

NUMERO DA COLLEZIONE



www.lazzariequipment.com

Carne & CONSUMI

SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 13 - NUMERO 4 - APRILE 2020
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO



il
TAGLI
DA VERI
RE

A PESO FISSO,
FRESCO, SU MISURA
E SENZA OSSO

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 28 - 20092, Melegnano (MI) - 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 D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 - Comma 1 - LOMI - Stampa: Ingraph - Seregno (MI) - In caso di mancato recapito inviare al C.M.P. di Milano-Rosario per la restituzione al mittente previo pagamento resi.


LAZZARI
EQUIPMENT

 **marelec**
IN BALANCE WITH YOUR NEEDS

PORZIONATRICE PORTIO



www.lazzariegquipment.com

PER TAGLI DA VERI RE

LA PORZIONATRICE INTELLIGENTE PORTIO

La taglierina perfetta per porzionare a peso fisso carni fresche senz'osso. Precisione ineguagliabile su tagli di manzo di alta qualità. Taglio netto, pulitissimo, anche in presenza di grasso. Divide in fette, tranci o porzioni, programmabile in pochi secondi.



Taglio ad alta velocità: peso e spessore costanti

La porzionatrice è ideale per prodotti freschi. A seconda del tipo di prodotto, sono disponibili diverse tipologie di sistemi di presa e coltelli di taglio.

Alta precisione e minimo scarto

Una bilancia in linea (opzionale) permette di ottimizzare la precisione al variare delle caratteristiche dei prodotti. La più innovativa tecnologia di visione laser, grazie alla telecamera a 400 Hz, garantisce una precisione senza eguali (1 telecamera laser per i prodotti piatti e 3 telecamere laser per la scansione dei contorni di prodotti tridimensionali), calcola il peso dei prodotti posti sul nastro di trasporto e il computer PORTIO determina i punti in cui praticare i tagli. Ciascun prodotto viene visualizzato come un'immagine 3D a colori unitamente al suo schema di taglio.

Porzionatura intelligente

La macchina permette una programmazione specifica per i singoli prodotti consentendo così una scelta rapida del programma di taglio. Programmi speciali di porzionatura assicurano la massima di flessibilità nella scelta dei parametri di lavoro. È possibile configurare in qualsiasi momento la porzionatrice attraverso il pannello di controllo a colori, migliorandone le prestazioni.

Nastro modulare

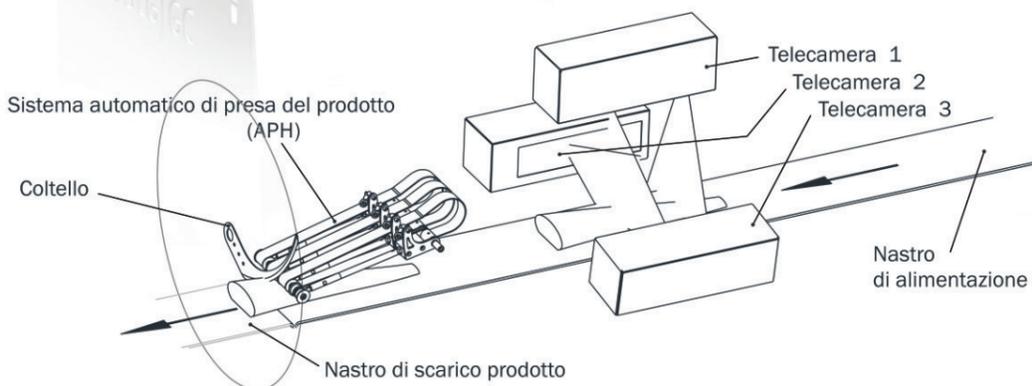
Il nastro modulare combina una perfetta sincronizzazione di movimento con una vita utile senza eguali. La compensazione automatica dell'allungamento del nastro ne garantisce la precisione nel movimento.

Elevato standard di igiene

I modelli PORTIO sono progettati e realizzati in modo da soddisfare le più rigorose norme igieniche. Un sistema di pulizia CIP (*Cleaning In Place*) permette una pulizia rapida sia dei nastri, sia della guida-lama.

Equipaggiamenti opzionali per risparmio della manodopera

Per agevolare la manutenzione, sono stati selezionati ricambi facilmente reperibili. Ciò garantisce la riduzione al minimo possibile dei costi di manutenzione. Tutti i motori elettrici e gli encoder sono situati lontano dall'area di lavoro, a garanzia di una lunga durata.



Focus on

A pagina 20

Castelfrigo riparte con Inalca

La società del gruppo Cremonini ha acquisito all'asta, per 7 milioni di euro, l'azienda modenese, fallita nel 2019 e coinvolta in una vicenda di false cooperative. Salvi i 125 lavoratori. Per loro, proteste, manifestazioni e scioperi della fame, fanno parte solo del passato. La cronistoria.

