni con gli attori coinvolti nel settore, abbiamo deciso di modificare il testo vietando la vendita sottocosto salvo i casi in cui si registri dell'inventario a rischio deperibilità, o nel caso di operazioni commerciali programmate e concordate in forma scritta con il fornitore. Fermo restando il divieto di imporre unilateralmente, in modo diretto o indiretto, la perdita o il costo della vendita sottocosto al fornitore.

Federdistribuzione sostiene che la legge andava bene così com'era e che si rischia che la merce si deteriori. Cosa risponde?

Federdistribuzione in audizione ha chiesto che all'operatore commerciale sia lasciata la possibilità di decidere in tempi rapidi, e quindi senza appesantimenti burocratici o amministrativi, la vendita del prodotto anche a un prezzo inferiore al costo di acquisto, per evitare che lo stesso diventi rifiuto. Ma la norma approvata alla Camera già lascia operatività sul sottocosto nei casi in cui si registri dell'inventario a rischio deperibilità, o nel caso di operazioni commerciali programmate e concordate in precedenza in forma scritta con il fornitore. Queste possibilità evitano il rischio di deterioramento dei prodotti.

Lei ora si sta battendo per l'eliminazione di altre pratiche commerciali sleali che a suo giudizio alterano i rapporti tra operatori all'interno della filiera agroalimentare. Quali comportamenti volete eliminare e perché?

In Commissione, mesi fa, abbiamo lavorato sulla direttiva in materia di pratiche commerciali sleali nei rapporti tra imprese della filiera alimentare, per la quale sono stata relatrice, e dove ci sono diverse fattispecie di pratiche sleali a tutela dei produttori agricoli. Recentemente abbiamo anche chiesto al governo, tramite un question time, di recepire la Direttiva al più presto nel nostro ordinamento.

COLDIRETTI: DELIRI DI ONNIPOTENZA

Il big della Confederazione alla tre giorni organizzata a Milano (5-7 luglio). Il segretario generale Gesmundo e il presidente Prandini all'attacco su Europa, made in Italy e accesso ai dati sulla provenienza del latte. Con Di Maio a reggere il moccolo. Ma Vacondio, di Federalimentare, non ci sta...

A cura di Matteo Borrè e Federico Robbe

VINCENZO GESMUNDO (SEGRETARIO GENERALE COLDIRETTI): "CI SONO SERIE MINACCÉ, ABBIAMO MOLTI CONTRO"

"Perché Coldiretti mette in pista un evento come questo? Noi non vogliamo celebrare la grandezza della Coldiretti; l'essenza di questo incontro la trovate in tutti quelli che sono i passaggi su cui vi incamminerete in questi giorni. C'è uno slogan #Stocoicontadini. Cosa significa? Che i nostri associati capiscono fino in fondo che noi dobbiamo tenere vivo il più grande patrimonio. Che sta nell'incrocio della comunione di idee con il popolo italiano che hanno eletto Coldiretti a garante di ciò che mangiano.

In questi anni abbiamo fatto dei grandi passi in avanti. Abbiamo ottenuto leggi che ci permettono di andare oltre ai meccanismi che abbiamo imparato a conoscere, cioè essere i fornitori della così detta materia prima. Non siamo solo questo: abbiamo ottenuto grandi benefici fiscali. Abbiamo portato a casa la grande legge sull'etichettatura obbligatoria di tutti i cibi e dobbiamo ringraziare l'attuale Governo che ha avuto il coraggio, la forza, la lungimiranza di darci l'etichettatura obbligatoria per tutte le filiere agricole e di conseguenza per tutti i cibi del made in Italy.

Ci siamo battuti contro le importazioni selvagge che ancora invadono il nostro Paese. Non sono solo un danno economico per le nostre imprese. Sono ancora una grande minaccia per i nostri bambini, perché molto spesso le mamme italiane non sanno quello che mettono sulla tavola. Le scuole italiane non sanno cosa danno da mangiare ai loro bambini, nei loro plessi scolastici. E questa è una vergogna per un Paese che rappresenta nel mondo intero la quinta essenza del saper vivere e del saper mangiare.



Da sinistra: Vincenzo Gesmundo, Luigi Di Maio ed Ettore Prandini

Non è pensabile che il nostro Paese rimanga nell'indifferenza delle istituzioni e importi tonnellate di cagliate dalla Lituania, che non ha neanche un patrimonio zootecnico paragonabile all'Umbria. La Lombardia è la prima produttrice di latte d'Italia e tra le prime tre grandi regioni produttrici di latte in Europa e la dobbiamo salvaguardare. [...]

Ho parlato delle conquiste ottenute, ma ci sono ancora delle serie minacce. I regolamenti comunitari continuano a darci contro. Noi abbiamo fatto la legge sull'etichettatura obbligatoria e alcuni paesi, soprattutto il blocco dei paesi del Nord Europa, non vogliono questo. Vogliono mettere i semafori (rosso, verde, giallo) per poter indicare ciò che fa bene e ciò che fa male. Ma guarda caso, i semafori si accendono con il colore rosso su tutto ciò che

È stata una vera e propria invasione, quella andata in scena a Milano nel weekend dal 5 al 7 luglio. Un fine settimana dove una moltitudine di (più o meno giovani) ragazzi di campagna hanno pacificamente occupato una superficie di 200mila metri quadri attorno al Castello Sforzesco. Protagonisti in centro città, con i loro prodotti e le tipicità agroalimentari di tutta Italia: 400 gli stand, tra mercati degli agricoltori, aree del gusto, street food, stalle, fattorie didattiche, orti, agrichef, e chi più ne ha, più ne metta. Una colorata e gioiosa adunata, caratterizzata dall'hashtag #Stocoicontadini, che ha visto la convinta partecipazione di un pubblico numeroso - circa 700mila persone -, tra associati Coldiretti cooptati da tutto lo stivale, famiglie milanesi "a spasso" e turisti italiani e stranieri incuriositi dalla festosa baroonda.

Questo il resoconto del lato "popolare" della kermesse. Che ha visto anche un'organizzazione impeccabile in tema di sicurezza (controlli agli ingressi rigorosi, ma sempre discreti) e nei comportamenti (tra addetti alle pulizie preposti a raccogliere rifiuti e cartacce in tutta l'area del villaggio e scontrini rigorosamente emessi anche per il solo acquisto di una bottiglietta d'acqua da 50 centesimi).

Poi, c'è l'altra faccia della storia: quella "politica". Che ha visto - come da prassi coldirettiana - una sfilata ininterrotta di esponenti di tutti i partiti, pronti a rendere omaggio alla "macchina da guerra" della confederazione. Attori dell'agone politico, a tutti i livelli, che non hanno man-

Perché altrimenti rischia in prima persona. Ma stiamo scherzando? [...]

Cosa ci serve per poter dire che abbiamo vinto? Per prima cosa l'appoggio di tutti quanti voi, dei nostri associati; in secondo luogo, l'appoggio dell'opinione pubblica italiana. Che è la nostra vera arma segreta. È la vera forza che permette a Coldiretti di sfondare il muro delle omertà, delle omissioni e dell'incapacità a voler capire o dalla capacità di capire troppo. Perché c'è una burocrazia ottusa, ma esiste una burocrazia che capisce pure troppo. L'ho detto prima, è inaccettabile che un direttore generale dica: 'Non posso fare diversamente'. Cosa c'è dietro al fatto che uno non può fare diversamente? Dato che non esiste una legge dello Stato che dice di non divulgare i dati. Esiste una convenzione. Pensate che questi signori hanno fatto un'opposizione al Consiglio di Stato che è arrivata in maniera salomonica, come sempre nelle autorità. [...]

In questi giorni le altre organizzazioni di rappresentanza girano dicendo: 'Avete visto? La Coldiretti non ce l'ha fatta a sapere quali sono le industrie che usano i prodotti importati in Italia', Gioiscono come se fosse una sconfitta della Coldiretti. Il problema è che non hanno capito che questa è una sconfitta del popolo italiano, dei nostri bambini e delle mamme. La nostra grande forza è anche la nostra autonomia dai partiti. Noi abbiamo chiara cosa sia la cultura di Governo. Bisogna saper dialogare con tutti gli esecutivi. Perché se non dialoghi con i livelli di governo, sei un pazzo. Come si fa a non dialogare con un presidente della regione Lombardia o della Puglia?"

cato di applaudire ossequiosamente, quando non addirittura rilanciare (vedi i box dedicati), le "sparate" dei leader Coldiretti. E, perché no, anche farsi allegramente fotografare con le t-shirt della confederazione insieme al presidente Ettore Prandini e, soprattutto, all'onnipresente segretario generale Vincenzo Gesmundo. Giusto per citare qualche nome, tra chi durante la tre giorni non ha mancato di presentarsi sul palco del Villaggio Coldiretti, a spiccare sono stati il vicepremier Matteo Salvini e Luigi Di Maio, i ministri dell'Istruzione e delle Politiche agricole, Marco Bussetti e Gian Marco Centinaio, il segretario del Partito Democratico, Nicola Zingaretti, il presidente di Fratelli d'Italia, Giorgia Meloni, e l'esponente di Forza Italia Maria Stella Gelmini. Ma non sono mancati neanche il presidente della Regione Lombardia, Attilio Fontana, con il suo assessore regionale all'Agricoltura, Luca Rolfi, e neppure il padrone di casa: il sindaco di Milano, Giuseppe Sala. Ma non finisce qui. Infatti, l'occasione è stata l'opportunità per Coldiretti di mettere in mostra i propri legami con il mondo industriale, coinvolgendo esponenti del mondo economico, come il presidente dell'Ice Carlo Ferro, ma soprattutto un "grosso calibro" come l'amministratore delegato di Eni, Claudio Descalzi, azienda con cui Coldiretti ha firmato - sul palco, il 5 luglio, a favore di fotografi - un'intesa per importanti aree di collaborazione sull'economia circolare. In sintesi, sotto questo punto di vista, si è trattato del solito film: il classico "giallo" firmato dalla coppia Prandini-Gesmundo.

IVANO VACONDIO (FEDERALIMENTARE): "LA RICHIESTA DI ACCESSO AI DATI È PRETESTUOSA"

Ivano Vacondio, presidente di Federalimentare, aveva auspicato che il Governo non tenesse solo conto dei pareri di Coldiretti. "Il mondo agricolo è rappresentato da quattro associazioni, non da una", dichiarava in febbraio. Ha quindi deciso di far sentire la sua voce, in merito alla richiesta di accesso civico ai dati relativi all'importazione del latte da parte della Confederazione. Sul tema "si è fatta una grande confusione", ha dichiarato, "non si tratta infatti di segreto di Stato, ma di una doverosa attenzione a quanto segnalato dall'Antitrust riguardo a un possibile pregiudizio sulla corretta dinamica del mercato, che potrebbe scaturire dalla messa a disposizione di dati aziendali commercialmente sensibili a un'organizzazione sindacale agricola con interessi evidenti nel settore di cui, segnala l'Antitrust, non è possibile avere un quadro informativo sulle partecipazioni societarie a causa dell'indisponibilità di bilanci contabili pubblici". Secondo Vacondio: "La richiesta di accesso ai dati è pretestuosa perché, com'è noto, l'Italia non è un paese autosufficiente per quanto riguarda le materie prime e rifornirsi all'estero, nel rispetto di tutte le norme, è una necessità. Da sempre, la differenza la fa il know how delle nostre aziende e il modo in cui trasformano le materie prime in prodotti eccellenti". E conclude: "Come ha invitato a fare l'Antitrust, adesso aspettiamo di essere ascoltati per discutere della questione ed esporre finalmente tutti i nostri dubbi in merito a questa faccenda".



ETTORE PRANDINI (PRESIDENTE COLDIRETTI): "DOP ALL'ESTERO, DOBBIAMO AGGREDIRE PRIMA CHE LE NORME VENGANO SCRITTE"

"Ci sono alcune questioni che ci preoccupano e vogliamo spiegare il perché. In primo luogo, l'accordo con il Mercosur. L'Europa si sta apprestando a sottoscrivere un accordo col Mercosur col quale si impegna a tutelare solo il 7% delle nostre produzioni agroalimentari. Riteniamo che questo non sia assolutamente possibile e condivisibile. Dobbiamo creare le condizioni tali per recuperare quella parte di italian sounding, quei prodotti che vengono spacciati per italiani quando in realtà non lo sono. [...] Nel Mercosur, rispetto alle previsioni iniziali, abbiamo aumentato quelle che saranno le importazioni di carne senza avere nessun tipo di precauzione rispetto ai sistemi produttivi. E parlo ad esempio del Brasile, il paese nel quale c'è stato il maggior numero di scandali per il basso valore del cibo prodotto. Noi ci impegniamo a importare 165mila tonnellate di carne bianca di pollame (inizialmente dovevano essere 75mila, poi 90mila tonnellate) e lo stesso vale per la carne rossa, lo zucchero e le produzioni ortofrutti. [...] Il vero impegno che il nostro Paese dovrà andare ad attuare nei prossimi mesi e nei prossimi anni, è quindi quello di creare anche in Europa un meccanismo per il quale se io vieto l'utilizzo di un prodotto fitosanitario in Italia, non posso poi favorire le importazioni di prodotti che sono stati sottoposti a quello stesso tipo di trattamento. [...]

Abbiamo portato per la prima volta in fase di discussione, a livello europeo, le motivazioni per le quali noi avevamo una grande anomalia. Parlo del fatto che ai canadesi



Da sinistra: il presidente di Regione Lombardia Attilio Fontana ed Ettore Prandini

era data la possibilità di introdurre le quote di importazione sul comparto lattiero caseario. Oggi, per la prima volta Phil Hogan, il commissario europeo dell'agricoltura, sta discutendo con i canadesi per toglierle. Se noi siamo il paese con il più grande patrimonio di denominazioni di origine protetta (Dop), dobbiamo riconoscerle tutte. Come abbiamo fatto in Canada per il settore vitivinicolo, dobbiamo farlo per il comparto agroalimentare. Più ne inseriamo e meglio è per poter continuare a crescere. La cosa che spaventa è che con l'accordo con il Mercosur, il numero di Dop è diminuito. Paradossalmente, se parliamo dell'accordo con il Vietnam, ci abbiamo messo tre anni per creare la clausola di salvaguardia sull'importazione di riso dalla Birmania. Vi ricordo che venivano utilizzati prodotti fitosanitari chimici che da 30 anni sono vietati nel nostro Paese. Ecco perché dobbiamo aggredire prima che le norme vengano scritte".

I COMPENSI D'ORO DI COLDIRETTI

Circa due milioni di euro per Vincenzo Gesmundo, direttore generale dell'organizzazione agricola, e circa 400mila per Ettore Prandini, attualmente presidente. Questo nel 2014. E oggi?

C'era una volta (e c'è ancora) Vincenzo Gesmundo. Di mestiere fa il direttore generale di Coldiretti. E lo fa bene, nulla da dire. Governativo da sempre, nel corso degli anni - è nell'organizzazione agricola dal 1982 - ha avuto amicizie in tutti i partiti: dalla Democrazia Cristiana passando per comunisti e socialisti per poi arrivare a Lega e 5 Stelle.

La sa lunga. Parlando con lui è sempre un: "Famo, disfamo, brigamo" in puro stile romanesco. A tutto vantaggio della sua organizzazione. Ma anche del suo portafoglio. Eh sì, perché il Nostro nel 2014 portava a casa 1.815.489 euro. Lo aveva scritto il sito Agricola.eu, ripreso poi dalle nostre testate e dall'Espresso. Una bella cifra, quasi due milioni di euro, con una crescita di oltre 600.000 euro rispetto allo stesso periodo del 2013. Ora, se la progressione fosse la stessa, Gesmundo oggi porterebbe a casa circa 3.800.000 euro. Aveva ragione mamma: "Non fare il giornalista, fai il direttore generale di Coldiretti". Ho sbagliato tutto nella vita...

Naturalmente la cifra sopra scritta è inventata ma ci piacerebbe sapere invece il compenso vero. Che pensiamo non sia molto distante da quello del 2014.

E, visto che parliamo di compensi, un'altra cifra sarebbe interessante da conoscere. Ovvero lo stipendio di Ettore Prandini, attuale presidente di Coldiretti. Partiamo da un dato acquisito, anche qui, nel 2014.

Galeotto, in questo caso, fu il comune di Lonato del Garda. Galeotta la carica di assessore comunale. Galeotta la dichiarazione ai sensi dell'art. 14 del D. Lgs. 14 marzo 2013 n.33 con situazione reddituale, patrimoniale e delle cariche sociali di Ettore Prandini nel 2014.

Scopriamo così che il presidente e consigliere di Coldiretti Lombardia, nonché presidente di Coldiretti Brescia, nonché membro di Giunta della Confederazione Nazionale Coldiretti ha portato a casa, in quell'anno, la bellezza di 354.930 euro.

Ma vediamo nel dettaglio la sua situazione. Innanzitutto il Nostro, come recita il documento presentato al comune di Lonato del Garda, è proprietario di due fabbricati a Roma. E mi sembra giusto. Le giunte di Coldiretti, negli uffici di Palazzo Rospigliosi, nella Città Eterna, sono lunghe e spossanti. Avere un fabbricato per passare la notte è cosa buona e giusta. Posseder-

ne due meglio ancora, si può invitare anche qualche amico o amica.

Prandini, o "Prendini", come lo chiamano "affettuosamente" nel bresciano, possiede inoltre molte partecipazioni azionarie. Tre in società agricole: Prandini Ettore e Giovanna Lonato del Garda (50%), Agricola Quadrifoglio Srl (50%), Agrialexa Srl (40%). Due, molto minori, in Prandini Treccani assicurazioni (2%) e in Prince Srl (5%). Ma è sui compensi per le "funzioni di amministratore o sindaco di società o altro" che ne scopriamo delle belle.

Ovvero prendeva: come presidente di Coldiretti Brescia 43.547,87 euro; come presidente e consigliere di Caa Coldiretti Lombardia Srl 43.559,16 euro; come membro di giunta della Confederazione Nazionale Coldiretti Roma la bellezza di 237.657,68 euro. Insomma, solo dall'organizzazione agricola, Ettore Prandini ha ricevuto, nel 2014, 324.764,71 euro. Una cifra considerevole a cui si aggiungono "nocciole": 926 euro come consigliere del Consorzio Agrario Nord Est di Verona, 15.059 euro come assessore del comune di Lonato del Garda, 14.232 euro come presidente dell'Istituto Sperimentale Spallanzani.

Fra le sue varie attività figura inoltre anche quella di consigliere in Terre d'Oltrepò. Dove entra in carica, chiamato a salvare dal disastro la cooperativa agricola accusata di aver commercializzato vino falsamente Doc e Igp. Interessante una sua dichiarazione nel merito: "Siamo entrati nel Cda per ultimi, per senso di responsabilità e per garantire correttezza e trasparenza".

Bene, questo nel 2014. Ci piacerebbe sapere invece qual è il compenso attuale, visto che, come presidente, una ritoccata l'avranno fatta...

Anche il buon Gesmundo, di recente, ha parlato di correttezza e trasparenza. Alla tre giorni di Milano, svoltasi dal 5 al 7 luglio scorsi, nel corso di un suo intervento, con il vicepremier Di Maio al fianco, ha detto: "... occorre sfondare il muro delle omertà, delle omissioni e dell'incapacità a voler capire".

Giusto, giustissimo. Cominciamo allora a rendere pubblici i compensi monstre dei dirigenti coldirettiani. Riprendendo un vecchio slogan degli anni '70: "Ora e sempre, trasparenza!".



Lo stabilimento di Collebeato (Bs)

Salumificio Volpi: innovare con leggerezza

L'azienda presenta le vaschette a fetta mossa. Un processo più accurato e complesso di quello tradizionale. Che punta a dare nuova linfa al takeaway. E trasmette bene la filosofia dello storico gruppo bresciano.

Primo stabilimento di una realtà solida e articolata come il Gruppo Volpi, il Salumificio Volpi si trova a Collebeato, nel bresciano.

Una struttura nata nel 1960 e cresciuta anno dopo anno, grazie alla capacità di intercettare i trend di mercato. E alla scommessa su alcune intuizioni: il ruolo strategico della Grande distribuzione e la diffusione dei salumi affettati in vaschetta.

Restituire un'anima ai banchi frigo

Dal lontano 1960, di cose ne sono state fatte parecchie. E il canale della distribuzione moderna, così come il mercato dei salumi, sono profondamente cambiati. Tutto è più industrializzato e meccanizzato. Perciò oggi è indispensabile offrire una nuova visione del take away, con l'obiettivo di dare anima e nuova linfa ad un settore che sempre di più si avvicina al libero servizio. "Sempre più siamo di fronte a banchi senza anima, dove regna la plastica", spiega Andrea Bodini, responsabile commerciale dell'azienda. "Perciò hanno bisogno di un nuovo movimento, di qualcosa che possa ridare energia ad un mondo che diventa sempre più industriale. Gli operatori sono ormai in numero sempre minore e meno specializzati, quindi non possono spiegare ai clienti cosa acquistano. È il banco che deve parlare. Proprio per questo, il Salumificio Volpi vuole essere un'azienda innovatrice e promotrice del cambiamento. Come? Restituendo un'anima ai banchi e dando vita alla fetta attraverso il movimento. Sicuramente è un processo più delicato e difficoltoso rispetto ad una fetta stesa, è chiaro. Ma c'è bisogno di 'sofficezza'. Un concetto che trasmette bene anche la filosofia del gruppo". Passiamo dalla staticità della fetta stesa alla esuberanza della fetta mossa.

Leggerezza e flessibilità

La leggerezza, infatti, è un concetto che può essere declinato in vari modi. Applicata ai prodotti, per esempio: le referenze sono sempre più naturali, con un minor quantitativo di grassi e sale, dunque leggere. E anche la lista ingredienti sempre più corta. Ma la leggerezza richiama anche la modalità di lavoro che contraddistingue il Salumificio Volpi. Tra i punti di forza, per esempio, c'è proprio il posizionamento maniacale di ogni singola fetta da parte di operatori costantemente formati e aggiornati. Così da preservare al massimo la qualità. Leggerezza, 'sofficezza' e flessibilità sono le parole chiave dell'azienda. Tutto nell'ottica di cercare la perfezione e della costante innovazione. Ovvero un altro pilastro del Salumificio Volpi: "C'è bisogno di costante innovazione. Innovazione che, in alcuni casi, significa riattualizzare normali abitudini del passato ormai desuete, come il fare le cose per bene, amando il proprio lavoro, cercando la perfezione attraverso i valori che devono permeare le pareti dell'azienda", continua Bodini. "In altri casi innovazione significa dare spazio alla tecnologia, a supporto della sostenibilità, attraverso i materiali utilizzati e attraverso un welfare umano. I valori alla base dell'azienda sono cruciali per tutte le realtà del gruppo, da quelle impegnate nell'affettamento alle aziende specializzate nei prodotti gastronomici top di gamma. Tutti prodotti di qualità elevata e rigorosamente tailor made, con un'attenzione speciale per l'ambiente e per l'uomo. Ne sono un esempio l'eco-sostenibilità e il costante utilizzo di energie alternative". Valori che vanno a incidere su tutti gli aspetti della produzione: dall'accurata selezione delle materie prime fino al packaging e alla realizzazione del prodotto finale dal punto di vista visivo ed estetico.