Mercato

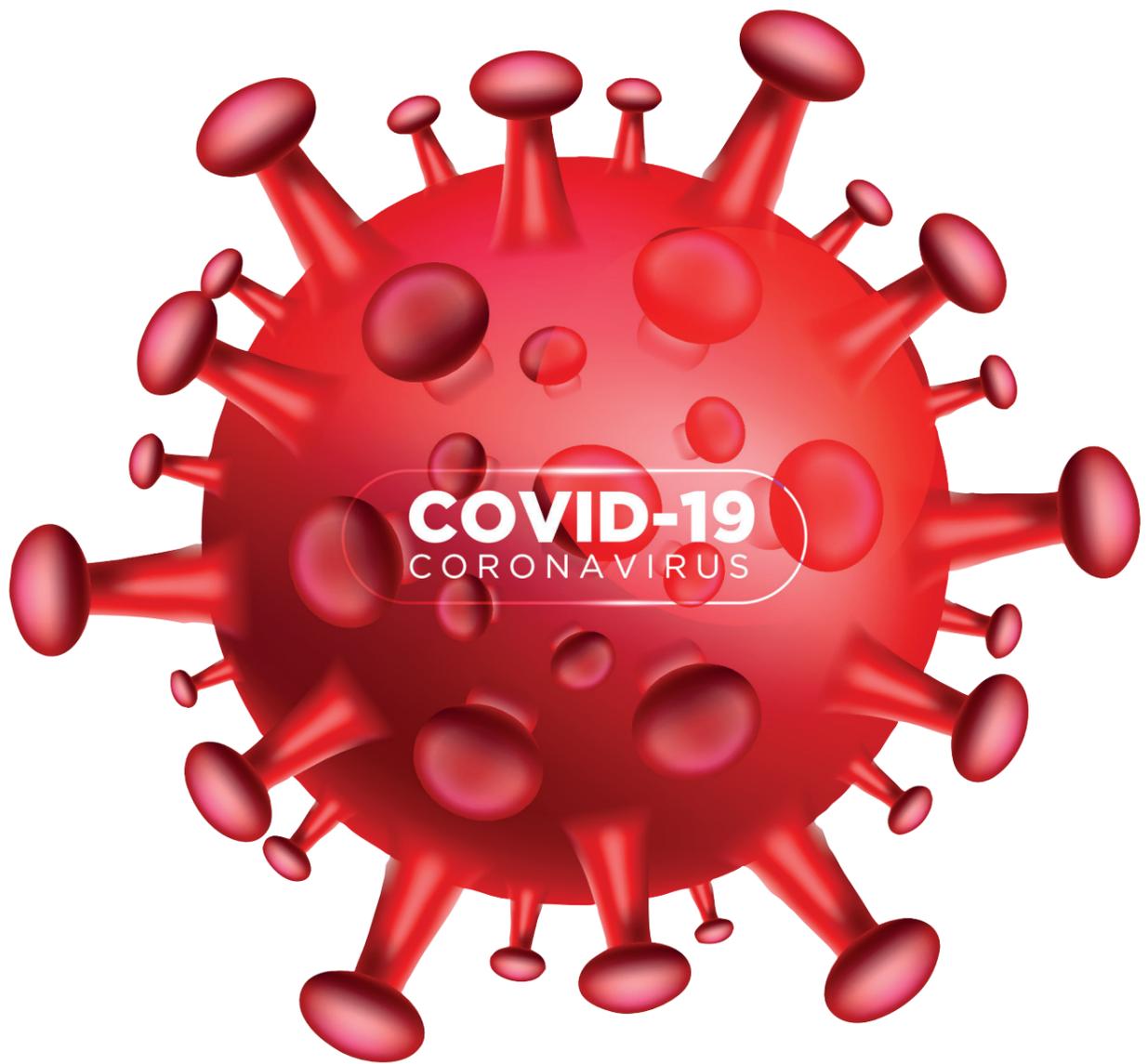
A pagina 21



Origine e gusto: i driver del successo

Un'indagine messa a punto da Eurocarne, sulla base di dati SG Marketing, svela quali sono gli aspetti che spingono i consumatori italiani nella scelta delle carni: sapore, benessere, italianità e sicurezza risultano i fattori determinanti.

DOSSIER



IL SETTORE DELLA CARNE AL TEMPO DEL COVID-19

L'emergenza imposta dalla diffusione del Coronavirus ha generato forti squilibri nei diversi comparti. Dettati, in particolar modo, dalla chiusura del canale Horeca, la riorganizzazione dei circuiti distributivi e la riduzione dei trasporti.

Da pagina 6 a pagina 9

Guida buyer

SPECIALE AVICOLA

Elevati standard di sicurezza e sostenibilità, filiere integrate e autosufficienza. Sono solo alcune delle caratteristiche di un settore in continua evoluzione. Che dimostra di saper cogliere e affrontare le nuove sfide del mercato.

Da pagina 10 a pagina 19

Aumentano del 55% le vendite di carne in scatola



A fronte dell'emergenza da Coronavirus, crescono gli acquisti di prodotti secchi e confezionati, tra cui la carne in scatola. Secondo quanto si apprende da un comunicato di Carni Sostenibili, l'associazione no profit che diffonde la produzione sostenibile e il consumo consapevole di carne e salumi, tra i prodotti che hanno registrato un'importante crescita troviamo proprio la carne in scatola: gli acquisti, infatti, sono aumentati del 55% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente (dati Nielsen). La carne in scatola risulta essere quindi un comfort food, tradizionale e rassicurante, capace di imporsi sulle tavole degli italiani. "La carne in scatola non ha bisogno di essere conservata in frigorifero", spiega la nutrizionista Susanna Bramante. "In dispensa dura anche tre o quattro anni senza mutare le sue caratteristiche organolettiche". La sua lunga conservabilità si ottiene grazie alla sterilizzazione a pressione per circa tre minuti a 121°C, parametri di processo previsti dalle normative comunitarie di settore che regolano i requisiti di sicurezza alimentare delle carni in scatola, permettendo di ottenere un prodotto sicuro e sterilizzato.

Carlo Cracco cucina per gli operai dell'ospedale in cantiere a Fiera Milano

Dopo la chiusura del suo ristorante in Galleria Vittorio Emanuele a Milano, annunciata il 10 marzo, lo chef Carlo Cracco non è rimasto con le mani in mano. Ha infatti deciso di aiutare i lavori della costruzione del nuovo ospedale a Fiera Milano. Lo sta facendo a modo suo, naturalmente, preparando pranzi per aiutare gli operai. "Un piccolo contributo per aiutare gli addetti che lavorano giorno e notte", spiega Cracco. "Nella struttura non c'è la mensa e noi tutti siamo a casa con il ristorante chiuso, così abbiamo dato la nostra disponibilità".



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.

Edizioni Turbo Srl
n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005
Poste Italiane SPA

Spedizione abbonamento postale
D.L. 353/2003 - Conv. in Legge 46/2004
Art. 1 Comma 1 - LO/MI

Stampa: Ingraph - Seregno (MB)
Periodico mensile

Anno 13 - numero 4 - aprile 2020
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 9 aprile 2020

Vacondio (Federalimentare): "Cibo italiano garantito in tutta Europa"

Si è svolta il 31 marzo, in collegamento virtuale, una conferenza stampa internazionale sullo stato dell'industria italiana dell'alimentare. A intervenire, il presidente di Federalimentare, Ivano Vacondio, che ha spiegato che il cibo italiano continuerà ad essere garantito in tutta Europa. Le aziende, infatti, stanno rispondendo con determinazione e organizzazione alle difficoltà lavorando a pieno ritmo per assicurare a tutti i dovuti approvvigionamenti. "La grande richiesta di prodotto alimentare made in Italy nel mondo è una potente testimonianza dei valori italiani e il fatto stesso di essere qui a ras-

sicurare la stampa mondiale ci fa capire quanto siamo importanti per il mondo: cercheremo di essere alla altezza delle aspettative anche in questa emergenza", spiega Vacondio. Che alla domanda su come cambieranno i consumi alimentari dopo la crisi, si è detto sicuro che non vi saranno sostanziali cambiamenti, se non "una gran voglia di tornare a godere delle cose belle della vita e prendersi delle soddisfazioni". Infine, Vacondio, ha voluto precisare che le industrie italiane hanno retto tre settimane di crisi pesantissima e sono pronte a farlo ancora nei prossimi tempi.

Assocarni: la chiusura dei ristoranti mette in crisi il settore delle carni di vacche da latte

La chiusura totale e improvvisa delle catene di ristorazione in tutta Italia e la progressiva chiusura che sta interessando gli altri Paesi sta mettendo in ginocchio gli allevamenti da latte. Assocarni, l'associazione che rappresenta l'industria italiana di macellazione, spiega infatti che in questa situazione le aziende non sono in grado di collocare le carni provenienti dalle vacche degli allevamenti da latte (che hanno solo nel canale Horeca la loro piena valorizzazione sia sul mercato italiano che europeo). Come si apprende da un comunicato pubblicato sabato 14 marzo da Assocarni, il prezzo degli animali provenienti dagli allevamenti da latte è destinato a scendere e la stessa macellazione di tali capi è a rischio per assenza di domanda. Se a ciò si aggiunge la concomitante crisi del latte non più commercializzato nel canale della ristorazione, la redditività degli allevamenti da latte italiani è messo a dura prova. Per questi motivi, Assocarni sostiene le iniziative di sostegno economico al settore preannunciate dal ministro alle Politiche agricole Teresa Bellanova, e consiglia agli allevatori, dove possibile, di tenere gli animali in stalla ancora per alcune settimane in attesa della riapertura del canale della ristorazione. Positiva invece la situazione per la carne di vitellone e scottona i cui prezzi sono già in aumento grazie alla domanda sostenuta della Gdo a cui tale carne è destinata.

McDonald's cambia il logo Golden Arches per promuovere il distanziamento sociale

"Separated for a moment to always be together". È il post apparso in questi giorni sulla pagina Twitter di McDonald's in Brasile a supporto della temporanea modifica del logo, in cui i famosi Golden Arches dell'azienda sono stati separati. La decisione è stata presa in seguito alla chiusura dei ristoranti e per promuovere la necessità della momentanea distanza sociale. In una dichiarazione a Fox News, un portavoce di McDonald's spiega: "Come marchio che opera in quasi 120 Paesi condividiamo una responsabilità collettiva per aiutare le nostre comunità in momenti di bisogno. In tutto il mondo stiamo modificando le operazioni per aderire alle linee guida di distanziamento e aumentare i nostri già solidi standard di igiene. Con questo logo, vogliamo ricordare ai nostri clienti e a tutte le comunità l'importanza del distanziamento sociale durante il periodo di emergenza".

Filiera avicola: adottate misure di sicurezza per la salvaguardia dei lavoratori



Gran parte delle imprese del settore avicolo si sono attrezzate per adeguarsi al Protocollo contro il Covid-19, garantendo la salute e la sicurezza dei propri dipendenti. Il segretario generale della Fai Cisl, Onofrio Rota, esprime le sue vive preoccupazioni per i lavoratori: "La filiera avicola italiana sta supportando l'alta domanda da parte delle famiglie, ma è fondamentale che si continui a produrre solo garantendo la piena applicazione delle misure preventive contro il Covid-19 all'interno dei luoghi di lavoro, non possiamo permettere che venga messa a rischio la salute dei lavoratori. Invece le segnalazioni che stiamo ricevendo sono molto gravi". A seguito della denuncia, molteplici aziende, tra cui Aia, Amadori e Fileni hanno messo in pratica le adeguate misure preventive, intraprendendo cambiamenti importanti. Anche Unaitalia (che rappresenta il 90% della filiera) ha comunicato di provvedere ad attivare ogni sforzo per garantire misure idonee per non trascurare la salute dei lavoratori.

La situazione nei macelli italiani



L'emergenza Coronavirus incide anche sui macelli italiani. Tra venerdì 13 e lunedì 16 marzo, i prezzi dei tagli da macelleria destinati al canale della Grande Distribuzione sono schizzati verso l'alto (circa un euro al chilo). Questo è dovuto principalmente al fatto che alcuni macelli stanno lavorando meno. Tra chi ha ridotto drasticamente il numero del personale e chi opera in uno dei centri più colpiti dal virus, c'è anche chi ha addirittura scelto di chiudere. Per di più, gli ordinativi dell'industria sono calati e di conseguenza molti rallentano la produzione, soprattutto gli stagionatori di prosciutto crudo. E se l'industria ordina in gran parte cosce, per cercare di recuperare guadagni, i macelli si concentrano su altri tagli. In questa situazione, tra chi ordina c'è chi strappa ulteriori sconti approfittandone. Inoltre, l'export è logisticamente difficile per via del caos dei trasporti legati ai controlli. E questo induce alcuni macelli ad alzare i prezzi verso la Gd.

Gamma Pack fa una donazione all'Ospedale Maggiore di Parma

Gamma Pack, azienda specializzata nella produzione di imballaggi per alimenti, ha donato un'importante somma all'Ospedale Maggiore di Parma aderendo al progetto 'La squadra più forte di Parma!' che sostiene l'azienda ospedaliera e tutti gli operatori sanitari impegnati in prima linea a fronteggiare l'emergenza Coronavirus. Vittorio Grossi, presidente dell'azienda, commenta: "Oggi più che mai Gamma Pack e il lavoro di tutte le sue maestranze hanno un'enorme funzione sociale. I nostri prodotti garantiscono agli alimenti di arrivare sulla nostra tavola. L'importanza quindi di tutti i nostri collaboratori è oggi grandissima. Lavorare in questi giorni è per tutti molto faticoso psicologicamente, ma quasi tutti i nostri ragazzi hanno accettato la sfida lavorando in sicurezza perché comprendono la strategicità del loro lavoro. Gamma Pack quindi c'è. Per noi è naturale che le aziende che subiranno un minor danno economico da questa crisi debbano aiutare di più di altre che invece ne risentiranno pesantemente. Questo è il nostro credo e questa è la motivazione che ci ha indotto a donare".