Federico Robbe

I PRODOTTI DELLA LINEA



LE CARATTERISTICHE

Grammatura	Shelf life
100-120 grammi	50 gg stagionati 30 gg prodotti cotti

 SENZA AGGIUNTA DI NITRITI
 Prodotto in Italia
 SOLO INGREDIENTI NATURALI

Mangio bene, Senza aggiunta di Nitriti

SOLO INGREDIENTI NATURALI PER UNA RICETTA SEMPLICE E GENUINA



SENZA ZUCCHERI
Solo 3
 ingredienti
 FESA di TACCHINO, SALE,
 AROMI NATURALI

Senza glutine, Senza zuccheri, Senza allergeni.



Tacchino Italiano
 A LENTA COTTURA
SOLO COSÌ
 Mattia Ottavio



NOVITÀ

con tanta passione, ricerca e conoscenza abbiamo creato il prodotto perfetto, fatto con **materia prima Nazionale** per chi è attento al benessere e al gusto.


www.solocosi.com >

RADICE

I legni di faggio, oltre a conferire aromaticità distintiva, aumentano la conservabilità di questo inconfondibile prodotto.

Speck Cotto

Consistenza tenera e delicata!

Ottimo se consumato tagliato a freddo, con uno spessore un po' importante, lo Speck cotto è un'alternativa inaspettata nel classico tagliere di salumi.



Dal 1951 diamo forma ai sapori!

salumificiobrugnolo.it

f i Condividilo!

*Priva di derivati del latte
glutine
Ogm*

Speck Cotto

Consistenza tenera e delicata!

Stufato e successivamente affumicato, con legni di faggio, fino ad ottenere carni soffici e profumate. Poco sale, molto sapore!



Dal 1951 diamo forma ai sapori!

salumificiobrugnolo.it

f i Condividilo!

TERREMOTO PESTE SUINA

A un anno dallo scoppio dei primi focolai in Cina, la situazione è allarmante. E non coinvolge solo l'Asia. L'analisi di Rabobank rivela le implicazioni sul mercato globale dell'epidemia.

Oltre ogni previsione. Le perdite subite in Cina a causa dell'epidemia di peste suina (Asf) non hanno precedenti e scuotono il mercato, aprendo nuovi scenari. La produzione di carne di maiale, infatti, cresce ovunque nel mondo, tranne che nel paese della Grande Muraglia, dove, nel 2019, è previsto un drastico calo. È questo il panorama tracciato da Rabobank, fornitore di servizi finanziari olandese, che ha analizzato la situazione del mercato globale.

Inizio dell'epidemia

La peste suina africana è causata dall'Asfvirus, che si trasmette attraverso il contatto diretto o indiretto ed è mortale nella quasi totalità dei casi. Una delle più devastanti malattie che colpiscono suini e cinghiali, l'Asf non è invece trasmissibile agli esseri umani. I primi focolai sono scoppiati in Europa orientale nel 2014. La malattia si è quindi diffusa in Polonia, Paesi baltici, Romania, Ungheria, Repubblica Ceca e Bulgaria. Mentre i dati più recenti della Commissione europea, aggiornati al 15 luglio 2019, riportano 290 casi nei suini domestici in Romania, oltre a numeri preoccupanti relativi ai cinghiali: 476 in Belgio, 745 in Ungheria, 302 in Lituania e Romania e, addirittura, 1.373 in Polonia. In Italia, la peste suina è presente solo in territorio sardo, dove il numero di focolai è sempre stato estremamente variabile negli anni, da quando è stato rilevato il primo caso nel 1978.

Numeri impressionanti in Cina

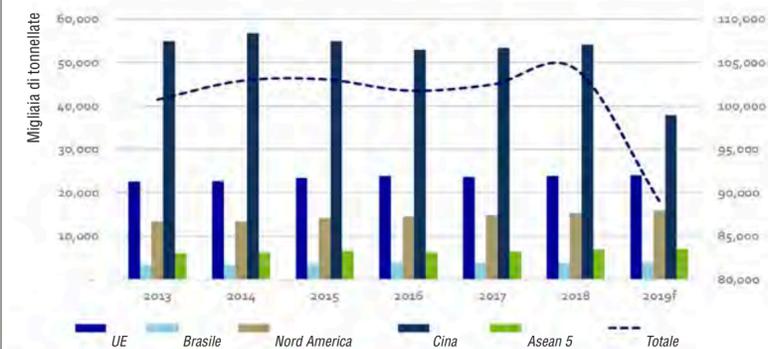
Scoppiata a settembre 2018, dal Liaoning alle province della Cina Nord-Orientale, l'Asf si è presto diffusa in molte aree del Paese. Non esistendo vaccino né cura, ed essendo particolarmente aggressiva, per contenerne la diffusione il governo della Repubblica popolare cinese ha imposto l'uccisione di tutti gli animali negli allevamenti in cui sono stati registrati casi di peste suina. Oltre che tutti i maiali degli allevamenti nel raggio di tre chilometri. Tuttavia, contenere e fermare la diffusione dell'epidemia è complesso: gli scienziati non hanno compreso da dove abbia avuto origine e, soprattutto, non sempre vengono segnalati nuovi casi di malattia, poiché i governi locali hanno tagliato i compensi per gli allevatori che ne denunciano di nuovi. Nel 2018, la Cina produceva il 48% della carne di maiale mondiale, percentuale scesa a 33% a inizio 2019. E se il paese asiatico ha sempre provveduto, con i propri allevamenti, a soddisfare il 96% del fabbisogno interno, la peste suina non potrà che rivelarsi manna dal cielo per i paesi esportatori. Infatti, il solo import cinese pre-Asf rappresentava il 20% di tutto il commercio mondiale di maiale, e ora necessariamente crescerà. Inoltre, Pechino aumenterà la domanda di proteine animali per sostituire il maiale. E sarà disposta a pagarla. Crescerà l'importazione di manzo, pesce, pollame e agnello, i cui prezzi inevitabilmente lieviteranno. A beneficio di esportatori come Unione europea, Stati Uniti, Brasile e Canada. Tra l'altro, anche nel Sudest Asiatico l'epidemia è in espansione. Da inizio febbraio, infatti, l'Asf ha colpito 52 province e città in Vietnam, dove si prevede un calo della produzione pari al 20% entro la fine dell'anno.

L'Italia in cerca di nuove strade

In questo scenario, il Bel Paese dovrà sapersi adattare. Dalle previsioni Eurostat e Rabobank, importazioni ed esportazioni aumenteranno in futuro, con un margine di crescita dei prezzi rispetto agli altri mercati. Tuttavia, dipendendo dalle importazioni per un terzo dei consumi, l'Italia dovrà saper gestire le oscillazioni nei prezzi delle materie prime e adeguare le proprie strategie di approvvigionamento. Senza dimenticare richieste e necessità dei consumatori, ora sempre più attenti alla salubrità, qualità e provenienza di quanto consumano.

La produzione di carni suine cresce ovunque, Asia esclusa

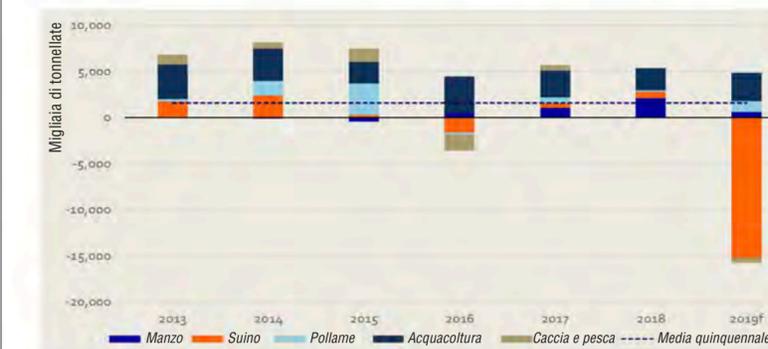
Dominano il grafico le perdite nella produzione cinese



Fonte: Usda, 2018; Fao/Ocse, 2018; Commissione Europea, 2018; Rabobank, 2019

Prospettiva sulle proteine animali nel mondo rispetto alla carne suina

Crescita totale in calo nel 2019 dopo due anni positivi



Fonte: Usda, 2018; Fao/Ocse, 2018; Commissione Europea, 2018; Rabobank, 2019

5 temi definiscono il panorama



Fonte: Rabobank 2019



La peste suina africana (ASF) in Cina causa perdite significative in tutto il mondo

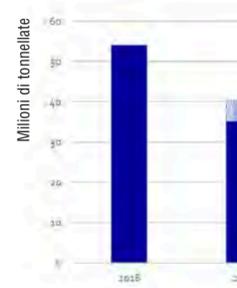


- Circa metà dei suini cinesi proviene da allevamenti domestici
- La Cina produce il 96% della carne suina di cui necessita; importa il restante 4%
- L'import cinese rappresenta il 20% del commercio mondiale di carne di maiale

Fonte: Usda; Rabobank, 2019

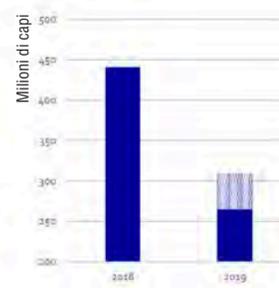
Perdite senza precedenti in Cina

Produzione di carne di maiale in calo del 25-35% nel 2019



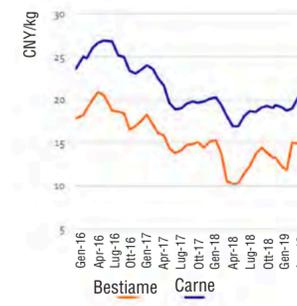
Fonte: Rabobank, 2019

Branchi in calo del 30-40% nel 2019



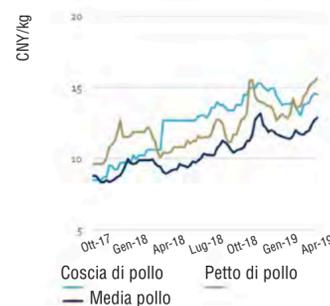
I consumatori cinesi stanno già sostituendo il maiale

Contrazione dei prezzi del maiale



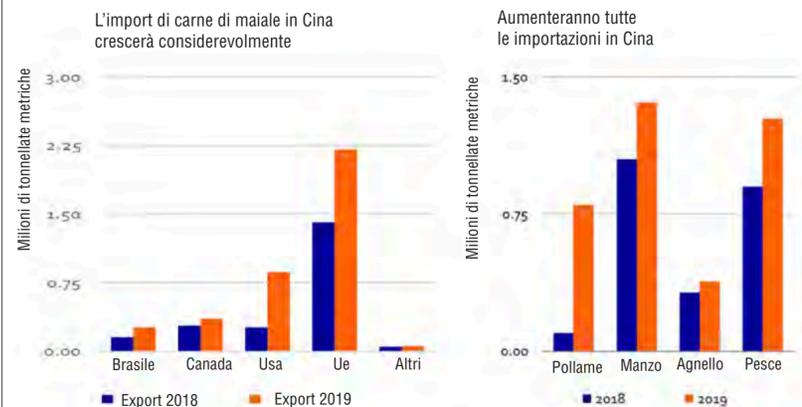
Fonte: Boyar; Rabobank, 2019

Forte crescita dei prezzi del petto di pollo



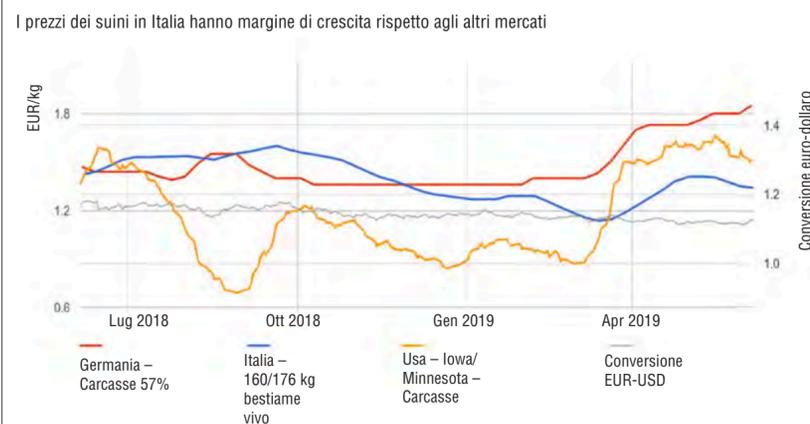


La Cina aumenterà la domanda di proteine animali, che è disposta a pagare



Fonte: China Statistics yearbook; Usda; UN Comtrade; Rabobank, 2019

I prezzi più elevati delle carcasse mettono sotto pressione la filiera



Fonte: Pig333; Rabobank 2019

A causa della peste suina africana la produzione di carne di maiale in Vietnam diminuirà del 20%

L'ASF ha colpito 52 province e città da febbraio 2019

Vista la diffusione dell'ASF in Cina, al passo attuale, la produzione vietnamita potrebbe registrare perdite fino al 20% entro la fine dell'anno

Fonte: Fao; news media; Oie; Rabobank, 2019

La peste suina africana continua a diffondersi nell'Europa Orientale

Nel 2018, il 44% della produzione totale polacca è stata esportata, il 12% fuori dall'Ue

La Russia continua ad aumentare la produzione fino a oltre 3,2 milioni di tonnellate nel 2018, nonostante i casi di ASF

Fonte: FLI; Oie; Rabobank, 2019

L'epidemia di ASF in Belgio sta rallentando, ma la situazione resta grave

Registrati casi a 1 km dalla Francia, 45 km dalla Germania e a 150 km dall'Olanda

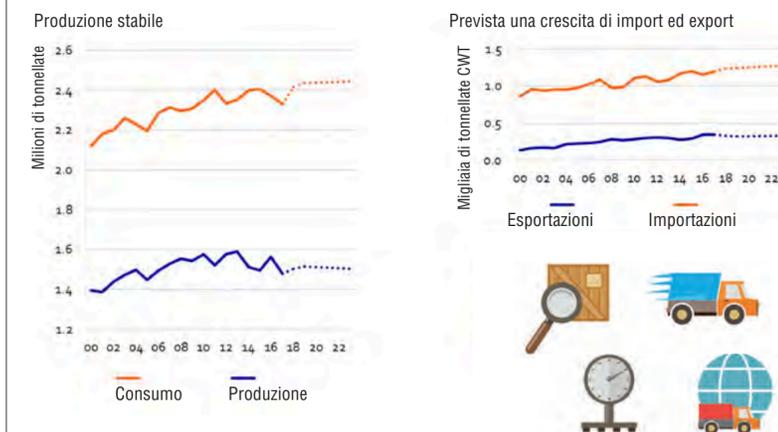
Fonte: Oie; PigProgress; Rabobank, 2019

Conseguenze in tre aree principali

1. Gestire le fluttuazioni nei prezzi delle materie prime
2. Adattare le strategie di approvvigionamento
3. Reagire ai cambiamenti di atteggiamento dei consumatori rispetto alla carne di maiale

Fonte: Oie; PigProgress; Rabobank, 2019

L'Italia importa oltre un terzo di quanto consuma

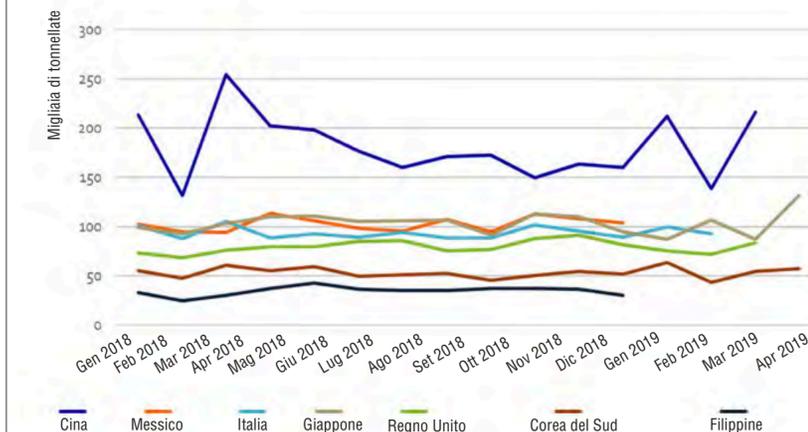


Fonte: Eurostat; Rabobank 2019

La Cina domina il mercato globale della carne di maiale. Significativo anche il ruolo dell'Italia

Approvvigionamento, da una base di operazioni commerciali a partnership a lungo termine

Importazioni totali mensili di carne di maiale

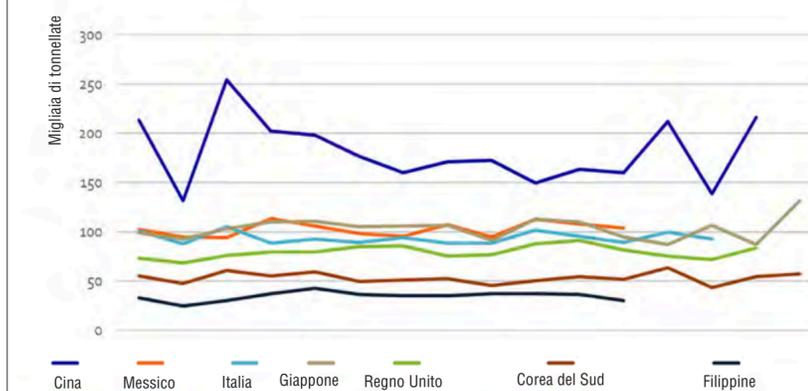


Fonte: ITC Trademap; Rabobank 2019

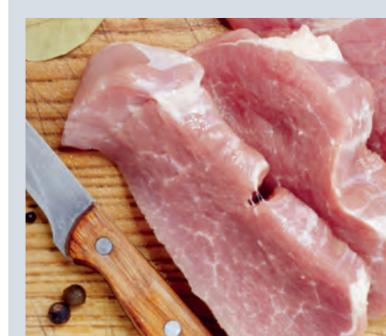
La Cina domina il mercato globale della carne di maiale. Significativo anche il ruolo dell'Italia

Approvvigionamento, da una base di operazioni commerciali a partnership a lungo termine

Importazioni totali mensili di carne di maiale



Fonte: ITC Trademap; Rabobank 2019



“Il cibo che ci cambia”

E' il tema della 14esima edizione di Golosaria, che si terrà a Milano dal 26 al 28 ottobre 2019. Prevista la partecipazione di 300 artigiani del gusto, 100 cantine e 20 cucine di strada. Oltre a nuove aree e 80 eventi in programma. Ne parliamo con l'ideatore, Paolo Massobrio.

Il meglio del Golosario riunito a Milano per tre giorni: artigiani, start up, cantine e grandi firme dell'enogastronomia italiana. E' ormai alle porte Golosaria 2019, che si preannuncia ricca di iniziative, novità e tante specialità. La 14esima edizione della manifestazione enogastronomica si terrà al MiCo FieraMilanoCity, a Milano, dal 26 al 28 ottobre. E vedrà la partecipazione di 300 artigiani del gusto, 100 cantine e 20 cucine di strada, con nuove aree per oltre 80 eventi in programma. Il tema dell'edizione 2019 sarà: “Il cibo che ci cambia”. Ne parliamo con il suo ideatore, Paolo Massobrio.

Quale sarà il filo conduttore dell'edizione 2019?

Quest'anno affronteremo il tema del cambiamento, cioè di come il cibo influisce sul benessere, ma anche sulle abitudini personali e sociali. Il cibo infatti ha cambiato il nostro corpo, lo abbiamo visto con lo studio della nutraceutica e l'individuazione di quelle proprietà che favoriscono il nostro benessere. Il cibo ha cambiato il nostro modo di concepire la distribuzione, modificato le superfici di vendita, che smettono di essere 'mostre' ma diventano più piccole, specializzate e con un'area food. È la bottega, che ogni anno si rinnova e offre format nuovi, che anche quest'anno racconteremo. Il cibo è anche stare a tavola, è un modo di rapportarsi in famiglia e di parlare ai più piccoli: per questo i bambini di Golosaria avranno un nuovo spazio. Poi c'è il cibo che ha cambiato il nostro modo di comunicare e di informarci, con l'avvento del digitale direttamente in etichetta e in tutto il processo comunicativo.

Un tema e più diverse declinazioni...

Esatto. Parleremo del cambiamento su tre diversi fronti. Il primo è quello dei cambiamenti climatici e di come influiscono sulla nuova agricoltura. Il secondo è quella dei nuovi modelli distributivi, che affronteremo anche attraverso l'analisi di case history molto interessanti. La terza declinazione sarà relativa ai cambiamenti e ai nuovi format nel settore della ristorazione. A questo proposito arriveranno a Golosaria ben 1.000 ristoratori fra quelli citati nella nostra guida, dopo gli oltre 900 dello scorso anno.

Che novità sono previste?

Abbiamo ideato alcune nuove aree, come quella dedicata al vino, rivolta in particolare al B2B, dove i consumatori, per accedere, dovranno acquistare un biglietto dedicato. Anche qui si parlerà del tema del cambiamento perché insieme al cibo è cambiato anche il nostro modo di bere, di rapportarci al vino, in una fruizione sempre più personalizzata e diretta ma, allo stesso modo, all'insegna della moderazione e della sostenibilità, come racconteremo in quest'area wine completamente rinnovata. Ci sarà poi un'area dedicata al food design, una per i bambini, quella dove racconteremo la nuova tendenza del bere miscelato e poi quelle dedicate a salumi, formaggi, dolci e sfiziose. E poi la dispensa del benessere, dove si parlerà anche dei superfood.

E lo street food?

Anche la cucina di strada avrà un suo spazio dedicato con 20 esempi davvero invitanti. Ci saranno poi tanti incontri e show cooking per capire dove sta andando la ristorazione. Questo settore, infatti, attraversa un momento di profonda riflessione e richiede analisi di marketing che



Paolo Massobrio

LE AREE DI GOLOSARIA

Golosaria si compone di due grandi zone tematiche: una dedicata agli espositori, suddivisi in Food e Wine, e una agli eventi.

IL FOOD E WINE

Si tratta dell'area più grande, ospitata al Level 0, che raccoglie:

- I Produttori di Cose Buone
- La Cucina di Strada
- Il Bere Miscelato
- La Birra Artigianale

GLI EVENTI

Le aree dedicate agli eventi sono:

- Agorà, il teatro dove si svolgono i talk principali e vengono consegnati premi e riconoscimenti
- Show Cooking, con un fitto programma di degustazioni
- Arte Bianca, dedicata a pane, pizza e pasticceria
 - Bere Miscelato
 - Master Beer

LE CANTINE TOP HUNDRED

Al piano superiore sono concentrate le Cantine selezionate dal Premio Top Hundred e l'area eventi di Wine Tasting.



prima non si facevano.

Come saranno approfondite le tematiche del cambiamento?

Abbiamo invitato a parlare e confrontarsi personalità ed esperienze che ci sono parse interessanti per capire come il cibo ci cambia. Il primo giorno, ad esempio, incontreremo il professor Salvatore Ceccarelli, che ha sperimentato in tutto il mondo un nuovo modello di agricoltura, che in realtà si rifà all'empirismo del passato, e ci racconterà questa esperienza. Il secondo giorno, tra i protagonisti ci sarà Umberto Montano, ideatore del format Mercato Centrale, che interverrà nel corso di una tavola rotonda. Parleremo poi di come salvare le produzioni di montagna o della ristorazione che cambia, attraverso la nostra guida. Presenteremo, a questo proposito, un modello che è frutto delle nostre osservazioni del settore e degli elementi di cambiamento che abbiamo colto di recente.