Il comunicato di Federalimentare: "C'è un'Italia che non resta a casa"



Federalimentare ha diffuso, il 18 marzo scorso, un comunicato firmato dal presidente, Ivano Vacondio (foto). Lo riportiamo integralmente: "C'è un'Italia che non può restare a casa. Che per consentire a milioni di cittadini di farlo e di vivere più serenamente questo momento drammatico si è rimboccata le maniche e ha moltiplicato gli sforzi. È l'Italia delle aziende alimentari e delle migliaia di lavoratori che stanno garantendo la produzione e l'approvvigionamento del cibo per tutti. Se il cibo non manca è proprio grazie a chi ogni giorno è in prima linea e, insieme agli operatori sanitari, contribuisce a tenere in piedi e unito il nostro Paese. Mentre tanti altri comparti industriali devono fermarsi e l'allarme cresce di giorno in giorno, le aziende alimentari, con le loro maestranze, i tecnici, gli ingegneri e tutti gli addetti al settore, lavorano come e più di prima per garantire che non manchi nulla sulle nostre tavole. E così facendo ci donano anche qualcos'altro, qualcosa di immateriale ma non meno prezioso: ci donano un po' di normalità, in un quotidiano in cui ogni abitudine viene stravolta e l'eccezione sostituisce la regola. Siamo orgogliosi di loro e, come presidente della Federazione che rappresenta tutta l'industria del food&beverage, li ringrazio profondamente per il senso di appartenenza che dimostrano e per essersi caricati sulle spalle una responsabilità così importante. È un grande segnale che ci permetterà di vincere questa guerra".



Il Mipaaf contro le pratiche sleali



Il ministero delle Politiche agricole scende in campo contro le pratiche sleali in questo delicato momento. "La filiera agroalimentare italiana sta dando dimostrazione di grande responsabilità nel garantire l'approvvigionamento di cibo e bevande ai cittadini italiani", precisa il ministro Teresa Bellanova, attraverso un comunicato pubblicato il 30 marzo. "Uno sforzo imponente dal campo fino ai punti di vendita, che vede coinvolte migliaia di lavoratrici e lavoratori. In questo contesto non c'è e non ci deve essere spazio per i comportamenti sleali. Vietate prima, intollerabili oggi, anche dal punto di vista etico dobbiamo evitare che si possano attivare pratiche sleali a danno degli anelli più deboli della filiera. Per questo come ministero abbiamo deciso di dare la possibilità a organizzazioni agricole, consorzi, associazioni di produttori e soggetti aggregati di fare segnalazioni collettive di richieste anomale da parte degli acquirenti rispetto alla crisi in corso nel pieno spirito della Direttiva europea 633 del 2019. Chi pensa di poter approfittare di questa fase di emergenza per distorcere i rapporti di filiera non può agire indisturbato. Già nel Dl del 2 marzo abbiamo previsto multe da 15 a 60mila euro per chiunque metta in atto pratiche sleali tra acquirenti e fornitori". Per inviare le segnalazioni è stata aperta la casella di posta practicesleali@politicheagricole.it

Carni avicole: l'Ue riapre alle importazioni dall'Ucraina



Dalla seconda settimana di marzo i prodotti avicoli ucraini, per i quali era in vigore il divieto di export a causa dell'insorgere di focolai di influenza aviaria nella parte occidentale del Paese, potranno essere nuovamente importati in Europa. La revoca arriva dall'Ue che nei giorni scorsi ha dato il via libera alle esportazioni purché le carni non provengano dall'area infetta intorno a Bugakiv nella provincia di Nemyriv. La riapertura del mercato consentirà all'Ucraina di utilizzare efficacemente la quota aggiuntiva esente da dazio di 50mila tonnellate di carne di pollame all'anno ottenuta in virtù dell'accordo concluso tra Ue e Ucraina l'anno scorso.

Gruppo IMA: nel 2019, ricavi netti a 1,6 miliardi circa (+6,3%)

Non si arresta la crescita del Gruppo IMA, leader mondiale nella progettazione e produzione di macchine automatiche per il confezionamento di prodotti alimentari, farmaceutici, cosmetici. L'azienda ha chiuso il 2019 con ricavi netti pari a 1.595,5 milioni di euro, in crescita del 6,3% rispetto al 2018. I positivi risultati sono da collegare all'aumento delle vendite di macchine automatiche e linee complete verso i settori di riferimento, al contributo delle neo acquisite Spreafico, Tecmar, ATOP e Perfect Pack, ma anche al forte impegno del Gruppo nella digitalizzazione e nell'eccellenza della tecnologia. Il Gruppo IMA, inoltre, ha chiuso l'esercizio del 2019 con un portafoglio ordini che garantisce una buona visibilità sull'esercizio in corso, sia in termini quantitativi che in quelli qualitativi, e una quota export pari a circa il 90%, con una crescita registrata in tutte le aree del mondo. Sul fronte dell'emergenza da Covid-19, il presidente Alberto Vacchi spiega, in un'intervista pubblicata da Il Giornale.it: "Le nostre attività produttive e di servizio in Italia proseguono nel pieno rispetto delle normative e prescrizioni che sono state emanate per prevenire il contagio. Le nostre aziende in Europa sono tutte in piena attività: abbiamo applicato, rinforzandole, tutte le raccomandazioni delle autorità sanitarie nazionali ed europee, per ridurre le possibilità di contagio".

Bovinmarche: la linea skin della razza Marchigiana conquista Roma

Bovinmarche, la cooperativa di allevatori di bovini di razza marchigiana, ha presentato la nuova linea skin di carne agli operatori del settore durante un evento gourmet che si è svolto il mese scorso a Roma presso il ristorante Acciuga. "Con questa linea confezionata in skin abbiamo cercato di sottolineare tutto il buono del nostro prodotto", spiega Domenico Romanini, presidente dell'associazione. "Sono molteplici i valori aggiunti della nostra carne: è più magra rispetto le altre razze, è allevata nelle colline delle Marche da piccole aziende (con una media stalla di 24 capi), è tracciabile e garantita da certificazioni prestigiose come QM - Qualità garantita dalle Marche, Igp, CrenBa (benessere animale) a cui si aggiungono una alimentazione Antibiotic Free, No Ogm e, notizia degli ultimi giorni, anche quella di 'Friend of the Earth' attribuita dalla World Sustainability Organization", ha aggiunto il direttore Paolo Laudisio. Per l'occasione, lo chef Federico Delmonte ha valorizzato i prodotti Bovincarne con un menù speciale.



PANNELLI IN **GLASBORD®** PER PARETI E SOFFITTI
CON SISTEMA **HQS** ANCORA PIU' PERFORMANTE

**HYGENIC
QUALITY SYSTEM**

massima resistenza alle muffe,
facilità di pulizia,
antibatterico

FERBOX

Prodotti e soluzioni per il freddo
50° Anniversario 1964 - 2014

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



IL SETTORE DELLA CARNE AL TEMPO DEL COVID-19

L'emergenza imposta dalla diffusione del Coronavirus ha generato forti squilibri nei diversi comparti. Dettati, in particolar modo, dalla chiusura del canale Horeca, la riorganizzazione dei circuiti distributivi e la riduzione dei trasporti.

Il susseguirsi degli eventi conseguenti al diffondersi del Covid-19 in Italia è stato rapido e imprevedibile a causa di un'emergenza mai gestita in precedenza e difficilmente immaginabile nelle dimensioni.

Secondo le osservazioni pubblicate da Ismea (nel 'Report emergenza Covid-19' che prende in esame il periodo dal 17 febbraio al 15 marzo), in questa situazione incerta i vari comparti delle carni sono sottoposti a situazioni differenti tra loro. Quello bovino e suino, ad esempio, sono penalizzati dalla chiusura del canale Horeca ma anche dal

problema della riorganizzazione dei circuiti distributivi e delle catene di approvvigionamento (essendo una filiera fortemente dipendente dall'estero).

Su questo fronte, il timore del contagio e la carenza di adeguati sistemi di protezione stanno portando alla sospensione/riduzione del lavoro di una parte delle imprese di export e degli autisti dei tir. Lo scenario che si profila è quindi quello di un'offerta insufficiente a soddisfare la domanda domestica ma di un eccesso di disponibilità di tagli normalmente destinati all'Horeca e all'export. Diversa la

situazione dell'avicolo. Il comparto è favorito da una domanda che fin dall'inizio lo ha privilegiato rispetto alle altre carni. Inoltre, gode dei vantaggi di un mercato nazionale autosufficiente e caratterizzato da forte integrazione verticale, elementi che lo hanno preservato da problemi legati alla dipendenza dall'estero o da altre componenti della filiera. Ma qui pesa il timore che l'offerta non possa essere in grado di sopportare l'eccesso della domanda se l'epidemia tarderà a fermarsi. Vediamo nel dettaglio le situazioni delle diverse filiere.

Bovino

La filiera bovina è quella che deve pagare il prezzo più alto della chiusura del canale Horeca, al quale erano riservati specifici tagli di carne. La riduzione del commercio internazionale ha sicuramente favorito il prodotto nazionale ma la pandemia ha stravolto il circuito distributivo e la filiera si ritrova a dover riorganizzare flussi e canali di sbocco. Difficile, ad esempio, l'approvvigionamento dei bovini da ristallo, dal momento che i principali allevamenti da ingrasso dipendono per l'80% dalla mandria francese. Grandi incognite, quindi, nella reperibilità della materia prima, a causa della sospensione/riduzione del lavoro di alcune società di export e degli autisti: da qui la previsione che i volumi saranno presto insufficienti a soddisfare la domanda italiana.

L'attività di macellazione

Dopo le prime due settimane di incremento (dal 17 febbraio al 2 marzo, +10/15%), rispetto agli andamenti del periodo, l'attività di macellazione resta ad oggi perturbata e irregolare. All'impulsività dei consumatori che hanno effettuato acquisti di massa nelle prime due settimane, è seguita una frenata, provocando una riduzione delle macellazioni. A questo si aggiunge l'alterazione del circuito distributivo. Come spiegato da Ismea, il mercato delle carni bovine si trova ad affrontare le problematiche legate alla difficoltà di piazzare i "tagli scompensati" non ritirati dalla Gdo e che usualmente trovano collocamento nei canali Horeca o export. Per aderire alle richieste usuali della Gdo, tali carni dovrebbero essere congelate, con una notevole perdita di valore per i macelli; allo stesso tempo, il mercato export mostra una fase di prezzi contenuti e in flessione, risultando poco attraente. L'alternativa sarebbe vendere alla Gdo solo "mezzene compensate" (complete) per non avere scorte invendute da congelare (una soluzione che al momento non trova pienamente concorde la Gdo). Tutto ciò, ha raffreddato i compratori (macelli) che sono prudenti e attendisti negli acquisti dei capi maturi.

I prezzi

A differenza dei vitelloni, che sono ben posizionati e con buone prospettive di crescita, i bovini adulti (per lo più provenienti dal ciclo latte) sono in sofferenza per il momentaneo blocco del canale Horeca. Ne consegue una flessione dei prezzi sia sul vivo che sul macellato. Nel frattempo, sui mercati europei i prezzi delle carni bovine stanno scendendo, facendo prevedere un possibile incremento di carni estere sulle nostre tavole nelle prossime settimane.

Suino

Anche per il settore suino, le maggiori criticità riguardano la chiusura del canale Horeca – al quale di solito viene destinato circa il 25% della produzione – cui si aggiunge la serrata dei banchi taglio fresco all'interno di alcuni punti vendita della Gdo. Allo stesso tempo, l'industria si sta confrontando con una forte richiesta di prodotti in vaschetta, che possono essere conservati più a lungo: tuttavia la capacità produttiva dell'industria risulta limitata e la produzione per il mercato interno entra in competizione con la quota produttiva di vaschette destinata all'export, che necessariamente andrà incontro a una riduzione nelle prossime settimane.

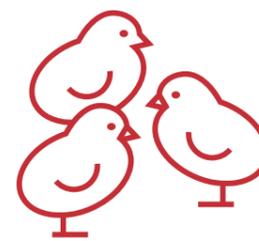
L'attività di macellazione

I macelli stanno soffrendo le difficoltà operative derivanti dalla necessità di organizzare le strutture per ridurre al minimo i rischi di contagio e mettere in sicurezza gli operatori (si stima una riduzione del 20% della produzione nell'ultima settimana). Questo comporta una contrazione della domanda di suini da macello, a fronte di un'offerta da parte degli allevatori che resta elevata e si traduce con la riduzione dei prezzi all'origine dei suini.

I prezzi

I prezzi si mantengono ancora abbastanza alti per i tagli destinati al fresco e alla vendita nella Gdo per cui il consumo risulta essere sostenuto, mentre le quotazioni dei tagli destinati alla stagionatura (prime fra tutti le cosce per i prosciutti Dop) sono in calo per il crollo della domanda dell'Horeca.