Qual è l'anima di Golosaria?

Golosaria è una storia lunga 14 anni, un luogo dove raccogliere idee e scoprire le ultime innovazioni, anche grazie agli artigiani che abbiamo selezionato lungo quest'anno, di cui 300 del settore food e 100 del settore wine. Ed è anche un luogo dove le aziende possono sperimentare le loro novità di prodotto, grazie ad un pubblico molto attento e al confronto diretto con gli operatori, presenti soprattutto nella giornata di lunedì.

A proposito di cambiamento: come si è modificato l'approccio a questo appuntamento da parte delle aziende?

Senza dubbio è diverso, perché negli anni gli espositori hanno compreso sempre di più che ciò che chiede la piazza è di rispondere all'esigenza di una distinzione qualitativa. Le aziende così si preparano sempre meglio a questo appuntamento e lo utilizzano nel modo migliore. E anche noi cerchiamo di accompagnarle.

In che modo?

Quest'anno, ad esempio, abbiamo costruito un percorso di comunicazione social per le aziende, che sarà anche un'occasione per imparare a comunicare nel modo più efficace attraverso questi mezzi; un approccio che senza dubbio i giovani prediligono. Aiuteremo le aziende anche aprendo gli account, impostando i profili social e così via. Essere a Golosaria significa partecipare a un evento di comunicazione e quest'anno vogliamo che siano proprio le aziende i protagonisti di questa manifestazione.

Come sono cambiati, negli anni, i consumatori che visitano Golosaria?

L'approccio è completamente diverso. Oggi chi visita la nostra manifestazione arriva preparato, si informa sul sito, non perde tempo perché sa già dove vuole andare, cosa vuole assaggiare e su cosa si vuole informare di più. Questo non significa che non sia pronto ugualmente a farsi sorprendere, ma piuttosto che anche i consumatori sono visitatori professionali.

Ultima domanda: è ancora possibile iscriversi?

I posti rimasti sono davvero pochi, perché le adesioni sono state altissime, ma qualche spazio ancora c'è. Non va dimenticato però che Golosaria non è aperta a tutti: facciamo una rigorosa selezione delle aziende e degli artigiani che esporranno a Milano.

Alice Realini

SCEGLI IL Re

Brace . Prosciutto Arrosto di Alta Qualità



Legato a mano

Doppia cottura: al vapore per conservare morbidezza e in forno refrattario per l'arrostitura



www.renzini.it





Preaffettato

Il comparto cresce del **+4,4% in volume** e del **+4,3% in valore** nell'anno terminante a giugno. Molto bene le vaschette di bresaola e arrosti, con incrementi in doppia cifra. Performance eccezionali per i salumi accompagnati ad altre referenze (+12,6% e +11,5%).

Vaschette ancora sugli scudi in Italia. Un formato che piace sempre più. E macina vendite anno su anno, con ottimi risultati sia a valore sia a volume. A rilevarlo sono i dati Iri nell'anno terminante a giugno 2019. Dove emerge un quadro più che positivo per quasi tutti i salumi presenti sugli scaffali di ipermercati, supermercati e libero servizio piccolo.

Complessivamente, le vendite in volume toccano quota 62.759.607 Kg, per un valore di 1,4 miliardi di euro. La variazione percentuale in quantità è pari al +4,4% sull'anno precedente, mentre in valore l'aumento è del 4,3%. Leader della categoria, per quel che riguarda la quantità, è il prosciutto cotto, con oltre 20 milioni di Kg (+2,9%), seguito dal prosciutto crudo - ben distanziato - a quota 9,9 milioni di Kg (+2,4%). Anche andando a vedere il valore, spicca la voce prosciutto cotto: oltre 374 milioni di euro, in aumento del +2,2%. A seguire il prosciutto crudo,

con 291 milioni (+1,8%) e la bresaola, con 202 milioni e un incremento del +9,1%.

In termini di performance, i risultati migliori sono messi a segno da 'salumi&altro' (+12,6% in volume e +11,5% in valore), da 'altri salumi' (+9% in volume e +10,3% in valore), da arrosti (+10,3% in volume e +8,7% in valore), dalla bresaola (+10,5% in volume e +9,1% in valore) e dalla pancetta (+6% in volume e +8,7% in valore). Bene anche per referenze come coppa, mortadella, salame e speck, tutte in crescita.

Unica nota stonata è il trend negativo della spalla cotta, che comunque presenta numeri quasi irrilevanti per il comparto: -11,8% in volume, per 25.909 Kg, e -7,1% in valore, per 563.897 euro.

In questo scenario, è da segnalare il boom della categoria 'salumi&altro', che testimonia come il mercato abbia premiato le aziende in grado di innovare e fornire soluzioni in linea con le esigenze

dei consumatori. Abbinare salumi a formaggi, frutta secca o altre referenze, è senza dubbio un modo per vivacizzare il segmento. Tenendo sempre alta l'asticella della qualità e il livello di servizio.

Guardando all'allocatione geografica, a farla da padrone è il Nord Ovest, che sviluppa il 47,6% delle vendite in valore e il 45,7% di quelle in volume. Seguono Centro+Sardegna e Nord Est, mentre il Sud è il fanalino di coda con il 10,8% in volume e il 9,1% in valore. Del resto, si sa che nel Mezzogiorno il banco taglio va ancora forte, e la diffusione delle vaschette non ha raggiunto il livello di altre zone del paese. Quanto al formato, gran parte delle vendite avviene nei supermercati: è un canale che sviluppa il 73% del giro d'affari del comparto. La quota rimanente è divisa tra ipermercati e libero servizio piccolo, con percentuali, rispettivamente, circa del 15% e del 10%.

Federico Robbe

segue



Gli Essenziali
di
Mario Bortolotti

Se dovessimo scegliere le tre referenze che rappresentano la quintessenza della nostra produzione, sceglieremmo queste tre. Il salame e la pancetta sono il nostro core business. I prodotti per cui siamo conosciuti ormai da più di 40 anni sul mercato nazionale ed internazionale.

In poche parole, questi sono gli "Essenziali" di Mario Bortolotti.

Pancetta Gran Riserva:
stagionata in assi di legno.
Come una volta. La regina delle pancette.

Il Salame Nostrano:
la storia della nostra azienda.

Il Salame è Naturale:
soli ingredienti naturali.


MERCATO - DIMENSIONI E TREND

Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq) - AT Giugno 2019

	Vendite in volume (Kg)	Var. % Vendite in volume su anno precedente	Vendite in valore (euro)	Var. % Vendite in valore su anno precedente
Affettati	62.759.607	4,4	1.409.674.096	4,3
Altri Salumi	1.176.123	9,0	33.137.490	10,3
Arrosti	8.400.616	10,3	154.684.413	8,7
Bresaola	5.601.909	10,5	202.483.032	9,1
Coppa	1.135.412	3,0	28.938.940	4,2
Mortadella	5.200.099	3,4	74.561.096	4,3
Pancetta	1.816.479	6,0	38.261.751	8,7
Prosciutto Cotto	20.227.366	2,9	374.596.420	2,2
Prosciutto Crudo	9.897.694	2,4	291.771.460	1,8
Salame	5.902.661	1,6	121.632.684	2,3
Salumi & Altro	305.604	12,6	9.537.173	11,5
Salumi Misti	694.981	-4,1	21.835.951	2,2
Spalla Cotta	25.909	-11,8	563.897	-7,1
Speck	2.374.751	2,5	57.669.792	1,0

MERCATO - ALLOCAZIONE NEI CANALI E NELLE AREE

AT Giugno 2019

	Vendite in volume (Kg)	Sales location in volume	Vendite in valore (euro)	Sales location in valore
Totale Italia Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	62.759.607	100,0	1.409.674.096	100,0
Nord-ovest Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	28.685.892	45,7	670.367.280	47,6
Nord-est Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	12.632.374	20,1	291.901.174	20,7
Centro + Sardegna Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	14.683.228	23,4	318.745.924	22,6
Sud Iper+super+LSP (da 100 a 399 mq)	6.758.109	10,8	128.659.728	9,1
Ipermercati	9.991.623	15,9	221.052.459	15,7
Supermercati	45.923.395	73,2	1.029.061.264	73,0
LSP	6.844.587	10,9	159.560.378	11,3



Fonte: Iri

Leoni Randolpho

Augusto Leoni

Porchetta di Ariccia Igp Atm

"La porchetta di Ariccia Igp preaffettata incide ancora poco, essendo un segmento partito effettivamente da pochi mesi. È un comparto in cui registriamo un andamento molto soddisfacente: è quattro volte superiore alle previsioni e siamo fiduciosi che possa crescere ancora.

I nostri prodotti di punti sono una vaschetta da 100 grammi per il libero servizio ed una vaschetta ovale microondabile da 90 grammi, quest'ultima sembra avere maggior riscontro.

Per quanto riguarda la Marca del distributore, stiamo partendo con il prodotto a marchio con alcune insegne:

vedremo i risultati tra qualche mese.

In generale, cerchiamo di valorizzare e mostrare il prodotto, e al contempo comuniciamo le informazioni essenziali. Diamo molta visibilità al prodotto, che si presenta magnificamente, legato ad una comunicazione sintetica ma chiara: il nostro è un prodotto 100% naturale.

Passando alle novità, la principale è la vaschetta microondabile, ma in generale è proprio la porchetta di Ariccia Igp in vaschetta ad essere una novità dirompente: fino a questo momento, infatti, era quasi totalmente assente sul mercato".

Porchetta di Ariccia Igp in confezione microondabile.

Ingredienti

Carne di suino, sale marino, pepe nero, rosmarino ed aglio. Non contiene allergeni.

Peso medio/pezzature

90 g.

Caratteristiche

Senza nitriti, nitrati, coloranti, glutine e lattosio.

Confezionamento

Vaschetta Atm.

Tempi di scadenza

50 gg. Conservare il prodotto max a +4°C.



Unica e Inimitabile


CON

CARNE DI SUINO
SALE | PEPE
ROSMARINO
AGLIO


www.porchettaigp.eu


Garanzia di vita
SENZA ANTIBIOTICI

BENESSERE ANIMALE

spazi maggiori, abolizione delle gabbie per scrofe e stabulazione di gruppo, aumento del periodo minimo di allattamento.

SENZA

ANTIBIOTICI DALLA NASCITA
NITRITI | NITRATI
COLORANTI | GLUTINE
LATTOSIO

Filiera che garantisce una **TRACCIABILITÀ TOTALE**.
Chip che monitorano ogni fase di vita dell'animale.

Bechèr

Antonio Miglioli



“L'incidenza della categoria del preaffettato sull'assortimento generale di Bechèr si dimostra ancora abbastanza relativa in termini statistici, poiché parliamo di una linea inserita da qualche anno. Ciò che emerge in modo rilevante è la crescita esponenziale di tale segmento: un incremento del 2017 sul 2016 a tre cifre (valore e volume di produzione triplicati), un trend di crescita a due cifre a chiusura 2018 rispetto al 2017 (+25% a valore e +29% a volume). Per il 2019 i dati confermano una situazione positiva con una tendenza continuativa al rialzo e una ottimizzazione delle linee di affettato.

La differenziazione di referenze ed il contenuto di servizio (praticità) del packaging sono le strategie ricercate dall'azienda Bechèr per distinguersi nello scaffale dei preaffettati.

La linea di affettati pronti, a marchio Bechèr, Unterberger e del distributore, è di connotazione fortemente locale. Tutti i prodotti sono privi di glutine e di derivati del latte. Una gamma versatile,

che include numerose referenze, e che si traduce in un alto livello di servizio. L'assortimento affettati, nel formato a peso predeterminato di 100 grammi, include in primis lo Speck del Cadore affettato, categoria che vale il 63% a valore del totale affettati. Esiste anche il formato dello Speck del Cadore affettato a marchio del distributore a peso predeterminato di 140 grammi. Performance positive nel formato generale da 100 grammi anche per la Sopressa Veneta affettata, la Pancetta Stufata affettata, la Pancetta Arrotolata affettata, il Salame Nostrano affettato.

L'offerta nel segmento private label riguarda lo Speck del Cadore affettato e la Sopressa Veneta affettata, le due referenze che nel comparto registrano l'andamento più dinamico.

Inoltre, sono stati progettati e messi in vendita formati differenziati rispetto allo standard del preaffettato da 100 grammi: la Sopressa Veneta da 90 grammi e lo Speck del Cadore da 140 grammi”.

Salame Veneto affettato gr 100e

Marchio
Bechèr

Il plus principale è l'assenza di glutine e di derivati del latte (che riguarda tutti i prodotti Bechèr). Gli altri punti di forza sono racchiusi nei pilastri qualitativi dei salami e delle sopresse Bechèr: la tipicità locale e l'artigianalità delle fasi produttive e della ricetta; la stagionatura lenta e non forzata e l'affumicatura naturale. Codice Ean referenza: 8010131665780

Ingredienti

Carne di suino, sale, destrosio, saccarosio, aromi e spezie. Antiossidante: ascorbato di sodio. Conservanti: nitrito di potassio, nitrito di sodio.

Shelf life totale

90 gg.

Shelf life residua

60 gg.

Peso medio

0,10 kg a peso predeterminato

N. pezzi per imballo standard: 10.

Modalità di conservazione

Conservare a temperatura max +4°C

www.becher.it

Bortolotti

Stefano Bortolotti



“Nel 2018 abbiamo venduto oltre 150 tonnellate di salumi preaffettati per un valore che si attesta intorno ai 2,5 milioni di euro, vale a dire circa il 15% del fatturato totale. Il trend del primo semestre 2019 è in leggera crescita rispetto allo scorso anno. Abbiamo interessanti prospettive di crescita per la seconda parte dell'anno, in particolare sul canale estero, sicuramente grazie all'ampia visibilità che hanno avuto le nostre linee durante Tuttofood. In questo comparto abbiamo optato essenzialmente per due formati specificamente progettati per intercettare le esigenze di specifici cluster di consumatori: la linea da 100 grammi a marchio 'Bortolotti' con un assortimento che comprende l'ecce

nino. Produciamo quasi esclusivamente preaffettati a nostro marchio, ma il nostro obiettivo è quello di entrare nella partita della private label. Siamo certi di avere tutte le carte in regola per dire la nostra: stabilimento di ultima generazione, produzione propria e certificazioni. Nella nostra gamma di prodotti preaffettati l'attenzione alla qualità e alla tradizione è preponderante. Abbiamo inserito solo i prodotti che nascono dal cuore della nostra arte salumiera e che rappresentano il nostro know-how, il nostro territorio e le nostre competenze per proporre un prodotto che comunichi qualità e modernità sia nell'aspetto che, ovviamente, nel contenuto. Infine uno sguardo alle novità: una delle più importanti del nostro assortimento è senz'altro rappresentata dalla gamma di vaschette monoporzione #panino, caratterizzata da un pack innovativo, una linea attuale e accattivante. Un prodotto che si rivolge al consumatore moderno alla ricerca della giusta qualità, al giusto prezzo, nel giusto formato”.



cellenza della nostra produzione e un pack che comunica eleganza e modernità nella tradizione; la nostra linea di pratiche vaschette monoporzione con grammature che vanno dai 50 grammi ai 70 grammi a seconda del prodotto. In special modo, stiamo assistendo ad un crescente interesse per la linea #pa-

ti del nostro assortimento è senz'altro rappresentata dalla gamma di vaschette monoporzione #panino, caratterizzata da un pack innovativo, una linea attuale e accattivante. Un prodotto che si rivolge al consumatore moderno alla ricerca della giusta qualità, al giusto prezzo, nel giusto formato”.

Salame Milano #panino

Salame di puro suino a grana fine, Prodotto con sole carni fresche di suino, Stagionato crudo, Stagionato in cantina mediamente 120 gg.

Ingredienti

Carne di suino, sale, destrosio, fruttosio, spezie

Antiossidante: ascorbato di sodio (E 301)

Conservanti: nitrito di potassio (E 252), nitrito di sodio (E 250)

Peso medio/pezzature

60 g.

Confezionamento

Atmosfera protettiva.

Tempi di scadenza

Da consumarsi preferibilmente entro 60 gg. dalla data di confezione.

www.salumbortolotti.it

Bresaole Del Zoppo

Fabrizio Rogantini

“Il business del preaffettato attualmente incide per il 60% sul nostro fatturato. Si tratta di una categoria con un andamento più che positivo, in costante e decisa crescita. Quest'anno stiamo avendo incrementi a doppia cifra. Possiamo tranquillamente affermare che crescono in maniera importante tutti i formati in egual misura.

Un comparto per noi strategico è sicuramente la marca del distributore: è sempre stato un business prioritario, infatti attualmente incide per l'80% del segmento affettati.

Facciamo molta private label, la scel-

ta di cosa valorizzare – se il prodotto o il 'racconto del prodotto' – è dettata da logiche commerciali del distributore. In ogni caso, il successo sempre più crescente dei formati take away fa sì che si predilige dare più spazio alla referenza, attraverso vaschette trasparenti dove è possibile apprezzare la qualità della nostra bresaola.

Infine, negli ultimi anni abbiamo lanciato diverse novità di prodotto che ci stanno dando grandi soddisfazioni, tra le quali le Julienne di Bresaola e gli Involtini di bresaola e formaggio 'Fette della Valtellina', un binomio vincente legato alla nostra terra d'origine”.

Bresaola e formaggio Fette della Valtellina 'Doppia Bontà'

Involtini di bresaola e formaggio della Valtellina

Ingredienti

Bresaola: carne di bovino, sale, destrosio, aromi naturali. Conservanti: nitrito di sodio, nitrito di potassio.

Formaggio 'Fette della Valtellina': latte (origine: Italia), sale, caglio.

Peso medio/pezzature

60 grammi (quattro involtini).

Caratteristiche

Ideale per aperitivi e snack. Fino a quattro ore fuori dal frigo.

Senza glutine.

Confezionamento

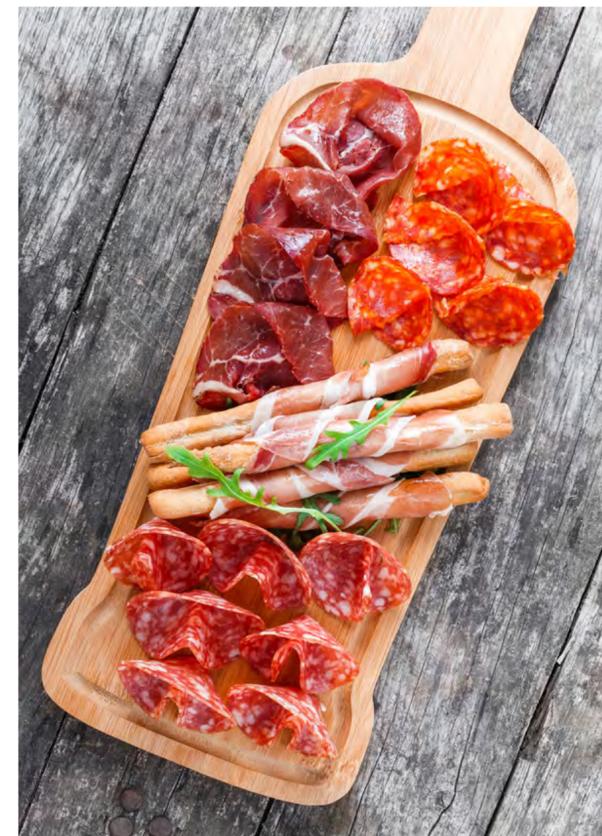
Vaschette in atmosfera protettiva.

Tempi di scadenza

Tmc 45 gg dalla data di produzione.



www.delzoppo.it



segue

63

Gusto, genuinità e praticità

AFFETTATI IN VASCHETTA

La qualità sta tutta nella tradizione



ALIMENTANDO

IL QUOTIDIANO DEL SETTORE ALIMENTARE

WWW.ALIMENTANDO.INFO



MOTTA S.R.L.
Via Capuana, 44 - 20825 Barlassina (MB)
Tel. +39 (0362) 560584 - Fax +39 (0362) 557309
mottasrl@mottabarlassina.it
www.mottabarlassina.it



Terre Ducali

Igor Furlotti

"L'incidenza della categoria preaffettato sul nostro fatturato totale è del 35%. Senza considerare le lavorazioni fatte per conto di terzi. Terre Ducali infatti si propone con successo al canale dell'Industria per il quale sviluppa, mettendo a disposizione il proprio know how, linee di prodotti in esclusiva. Inoltre, quasi la metà del fatturato è realizzato dal marchio del distributore.

Per questi primi mesi del 2019, l'andamento del comparto è estremamente positivo. La proiezione è di un business che arriverà a incidere il 50% sul fatturato del 2020.

Guardando ai prodotti più dinamici, la categoria più interessante è quella dei salami, soprattutto Strolghino e Salame Felino Igp. Troviamo un buonissimo riscontro da parte della clientela sul formato monoporzione da 50 grammi a peso fisso.

Per Terre Ducali, le cui caratteristiche distintive sono l'affettamento a temperatura positiva e la posa manuale delle fette in vaschetta, la filosofia è quella di "far parlare" il prodotto; riserviamo dunque il minimo dello spazio all'etichetta

e la massima cura all'esposizione del salume.

Infatti la linea 'Strade Golose', che comprende numerose referenze, ci sta dando molte soddisfazioni. Tutto ciò è reso possibile dai numerosi plus della gamma, come la vaschetta alta: un esclusivo vassoio per un salume presentato come nel piatto in una vaschetta preformata, a minor impatto ambientale. Le fette, inoltre, sono posate a mano; si presentano al meglio e possono essere comodamente prese senza attaccarsi le une alle altre. Altra caratteristica distintiva è l'elevato livello di servizio: Terre Ducali ha portato ogni fase dell'affettamento e del confezionamento a livelli eccellenti. Infine, si tratta di prodotti decisamente sopra la media del comparto: contrariamente ai salumi standard, quelli firmati 'Strade Golose' sono affettati a temperatura positiva. Perciò colore, fragranza e sapore si esprimono al massimo quando si apre la vaschetta.

Quanto alle novità, stiamo puntando in particolare sulla linea 'Calde Fette', una gamma di salumi cotti affettati in vaschetta microondabile".

Linea Strade Golose - calde fette Spalla di San Secondo in vaschetta microondabile

Spalla Cotta di San Secondo affettata e confezionata in una vaschetta trasparente ma in particolare microondabile. La tradizionale Spalla cotta di San Secondo prende il nome dall'omonimo paese. È preparata in fette dallo spessore di alcuni millimetri, si può scaldare al microonde direttamente dentro la vaschetta in cui è confezionata. Bastano 45 secondi a 450 Watt e si può assaporare uno dei piatti più gustosi ed antichi della salumeria italiana. Appena calde le fette si possono gustare al meglio con cipolline in agrodolce o con salse di frutta.

Ingredienti

Spalla di suino, sale, aromi naturali, spezie, antiossidante: ascorbato di sodio (E301); conservante: nitrito di sodio (E250).

Peso medio/pezzature

Vaschetta da 90 g.

Caratteristiche

Produciamo la Spalla di San Secondo con carni nostrane; viene salata manualmente con una concia di pepe e sale, e poi insaccata, legata a mano e cotta nel forno a vapore. La Spalla di San Secondo si caratterizza per il suo profumo intenso e la tenerezza delle carni.

Confezionamento

Vaschetta trasparente in atmosfera protettiva che può essere direttamente messa nel forno microonde.

Tempi di scadenza

25 gg di shelf life.



Linea Strade Golose Strolghino

Uno dei classici di Terre Ducali: lo Strolghino confezionato in vaschetta dove profumo e sapore si mantengono come appena affettati. Una piccola busta che completa la ricca gamma dei salumi tipici offerti da Terre Ducali: affettati Strade Golose. In particolare queste fette di Strolghino sono ideali per un ottimo panino o per stuzzicanti aperitivi.

Ingredienti

Carne di suino italiano, sale, destrosio, zucchero, aromi naturali, spezie, antiossidante: ascorbato di sodio (E301); conservanti: nitrito di potassio (E252), nitrito di sodio (E250).

Peso medio/pezzature

Vaschetta da 50 g.

Caratteristiche

Lo Strolghino di Terre Ducali è ottenuto dalle parti magre della coscia nobile del suino pesante. È macinato a grana media, delicatamente insaporito ed insaccato in budello sottile, stagionato in modo da ottenere una morbidezza ottimale ed il massimo gusto.

Confezionamento

Vaschetta trasparente in atmosfera protettiva.

Tempi di scadenza

35 gg di shelf life.


www.terreducali.it

Salumificio Val Rendena

Andrea Gasperi

"L'incidenza sul fatturato della categoria del preaffettato è circa il 10%. Nel segmento registriamo un andamento crescente, con un aumento che si attesta attorno al 13% rispetto all'anno scorso. La referenza più richiesta è la Carne Salada del Trentino e i nostri formati variano dai 100 ai 120 grammi, sia peso fisso che variabile. Le vaschette a nostro marchio lasciano molto spazio al prodotto, tuttavia non mancano le indicazioni per consumarlo al meglio e le caratteristiche che lo rendono eccellente. A livello di marca del distributore, invece, l'incidenza ad oggi è ancora piuttosto bassa, ma registriamo un aumento rilevante soprattutto sul preaffettato di Carne Salada, salume molto apprezzato in tutta Italia.

Capitolo novità: nell'ultimo anno abbiamo introdotto delle nuove vaschette, sia nel formato che nel contenuto. Dal 2018, inoltre, siamo produttori certificati 'Qualità Trentino' di Luganega Trentina stagionata e Carne Salada e tutte le linee a marchio 'Qualità Trentino' sono prodotte con sola carne italiana di alta qualità. La principale novità del segmento preaffettato è la busta da 100 grammi peso fisso di Carne Salada 'Qualità Trentino', con fette posate a mano in una vaschetta alta 2,5 cm. Prossimamente introdurremo anche lo Speck 'Qualità Trentino' preaffettato in vaschetta, una prelibatezza che speriamo di far conoscere al più presto".

Carne salada del Trentino carpaccio Atp

Fesa di bovino adulto pulita, salmistrata, tagliata a fettine sottili per carpaccio. È un salume moderno di antica tradizione. È naturale, non siringata, senza lattosio e senza glutine. Colore rosso granato uniforme. Alla vista appare asciutta e compatta.

Ingredienti

Carne di bovino (fesa), sale, destrosio, saccarosio, spezie, aromi naturali. Antiossidante: E301. Conservante: E250, E252.

Caratteristiche

Per la sua realizzazione si utilizzano le carni più pregiate dei bovini adulti, salmistrata e tenute a macero per oltre 20 giorni in appositi contenitori con sale, spezie, aromi ed erbe aromatiche che le donano un gusto inconfondibile. La carne salada presenta circa l'1,5% di grassi medi, è tenera e saporita e facilmente digeribile.

Peso medio/pezzature

Buste Atp:

da 100 gr. Peso fisso

da 120 gr. Peso fisso o peso variabile takeaway

da 100 gr. Qualità Trentino Peso fisso (prodotta con soli bovini italiani)

Imballo primario: busta sottovuoto.

Imballo secondario: cartone.

Tempi di scadenza

Max 50 gg.

Conservazione a temperatura non superiore a +4°C.


www.salumificiovalrendena.it

Cavalier Umberto Boschi

Alessio Tomaselli



"Il comparto delle vaschette incide per circa il 12% del fatturato totale aziendale, con una crescita nel 2018 del 7% rispetto all'anno precedente. Nel primo semestre di quest'anno l'incremento è stato pari al 12%, con un balzo in avanti soprattutto nel corso del secondo trimestre. Per quanto riguarda i prodotti più performanti e che ci vengono maggiormente richiesti, questi sono i nostri cavalli di battaglia: il salame Felino Igp, lo strolghino, la coppa di Parma Igp (con ben il 60% di crescita!) e i prosciutti stagionati in generale (Parma e Mec). A livello di marca del distributore, invece, l'incidenza è ancora piuttosto contenuta, pari al 15-20%. In termini strategici, in questo segmento da sempre abbiamo preferito dare maggior visibilità al prodotto, anche perché la nostra gamma è formata per il 90% da buste pre-formate, in cui la disposizione vaporosa delle fette, posate manualmente, valorizza l'altissima qualità dei prodotti utilizzati. Senza tuttavia dimenticarci di indicare in etichetta che i nostri salumi sono senza glutine, lattosio e, in molti casi, senza conservanti. Infine uno sguardo alle novità: stiamo valutando l'inserimento in assortimento di una vaschetta di prosciutto di Parma con ben tre stagionature differenti e alcune confezioni bi-pack".

www.umbertoboschi.it

Salumificio Sosio

Alessandra Sosio

"Il preaffettato incide in maniera molto marginale in quanto si tratta di una produzione di nicchia, che ci ha permesso comunque di entrare in mercati strategici. È un trend in continua crescita per tutte le quattro referenze che stiamo presentando. I prodotti della gamma al momento sono: Bresaola, Smoked Bresaola, Beef Salami, Beef Salami Spicy. Sono tutte referenze certificate Halal, che vengono presentate in confezione da 80 grammi all'interno di uno specifico cluster. Avendo deciso di affrontare fin dall'inizio un mercato nuovo, il packaging è stato fondamentale per raccontare il prodotto, le sue caratteristiche e peculiarità, fornendo tutte le informazioni che possono essere utili al consumatore, che sempre più vuole conoscere la storia del prodotto ed essere informato su ciò che acquista. Inoltre, stiamo lavorando per presentare nuovi prodotti e nuovi formati, ma al momento si tratta di progetti in fase di studio".



Bresaola, Smoked bresaola, Beef Salami, Beef Salami Spicy


www.labresaoladebaita.it

segue

65



Bresaola della Valtellina

Bresaola secondo la tradizione

IT'S ALWAYS THE RIGHT TIME

Seguici!


facebook.com/BresaoleDelZoppo
www.delzoppo.it
info@delzoppo.it

 BRESAOLE DEL ZOPPO SRL
 VIA DELL'INDUSTRIA 2
 23010 BUGLIO IN MONTE
 SONDRIO | ITALY

Fumagalli Salumi

Arnaldo Santi

“Nel 2018 il business del preaffettato ha inciso per il 46% sul nostro fatturato. Per questo primo semestre 2019, il comparto ha dimostrato di essere dinamico. Nello specifico, sul mercato italiano l'affettato biologico in confezione trasparente take-away ha sviluppato buoni volumi. In generale, il mercato è sempre più orientato verso prodotti biologici e con packaging sostenibile. Questi i prodotti più dinamici del segmento affettati in vaschetta: prosciutto crudo 80 grammi, salame Milano 90 grammi, antipasto prosciutto crudo, salame Milano, spianata; prosciutto cotto Biologico; pancetta 95 grammi.

Per il comparto affettati, la marca del distributore ha una grande incidenza. Nello specifico, è un segmento che vale intorno all'80%.

A livello strategico, cerchiamo di dare spazio al prodotto ma anche di 'raccontarlo' mettendo in luce le caratteristiche e la storia dei nostri salumi. Cerchiamo sempre di incontrare i gusti e le preferenze dei consumatori, pertanto abbiamo sviluppato due differenti linee di prodotto. Se da un lato, la linea Bio+, con salumi biologici, si concentra maggiormente sull'aspetto visivo del prodotto, la linea Eco-pack raccoglie in una confezione tutti i punti di forza Fumagalli.

Nel primo caso infatti, abbiamo creato una busta trasparente, nella quale il prodotto viene posizionato con particolare cura in modo da essere più appetibile per il consumatore. Nel secondo caso, il pack racconta la nostra filosofia a 360 gradi: filiera integrata italiana, attenzione per la sostenibilità ed animal welfare, selezione delle materie prime.

La novità per il 2019 sarà l'Ecopack. Siamo sempre stati impegnati in un progetto di packaging sostenibile per la carta Fsc (Forest Stewardship Council) e per questo abbiamo realizzato la nuova linea EcoFriendly, con più del 75% di carta ed un vassoio completamente riciclabile”.

Prosciutto di Parma Linea Eco Friendly

Prodotto ottenuto da cosce selezionate di suini italiani pesanti, che vengono salate e massaggiati secondo procedure frutto di una antica tradizione. Le cosce ricoperte di sale vengono conservate in ambienti con particolari condizioni climatiche. Dopo la fase di asciugatura segue una fase di stagionatura di almeno 12 mesi, in accordo alle specifiche tecniche definite dal Disciplinare del Consorzio del Prosciutto di Parma, nel rispetto della normativa europea. A fine stagionatura, i prosciutti sono marchiati sotto la sorveglianza di un ispettore del Consorzio del Prosciutto di Parma. Il prodotto finale ha un profumo fragrante, un colore rosso caratteristico e un sapore delicato e aromatico. Il prodotto è confezionato in un packaging ecologico realizzato per più del 75% in carta sostenibile Fsc. La riciclabilità del vassoio nella carta è certificata da Aticelca MC 501:2017.

Ingredienti

Coscia di suino, sale.

Peso medio/pezzature

80 g.

Caratteristiche

Carne suina proveniente da filiera italiana Animal welfare Fumagalli (certificata da Kiwa Pai secondo il capitolato dell'International Pig Scheme). Allergeni assenti (Allegato II del Regolamento UE n.1169/11)

Confezionamento

Bottom in carta riciclabile, film in plastica.

Tempi di scadenza

60 gg.



www.fumagallisalumi.it

le Vostre più grandi eccellenze

PERFETTA

le affetta, le confeziona, le personalizza e le consegna...

invaschetta@fettaperfetta.it

Contattaci per una Prova Gratuita...
visita il sito www.fettaperfetta.it

PERFETTA S.r.l.
Lentate s/Seveso (MI)
tel. 0362 567175
Certificati: BRS e IFS

DALL'ORIGINE ALLA TAVOLA

Delicatessen

Stefania Bianchi

“La vendita a marchio Delicatessen di arrosti preaffettati in vaschetta è un discorso che è stato affrontato dall'azienda in passato ma che poi è stato messo in stand by per diversi anni. Solo recentemente si è deciso di riaprire questo tipo di mercato, grazie all'interesse che una grossa catena della Gdo ha mostrato nei confronti del Pastrami. Da quel primo contatto è stata ampliata la presenza del prodotto in tutte le maggiori catene della distribuzione moderna, come completamento della gamma 'La Carne in Tavola', proposta di arrosti rivolti al cliente finale. Presentare un prodotto così particolare e poco conosciuto come il Pastrami in versione già affettata in vaschetta da 100 grammi ha rappresentato una scommessa vinta. Non si poteva sapere a priori quale sarebbe stata la risposta del pubblico: i feedback ricevuti dimostrano una diffusa sorpresa nel trovare al supermercato di fiducia quel prodotto gustato in qualche viaggio o nei festival di street food. Nel panorama dei salumi tradizionali, sempre apprezzati, c'è anche chi ha voglia di azzardare e provare gusti nuovi. La versione già affettata del Pastrami è ottima per creare piatti leggeri e panini di grande effetto. Il modo più classico di gustarlo è fra due fette di pane di segale con un velo di senape, scaldato alla piastra. Ma non c'è limite a fantasia e abbinamenti: con pane integrale, crema di avocado, cavolo cappuccio e salsa tartara; con pane nero, gorgonzola, peperoni e lattuga e così via... Dato il successo che sta avendo il Pastrami, l'azienda non esclude di poter ampliare la proposta di arrosti affettati in vaschetta, magari optando per ricette particolari, che possano stupire e stimolare i clienti”.



www.delicatessen.it/pastrami

segue

LE GOLOSIE
GLI AFFETTATI DEL CAVALIERE

Per la nostra linea di affettati utilizziamo gli stessi salumi che puoi trovare al banco gastronomia con la stessa qualità. Nelle nostre vaschette le fette sono disposte a mano con cura, proprio come faresti il tuo salumiere di fiducia.

PARMA
L.23
PROSCIUTTO DI PARMA
Denominazione di Origine Protetta di cui al D.M. 17/90 e del D.M. 11/07/96 - Confezionato e controllato dal Consorzio Tutela

CAVALIER UMBERTO BOSCHI
IN FELINO DAL 1922

GLUTEN FREE
SENZA GLUTINE
LACTOSE FREE
SENZA LATTOSIO

LA TRADIZIONE IN VASCHETTA

Tutti gli affettati della linea “Le Golosie” utilizzano gli stessi salumi che vendiamo al banco taglio. Le fette sono disposte a mano con la stessa passione del tuo salumiere di fiducia. Un'ampia gamma con diverse grammature e con la stessa cura e attenzione che da sempre il Cavalier Umberto Boschi pone in ogni processo produttivo.

www.umbertoboschi.it

Lenti Rugger

Sara Roletto

“La categoria dei preaffettati cresce ancora rispetto all'anno precedente. Questo, per quanto ci riguarda, soprattutto grazie al mondo degli arrosti e alle nuove referenze premium che abbiamo lanciato negli ultimi anni.

I formati più dinamici sono quelli relativi ai prodotti di fascia alta e con un forte contenuto di novità e servizio. In particolare, nel segmento dei prodotti premium con materia prima italiana, sta riscontrando ottimi risultati la nostra nuova linea sviluppata in collaborazione con Co.Al.Vi. – Consorzio di Tutela della Razza Piemontese, con prodotti a base di carne italiana di Fassone di Razza Piemontese certificata all'origine.

Per quanto riguarda il nostro approccio, in alcuni casi diamo più spazio al prodotto, in altri al racconto del prodotto, ovvero caratteristiche nutrizionali e materia prima, per esempio. Dipende da che tipo di prodotto dobbiamo presentare. Per la nuova gamma di preaffettati di carne di Fassone di Razza Piemontese, abbiamo scelto un packaging, minimale ed elegante, che trasmette qualità attraverso una vaschetta più grande (270 x 210 x 18 mm) che salvaguarda la delicatezza dei prodotti, con fette allentanti alla vista, un top iper trasparente che mostra al

meglio il prodotto e comunica chiaramente tutte le certificazioni. I prodotti lanciati della linea sono il Manzo Affumicato e il Gran Cotto di Bovino. Lo stesso tipo di vaschetta è stata scelta per la nostra gamma di preaffettati 'La Grande Tradizione dei Cotti', nella quale abbiamo racchiuso in vaschetta tutta la genuinità dei nostri prodotti premium: la linea viene prodotta con un'attenta selezione delle materie prime e con solo carne 100% italiana; prodotte con la nostra ricetta originale e tutte referenze certificate senza glutine, lattosio, ingredienti Ogm e polifosfati. Con questa linea abbiamo reso per la prima volta disponibili anche preaffettati salumi di alta qualità fino ad oggi reperibili solo al banco taglio. Oltre al prosciutto cotto alta qualità Lenti&Lode, la linea prevede prosciutto cotto alta qualità grigliato alle erbe, arrosto di tacchino, arrosto di pollo, grand'arrosto e carpaccio di bresaola.

Passando alle novità, come accennavo, una delle principali è sicuramente la linea nata dall'unione tra la nostra esperienza e quella degli specialisti dell'allevamento: è la nuovissima gamma con carne 100% Italiana di Fassone di Razza Piemontese. Il Fassone di Razza Piemontese è tipicamente presente in

aziende agricole a conduzione familiare, prevalentemente a ciclo chiuso (quindi con l'allevamento delle fattrici e l'ingrasso dei vitelli) molte delle quali praticano l'alpeggio sfruttando al meglio le risorse foraggere tipiche del territorio di origine, dai pascoli di alta quota alle colture cerealicole della pianura.

Co.Al.Vi., Consorzio di Tutela della Razza Piemontese è il primo organismo in Italia ad aver messo a punto un disciplinare di etichettatura volontaria sviluppato esclusivamente per la certificazione all'origine della Razza Piemontese, approvato dal ministero delle Politiche Agricole (IT007ET).

Le caratteristiche principali della linea sono carne 100% Italiana, e solo il Fassone di Razza Piemontese, il bassissimo apporto di grassi della carne – meno del 3%, e – come tutti gli affettati prodotti secondo le ricette Lenti – sono senza glutine, senza latte e derivati, senza glutammato e senza ingredienti Ogm.

I prodotti della linea sono: Il Manzo affumicato una specialità che, con la carne del Fassone Piemontese, evolve in un prodotto più delicato e fragrante, attestandosi su una fascia di mercato superiore. La tenerezza che contraddistingue la carne del Fassone di Razza

Piemontese viene esaltata dalla cottura e dona a questo salume una raffinatezza inimitabile.

Il GranCotto di Bovino, messo a punto grazie all'esperienza di Lenti in questo settore. La tenerezza lascia spigionare una succosità inebriante, da godere con la certezza di rispettare i limiti imposti dalle diete più severe. Un altro passo avanti nell'ottica di un'offerta sempre più calibrata sulle esigenze del consumatore.

Inoltre, stiamo continuando a lavorare sulle ricette e gli abbinamenti della gamma 'Condisci&Gusta', che comprende una selezione dei nostri migliori affettati abbinati a condimenti speciali studiati appositamente per esaltarne il gusto. Una novità all'insegna del servizio e della praticità. I prodotti e gli abbinamenti sono senza glutine, senza latte e derivati, senza glutammato e senza ingredienti Ogm. Altra caratteristica di rilievo è la composizione della referenza: affettato e condimento sono confezionate separatamente grazie alla saldatura che divide i due alveoli della vaschetta (235 x 210 x 13 mm), così che il consumatore possa condire il piatto a suo piacere. Prodotti ideali per una pausa pranzo fuori casa o un secondo pronto da offrire in tavola.

Lenti e Co.Al.Vi. – Manzo Affumicato di Fassone di Razza Piemontese

Una novità che abbiamo appena lanciato, nata dall'unione dall'esperienza degli specialisti nella cottura delle carni con quella degli specialisti dell'allevamento, è la nuovissima gamma con carne 100% Italiana di Fassone di Razza Piemontese. Il Fassone di Razza Piemontese è tipicamente presente in aziende agricole a conduzione familiare, prevalentemente a ciclo chiuso (quindi con l'allevamento delle fattrici e l'ingrasso dei vitelli) molte delle quali praticano l'alpeggio sfruttando al meglio le risorse foraggere tipiche del territorio di origine, dai pascoli di alta quota alle colture cerealicole della pianura. Co.Al.Vi., Consorzio di Tutela della Razza Piemontese, con cui abbiamo lavorato per sviluppare la gamma, è il primo organismo in Italia ad aver messo a punto un disciplinare di etichettatura volontaria sviluppato esclusivamente per la Razza Piemontese, approvato dal ministero delle Politiche Agricole (IT007ET).

Caratteristiche

Carne 100% italiana, e solo il Fassone di Razza Piemontese, bassissimo apporto di grassi della carne, meno del 3%. Senza glutine, senza latte e derivati, senza glutammato e senza ingredienti Ogm.

Peso medio/pezzature

80 g.

Confezionamento

In vaschette trasparenti in atmosfera protettiva, dimensioni vaschetta (270 x 210 x 18 mm).

Tempi di scadenza

Tmc 32 gg.



<http://www.lenti.it/>

Brugnolo

Filippo Marangon

“Il Salumificio Brugnolo, storica realtà fondata nel 1951, propone un'ampia gamma di referenze preaffettate, in grado di soddisfare tutte le esigenze dei consumatori. Ad oggi, i prodotti in vaschetta firmati Brugnolo includono: salame di prosciutto, guanciale stagionato, prosciutto crudo, mortadella, speck, prosciutto cotto, ventricina, spianata piccante, salame Napoli classico e dolce, sopressa, salame nostrano, bacon, lonzino stagionato, pancetta arrotolata in versione classica e al pepe.

Tra i nostri prodotti ci sono interessanti novità come 'Giotto', il salame di prosciutto prodotto con carne italiana e con il 60% di grassi in meno rispetto alla media dei salami, e il nuovo guanciale stagionato aromatizzato a crudo e affumicato in modo naturale. Entrambi i prodotti sono senza glutine, senza derivati del latte e senza Ogm.

Altre referenze che ci stanno dando molte soddisfazioni sono la sopressa e il salame nostrano affettato, che offriamo in diverse grammature: 80, 100, 120 grammi. I prodotti sono presenti nei canali Gd e Do in Italia e stiamo avendo numerose richieste anche dall'estero, in particolare proprio grazie al salame nostrano e alla sopressa. Due prodotti tipici che si distinguono per la capacità di 'raccontare' il territorio”.



www.salumificiobrugnolo.it

Effesalumi: salami per l'affettamento 100% made in Italy



Cittadino

Salame Milano macina fine.

Ingredienti

Carne di suino, sale, aromi, destrosio, saccarosio, antiossidanti: E301, E300, conservanti: E252, E250.

Pezatura

Intero da circa 3,5 kg (con possibilità di sottovuoto) e metà sottovuoto.

Pezatura per affettamento

Intero da circa 3,5 kg e 7 kg pelato e sottovuoto.



Ungherese

Salame suino.

Ingredienti

Carne di suino, sale, aromi, aromatizzanti di affumicatura, destrosio, saccarosio, antiossidanti: E301, E300, conservanti: E252, E250.

Pezatura

Intero da circa 3,5 kg (con possibilità di sottovuoto) e metà sottovuoto.

Pezatura per affettamento

Intero da circa 3,5 kg e 7 kg pelato e sottovuoto.



www.effesalumi.it



Prodotti certificati FSC® disponibili su richiesta
Il marchio della gestione forestale responsabile
FSC® C164123



Azienda certificata ISO 22000 e ISO 9001
Certificati Bureau Veritas 11235967 - 11235953

ETICHETTE

Etichette in rotolo, in carta e in plastica. Collante certificato per diretto contatto alimentare.



ITASYSTEM
DAL 1982

www.itasystem.com

Parmacotto

Andrea Schivazappa



"Per la nostra azienda il segmento del preaffettato ha un'incidenza molto rilevante: vale infatti il 52% del fatturato totale 2018.

Si tratta di una categoria con un andamento positivo nel primo semestre 2019, in crescita del +8,1% rispetto all'anno precedente. Tra i formati più dinamici troviamo la vaschetta da 100 grammi, mentre il prodotto maggiormente venduto è il prosciutto cotto alta qualità.

Interessante anche la quota della private label, che incide il 15% sul fatturato generato dal comparto affettati.

In generale, per quanto riguarda il nostro marchio, cerchiamo di raggiungere il miglior equilibrio tra dare spazio al prodotto e fornire informazioni al consumatore. Crediamo che sia importante dare visibilità al prodotto e allo stesso tempo al suo racconto. In ogni vaschetta sono infatti presenti tutte le caratteristiche nutrizionali, gli ingredienti utilizzati e l'origine della materia prima. La visibilità del prodotto resta una caratteristica fondamentale per il consumatore, essendo il primo criterio a guidare il responsabile d'acquisto. Al fine di garantire la massima eccellenza, effettuiamo più di 130mila controlli annui sul prodotto finito e sulla materia prima in ingresso.