Avicolo



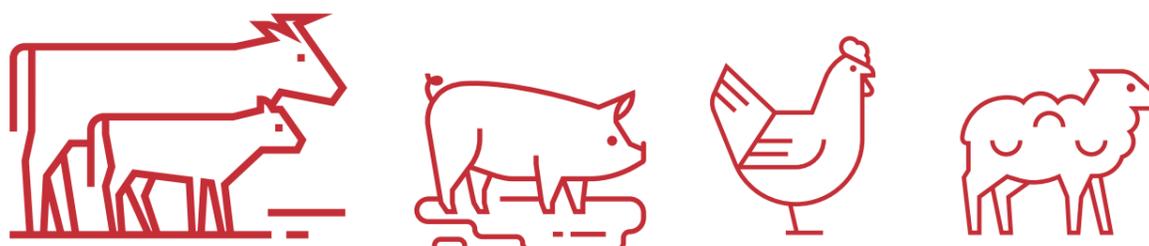
Il mercato avicolo ha dimostrato di essere reattivo alla situazione di crisi, favorito anche da una domanda che lo ha privilegiato rispetto alle altre carni. Rispetto alle altre filiere di carne, il settore avicolo gode infatti del vantaggio di essere autosufficiente (la produzione nazionale riesce cioè a soddisfare completamente la domanda) e di avere una filiera integrata verticale, due caratteristiche che lo hanno preservato dalle problematiche legate alla dipendenza da altri. Tuttavia, nel corso del primo mese di emergenza la domanda è stata superiore alla norma: la paura dunque incombe anche su questo mercato per la certezza della scarsità dell'offerta che potrebbe non soddisfare interamente la richiesta. Si continuano, quindi, ad anticipare i carichi in maturazione nelle settimane successive pur di accontentare la clientela.

I prezzi

In uno stato di eccesso della domanda, le quotazioni dal vivo e, di conseguenza, del macellato sono in forte aumento. La Gdo, al momento, sta accettando gli aumenti pur di riempire gli scaffali e soddisfare la richiesta.

Ovino

Come sottolineato da Ismea, nonostante la diffusione del coronavirus, in Sardegna gli operatori segnalano un andamento delle macellazioni nella norma per il periodo corrente, con valori del vivo ancorati sugli stessi livelli di inizio anno. Gli operatori segnalano che le importazioni di agnelli vivi – soprattutto dalla Romania e Bulgaria – risultano attualmente molto ridotte a causa dei rallentamenti che ha subito la logistica. Nel Sud Italia, invece, gli operatori avvertono il crollo delle richieste della Gdo che ha innescato un calo dei prezzi, con perdite fino a 70 centesimi al chilo.





AZIENDE IN CAMPO

Per soddisfare le richieste del mercato, le realtà coinvolte nella lavorazione e commercializzazione delle carni lavorano a pieno ritmo.

La situazione, tuttavia, è incerta, soprattutto a causa di una perdita importante di una fetta della distribuzione: la chiusura del canale Horeca. Un'indagine su alcune realtà del settore ci ha permesso di vedere da vicino come stanno reagendo. Oltre ad aver adottato le dovute misure di sicurezza, le società hanno dimostrato grandi valori e molta solidarietà.

Sia nei confronti dei propri dipendenti impegnati a gestire una situazione critica, che hanno ricevuto premi e una copertura assicurativa aggiuntiva, sia nei confronti delle strutture sanitarie sparse sul territorio, alle quali sono state fatte donazioni importanti.

GLORIOSO CARNI

“Incremento degli ordini e attenzione alle disposizioni di contenimento”

“Ritengo che le pesanti misure imposte dal Decreto, sebbene drastiche, siano state inevitabili per contenere il contagio e consentire all'Italia di ripartire al più presto possibile”, esordisce Angela Glorioso, titolare di Glorioso Carni, azienda che si occupa dell'intera filiera - prevalentemente di carne bovina e suina -, dalla macellazione, alla lavorazione carni fresche e prodotti preparati di carne, fino alla commercializzazione. Ma come ha reagito l'azienda all'emergenza? “Sin dai primi DPCM (24 febbraio, 8 e 9 marzo) si è cercato di adottare tempestivamente le misure previste, per poi adeguarsi alle ultime misure stringenti (DPCM 11 marzo e Protocollo aziendale per gli ambienti di lavoro del 14 marzo). Per le mansioni possibili è stato adottato lo smart working, mentre per le mansioni la cui presenza è necessaria in azienda (produzione e logistica) si è provveduto a intensificare la dotazione di DPI ed è stata adottata la procedura della misurazione della temperatura. La produzione, quindi, non si è mai fermata, abbiamo visto crescere gli ordini da parte dei clienti - che non riescono a loro volta a prevedere il comportamento d'acquisto dei consumatori finali -, ma non abbiamo modificato i prezzi, se non per un aspetto puramente fisiologico dovuto al cambiamento della domanda/offerta. Abbiamo inoltre registrato un rallentamento dei trasporti, dovuti alla presenza di controlli sulle strade da parte delle autorità competenti oppure al contingentamento degli ingressi su navi o traghetti”.

MARFISI CARNI

“La produzione va avanti, abbiamo diviso il lavoro su due turni”
Marfisi Carni è un'azienda di Treglio (Ch) con 120 dipendenti che dal 1978 opera sul mercato della carne, principalmente bovina, con quasi 500 prodotti a catalogo (anche biologici). Il dirigente, Walter Marfisi, spiega: “È stato un periodo di vendite altalenanti. La corsa alla 'scorta' genera dei boom temporanei in termine di vendite, ma poi arriva

un momento di stasi. In ogni caso, dobbiamo ringraziare chi ci permette di lavorare. Il nostro è un bene di prima necessità e dobbiamo essere consapevoli di essere dei privilegiati in questo periodo. Naturalmente tutte le disposizioni impongono dei rallentamenti, ma noto una consapevolezza diffusa da parte degli operatori di settore del momento particolare. I nostri clienti sono comprensivi ed elastici. Elasticità che deve per forza riversarsi anche sulle modalità di lavoro, e che purtroppo non tutti dimostrano. Abbiamo deciso di dividere il lavoro su due turni, per diradare il più possibile i contatti tra i dipendenti (un sindacato si è lamentato di non essere stato consultato su questa disposizione). Nonostante ciò, continuiamo a garantire i posti di lavoro, gestendo alcune necessità con ferie e permessi. In ogni caso, la produzione è un po' più lenta e i costi sono più alti, ma per salvaguardare il cliente finale abbiamo deciso di non toccare i prezzi del prodotto”.