Per quanto riguarda le novità, infine, Parmacotto ha presentato, ad inizio 2019, il prosciutto cotto di alta qualità Azzurro. Un prosciutto cotto con -25% di sodio rispetto alla media dei prosciutti cotti sul mercato (Fonte Inran). Azzurro rappresenta la soluzione ideale per chi vuole seguire una corretta alimentazione senza rinunciare al gusto".

www.parmacotto.it

Prosciutto cotto di alta qualità Azzurro

Un prosciutto cotto di alta qualità a basso contenuto di sodio.

Ingredienti

Coscia di suino, sale, saccarosio, cloruro di potassio, aromi, antiossidante: acido ascorbico, conservante: nitrito di sodio.

Peso medio/pezzature

100 g.

Caratteristiche

-25% di sale rispetto alla media dei prosciutti cotti sul mercato (Fonte: Inran)

Confezionamento

Vaschetta 100 g.

Tempi di scadenza

26 gg.



Itasystem: etichette adesive per ogni esigenza

Azienda con sede a Brescia, Itasystem è specializzata nella produzione di sigilli ed etichette. Nel segmento affettati in vaschetta vanta numerose partnership con aziende di prim'ordine. Le etichette adesive in rotolo, infatti, sono un prodotto che Itasystem ha cercato di perfezionare e personalizzare nella sagoma e nel design, anche per piccoli lotti senza aggravio di costi.

I VANTAGGI DEL PRODOTTO SONO:

- Possibilità di stampare più referenze con un unico ordine, senza aggravio di costi
- Possibilità di numerare le etichette o personalizzare ogni singola etichetta
- Possibilità di eseguire e sviluppare formati fuori standard (oltre il metro di lunghezza)
- Possibilità di sfruttare la progettazione interna con un nostro esperto, in collaborazione col marketing delle aziende, per esaudire qualsiasi richiesta



GUSTO



ALTA QUALITÀ



ECCELLENZA



BENESSERE

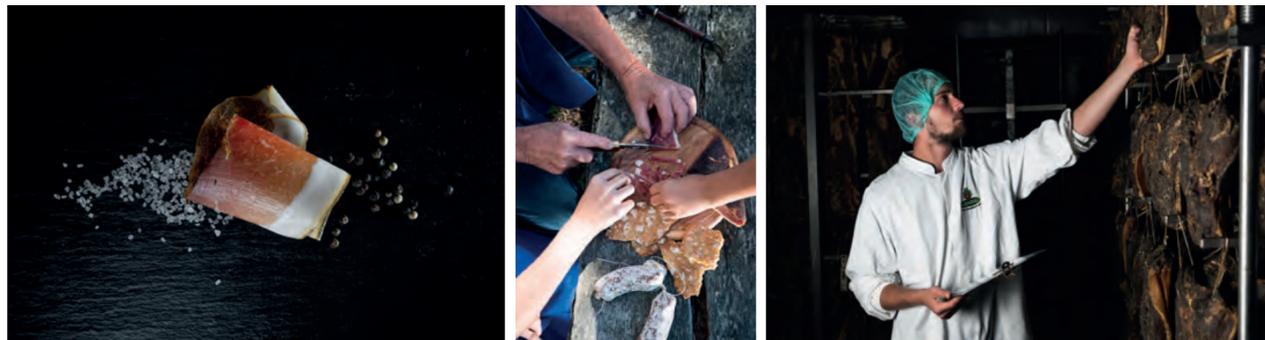
IDENTIKIT DI UN COTTO PERFETTO

Materie prime selezionate, breve lista ingredienti e cotture lente che non alterano i sapori.

PARMACOTTO

parmacotto.com





Mendelspeck: una passione di famiglia

Forte di un rapporto strategico con l'Alto Adige, l'azienda presenta una serie di novità. Tra prodotti consolidati, tipicità del territorio e specialità in grado di intercettare le esigenze del mercato.

Mendelspeck: un'azienda che porta il nome del posto dove tutto è cominciato e che racconta del legame stretto fra tradizione e produzione. Cominciata negli anni Sessanta, presso il Passo della Mendola, in Trentino Alto Adige, l'avventura imprenditoriale della famiglia Larcher prosegue dal 1984 ad oggi nella valle che accoglie Termeno, sulla Strada del Vino.

Sin dall'inizio la famiglia si è fortemente impegnata nella ricerca di nuove metodologie di produzione e lavorazione, così come nella creazione di prodotti innovativi. Il tutto sempre con grande rispetto e amore nei confronti del territorio e delle sue tradizioni.

Seguire ogni fase della produzione

"Quando mi siedo di fronte a un nuovo cliente per proporgli il mio speck, gli sto dando un pezzo della mia vita. Dentro a quel semplice pezzo di speck c'è tutta la passione per il mio lavoro, i valori della mia famiglia, il rispetto di un'arte che si tramanda di padre in figlio", spiega Ivo Larcher, titolare e responsabile commerciale.

L'azienda, fondata ormai più di cinquant'anni fa dal padre Roberto, è strutturata ancora oggi a carattere familiare. Ivo Larcher è infatti affiancato dal fratello Rolando, responsabile della produzione, e dai loro figli Alexandra, Maddalena, Benno e Ahron che occupano diverse posizioni all'interno della società.

"Insieme lavoriamo sul campo. Viviamo da vicino ogni singola fase della produzione: dalla ricerca della materia prima, alla lavorazione, fino alla commercializzazione del prodotto finito. Abbiamo tutto l'interesse per far bene. È per questo che, quando proponiamo un nostro salume, sappiamo esattamente cosa stiamo vendendo", continua Ivo.

L'azienda conta oggi circa 25 dipendenti e ha adottato un sistema di autocontrollo del tipo Haccp all'interno del sistema produttivo. Ha ottenuto inoltre le certificazioni IFS per poter collaborare con tutte le catene distributive



europee, ma anche le certificazioni per esportare in Russia e Canada.

Con una produzione di oltre 300mila speck all'anno, l'azienda è in grado di soddisfare tutte le esigenze richieste dalla Grande distribuzione, dai grossisti e dal settore Horeca.

Speck protagonista

Mendelspeck vanta una produzione incredibilmente ricca con lo speck come riferimento di punta.

Lo speck rappresenta infatti il 70% della produzione totale di cui il 20% si fregia del marchio Alto Adige Igp (marchio di qualità che l'Unione Europea attribuisce a quei prodotti la cui produzione, trasformazione ed elaborazione avviene in un'area geografica determinata e secondo metodi tradizionali).

L'azienda, sempre orgogliosa della tradizione tramandata, ha attualmente un occhio di riguardo nei confronti delle esigenze della clientela moderna, che è sempre più spesso alla ricerca di sapori delicati. Per questo oggi propone un prodotto poco salato, caratterizzato da un'affumicatura leggera (realizzata con segatura di faggio) capace di dare il giusto aroma al prodotto finito.

Lo speck è commercializzato nel ta-

glio classico a forma di scudo, ma anche nella versione 'Squadri', più stretta e sagomata. Questo particolare formato consente all'addetto al banco taglio di affettarlo in modo pratico e veloce (alta resa, pochissimo scarto).

Sia per il taglio classico che per lo Squadri è possibile acquistare il prodotto intero o a metà nel pratico sottovuoto, oppure in formati più piccoli. Inoltre Mendelspeck propone lo speck mattonella, dedicato soprattutto all'industria.

Tipicità del territorio

Oltre allo speck, l'azienda propone un'ampia gamma di prodotti tipici legati a doppio filo con il territorio.

Il secondo prodotto, in ordine di volumi produttivi, è la Pancetta affumicata sia cruda che cotta. Seguono i Prosciutti cotti Tirolesi, la Carne salada, diverse tipologie di Würstel e Salami fino ai salumi tipici dell'Alto Adige. Ciascuno di questi prodotti nasce dalla lavorazione di materie prime scelte con cura, aromatizzate e stagionate con pazienza e amore.

Per l'azienda lo speck è d'ispirazione anche per la creazione di nuovi prodotti: "Un esempio su tutti è quello dell'Unica", fa sapere l'azienda. "Una

specialità realizzata con la punta d'anca di suino (fesa), lievemente affumicata, stagionata e a piacimento affinata al vino, alla birra ed al mirtillo rosso. Il principio di base di questo prodotto è la lavorazione dello speck. Questa referenza si sta sempre più imponendo sul mercato, grazie al gusto caratteristico e al contenuto salutistico".

Altri prodotti nuovi sono: Filetto di maiale, anche nella variante aromatizzata al tartufo; Speck Carrè; Carpaccio di Bresaola; Canederli allo Speck, formaggio o spinaci.

La nuova linea 'Famiglia Larcher'

All'inizio del 2018 Mendelspeck ha presentato una interessante novità: lo Speck Famiglia Larcher, un prodotto realizzato con carne di origine nazionale e con una stagionatura minima di otto mesi.

"Ciò che rende questo prodotto così speciale è il gusto incomparabile sul quale abbiamo lavorato con dedizione. Questo deriva dalla carne italiana selezionata con molta cura, dalla miscela speciale di spezie, usata già più di 50 anni fa da mio padre, e dalla lunga stagionatura. Siamo fieri di questo prodotto che per noi rappresenta perfettamente lo speck vero e tradizionale, è proprio per questo che gli abbiamo dato il nostro nome", sottolinea Rolando Larcher, titolare e responsabile della produzione.

È un prodotto di nicchia, che si colloca in una fascia premium del mercato, con buone prospettive di sviluppo sia in Italia sia oltreoceano. Quest'anno poi si è aggiunto un altro prodotto a questa linea di prodotti di riserva: la Mezzena Famiglia Larcher. Un salume tradizionale, di pancia e carré suino, leggermente affumicato e salato. Anche per la produzione della Mezzena viene usata esclusivamente carne nazionale. Altre referenze che seguiranno per ampliare la linea Larcher saranno la Pancetta nazionale e lo Speck Carré affinato.

Federico Robbe

SALUMI
COATI

*Lenta cottura**
A BASSA TEMPERATURA

PETTO DI TACCHINO ALTA QUALITÀ



SELEZIONE PERFETTA

Petti interi selezionati accuratamente da carne 100% italiana.



LENTA COTTURA

Il tempo della cottura. Lento e con la corretta temperatura per un tacchino arrosto di qualità.



BENEFICI

Più morbida e saporita la carne mantiene le proteine nobili e le sue proprietà nutrizionali.



- ✓ BENESSERE ANIMALE
- ✓ TASSO RIDOTTO DI SALE
- ✓ CON PRESAL



PreSal®
Fonte di Iodio
iodio protetto

SALUMIFICIOCOATI.IT

#SHARETHETASTE

VIENI A SCOPRIRE
IL NOSTRO MONDO!





UNA SPESA IN RETROMARCIA

Quanto sono diminuiti e come sono cambiati gli acquisti degli italiani dal 2011 a oggi. A svelarlo, un'indagine Confesercenti. Che traccia la mappa della crisi, ma segnala anche di un alimentare che 'resiste'.

Un'analisi firmata Confesercenti. Che svela come sono cambiati la spesa e i consumi degli italiani dal 2011 a oggi. Ma, soprattutto, gli effetti dei mutamenti intercorsi sulle attività commerciali e sulla geografia del normal trade. Andando a evidenziare tante ombre, ma anche le luci di un comparto che resiste, nonostante le molte quotidiane difficoltà.

Cosa dicono i numeri

Gli italiani, oggi, consumano meno di otto anni fa. A certificarlo, rilevazioni e l'analisi dei dati. Nel 2018, infatti, la spesa media annua delle famiglie del Bel Paese, in termini reali - cioè al netto dell'inflazione -, è stata di 28.251 euro. Una cifra inferiore di 2.530 euro ai livelli del 2011, per un complessivo calo del -8,2%. Per dare un'idea ancora più concreta, si tratta di una somma superiore a un mese intero di acquisti da parte di un nucleo familiare medio, ma anche della perdita effettiva di reddito (-1.990 euro) registrata sul periodo. Complessivamente, spiega Confesercenti, il mercato nazionale ha perso circa 60 miliardi di euro di spesa negli ultimi otto anni. Con il bi-

lancio che, ad avviso dell'associazione, è destinato probabilmente a peggiorare.

Come si spende

I tagli alla spesa hanno coinvolto praticamente tutto, con le sole eccezioni di istruzione e sanità. Ma le sforbiciate, a livello familiare, non si sono indirizzate con la stessa forza a tutte le voci in capitolo. Tra le spese maggiormente rappresentative nei bilanci domestici, quelle per l'abitazione hanno subito il calo più netto: 1.100 euro circa in meno l'anno per famiglia rispetto al 2011. Tagli importanti hanno poi visto coinvolti anche ricreazione e spettacoli (-182 euro), comunicazioni (-164 euro), ma soprattutto l'alimentare (-322 euro). Guardando ai dati più nel dettaglio, però, è la voce comunicazioni ad aver perso maggiormente in proporzione: la flessione della spesa, infatti, è risultata del 19%. Gli italiani spendono di meno anche per gli smartphone, un tempo vera passione nazionale. Impressionante anche la riduzione del budget impegnato sul food: una voce di consumo da sempre ritenuta una 'spesa incompressibile', che invece

ha perso il 6%. Crescono, all'opposto, le spese per sanità (+12,1%) e istruzione (+24,7%).

La geografia dei tagli

La crisi dei consumi ha colpito tutta Italia, anche se con differenze profonde a seconda dei territori. Quel che risalta è innanzitutto il segno meno a configurarsi come costante: in sostanza, anche le famiglie delle regioni tradizionalmente più ricche hanno 'stretto la cinghia'. Nell'intero panorama nazionale sono esclusivamente i nuclei della Basilicata ad aver visto un leggero progresso (circa 500 euro di spesa media annuale in più) rispetto al 2011. Il resto dello Stivale, invece, segna cali, che in 10 regioni sono superiori ai 3mila euro a famiglia, in termini reali. A perdere maggiormente, i consumatori marchigiani, dove il budget familiare, anche a causa degli effetti del terremoto, si è ristretto addirittura di 5.500 euro l'anno. Segue la Calabria - 4.800 euro in meno a famiglia -, poi il Veneto, dove la spesa è di 4.400 euro inferiore ai livelli del 2011. Tra le performance 'meno negative', quella della

Liguria, dove si registra un arretramento 'contenuto' a 500 euro, seguita dalla Sicilia (-700 euro).

Iva o non Iva? La spesa nel 2020

Tra questo e il prossimo anno, evidenzia l'analisi promossa da Confesercenti, la spesa delle famiglie dovrebbe registrare un lieve recupero, anche grazie alle misure adottate nell'ultima legge di Bilancio: al 2020, si stima una media annuale in termini reali di 28.533 euro, con un incremento annuo di poco più di 140 euro. La previsione, tuttavia, resta *sub iudice*: infatti, non incorpora il possibile aumento delle aliquote Iva previsto dalle clausole di salvaguardia per il 2020, e non ancora ufficialmente scongiurato. E questa ultima variabile cambierebbe completamente le carte in tavola. L'aumento dell'Iva, infatti, annullerebbe tutti i progressi, portando ad una riduzione di 8,1 miliardi di euro della spesa delle famiglie, pari a 311 euro di minori consumi a testa. L'impatto avrebbe, dunque, un effetto devastante anche sul tessuto delle imprese del commercio, già in sofferenza. La frenata dei consumi che

I NUMERI DELLO STUDIO

-2.530 euro

LA DIMINUIZIONE IN TERMINI REALI DELLA SPESA MEDIA ANNUALE DELLE FAMIGLIE DAL 2011 A OGGI

-322 euro

IL TAGLIO DEL BUDGET PER GLI ALIMENTARI

-32mila

I NEGOZI NON ALIMENTARI SPARITI DAL 2011 AL 2018

+31mila

L'AUMENTO DEI PUBBLICI ESERCIZI TRA IL 2011 E IL 2018

+11mila

L'INCREMENTO DEL NUMERO DI IMPRESE DELL'E-COMMERCE TRA IL 2011 E IL 2018

seguirebbe l'incremento delle aliquote Iva, secondo le stime Confesercenti, porterebbe alla scomparsa di circa altri 9mila negozi.

Tra crisi e nuove abitudini di spesa

La riduzione dei consumi da parte delle famiglie ha avuto un impatto notevole sulle imprese della distribuzione commerciale. Tra il 2011 e il 2018 sono spariti oltre 32mila negozi in sede fissa specializzati in prodotti non alimentari. E il saldo tra le aperture e le tante - troppe - chiusure d'impresa prosegue a ritmi incalzanti: ancora nel 2018, sono stati 153 al giorno i negozi a chiudere. A sostituire le botteghe, principalmente ristoranti e web store: se i primi, negli ultimi otto anni, sono aumentati del 10,1% (quasi 31mila attività in più), i negozi online sono letteralmente esplosi (dal 2011 a oggi ne sono nati altri 11mila, +119,8%).

I negozi che funzionano... E quelli che proprio non vanno

La crisi dei negozi ha colpito in maniera diversa le differenti tipologie di attività commerciale. Pesanti perdite si registrano per le librerie (-628), le edicole (-3.083), i ferramenta (-4.115) e anche i negozi di giocattoli (-1.034). Ma c'è chi cresce, perché in grado d'intercettare i cambiamenti nelle abitudini di consumo degli italiani dettati dalla crisi e dalle nuove sensibilità. I trend più evidenti si segnalano nel settore alimentare: dal 2011 a oggi, a sparire sono state oltre 3mila macellerie, mentre decisamente più lieve la flessione che ha colpito i prodotti da forno e i dolci (-47). Crescono i negozi specializzati che vendono bevande (+768, il 13,3% in più) e quelli dedicati a frutta e verdura (+1.659).

Il boom dell'e-commerce

Le imprese attive nel commercio online, negli ultimi anni, hanno vissuto un vero boom. Secondo i dati di Confesercenti, nel 2018 erano 22.287,

il 119,8% in più rispetto al 2011. Si diffondono a una velocità 12 volte superiore a quella dei nuovi ristoranti e 20 volte a quella di nuovi negozi alimentari. E ogni tre negozi specializzati che chiudono, nasce una nuova attività sul web. Gli imprenditori che si dedicano alle vendite in rete risultano, poi, più giovani della media: la loro età, infatti, è di quasi 10 anni inferiore a quella dei commercianti al dettaglio (39,7 anni contro 48,2).

Le proposte per la crescita di Confesercenti

"La via maestra per rilanciare i consumi delle famiglie è l'occupazione", si dichiara in chiusura dell'analisi Confesercenti. "I temi del lavoro devono essere al centro delle politiche di sviluppo del nostro Paese: abbiamo bisogno di regole chiare e di più coraggio per ridurre il costo del lavoro e far ripartire le retribuzioni. Abbiamo bisogno di mettere più soldi nelle tasche di chi lavora, in particolare dei salari medi, quelli che hanno più sofferto durante la crisi. Per questo, però, siamo convinti che quella del salario minimo sia la strada sbagliata da percorrere. Dobbiamo far ripartire la contrattazione, non cancellarla: diciamo dunque sì, con convinzione, alla proposta di una flat tax sugli aumenti salariali al di sopra dei minimi contrattuali. Secondo le nostre stime, una detassazione degli incrementi retributivi per tre anni potrebbe lasciare nelle tasche degli italiani 2,1 miliardi all'anno. Risorse che si trasformerebbero in una spinta di 1,7 miliardi di euro ai consumi, di cui 900 milioni accreditabili alla spesa delle famiglie e il resto ai consumi di imprese e pubblici. La detassazione degli aumenti, accompagnata al non aumento dell'Iva, ci darebbe nel 2020 circa 9 miliardi di spesa delle famiglie in più, facendo finalmente ripartire il motore dei consumi e quindi la crescita".



salami • zampone e cotechino precotti
preaffettati in vaschetta

dai nostri allevamenti all'aperto
anche per la stagione autunno-inverno



La Linea **I Porci Comodi** include salumi realizzati come una volta, insaccati in budello naturale, legati a mano e prodotti da maiali allevati esclusivamente all'aperto.



Guarda il video e scopri come li alleviamo

Valle Varaita (Cuneo) *La salumeria tradizionale Brizio dal 1939*

briziosalumi.com



SPESA MEDIA ANNUALE DELLE FAMIGLIE (EURO, TERMINI REALI) E NUMEROSITÀ ESERCIZI COMMERCIALI 2011/2018/2020 CON AUMENTO IVA E SENZA AUMENTO IVA

	2011	2018	2020 Senza Iva	2020 Con Iva	Diff. Iva/Senza Iva
Spesa famiglie (euro)	30.781	28.251	28.533	28.223	-310
Numero negozi	762.917	742.490	733.000	724.010	-8.990

Alimentaria cambia passo

Le ultime novità e le anticipazioni sull'edizione 2020 della principale fiera dell'alimentare in Spagna. Un appuntamento sempre più internazionale, che ritorna dal 20 al 23 aprile prossimi con un layout completamente rinnovato. L'attenzione sempre più rivolta al mondo Horeca. L'ascesa dell'e-commerce. I principali trend del mercato. Intervista a tutto campo con José Antonio Valls, general manager di Alimentaria.

Manca meno di un anno alla nuova edizione di Alimentaria, in programma dal 20 al 23 aprile prossimi: quali le novità per l'appuntamento in scena a Barcellona nel 2020?

Il prossimo anno, celebreremo la 23esima edizione di Alimentaria. Che nel 2020 avrà la sua più importante novità in un layout completamente rinnovato. Fino all'edizione 2018, infatti, il vino ha rappresentato una sezione rilevante della manifestazione. Ma dal prossimo anno, non sarà più così. Questo, per via del lancio della Barcellona Wine Week: una nuova kermesse internazionale dedicata alle produzioni spagnole, che andrà in scena dal 3 al 5 febbraio 2020. Di conseguenza, Alimentaria si focalizzerà principalmente sul food. Cercando di differenziarsi da Anuga o Sial, le altre grandi manifestazioni di settore in Europa, andando a presidiare ambiti distributivi mirati.

Quali esattamente?

La scelta compiuta è stata d'indirizzarci ancor più verso il mondo Horeca. Quello della ristorazione e del food service, infatti, è un mercato in forte crescita. E la combinazione delle diverse sezioni di Alimentaria proverà, ancor più di prima, a favorire l'incontro tra produttori, distributori e buyer. Copriremo i settori chiave dell'alimentare, come l'industria della carne (Intercam), lattiero-casearia (Interlact), conserviera (Expoconser) o dei dolci (Snacks, biscuits & confectionary). Ma ampio spazio sarà dedicato anche alla dieta mediterranea, con prodotti freschi, oli di oliva e vegetali (Mediterranean Foods), oltre che al food service (Restaurama). In aggiunta a tutte queste sezioni, poi, Grocery Foods riunirà le principali aziende di beni di consumo. Molto importante, infine, sarà anche l'area dedicata ai piccoli macchinari e alle attrezzature per hotel e ristoranti, che andrà a occupare i padiglioni 6 e 7, cui si aggiungerà, nell'8, lo spazio Atmosphere, dedicato a tecnologie per l'illuminazione, allestimenti e decor.

Quali i principali focus della prossima edizione?