CENTRO CARNE

“Andrà tutto bene (nonostante la burocrazia)”

Un flash della situazione di mercato in Abruzzo ci arriva dall'azienda Centro Carne, di Sant'Omero (Te), specializzata soprattutto nei prodotti di carne bovina. “Al momento la multicanalità dell'azienda ci permette di gestire bene la situazione”, sottolinea Claudia Corradetti, responsabile amministrativo dell'azienda. “Si è fermato l'Horeca, ma Gdo e dettaglio, quest'ultimo soprattutto nei piccoli centri, tengono bene. Ci auguriamo quindi che la situazione regga anche nei prossimi mesi, visto che in ambito alimentare la carne rossa è un bene di lusso. Noi lavoriamo costantemente per preservare la salute dei nostri dipendenti, bene e risorsa fondamentale: il senso di responsabilità è maggiore in questo periodo poiché siamo consapevoli del rischio che giornalmente corrono i nostri lavoratori. In tutto questo, però, la burocrazia non ci aiuta a livello amministrativo, anzi gli uffici hanno dimezzato orari e personale. Ciò nonostante, ogni giorno che affrontiamo pensiamo e ci convin-

ciamo del fatto che sicuramente andrà tutto bene”.

CENTRO CARNI COMPANY

“Un aiuto concreto all'ospedale di Cittadella (Pd) e ai nostri dipendenti”
Un segnale concreto a sostegno dell'emergenza arriva anche da Centro Carni Company, l'azienda di Tombolo (Pd) attiva nella lavorazione della carne bovina. “Abbiamo deciso di sostenere il nostro territorio supportando l'ospedale di Cittadella (Pd) con l'acquisto di un ventilatore meccanico che consentirà ai pazienti ricoverati in terapia intensiva di respirare. In questo modo speriamo di poter essere di aiuto a chi ogni giorno in prima fila combatte per la nostra salute”, fanno sapere dalla direzione dell'azienda. Il sostegno di Centro Carni Company va anche ai propri dipendenti. Come si legge in una nota diramata dall'azienda, “Abbiamo messo a sistema una serie di iniziative rivolte ai nostri dipendenti attivando per loro un'assicurazione sanitaria specifica da utilizzare in caso di diagnosi positiva al Covid-19. L'assicurazione prevede, oltre a un indennizzo economico, anche la copertura di eventuali trasporti dall'ospedale alla propria abitazione, il follow up sanitario a seguito del ricovero e il supporto per la gestione domestica e di eventuali figli”.

GOBBI FRATTINI

“La filiera alimentare è strategica per il Paese. Noi ci siamo”

Gobbi Frattini, una delle aziende leader del settore avicolo in Italia, con sede a Desenzano del Garda (Bs), è pienamente operativa nonostante l'emergenza dovuta al Covid-19. “La filiera alimentare è un comparto strategico per il Paese, quindi la nostra produzione va avanti. Abbiamo fin da subito messo in pratica scrupolosamente tutte le disposizioni sanitarie per i nostri dipendenti, così da limitare al minimo il rischio di contagio”, spiega Andrea Gobbi Frattini, attuale titolare dell'azienda insieme al fratello Delfino. “Gli ordini vengono evasi regolarmente e non riscontriamo particolari problemi”, prosegue, “naturalmente le richieste arrivano dalla

Grande distribuzione, mentre gli altri canali, come sappiamo bene, si sono fermati e non è ancora chiaro quando potranno ripartire”.

MONTAGNINI

Chiusura temporanea per la messa in sicurezza e riapertura

Per mettere a punto tutte le operazioni necessarie a tutela dei 13 dipendenti (ai quali si aggiungono i 10 collaboratori esterni), la Montagnini - azienda di Viadana (Mn) che lavora e commercia carne suina, specialista nella lavorazione del pancettone e fornitrice dei principali macelli italiani -, si è vista costretta a chiudere temporaneamente l'attività dal 18 a 27 marzo. Viadana, lo ricordiamo, è il comune mantovano più colpito dal Covid-19 (con 156 i casi registrati al 28 marzo), ma dall'azienda hanno fatto sapere che nessun dipendente è stato contagiato. Da lunedì 30 marzo la Montagnini è tornata a essere pienamente operativa.

FILENI

“500mila euro a sostegno dei dipendenti e del sistema sanitario marchigiano”

Fileni, azienda specializzata nella produzione di carni avicole e biologiche, sostiene i propri dipendenti e il sistema sanitario in questo momento di assoluta emergenza con una donazione di 500mila euro. Come si legge in una nota pubblicata dall'azienda: “Parte della donazione sarà dedicata al sostegno dei propri lavoratori e delle loro famiglie con l'adozione di misure specifiche: un'assicurazione integrativa che tuteli il lavoratore che abbia contratto il Coronavirus e un bonus del 10% della paga oraria per il periodo dell'emergenza sanitaria, dedicato al personale che opera in produzione. Una parte cospicua della donazione sarà devoluta al sistema sanitario coronavirus della Regione Marche, affinché la utilizzi in ambito medico-sanitario, e ai Comuni di Cingoli, Jesi e Castelplanio, in modo che le amministrazioni locali possano contare su fondi da allocare per l'emergenza Covid-19”.

AMADORI

“1 milione di euro alle strutture sanitarie e buoni spesa per gli operai”

Nella situazione d'emergenza, Amadori ha deciso di dare il suo contributo con aiuti concreti e immediati sia alle strutture sanitarie che operano sui territori in cui l'azienda è presente, sia ai propri operai che stanno compiendo grandi sforzi per garantire la fornitura di prodotti alimentari freschi a tutti gli italiani. Nello specifico, nel momento in cui scriviamo, l'azienda sta provvedendo ad acquistare attrezzature mediche e supporti di prima necessità, per un valore complessivo di 1 milione di euro da distribuire agli ospedali, e sta impegnando le proprie strutture organizzative per facilitare l'acquisto di quanto viene di volta in volta richiesto dalle varie strutture sanitarie. Inoltre, Amadori, oltre ad aver attivato una copertura assicurativa sanitaria per tutti i propri lavoratori, metterà a disposizione dei propri operai 1,2 milioni di euro in buoni spesa alimentare, la cui erogazione avverrà nelle modalità che saranno condivise, come d'abitudine, con le parti sociali coinvolte. “Con questa duplice azione di responsabilità sociale”, spiega Flavio Amadori, presidente del Gruppo, “abbiamo confermato la nostra vicinanza ai bisogni delle comunità in cui operiamo e la profonda attenzione alla nostra grande famiglia lavorativa, formata da migliaia di collaboratori in tutta Italia”.