Da una parte, daremo grande rilievo alle produzioni autoctone, grazie allo spazio Lands of Spain, che raccoglierà le migliori eccellenze delle diverse regioni spagnole. Ma altrettanta attenzione verrà dedicata agli ultimi trend nei consumi. Lo faremo in maniera assolutamente concreta: al centro del salone, in un'area denominata Alimentaria Trends, che avrà una superficie di oltre 4.500 metri quadrati, sarà possibile trovare i prodotti della gastronomia (Fine Foods), gli alimenti biologici (Organic Foods), senza allergeni (Free From) e funzionali (Functional Foods), oltre alla referenze Halal (Halal Foods).

Parlando di numeri, che obiettivi vi siete posti?

Alimentaria, oggi, con i suoi 100mila metri quadrati di area espositiva netta, rappresenta la terza manifestazione del settore per dimensione. E vanta, al contempo, un prestigio solido e riconosciuto in ambito internazionale. Parliamo, infatti, di una kermesse capace di attrarre più di 150mila operatori professionali, il 30% dei quali da 156 Paesi del mondo. A livello espositivo, poi, puntiamo a fare meglio dell'ultima edizione: dove le aziende presenti, da 70 nazioni, sono state 4.500. Ma quando parliamo di Alimentaria, facciamo riferimento anche a 200 eventi, tra workshop e conferenze, e più di 12.500 business meeting.

Alimentaria, dunque, sempre più hub internazionale

per il business?

Proprio così. Chi visita Alimentaria non è interessato soltanto alle produzioni spagnole, ma viene a Barcellona per andare alla scoperta delle numerose opportunità internazionali che la nostra kermesse è in grado di offrire. Il Sud e il Centro America sono i nostri principali bacini di utenza, quando parliamo di buyer che partecipano alla manifestazione. Il Messico, in particolare, dove diamo vita anche a uno spin off dedicato di Alimentaria, rappresenta un mercato di grande interesse e che si sta sempre più aprendo al mondo. Ed è un contesto che presidiamo da tempo e che sviluppiamo con particolare cura.

Come si sviluppa la vostra attività d'incoming?

Vantiamo un programma d'incoming molto strutturato, con più di 1.400 buyer da 76 Paesi in tutto il mondo che periodicamente ospitiamo. Ovviamente quella italiana è una delegazione a cui teniamo particolarmente e che si compone di rappresentanti dell'intera Gdo del vostro Paese: giusto per citare qualche nome, tra gli invitati ci sono Coop Centro Italia, Iper Montebello e Magazzini Gabrielli. Ma nel programma sono incluse anche altre grandi aziende del settore della distribuzione, come Mgm Alimentari, Buzzi, Marr e Optimum Buying.

Ad Alimentaria 2020, quanto peserà la presenza italiana?

Sono previsti quasi 2mila mq per gli espositori italiani. 200 aziende, in primis dei settori pasta, olio, segmento dei freschi, referenze biologico e fine foods. L'Italia ha il primato ad Alimentaria, per spazi occupati, realtà espositrici presenti e anche numero visitatori. Abbiamo confermato la partnership con Ita-Ice Agenzia, ma anche con la Camera di commercio e industria italiana per la Spagna. E, inoltre, vantiamo consolidati rapporti di collaborazione con Assica e il Consorzio del parmigiano reggiano, oltre che con numerosi altri enti di rappresentanza di produzioni tipiche tricolore. Per Alimentaria, in definitiva, l'Italia è un Paese chiave.

Per la prossima edizione, da quel che ci racconta, il focus della manifestazione si sposterà sempre più verso le produzioni di eccellenza...

Absolutamente. È quello che il mercato domanda sempre più. E proprio a questa tipologia di referenze dedicheremo un'area specifica, Alimentaria Premium, dove troveranno spazio un numero selezionato di realtà produttrici spagnole di eccellenza. Artigiani del gusto, con un'offerta di livello superiore.

Nessun produttore internazionale, quindi, all'interno di Alimentaria Premium?

No, per il momento lo spazio sarà esclusivamente riservato alla Spagna. Ma stiamo lavorando, per il futuro, in modo da poter offrire anche ad altre nazioni riconosciute per le loro eccellenze – proprio come nel caso dell'Italia – una simile opportunità espositiva.

In tema d'incontri, invece, come si configurerà la proposta della kermesse?

Come da tradizione, non mancheranno Alimentaria 2020 cooking show e spazi dedicati a esibizioni culinarie sponsorizzate dalle aziende espositrici. Inoltre, saranno presenti quasi 50 chef stellati Michelin, con cui i visitatori potranno interagire nei diversi momenti di confronto e nel corso di specifiche masterclass. Poi, abbiamo dato vita a The Alimentaria Hub...

Di cosa si tratta?

Sarà uno spazio dedicato a diversi soggetti e progetti che con il loro impatto stanno rivoluzionando la filiera alimentare. Il riferimento è a chi opera sui temi della sostenibilità o della tracciatura attraverso modelli blockchain. Ma anche a chi combatte lo spreco alimentare o chi sostiene la trasformazione digitale. Fino ad arrivare all'analisi dei comportamenti di consumo e ai big data. Sarà un vero must da visitare per chi parte-



Intervista a José Antonio Valls, general manager della manifestazione spagnola. Che torna nel 2020 con un layout completamente rinnovato. E dove l'Italia sarà assoluta protagonista. Tutte le anticipazioni e le novità sulla kermesse internazionale di Barcellona, in scena dal 20 al 23 aprile prossimi.



José Antonio Valls

ciperà alla fiera, così da approfondire tutte queste e molte altre tematiche, ma al contempo aggiornarsi e fare networking.

Quali sono, oggi, i principali trend che si vanno affermando in Spagna nel comparto alimentare?

In questo momento, l'emergere del canale e-commerce è un tema particolarmente caldo: in Spagna, ma non solo. Si tratta di una vera e propria sfida per il comparto. Tanto che si parli di produttori, quanto che si faccia riferimento all'ambito retail. Rientra in un trend, a mio avviso, più generale. Quello di riuscire a essere ancora più vicini ai consumatori, indagandone le abitudini e le esigenze. In Spagna, gli acquisti online nel mondo dell'alimentare rappresentano ancora una nicchia, che vale attorno all'1% delle vendite, ma i numeri segnalano tassi di crescita esponenziali. È quindi un fenomeno in rampa di lancio, che va attentamente monitorato. Soprattutto a fronte del sempre più consistente coinvolgimento dei grandi retailer e anche del normal trade specializzato. Poi ci sono altri aspetti da seguire con attenzione sul mercato spagnolo.

Quali in particolare?

Innanzitutto il tema della trasformazione digitale delle aziende, a cui si correla quello dell'efficiamento delle produzioni. Ma un altro elemento importantissimo è la sempre maggiore attenzione rivolta dai consumatori agli aspetti nutrizionali, alla salute e al benessere: a

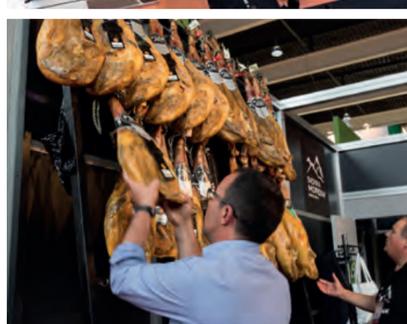
questo si collegano lo sviluppo del segmento biologico, l'imporsi delle produzioni free from e il crescente trend vegetariano e vegano. E una rilevanza sempre più decisiva, in merito a tutto questo, la sta assumendo il tema della clean label.

Un'ultima domanda: cosa consiglierebbe a un'azienda che parteciperà ad Alimentaria 2020 per massimizzare la propria presenza in fiera?

Suggerisco innanzitutto alle aziende italiane di non venire ad Alimentaria con l'idea di lavorare esclusivamente per aprire o incrementare l'export verso la Spagna. L'evento, infatti, rappresenta una porta d'accesso privilegiata per tanti altri contesti di mercato: dal Centro al Sud America, sono davvero molti i visitatori e gli operatori da incontrare e che possono offrire importanti sbocchi in diversi ambiti e canali. Non a caso, Alimentaria vanta consolidate partnership con le più importanti associazioni di settore, in ambito distributivo e foodservice, in tutto il continente americano. Poi, un altro suggerimento che posso dare è di preparare attentamente la partecipazione alla fiera. Non solo a livello di contatti e networking. Ma soprattutto con uno stand curato nell'aspetto e in ogni suo dettaglio, oltre che attraverso un'accoglienza ben programmata degli operatori.

Matteo Borrè

77



il piccante che cercavi

SanVincenzo
VERO SALUME DI CALABRIA



Csb-System: rintracciabilità integrata e automatizzata

Il gruppo, specializzato in soluzioni IT per il settore food&beverage, presenta diverse tipologie di software. Per migliorare l'efficienza produttiva e logistica delle aziende. Dalle multinazionali alle Pmi.

Una rintracciabilità incompleta è innanzitutto vietata per legge a tutela dei consumatori; in secondo luogo comporta dei costi. In caso di errori, infatti, le aziende alimentari devono fare i conti con multe elevate. I richiami spesso provocano perdite di immagine che, in casi estremi, possono portare le aziende a situazioni di crisi. Inoltre, la collaborazione con partner commerciali e Gdo è totalmente preclusa se non si può garantire una completa trasparenza dei prodotti. Solo così, infatti, possono essere pienamente soddisfatti i regolamenti sulla politica degli acquisti. Per ottenere una rintracciabilità completa, i produttori devono documentare ogni singola fase di lavorazione. Se ciò non avviene automaticamente, il lavoro diventa lungo e faticoso. Alle aziende alimentari viene giustamente consigliato di automatizzare e digitalizzare i loro processi scegliendo il partner informatico giusto.

CSB-Traceability genera una trasparenza totale lungo ogni fase di lavorazione. Rintracciabilità totalmente integrata e automatizzata.



Tutte le informazioni sulla rintracciabilità a disposizione, premendo un tasto.



Software per aziende di ogni dimensione

Il gruppo aziendale Csb-System offre da 40 anni soluzioni gestionali specifiche per il settore food&beverage, in grado di gestire l'azienda a 360 gradi perché, anche nell'era dell'Industria 4.0, il sistema Erp mantiene il suo ruolo di colonna portante tecnico-informativa dell'azienda: dagli acquisti alla produzione ed ottimizzazione ricette, dalla pesoprezzatura integrata fino all'efficiente preparazione ordini, senza mai trascurare la tracciabilità lungo l'intera filiera. Vale la pena sottolineare che la Csb-System, filiale italiana del gruppo, offre soluzioni Erp per aziende di ogni dimensione e tipo. Le tipologie di software proposte possono essere così riassunte: Csb Industry Erp è l'Erp per le aziende del settore alimentare che cercano una soluzione completa per l'intera azienda, mentre Csb Factory Erp è tagliato su misura per l'ottimizzazione dei processi produttivi ed è quindi perfetto per la gestione degli stabilimenti produttivi di multinazionali e gruppi aziendali che impiegano già un Erp di gruppo. Per piccole e medie aziende, invece, l'ideale è il Csb Basic Erp che già nella sua versione standard contiene le best practice aziendali per coprire le richieste di settore e del mercato.

Trasparenza totale lungo ogni fase di lavorazione

Il modulo Csb-Traceability, presente ovviamente in tutti e tre i pacchetti Csb, garantisce una rintracciabilità efficiente e senza lacune; come "effetto collaterale" si ottiene anche un enorme valore aggiunto: grazie alla trasparenza l'intero processo può essere gestito in modo più efficiente, riducendo i costi e aumentando la qualità del prodotto, e ottenendo così anche un vantaggio competitivo non indifferente. Con Csb-Traceability si può gestire, documentare e controllare il flusso merce dei prodotti: dall'acquisto delle materie prime, passando per ogni fase di lavorazione e gestione qualità, fino all'etichettatura completa di ogni prodotto. Il tutto in modo totalmente integrato e automatizzato. Tutti i dati sulla provenienza e sulla lavorazione vengono inseriti e trasmessi a clienti e a banche dati esterne, come ad esempio fTRACE, mynetfair o Aic.

Rintracciabilità totalmente integrata

L'implementazione di Csb-Traceability impone l'analisi delle aree da integrare. In base all'analisi dell'effettivo e al grado di dettaglio stabilito per il codice lotto, si definiranno i punti di inserimento dati e i Critical Control Points (CCPs) lungo il flusso di materiali e di informazioni, nonché la struttura dei dati da elaborare. L'integrazione lungo l'intera supply chain assicura: inserimento online di tutti i dati senza carichi supplementari; elaborazione online dei dati senza soluzioni ad isola; documentazione completa all'interno del software Erp specifico di settore; riduzione di tempo e sforzi dedicati alla documentazione e all'etichettatura; flussi merci trasparenti; sicurezza giuridica e limitazione dei rischi.

Adeempimento di leggi, direttive, norme, certificati e standard internazionali

Csb-Traceability garantisce l'adempimento delle più importanti leggi, direttive e norme, oltre agli standard internazionali: regolamenti Ue, Brc (Global standard food safety), Global Gap (Good agricultural practice), Haccp (Hazard analysis and critical control points), IFS Food (International featured standard) e Sqf (Safe quality food). Le specificità nazionali vengono anch'esse tenute in considerazione, così come la conformità internazionale dell'etichettatura e della contrassegnatura dei prodotti.

Tutte le informazioni premendo semplicemente un tasto

Basta premere un tasto e Csb-System mette a disposizione le informazioni precise sulla rintracciabilità per lotto e, per quel che riguarda i prodotti a base di carne bovina, anche per auricolare. Così all'occorrenza si ottiene l'accesso diretto a tutti i dati necessari. Le questioni relative a provenienza e responsabilità potranno essere immediatamente chiarite e le situazioni di crisi affrontate con competenza.

In modo rapido ed efficace verso la vostra soluzione personalizzata

Gli esperti Csb conoscono nel dettaglio il settore alimentare e i suoi processi specifici, e sono quindi in grado di supportare le aziende nella realizzazione di una soluzione personalizzata per la rintracciabilità. Già nella versione standard "chiavi in mano" il Csb-System soddisfa tutte le esigenze del settore e grazie alla totale integrazione dei suoi moduli operativi - acquisti, magazzino, produzione, vendite, logistica, controllo qualità, contabilità generale e industriale, cespiti, archiviazione documentale, rilevazione presenze, business intelligence - i clienti Csb-System hanno raggiunto notevoli effetti di razionalizzazione dei processi, drastici tagli dei costi e veloci tempi di implementazione.



TRADIZIONE E INNOVAZIONE. ED È SUBITO MAGIA!



UN TEMPO ERANO LUNGHE.
LA NOSTRA È TONDA!



I ♥ PROSCIUTTO®

LA CULATTA BEL SAVIGNO DEL PROSCIUTTIFICIO MONTEVECCHIO È UNA VERA E PROPRIA MAGIA!

DALLA SCELTA DELLE CARNI A QUELLA DELLE SPEZIE UTILIZZATE, FINO ALLA STAGIONATURA LENTA E NATURALE, RISPETTA LA PIÙ ANTICA TRADIZIONE EMILIANA.

LA SUA FORMA TONDA E 'PAFFUTA', INVECE, È INNOVATIVA E FRUTTO DELLA RICERCA DEL PROSCIUTTIFICIO MONTEVECCHIO.

ALL'ASSAGGIO, LA MAGIA! LE SUE FETTE GRANDI E COMPATTE SPRIGIONANO TUTTI I PROFUMI DELLA VALLATA DEL FIUME SAMOGGIA. LA FORMA PERFETTA DI OGNI FETTA, DALLA PRIMA ALL'ULTIMA, CONQUISTERÀ IL CUORE DEI TUOI CLIENTI!



Prosciuttificio Montevercchio
Via della Libertà, 67 - Savigno Valsamoggia (BO) - IT
Phone +39 051 6708245 - Fax +39 051 6708866
info@prosciuttificiomontevercchio.it
www.prosciuttificiomontevercchio.it



TASTE THE FUTURE
COLOGNE
5-9 OTTOBRE 2019

Lawer: gli specialisti nel dosaggio ingredienti

L'azienda offre una serie di sistemi ideali per ogni esigenza. Impianti automatizzati che garantiscono precisione, efficienza, replicabilità, tracciabilità, riservatezza del Know-How e riduzione dei costi.

"Qualità destinata a durare nel tempo" è la missione di Lawer, impresa biellese riconosciuta a livello internazionale per l'eccellenza dei suoi sistemi di dosaggio. Eccellenza espressa dalla fase preliminare di analisi alla messa in funzione degli impianti, così da garantire sistemi sicuri e automatizzati gestiti da software di altissimo livello, capaci di adeguarsi alle sempre nuove esigenze produttive delle aziende.

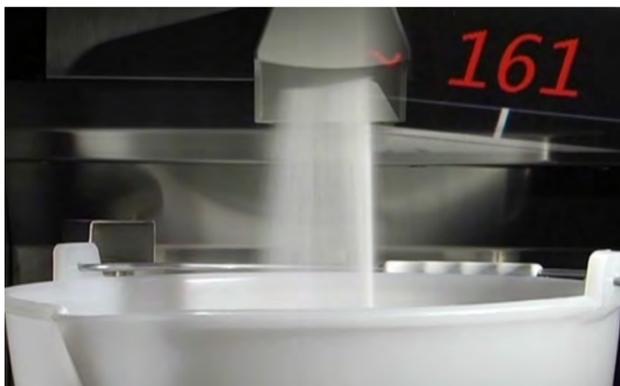
Qualità è anche la capacità di Lawer di offrire un servizio di assistenza e manutenzione efficace, efficiente, presente in tutto il mondo per essere sempre vicino ai propri clienti. Da sempre Lawer ha attuato la scelta strategica di investire, in maniera consistente, negli uomini, nella ricerca e nelle nuove tecnologie.

Oggi l'azienda è un punto di riferimento per i sistemi di dosaggio polveri e liquidi tecnologicamente avanzati e flessibili per adattarsi alle diverse esigenze di ogni cliente ed è titolare di un numero consistente di brevetti. I sistemi di dosaggio polveri Lawer sono utilizzati in vari settori industriali per pesare in modo completamente automatico tutti gli ingredienti in polvere e/o liquidi presenti nelle ricette e nei batch delle produzioni dove sono necessari dosaggi di ingredienti in polvere. Tutti i sistemi sviluppati e prodotti da Lawer sono frutto di più di 50 anni di know-how e competenza nella progettazione e costruzione di sistemi di pesatura e dosaggio.

Efficienza e tracciabilità e riservatezza del Know-How

L'utilizzo dei sistemi di pesatura automatica polveri permette la riduzione dei tempi di produzione con conseguente recupero d'efficienza e marginalità. La tracciabilità è garantita dalla possibilità di verificare e monitorare la produzione giornaliera, mensile, i consumi di ogni singolo prodotto o il numero di ricette prodotte in uno specifico periodo. In maniera automatica si ripetono all'infinito e senza errori le operazioni di pesatura dei micro-ingredienti in polvere garantendo una qualità costante nel tempo. Meno errori, meno costi, più qualità del prodotto finito.

La gamma di impianti offerta include sistemi con bilancia di pesatura singola, doppia o con sistemi di dosaggio multipli. Di seguito proponiamo i vari modelli in sintesi, che si differenziano per dimensioni, utilizzo (artigianale o industriale) e capacità di stoccaggio.



Unica

Nei modelli SD - MD - HD con sistema di pesatura singola, precisione 1 grammo e capacità dei silos di stoccaggio da 12 litri - 24 litri nel mod. SD (massimo 13 silos) - da 18 - 36 litri nel modello MD (massimo 13 silos) e fino a 50 litri nel modello HD che può avere 8-16 o 24 silos.

Gli ingredienti stoccati in contenitori di acciaio inox vengono erogati attraverso coclee di dosaggio all'interno di un secchio che, posizionato manualmente sulla bilancia elettronica, trasla automaticamente sino a posizionarsi sotto il silo interessato. La selezione della ricetta da pesare avviene attraverso il pannello touch-screen del computer di comando, dove vengono memorizzate tutte le ricette di produzione e dove vengono visualizzate, sotto accesso protetto, tutte le informazioni delle operazioni in pro-

I PLUS DEL SISTEMA AUTOMATICO

Con i sistemi automatici di dosaggio polvere si garantisce:

- Precisione di dosaggio
- Replicabilità delle ricette
- Tracciabilità e gestione della produzione
- Protezione del know-how
- Controllo dell'efficienza
- Riduzione dei costi

gresso. Il carrello porta-secchio si posiziona in sequenza al di sotto dei silos da cui i prodotti appartenenti ad una ricetta vengono erogati e, al termine del processo, si riposiziona in zona di prelievo secchio.

Superunica

È l'impianto di pesatura robotizzato, con bilancia singola o doppia, precisione 0,01 grammi in grado di garantire massima precisione, igiene e sicurezza nelle operazioni di dosaggio degli ingredienti necessari alla preparazione di ricette e batch nell'industria alimentare. Si compone di una serie di silos di stoccaggio indipendenti (minimo 20 silos - massimo 120 silos), ciascuno in grado di contenere e dosare per mezzo di una coclea un diverso ingrediente, installati in linea su di una struttura modulare, al di sotto della quale scorre il carrello che ospi-

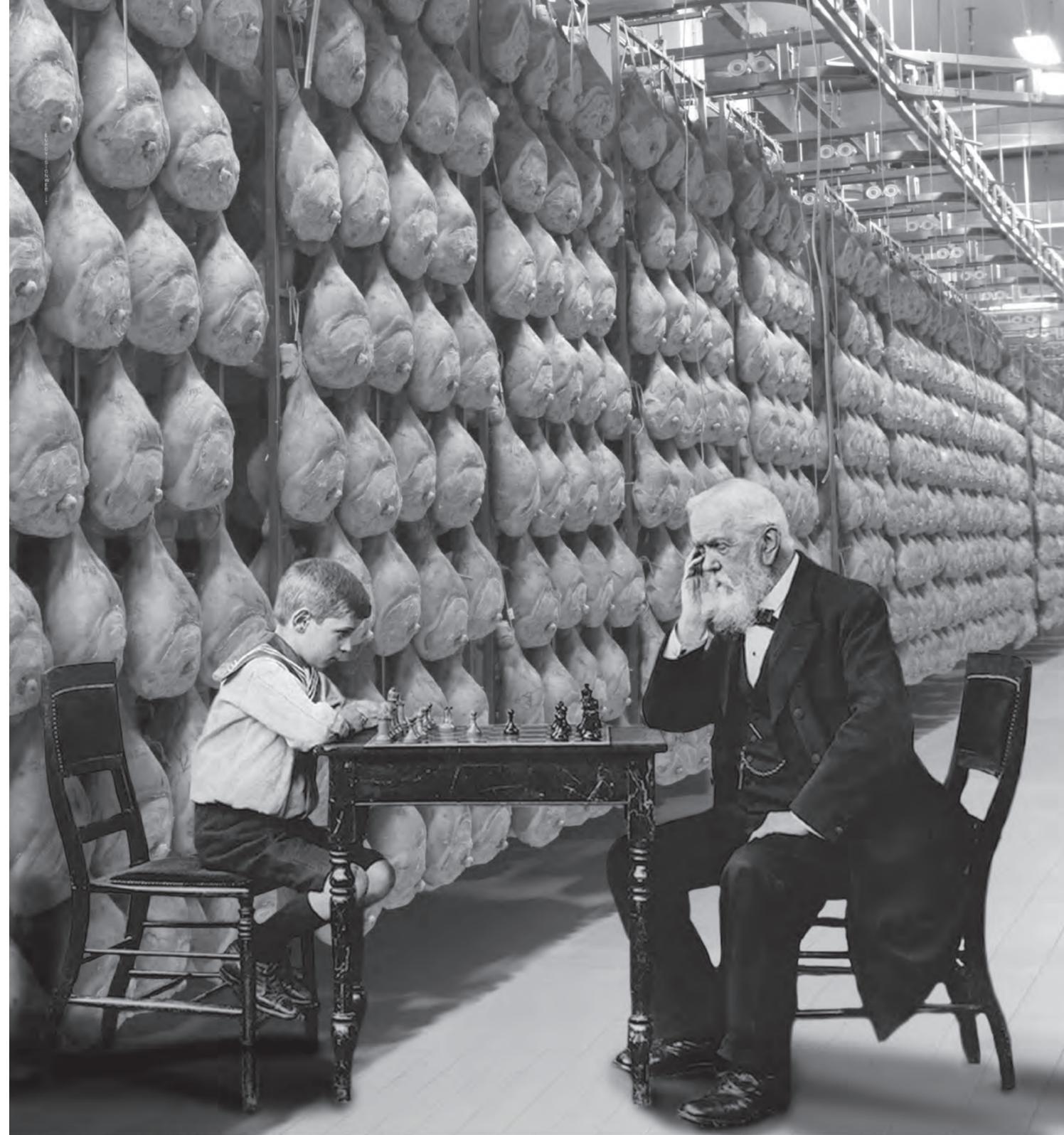
Unica twin

È il nuovo impianto di pesatura con bilancia singola o doppia, precisione 0,1 grammi in grado di garantire massima precisione, igiene e sicurezza nelle operazioni di dosaggio degli ingredienti necessari alla preparazione di ricette e batch nell'industria alimentare. Si compone di una serie di silos di stoccaggio indipendenti (12 - 24 o 36 silos), ciascuno in grado di contenere e dosare per mezzo di una coclea un diverso ingrediente, installati in linea su di una struttura modulare, al di sotto della quale scorre il carrello che ospi-

ta la bilancia elettronica di pesatura (possibilità di avere doppio carrello di pesatura). Ogni modulo della struttura può ospitare 10 silos (capacità standard 150 litri) o 5 silos doppi (300 litri) caricabili per depressione tramite una pompa a vuoto. Un efficace sistema di aspirazione ed abbattimento delle polveri volatili garantisce la massima sicurezza d'impiego ed igiene ambientale.

Supersincro

Si tratta di un impianto di pesatura multipla, precisione 0,1 grammi che si compone di una serie di silos di stoccaggio indipendenti (minimo 5 silos - massimo 60 silos), ciascuno in grado di contenere un diverso ingrediente, installati in due fronti su di una struttura modulare, al di sotto della quale avanzano in sequenza speciali contenitori metallici calzati con sacchetti termoformati automaticamente da film tubolari in plastica. Ogni modulo della struttura può ospitare 10 silos (capacità 300 litri) caricabili per depressione tramite una pompa a vuoto, o per gravità dall'alto di ogni silos. Ciascun silo è dotato, nella sua parte inferiore, di una coclea dosatrice che permette di erogare con la massima rapidità e precisione i vari ingredienti. Ad ogni ciclo di lavoro i contenitori portascchetti, poggiati su vassoi mobili, si spostano "passo a passo" seguendo un percorso ad "U" al di sotto dei silos posizionati su due fronti, ad ogni passo ciascun contenitore si appoggia sulla bilancia corrispondente all'ingrediente da erogare, sino al termine del percorso ed al completamento delle richieste.

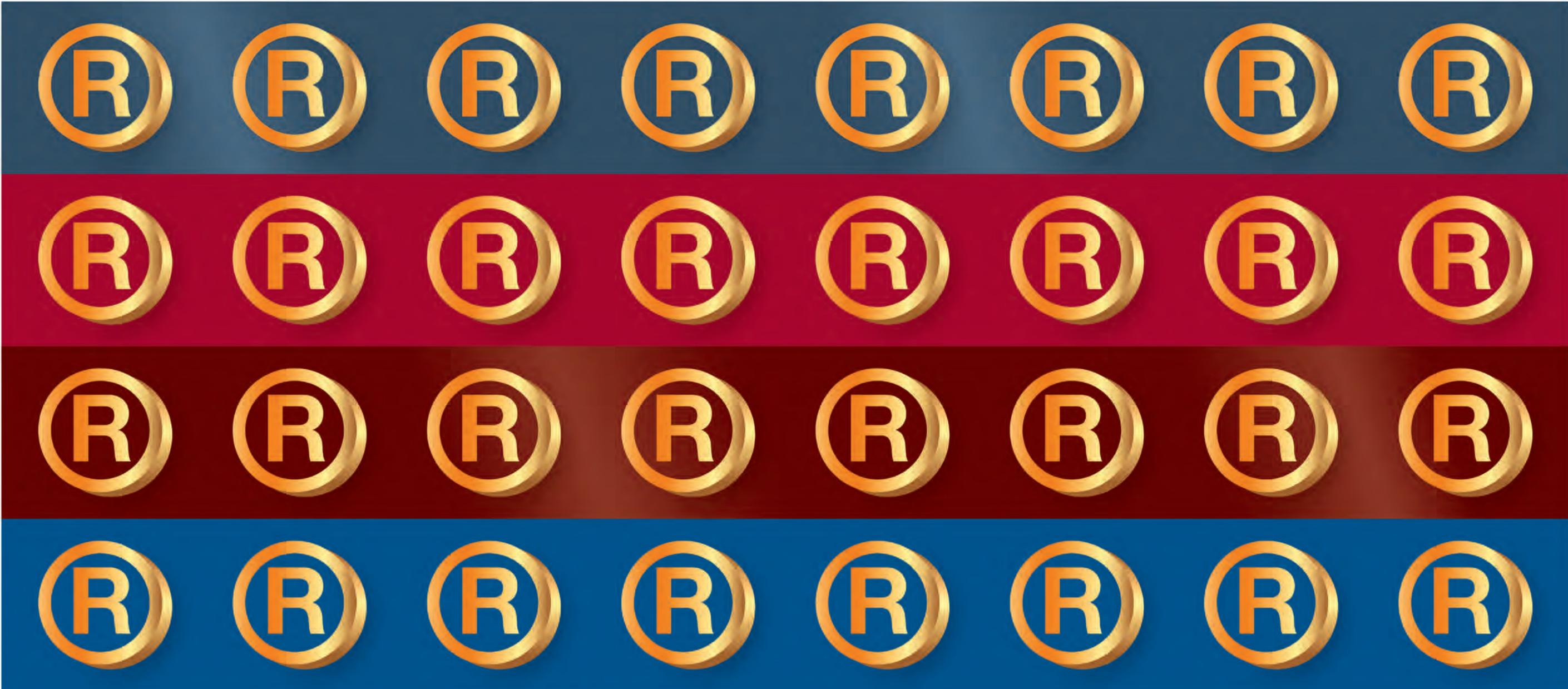


Il vero lusso è il tempo.

Prosciutti



Più Tempo, Meno Sale.



MOLTIPLICA LE TUE OPPORTUNITÀ DI BUSINESS

www.marca.bolognafiere.it

COMITATO TECNICO SCIENTIFICO MARCA 2020



Il paladino della concorrenza

Una guida che sembra destinata a lasciare il segno. Per Roberto Rustichelli - nominato il 20 dicembre scorso presidente dell'Autorità garante per la concorrenza e il mercato, ma insediato a inizio maggio - si può davvero parlare di una partenza col botto.

Chi è Roberto Rustichelli

Classe 1961, nato a Faenza, in provincia di Ravenna, vanta un lungo curriculum di tutto rispetto. Che è poi quello che lo ha portato, per merito, al vertice dell'Agcm. È stato infatti il primo presidente dell'era della trasparenza, fortemente voluta dal presidente della Camera, Roberto Fico, che all'annuncio della nomina ha spiegato: "Rustichelli, magistrato ordinario a Napoli con competenza specifica in materia di concorrenza, è stato scelto tra i 112 curricula pervenuti ai presidenti di Camera e Senato, attraverso un processo di selezione pubblica". Lo stesso presidente del Senato, Elisabetta Casellati, ha specificato che nella scelta "sono stati seguiti i principi di terzietà, competenza tecnica ed esperienza istituzionale dei candidati".

Laureato in Giurisprudenza e in Scienze economiche e gestionali, nel suo lungo curriculum, fra le altre cariche, ha ricoperto il ruolo di vice capo di Gabinetto

del ministro delle Attività produttive ed è stato Consigliere giuridico presso la presidenza del Consiglio dei ministri in vari governi. Dal 2009 al 2013 è stato membro del Comitato nazionale per la lotta contro le frodi comunitarie.

Le linee del mandato

Il giudice ha ammesso che non si aspettava questa nomina, ma bisogna riconoscere che ha avuto da subito le idee chiare sulle linee del suo mandato: "Continuerò a Retenere le Istituzioni un faro per la mia vita professionale e personale, che ora mi vede in un nuovo ruolo di cui sento la grande responsabilità per garantire l'indipendenza dell'Autorità, nonché per tutelare l'interesse dei cittadini e delle imprese", ha dichiarato appena eletto presidente.

Ma il vero esordio pubblico è stato, martedì 2 luglio, alla presentazione della 'Relazione annuale sull'attività svolta', nel 2018, da parte dell'Agcm. "I valori dell'indipendenza, dell'autonomia e dell'imparzialità, che mi hanno da sempre guidato con la toga da magistrato, resteranno la Stella Polare anche in questo nuovo incarico", ha subito sottolineato Rustichelli. "I simboli della giustizia sono la bilancia e la spada. Nella mia carriera ho sempre cercato di usare la bilancia, assai poco la spada". Ep-

pure, in questi primi mesi di mandato, si contano già alcuni interventi forti, destinati a fare la differenza (vedi box).

I primi interventi

Primo fra tutti, il recente attacco a Coldiretti nella questione sul registro del latte, in cui la Confederazione viene definita un "player del lattiero caseario", oltretutto poco trasparente "a causa dell'indisponibilità di bilanci contabili pubblici". Dure accuse, che accompagnano l'invito alle autorità di considerare come la pubblicazione dei dati richiesti da Coldiretti sugli acquisti di latte e prodotti lattiero caseari, possa ridurre "in maniera significativa il naturale confronto competitivo tra imprese". Segue di pochi giorni anche la chiusura dell'istruttoria sul prezzo del latte ovino alla stalla, che non ha riscontrato alcuna pratica scorretta da parte delle aziende di trasformazione. Recente anche l'annuncio di sanzioni per 680mila euro a Coop Italia, Conad, Esselunga, Eurospin, Auchan e Carrefour per aver imposto il reso a carico dei panificatori. In agosto, poi, il parere contrario al disegno di legge sulle partecipazioni pubbliche in società del lattiero caseario, che sarebbe "in totale disaccordo con i principi della concorrenza e di efficiente gestione delle partecipazioni pubbliche".



Roberto Rustichelli

Coldiretti, i giganti dell'economia digitale, la burocrazia italiana. Nel mirino del nuovo presidente dell'Antitrust, Roberto Rustichelli, tutto ciò che può penalizzare consumatori e imprese del made in Italy.

I giganti del web

Ma non è finita qui. I fari sono decisamente puntati sui giganti dell'economia digitale. Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft, per fare alcuni nomi. Colossi del web che hanno raggiunto "un radicamento tale da poter impedire in futuro l'entrata di nuovi operatori e ridurre gli incentivi all'innovazione e al miglioramento dell'offerta, con effetti negativi su efficienza e dinamismo delle imprese". L'Autorità reclama quindi la possibilità di valutare le operazioni di concentrazione, non solo quelle che le vengono notificate, ma anche quelle che possono portare al "rafforzamento di una posizione dominante in grado di eliminare o ridurre in modo sostanziale e durevole la concorrenza nel mercato nazionale". Basti pensare che "tra il 2008 e il 2018, Amazon, Facebook e Google hanno acquisito, spesso con l'obiettivo di eliminare futuri concorrenti, circa 300 società, sovente nella fase iniziale del loro ciclo di vita". Operazioni che non vengono segnalate a causa della poca rilevanza delle aziende assorbite. Quindi Rustichelli fa una specifica richiesta al legislatore: "Disporre sanzioni davvero efficaci, proporzionate e dissuasive nei confronti delle big tech companies, visto che il massimo

editto di 5 milioni di euro rappresenta una frazione del tutto modesta del loro fatturato, del loro patrimonio e dei profitti che possono ricavare dalle infrazioni commesse".

Le imprese italiane

Il sostegno alle imprese italiane emerge poi in altre considerazioni del presidente. La penalizzazione dell'Italia per effetto del 'dumping fiscale' in Europa, definito "un vantaggio specifico a talune imprese idoneo a distorcere il mercato: la burocrazia fiscale costa a livello globale 500 miliardi di dollari l'anno, con un danno per l'Italia fra i 5 e gli 8 miliardi di dollari l'anno". Ma anche un sollecito, forte e chiaro, alle Istituzioni italiane: "Tra i fattori che penalizzano la competitività del sistema produttivo italiano e ostacolano il fare impresa, il più importante risulta essere ancora l'eccessivo livello di burocrazia percepita dagli operatori, che appesantisce in modo rilevante la regolazione delle attività economiche". In particolare, fra le procedure ritenute più penalizzanti ci sono quelle relative ai costi e ai tempi per avviare un'attività di impresa.

Un buon modo, per Rustichelli, di iniziare i sette anni di mandato. Avanti così. Irene Galimberti

I NUMERI DELL'ANTITRUST

1° gennaio 2018 - 1° giugno 2019

1,277 miliardi di euro
SANZIONI

85 miliardi di euro
PER LA TUTELA
DEL CONSUMATORE

13
PROCEDIMENTI CHIUSI PER INTESE

11
PROCEDIMENTI CHIUSI PER ABUSO
DI POSIZIONE DOMINANTE

5
PROCEDIMENTI CHIUSI
PER CONCENTRAZIONI

I RECENTI INTERVENTI DELL'AGCM

No al registro 'spia' del latte. "Coldiretti è un player del lattiero caseario, oltretutto poco trasparente"

24 giugno. L'Antitrust contraria al registro 'spia' del latte richiesto più volte, da anni, da Coldiretti. Lo scorso 16 aprile, infatti, il ministero della Salute ha chiesto all'Agcm un parere riguardo le possibili conseguenze di tipo concorrenziale derivanti dalla comunicazione a Coldiretti dei dati sulle importazioni di latte e prodotti lattiero caseari da parte delle aziende italiane. Il parere espresso dall'Autorità è stato pubblicato nel bollettino n.25. Quelle richieste sono "informazioni commerciali sensibili", tali da ridurre "in maniera significativa le naturali incertezze inerenti il confronto competitivo tra imprese" e da avere una certa rilevanza "in una prospettiva antitrust nel caso in cui fossero scambiati tra operatori concorrenti".

In secondo luogo va "considerato se un pregiudizio per la concorrenza possa discendere dalla disponibilità dei dati da parte di Coldiretti", di cui, osserva l'Autorità, "a causa dell'indisponibilità di bilanci contabili pubblici, non è possibile avere un quadro informativo sulle sue partecipazioni societarie". Risulta però "da fonti aperte come quantomeno strutture territoriali siano attualmente titolari di partecipazioni in importanti imprese nazionali del settore lattiero caseario", così come "negli organi direttivi e rappresentativi di Coldiretti siedono persone fisiche detentrici di interessi diretti in imprese del settore". Infine, "è noto che alla Coldiretti sono associate un numero elevato di imprese attive nel lattiero caseario, alle quali l'organizzazione fornisce servizi di varia natura, comprese consulenze aziendali, per i quali la disponibilità dei dati potrebbe costituire sia una primaria risorsa sia un elemento di differenziazione rispetto ai servizi resi da imprese concorrenti".

Conclusioni? "Non si può escludere che dalla trasmissione a tale organizzazione dei dati possano derivare pregiudizi alle corrette dinamiche di mercato". Pertanto l'Agcm, facendo riferimento alla sentenza n. 1546/2019 del Consiglio di Stato, invita il Ministero a tenere in considerazione l'eventuale segnalazione, da parte dei controinteressati, della "potenziale rilevanza sotto il profilo concorrenziale della comunicazione dei dati a Coldiretti, quale specifica ragione di riservatezza, al fine di evitare



ogni pregiudizio alle condizioni concorrenziali del settore di riferimento".

Una bocciatura indiretta anche all'articolo 3 della legge emergenze agricoltura, in cui si istituisce il monitoraggio di produzione e acquisto del latte vaccino, ovino e caprino e dell'acquisto di latte e prodotti lattiero caseari a base di latte, importati da paesi dell'Unione europea e da paesi terzi.

Sardegna, prezzo del latte ovino: nessuna pratica scorretta da parte delle aziende di trasformazione

1° luglio. Nessun provvedimento, in virtù dell'accordo siglato fra le parti. Così si è chiusa l'istruttoria dell'Autorità garante per la concorrenza e il mercato per il prezzo del latte ovino alla stalla, aperta a febbraio di quest'anno nei confronti del Consorzio del pecorino romano Dop e di 33 aziende di trasformazione sarde.

L'indagine era stata avviata dopo le clamorose proteste dei pastori sardi, che ritenevano troppo esiga la remunerazione del latte ovino tra dicembre 2018 e febbraio 2019 (62 cent al litro). Una protesta che ha registrato anche momenti di tensione ed episodi violenti, con blocchi e assalti alle autocisterne del latte, sui quali diverse Procure hanno aperto fascicoli di indagine. Nel documento dell'istruttoria l'Antitrust spiega che, "alla luce dei principi di economicità, efficacia ed efficienza dell'azione amministrativa", sono "venuti meno i presupposti da cui muovevano le contestazioni relative alla presunta realizzazione da parte del Consorzio per la tutela del formaggio pecorino romano Dop e dei 33 trasformatori di pratiche

commerciali sleali in danno dei propri conferenti di latte ovino".

Agcm contro il disegno di legge sulle partecipazioni pubbliche in società del lattiero caseario

"L'Autorità ritiene il disegno di legge suscettibile di alterare le dinamiche concorrenziali nel settore, in totale disaccordo con i principi della concorrenza e di efficiente gestione delle partecipazioni pubbliche". Sono le conclusioni espresse in agosto dall'Antitrust in merito al disegno di legge A.S.1110 recante "Modifica all'articolo 4 del Testo unico in materia di società a partecipazione pubblica (Tuspp), di cui al decreto legislativo 19 agosto 2016, n. 175, concernente le partecipazioni in società operanti nel settore lattiero caseario". Con questa deroga si consentirebbe la partecipazione pubblica in società aventi per oggetto sociale prevalente la produzione, il trattamento, la lavorazione e l'immissione in commercio del latte, in qualsiasi modo trattato, e dei prodotti lattiero caseari "riconoscendo un ruolo di tutela della salute dei consumatori e dell'ambiente e quindi di interesse generale". L'Agcm segnala però che la proposta risulta ingiustificata, in quanto vi sono già specifiche autorità preposte ai controlli e che il settore è estraneo al perseguimento delle finalità istituzionali proprie degli enti pubblici, mentre dovrebbe essere presidiato dalle regole del libero mercato. Si fa riferimento anche a quanto evidenziato dalla Corte dei Conti in sede di audizione sulla proposta di legge in esame: l'assimilazione delle società operanti nel settore lattiero-caseario a quelle che svolgono servizi di interesse generale "tende a rendere omogenee situazioni differenziate, accumulando i servizi pubblici tradizionalmente intesi con attività produttive rese da operatori economici privati". Inoltre, secondo il giudice amministrativo, fa presente l'Agcm, uno dei postulati fondamentali per il corretto funzionamento delle regole di concorrenza è il principio di pari trattamento tra imprese pubbliche e private, separando attività di impresa e attività "protetta" da privilegi pubblici. Alla luce di queste osservazioni, pubblicate nel Bollettino n.33 del 19 agosto 2019, "L'Autorità auspica che le considerazioni siano tenute in adeguata considerazione nel prosieguo dell'iter legislativo".

BERNARDINI GASTONE

Una sinfonia di prelibatezze

ADY GONNELLI ASSOCIATI

100 1919
100 2019



COLOGNE, 05. – 09.10.2019

AMAZING!

Meet old and new friends.
Priceless networking since 1919.

Secure admission tickets at
www.anuga.com/tickets

Koelnmesse S.r.l.
Viale Sarca 336/F, Edificio 16
20126 Milano, Italia
Tel. +39 02 8696131, Fax +39 02 89095134
info@koelnmesse.it



Settembre 2019

GASTRONOMIE

IL BUON GUSTO – LIERNA (LC) SPECIALITÀ ITALIANE



Anno di nascita: 1974
Titolari: Panizza Giuseppe e Pietro
Superficie: 60mq
Numero di vetrine: 1
Sito web: www.ilbuongustolagodicomo.it
E-mail: panizzapietro77@gmail.com



Salumi: prosciutto crudo di Parma, bresaola della Valtellina, Galloni, Rovagnati, Negroni.
Formaggi: Latteria Sociale Valtellina, Parmigiano Reggiano.
Servizi offerti: gastronomia, macelleria, rosticceria, panetteria, catering, enoteca, asporto, pasticceria, frutta e verdura.

Situato a Lierna (Lc) in Via Roma 63, Il Buon Gusto è un negozio di alimentari che, dal 1977, offre alla propria clientela un ampio assortimento di prodotti culinari tipici della tradizione locale e italiana. L'attività a conduzione familiare, gestita dalla famiglia Panizza, nasce inizialmente come latteria. Oggi, oltre al banco macelleria, vanta un fornitissimo reparto gastronomia ricco di specialità lecchesi. Gusto, freschezza e qualità sono le garanzie che Il Buon Gusto offre ai propri clienti che portano in tavola ogni giorno specialità uniche come formaggi, salumi, pesci di lago, piatti pronti e perfino oli provenienti dagli uliveti sul lago di proprietà della famiglia Panizza. Passione per la tradizione e professionalità sono quindi le peculiarità che rendono la gastronomia un punto di riferimento per tutti i palati, anche i più esigenti. Il negozio, infatti,

mette a disposizione una vastissima scelta di articoli: dai prodotti gastronomici a quelli di macelleria, dai prodotti tipici della Valtellina e del lago di Como fino ai vini locali e alle paste più pregiate della tradizione culinaria italiana.

All'interno del punto vendita, poi, è presente anche un angolo dedicato alla frutta e alla verdura che offre un ricco assortimento di referenze stagionali accuratamente scelte dalle coltivazioni locali. Il reparto che ospita i dolci, tutti artigianali al 100%, propone un'ampia scelta di prodotti di pasticceria secca come biscotti, torte e crostate. Anche la cantina è ben fornita di prodotti vinicoli locali che celano aromi fruttati che li rendono perfetti per accompagnare qualsiasi pasto. Ma oltre questi servizi, Il Buon Gusto si occupa anche di fornire il servizio catering per feste e ricevimenti.

MACELLERIA GASTRONOMIA DA DIEGO – CODIVERO DIVIGONZA (PD) TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Quella della famiglia Fiorenzato è una storia che inizia ben quattro generazioni fa. Durante il periodo della guerra del '15-'18', la bisnonna Elvira comincia ad allevare polli mentre il marito e i figli sono al fronte. A continuare con passione questa attività sono poi il nonno Romolo e il figlio Lino. Nel 1999 è la volta di Diego Fiorenzato che decide di cambiare e di dare una svolta all'azienda che, dalle carni avicole, si espande a tutto il settore delle carni per specializzarsi, successivamente, nelle preparazioni gastronomiche. Trippa alla parmigiana, paella di carne e di pesce, prosciutto di tacchino, ragù, verdure grigliate, stinco al forno, cordon bleu, formaggi tipici locali e insaccati tipici veneti di produzione propria artigianale (come il cotechino al radicchio tardivo o ai funghi porcini) sono solo alcune delle prelibatezze che si possono trovare nella gastronomia che offre ogni giorno novità sempre fresche sotto consiglio del cuoco Matteo che ne combina di "cotte e di crude". E dalle cui sapienti mani nascono anche sughi, ragù e dadi artigianali. Il punto forte del negozio, poi, sono i salumi naturali e privi di additivi chimici, glutine e lattosio. Alle materie prime selezionate in modo meticoloso, infatti, vengono aggiunti solo sale delle saline di Cervia, pepe macinato fresco e marsala Dop. La Macelleria Gastronomia da Diego mette a disposizione dei propri clienti un'alimentazione sana e ricercata, offrendo un servizio sempre cortese e attento.



Anno di nascita: 1999
Titolari: Diego Fiorenzato
Superficie: 75mq
Numero di vetrine: 4
Sito web: www.macelleriadiego.it
E-mail: info@macelleriadiego.it

Salumi: produzione artigianale di insaccati tipici veneti, carne salada, prosciutto di tacchino.
Formaggi: formaggi tipici locali.
Servizi offerti: piatti pronti e pronti a cuocere senza glutine, catering, spese a domicilio con preordini online, confezioni regalo, macelleria, gastronomia, rosticceria.



COMAL
www.comalsrl.it

Nome prodotto

Puro

Breve descrizione del prodotto

Puro, una coscia di suino intera senza zuccheri aggiunti, cotta al vapore e completamente naturale. L'utilizzo solo di ingredienti naturali permette di offrire un alimento senza polifosfati aggiunti, gluten free, senza derivati del latte, solo con conservanti vegetali e con sale rosa dell'Himalaya per un ridotto contenuto di sodio.

Ingredienti

Coscia intera di suino delicatamente massaggiata e cotta a vapore - Sale rosa dell'Himalaya - Antiossidante E301 - aromi naturali - estratto di origine vegetale (bietola).

Peso medio/pezzature

8-8,5 kg.

Caratteristiche

Le principali peculiarità del Puro consistono nel ridotto contenuto di sodio grazie all'utilizzo del sale rosa dell'Himalaya. Puro è senza zuccheri aggiunti e inoltre, grazie all'utilizzo di conservanti di origine vegetale, sono stati eliminati i conservanti artificiali.

Confezionamento

Puro è confezionato in un sacco alluminato personalizzato, custodito a sua volta in un cartone mono-pezzo con in evidenza il logo Puro; inoltre all'interno di ogni cartone è presente una tabella 20 x 28 cm autoportante per le informazioni al consumatore, da posizionare sul bancone o in luogo visibile.

Tempi di scadenza:

Tmc 120 gg.

SALUMI EMMEDUE
www.salumiemmedue.it

Nome prodotto

Lucanica, salsiccia stagionata senza conservanti aggiunti

Breve descrizione del prodotto

La ricetta della Lucanica Emmedue trova le sue radici nell'antica tradizione contadina del comune di Picerno. Il salume è realizzato con carni fresche di suini nazionali quali spalla, sottospalla e rifilatura del prosciutto. Peculiare caratteristica del prodotto, nel pieno rispetto della tradizionale ricetta locale, è l'assenza di conservanti.

Ingredienti

Carne di suino, sale, destrosio, aromi, finocchietto selvatico, peperone dolce o peperoncino nella versione piccante.

Peso medio/pezzature

300 g circa pezzo.

Caratteristiche

Senza conservanti aggiunti. Senza glutine (Prontuario AIC 2019), senza lattosio e proteine del latte. Senza polifosfati e glutammato aggiunti. Il prodotto non contiene Ogm.

Confezionamento

Nel materiale usato per il confezionamento sottovuoto sono assenti: bisfenolo a (cas. n° 000080-05-7), plastificanti ftalici/ftalati, oli minerali (moh e moah), allergeni.

Tempi di scadenza

180 gg dalla data di confezionamento.

ORMA GROUP
www.bacalini.it

Nome prodotto

Galantina di pollo

Breve descrizione prodotto

Prodotto tipico marchigiano, pollo disossato e farcito con impasto di carne, uova e verdure.

Ingredienti

Carne di pollo, tacchino, vitello, suino, uova, mortadella, carote, sedano, olive, sale iodato, parmigiano reggiano, pistacchi, limone, pepe, aromi naturali.

Peso medio/pezzature

Pezzature da Kg. 1,7 circa a Kg. 3,3 circa.

Caratteristiche

Di forma ovale schiacciata, leggermente allungata con consistenza tenera a fetta unita. Ha un sapore tipico, senza sapori pungenti. Con un profumo caratteristico di pollo bollito ed un colorito chiaro con punti di colore rosso, verde, giallo e bianco.

Confezionamento

Sottovuoto

Tempi di scadenza

60 gg rispettando le norme di stoccaggio.

TULIP FOOD COMPANY
www.tulipfood.it

Nome prodotto

Tulip Bacon Senza Antibiotici dalla Nascita 120g

Breve descrizione prodotto

Il primo bacon senza antibiotici dalla nascita, prodotto da animali allevati con la massima cura in ampi spazi e solo da allevatori accuratamente selezionati.

Ingredienti

Pancetta di suino, sale, antiossidante (E301), conservante (E250), prodotto crudo, da consumarsi previa accurata cottura.

Peso medio/pezzature

120 g / unità.

Caratteristiche

Bacon a fette leggermente affumicato con legno di faggio. Ideale per hamburger, uova e bacon e golose ricette.

Confezionamento

Cartone 120 g x 8 pezzi.

Tempi di scadenza

70 gg dalla produzione.

RASPINI
www.raspinisalumi.it

Nome prodotto

Salame Piemonte Igp

Breve descrizione del prodotto

Dalla selezione delle migliori carni suine da allevamenti Piemontesi, nasce il Salame Piemonte Igp Raspini.

La certificazione Igp è il riconoscimento europeo alla qualità di una ricetta tipica piemontese, che risale al 1700 circa. Nella sua preparazione vengono utilizzati tagli nobili e freschi: spalla per la parte magra e pancetta per quella adiposa. Salame a grana media che testimonia la qualità della materia prima, perfetto bilanciamento tra parte magra e grassa conferendo una consistenza morbida e compatta.

Ingredienti

Carne di suino, sale, vino Barolo Dogg, zucchero, destrosio, pepe, spezie, antiossidanti: ascorbato di sodio, conservanti: nitrito di potassio, nitrito di sodio.

Peso medio/pezzature

400 g.

Caratteristiche

Aspetto e un gusto unici: al taglio la fetta presenta un colore rosso rubino, accompagnato da un profumo delicato e da un gusto dolce, mai acido, garantito da una stagionatura più breve.

Confezionamento

Legato con spago.

Tmc

60 gg.

LEVONI
www.levoni.it

Nome prodotto

Lo Speziale

Breve descrizione del prodotto

'Lo Speziale' è una nuova creazione Levoni; un salame unico che porta con sé tutti i profumi e i sapori dell'Alto Adige, grazie a una ricetta impreziosita con Finocchietto selvatico e Cumino dei prati, due spezie perfette per esaltare il gusto della carne di suino, nel rispetto delle più antiche tradizioni norcine italiane.

Ingredienti

Carne di suino italiano 96%, sale marino, proteine del latte, destrosio, semi di finocchio 0,14%, spezie, antiossidante: ascorbato di sodio, semi di cumino 0,1%, zucchero, aroma naturale, conservanti: nitrito di potassio, nitrito di sodio.

Peso medio/pezzature

Da 300 g intero o intero sottovuoto.

Da 3 kg intero o mezzo sottovuoto.

Caratteristiche

Lo Speziale è un salame dal perfetto equilibrio sensoriale, con note rotonde e una freschezza inimitabile, è macinato fine e le sue carni sono stagionate e compatte.

Confezionamento

Intero o sottovuoto.

Tempi di scadenza

90 gg dalla data di spedizione indicata sul documento di trasporto.

BOMBIERI
www.salumificiobombieri.it

Nome prodotto

Naturalis - prosciutto cotto di alta qualità

Breve descrizione del prodotto

Prodotto vincitore del Salumi&Consumi awards 2016 come miglior innovazione di prodotto. Ottenuto da cosce altamente selezionate. Alta Qualità (95% carne) a basso contenuto di sodio.

Ingredienti

Coscia di suino 95%, sale, saccarosio, destrosio, aromi naturali. Antiossidante: E301. Conservante: E250. La materia prima e gli ingredienti utilizzati non contengono e non derivano da Ogm.

Peso medio/pezzature

9 Kg.

Caratteristiche

Colore roseo dalla forma rotonda. Gusto delicato.

Confezionamento

Busta alluminio.

Tempi di scadenza

150 gg.

ALTOBELLO CARNI
www.altobellocarni.com

Nome prodotto

Prosciutto crudo del parco

Breve descrizione del prodotto

Prodotto ottenuto dalla lavorazione tradizionale di cosce di maiale selezionate opportunamente rifilate, sottoposto a salatura e ad una adeguata stagionatura. La forma è rettangolare, mentre il colore del prosciutto all'interno è più o meno rosato, uniforme, orlato di grasso.

Ingredienti

Carne di suino e sale. Senza conservanti.

Peso medio/pezzature

5,5 - 6,5 Kg.

Caratteristiche

Profumo fragrante e gradevole, presenta un colore rosso vivo e colore del grasso al taglio bianco. Sapore delicato, dolce, gustoso e aromatico. Consistenza compatta e morbida. Le caratteristiche sensoriali e intrinseche evidenziano la tipicità di questo prodotto e ne evoca il suo stretto legame con il territorio. Senza lattosio e senza glutine.

Confezionamento

Alluminio alimentare sottovuoto.

Tempi di scadenza

240 gg.



STAGIONATE NEL MODO GIUSTO

LE NOSTRE BORSE SPECK SONO LA SOLUZIONE IDEALE PER IL VOSTRO PROCESSO PRODUTTIVO!

- FACILI DA USARE
- LAVABILI E RIUTILIZZABILI
- RESISTENTI
- ECONOMICHE
- PERMETTONO DI NON GIRARE LO SPECK DURANTE LA STAGIONATURA
- PERSONALIZZABILI SUI VOSTRI PRODOTTI E SUL VOSTRO PROCESSO PRODUTTIVO

Contattateci a info@retificionassi.com
 Per maggiori informazioni sul prodotto www.retificionassi.com

ALIMENTARI RADICE
www.alimentariradice.com - www.solocosi.com


Nome prodotto
Cosciotto a lenta cottura Solo Còsi

Breve descrizione del prodotto
Prodotto a base di coscia di suino ottenuto da cosce selezionate una ad una, privato del geretto e sfiancato su tre lati; la coscia viene salata mediante iniezione di salamoia, zangolata delicatamente, stampata da personale altamente qualificato, cotta a vapore in stampo, raffreddata, confezionata in condizioni controllate e pastorizzata.

Ingredienti
Coscia di suino, sale, aromi naturali.

Peso medio/pezzature
Peso medio: 8,0 / 8,4 kg.
Numero di pezzi per cartone: 2.

Caratteristiche
Profumo e sapore: profumo delicato ed attraente, sapore dolce. Colore: tipico rosa omogeneo. Consistenza: molto morbida al palato con mantenimento della fetta al taglio, tessitura particolarmente compatta. Non contiene Ogm, allergeni e glutine. Presente nel prontuario Aic (Associazione italiana celiachia).

Confezionamento
Sottovuoto in bustone alluminato.

Tempi di scadenza
Shelf-life 90 gg.
Conservare a una temperatura compresa tra 0 e +4°C.

BORTOLOTTI SALUMI
www.salumbortolotti.it


Nome prodotto
Linea affettati #panino

Breve descrizione del prodotto
Un pack innovativo con un richiamo al mondo dello street food, un naming moderno per una linea di prodotti pre-affettati giovane, attuale, accattivante, italiana.

Ingredienti
Variano a seconda della referenza considerata.

Peso medio/pezzature
50 g, 60 g, 70 g a seconda della referenza considerata.

Caratteristiche
Si rivolge a un consumatore moderno alla ricerca della giusta qualità, al giusto prezzo, nel giusto formato.

Confezionamento
Vaschetta monoporzionata.

Tempi di scadenza
60 gg prodotti stagionati.
40 gg prodotti cotti dalla data di confezionamento.

FONTANA ERMES
www.ermesfontana.it


Nome prodotto
Prosciutto di Parma Re Nero

Breve descrizione del prodotto
La miglior selezione del nostro Prosciutto di Parma diventa 'Re Nero', vestito in modo inconfondibile ed elegante è disponibile con osso oppure disossato tolettato a coltello e con grasso rifilato. Disponibile solo dopo lunga stagionatura per una esperienza da Re.

Ingredienti
Carne di suino, sale.

Peso medio/pezzature
11-12 kg con osso, 8,5-9,5 disossato

Caratteristiche
Colore: roseo uniforme, con grasso di colore bianco. Aroma: profumo delicato e tipico delle lunghe stagionature. Sapore: delicato e dolce. Aspetto della fetta: superficie di taglio omogenea, morbida e compatta

Confezionamento
Cartoni da due pezzi, prosciutto disossato confezionato sottovuoto.

Tempi di scadenza
Prosciutto con osso 365 giorni.
Prosciutto disossato 120 giorni.

SALUMIFICIO COATI
www.salumificiocoati.it


Nome prodotto
Prosciutto cotto alta qualità 'Lenta cottura'

Breve descrizione del prodotto
Prosciutto cotto alta qualità da cosce intere di suini allevati in regime di benessere animale, cotto lentamente al vapore a basse temperature per più di 22 ore, lattosio e glutine free, a ridotto contenuto di sale (Presal iodato).

Ingredienti
9 kg.

Confezionamento
Sacco.

PARMA IS
www.parmais.it


Nome prodotto
Il Pagnotto - Brezel prosciutto cotto alle erbe

Ingredienti
Pane Brezel 47% [farina (grano, grano fermentato, grano maltato), acqua, olio di colza, lievito, sale, glutine di frumento, agente di rivestimento (regolatore di acidità (E525)); prosciutto arrosto alle erbe 26,5% (carne di suino, sale, destrosio, aromi naturali, spezie, erbe aromatiche (<1%), antiossidante: ascorbato di sodio, conservanti: nitrito di sodio); salsa di farcitura: (maionese (olio di semi di girasole, acqua, uova fresche pastorizzate di cat. A, aceto di vino, amido modificato, zucchero, sale, aroma; addensanti: E412, E415; acidificanti: E270, E330; conservanti: E200); yogurt (latte intero fresco pastorizzato, fermenti lattici specifici vivi: streptococcus thermophilus, lactobacillus bulgaricus), senape (acqua, semi di senape, aceto di vino, sale, zucchero, amido modificato, spezie, aroma naturale, addensante: e412); cipolle all'aceto balsamico 8,8 % (cipolle, acqua, aceto balsamico di Modena Igp (aceto di vino, mosto d'uva concentrato, colorante: caramello, contiene solfiti residui), zucchero, sale, olio di oliva, correttore di acidità: e330, contiene solfiti); zucchine cubetti 5,9% (zucchine sciroppo di glucosio, sale)].

Peso medio/pezzature
170 g.

Confezionamento
Vaschetta in atmosfera protettiva + astuccio

Tempi di scadenza
16 gg.

FUMAGALLI
www.fumagallsalumi.it


Nome prodotto
Prosciutto cotto Bio

Breve descrizione del prodotto
Prodotto realizzato a partire da cosce di suini ottenuti da allevamento biologico, dapprima dissolate, rifilate e poi aromatizzate secondo una nostra ricetta di antica tradizione. Vengono successivamente formate in speciali stampi e cotte in forni a vapore. Dopo il raffreddamento il prodotto viene affettato e confezionato in atmosfera protettiva all'interno di ambienti igienicamente controllati.

Ingredienti
Coscia di suino*, sale, destrosio*. Antiossidante: ascorbato di sodio, spezie*. Conservante: nitrito di sodio. Allergeni: assenti.

* Ingrediente Biologico

Peso medio/pezzature
70 g.

Confezionamento
Vaschetta (o cartone con 10 vaschette).

Tempi di scadenza
Shelf life: 30 gg., conservare a una temperatura inferiore a +4°C

SALUMIFICIO SAN CARLO
www.lepancesancarlo.it


Nome prodotto
Coppa senza antibiotici

Breve descrizione del prodotto
Prodotto ottenuto a partire da carne di suini allevati senza l'uso di antibiotici dalla nascita.

Ingredienti
Carne di suino, sale, destrosio, aromi, spezie, conservanti: E250, E252, antiossidanti: E301.

Peso medio/pezzature
Atmosfera modificata g 120 peso fisso.

Confezionamento
Atmosfera modificata.

Tempi di scadenza
60 gg.

VECCHIO VARZI
www.vecchiovarzi.it


Nome prodotto
Salame alla Bonarda

Breve descrizione del prodotto
Nel salame alla Bonarda, il gusto e l'aspetto vengono arricchiti da un vino in uso da sempre nelle cascinde dell'Oltrepò Pavese per le piacevoli e festose note di cantina che apporta.

Ingredienti
Carne suina, sale, spezie, marinatura vino Bonarda (0,5%). Conservanti: potassio nitrito, sodio nitrito. Senza glutine, senza zuccheri aggiunti, senza proteine del latte

Peso medio/pezzature
180 g, 350 g, 700 g

Caratteristiche
Stagionatura minima 15 gg per il taglio da 180 g e 45 gg per il taglio da 700 g e il trancio da 350 g

Confezionamento
Sottovuoto

Tempi di scadenza
Taglio da 180 g: 90 gg dalla messa in sottovuoto. Garantito alla consegna 45 gg.
Taglio da 700 g: 150 gg. Garantito alla consegna 50 gg.
Trancio da 350 g: 60 gg dalla messa in sottovuoto

ALIPRANDI
www.aliprandi.com


Nome prodotto
Salame Santissima

Breve descrizione prodotto
Salame fatto con carni italiane, proveniente da parti nobili del suino, insaccato in budello naturale, macinatura media, gusto dolce e delicato. Stagionatura lunga. Consistenza compatta. Il nome Santissima deriva dal Monastero del Tardo Medioevo che domina dalla cima del colle il nostro territorio. Il Salame Santissima è senza glutine e senza latte e derivati.

Ingredienti
Carne suina

Peso medio/pezzature
600 g.

Caratteristiche
100% carne italiana senza glutine e senza latte e derivati

Confezionamento
Sottovuoto, microforato, sfuso

Tempi di scadenza
60 gg e oltre.

CHIAPPELLA
www.chiapellasalumi.it


Nome prodotto
Salame con Nocciola Piemonte Igp

Breve descrizione del prodotto
Dal sapore deciso e insieme delicato, il salame con nocciola accomuna due specialità di Langa: salame e nocciole. E non si tratta di nocciole qualunque, ma della 'Tonda Gentile Trilobata', capace di trasferire nella carne tutta la saggezza delle nostre colline. All'impasto di carni selezionate, vengono aggiunte le nocciole tostate e tritate. Così nasce quel connubio di sapori e profumi riconoscibili all'assaggio.

Ingredienti
Carne di suino italiana, sale, Nocciola Piemonte Igp (2%), destrosio, spezie. Antiossidante: ascorbato di sodio. Conservanti: nitrito di potassio, nitrito di sodio.

Peso medio/pezzature
Circa 200g cad.

Caratteristiche
Prodotto con sola carne di puro suino italiano. Senza glutine e senza lattosio. Gusto delicato

Confezionamento
Sfuso o sottovuoto

Tempi di scadenza
Sei mesi dalla data di confezionamento

EFFESALUMI
www.fffesalumi.it


Nome del prodotto
DolceNapoli. Salame di suino.

Breve descrizione del prodotto
Il DolceNapoli è un nuovo salame stagionato della nuova linea Effesalumi. Le sue principali caratteristiche sono la tipologia di carne utilizzata e la macinatura. Infatti, vengono scelte carni suine 100% italiane, prevalentemente carni magre, macinate con un taglio grosso e insaccate in budello non edibile. Il DolceNapoli ha una ricetta priva di allergeni e un gusto dolce, leggermente affumicato. Al taglio la fetta si presenta compatta, con ottima consistenza, di color rosso rubino.

Ingredienti
Carne di suino, sale, destrosio, saccarosio, spezie, aromi, aromatizzanti di affumicatura, antiossidante: E301, conservanti: E252, E250.

Caratteristiche
Prodotto realizzato con carne suina selezionata, esclusivamente di origine Italia, 100% nazionale, proveniente cioè da suini nati, allevati e macellati in Italia. Senza allergeni. Senza glutine, senza derivati del latte, senza lattosio.

Peso medio/pezzature
Circa 1,5 kg intero, Circa 700 g a metà sottovuoto.

Confezionamento
Prodotto venduto sfuso e confezionato sottovuoto (intero o a metà).

Tempi di scadenza
Shelf-life: 90 gg.

SALUMIFICIO SAN MICHELE
www.san-michele.it


Nome prodotto
Crudo 12 mesi - linea "AmorBio"

Breve descrizione del prodotto
La linea "AmorBio", vanta tra i suoi plus l'utilizzo di allevamenti biologici, all'interno di aziende agricole dove è escluso l'uso di Ogm e dei prodotti derivati o ottenuti da essi. Nel processo di trasformazione è rigorosamente escluso l'uso di coloranti, edulcoranti sintetici, esaltatori di sapidità e di altri additivi. Al fine di ridurre l'impatto sull'ambiente abbiamo ridotto l'utilizzo della plastica prediligendo materiali ecocompatibili.

Altri prodotti della linea: Prosciutto cotto alle erbe, Prosciutto arrosto alle erbe, Fesa di tacchino arrosto, Arrosto di Manzo alle erbe, Bresaola, Salame Milano, Prosciutto crudo stagionato

Ingredienti
Coscia di suino*, sale (*biologico)

Peso medio/pezzature
80 g.

Caratteristiche
100% biologico, 0% glutine, 0% Ogm, 12 mesi di stagionatura

Confezionamento
Vaschetta Atm.

Tempi di scadenza
90 gg.



...dal 1970
la qualità Italiana
per la vera Precisione ...



**DOSAGGIO AUTOMATICO
MICRO-INGREDIENTI IN POLVERE**



22|25 OCT.2019 | PARMA |
Hall 6 - D024

www.lawer.com

TI ACCONTENTI O MAESTOSA?



Selezioni
Privilege

Per te che riconosci la passione, la stessa che metti nel tuo lavoro. Tu, che pretendi la massima qualità, perché è ciò che offri ai tuoi clienti. Per te, abbiamo realizzato Maestosa, mettendoci tutta la cura di cui siamo capaci, senza compromessi. Per superare i limiti del piacere regalando un'esperienza di gusto unica.

Maestosa, il privilegio che ti meriti.

Scopri su www.paganoni.com   

Paganoni[®]
Bresaola, naturalmente.