GRUPPO VERONESI

“Stanziate 2 milioni di euro a favore dei dipendenti e della sanità”

Veronesi, il Gruppo italiano con una filiera completa e integrata che parte dalla produzione dei mangimi sino alla trasformazione e distribuzione delle carni, ha stanziato 2 milioni di euro per contrastare la situazione di crisi provocata dai contagi per Covid-19. La somma servirà per sostenere le famiglie dei dipendenti, che in questi giorni stanno affrontando considerevoli criticità, e le strutture sanitarie pubbliche impegnate a gestire l'emergenza. In una lettera inviata dal Cda del Gruppo Veronesi ai dipendenti si legge: “Carissimi, vogliamo ringraziare tutti voi per lo straordinario impegno e senso di responsabilità che state dimostrando in queste settimane difficili. È grazie al lavoro di voi tutti che la nostra azienda sta assicurando il cibo al Paese. Non possiamo che essere orgogliosi di come ciascuno si sta impegnando per dare il proprio contributo, fare sacrifici, rivedere le priorità, tendere una mano. Sappiamo che il momento è difficile, ma c'è solo un modo per farcela: restare uniti, superare insieme le difficoltà, confrontarsi, condividere forze e competenze. [...]”.



**MINERVA
OMEGA
GROUP**

Dal 1945, solo
MADE IN ITALY

LA REFRIGERAZIONE?
È UNA QUESTIONE DI
QUALITÀ!

I VANTAGGI DEI
TRITACARNE REFRIGERATI:

- ✓ rallentano lo sviluppo della carica batterica
- ✓ migliorano l'igiene e la pulizia
- ✓ lavorano un trito perfetto e inalterato
- ✓ facilitano l'utilizzo discontinuo della macchina

La bassa temperatura
mantiene inalterato:

- il colore della carne
- le caratteristiche organolettiche
- le proprietà nutritive del trito



NEMOSY
nexus monitoring system



**PREMIO
INNOVATION**

**SMART
LABEL**

INNOVATION AWARD

INNOVATION AWARD

L'IIoT (Internet of Things) è già una realtà sulle macchine Minerva Omega Group. Con NEMOSY, un sistema esclusivo di controllo remoto e gestione del parco macchine tramite Internet: controllo, sicurezza, manutenzione, assistenza.

la Minerva
Food Processing Equipment

OMEGA
FOODTECH

Ice-Tek

AIRLESS
VACUUM SYSTEMS

ARTEX
Food Processing Equipment

ARTEX

CQG

ARSA

ARSA

ARSA

ARSA

www.minervaomegagroup.com
laminerva@laminerva.it

SPECIALE AVICOLA

Elevati standard di sicurezza e sostenibilità, filiere integrate e autosufficienza. Sono solo alcune delle caratteristiche di un settore in continua evoluzione, che dimostra di saper cogliere e affrontare le nuove sfide del mercato.

Intervista a Lara Sanfrancesco, direttore generale di Unaitalia. Le proposte delle aziende.

La filiera avicola italiana, settore strategico per l'economia nazionale, è un sistema di ispirazione per tutta la zootecnia, nonché un modello esemplare da esportare in tutto il mondo. Perché? Innanzitutto si tratta di una filiera fortemente integrata, che si ispira all'approccio europeo del From farm to fork e la sua struttura ne è la piena dimostrazione. Ogni singolo gruppo alimentare, infatti, riunisce in sé tutte le differenti fasi produttive (dall'allevamento, alla macellazione, fino alla trasformazione). In questo modo, si garantisce un incremento della sicurezza, la velocizzazione della risoluzione di problemi e l'intensificazione dell'efficienza delle produzioni. L'industria avicola, poi, è fortemente impegnata verso elevati standard di sicurezza e sostenibilità. Puntando sempre di più, tra l'altro, su produzioni all'aperto e biologiche. Ma uno dei fattori più rilevanti è l'autosufficienza: il sistema avicolo nazionale, infatti, produce più di quanto consuma, con una percentuale di approvvigionamento pari al 106%. "Il settore avicolo italiano è l'unico settore zootecnico completamente autosufficiente", sottolinea Lara Sanfrancesco, direttore generale Unaitalia, l'associazione di categoria che tutela e promuove le filiere agroalimentari italiane delle carni e delle uova e rappresenta oltre il 90% dell'intera filiera carne di pollame. "Vanta infatti un livello produttivo superiore rispetto ai consumi interni. Questo aiuta a contrastare le importazioni (esiste una quota di importazione fisiologica, ma è molto bassa e poco rilevante) e spingere verso le esportazioni. Possiamo dunque affermare con certezza che il 99% del pollame che mangiamo è di provenienza nazionale".

I numeri

Il settore avicolo vanta numeri interessanti che lo eleggono tra i comparti più strategici del mercato nazionale, sia da un punto di vista economico, sia di valore condiviso. In Italia, infatti, esistono 15.300 allevamenti, di cui circa 6mila professionali (i cosiddetti allevamenti intensivi, con un numero di capi più elevato, che da soli coprono il 96,5% della produzione); 38.500 addetti nella fase agricola, oltre 158 milioni di capi in allevamento; 1.600 imprese di trasformazione (macellazione, laboratori di sezionamento, lavorazione uova); 25mila addetti nella fase

di trasformazione. Vanta, poi, un fatturato che supera i 5 miliardi e 800 milioni di euro. Risulta essere fortemente significativo anche nello sviluppo della fase agricola e sul fatturato aziendale nazionale: l'incidenza del pollame sulla produzione agricola, infatti è del 5,6% (ricordiamo che l'insieme delle altre carni incide per il 12,8%), quella sul fatturato aziendale totale è del 4,3% (le carni bovine incidono per il 4,4% e i salumi per il 5,9%).

La produzione

Secondo l'Anagrafe nazionale avicola il settore vanta una produzione annuale di 81 milioni di capi. In termini di volumi, gli ultimi dati pubblicati da Ismea attestano una produzione di 1.283.000 tonnellate nel 2018 e un aumento del 2,7% a fine 2019.

Ma quali sono le regioni che producono la maggiore quantità di carni avicole? "La parte del leone la fanno le regioni del Nord Italia dove si concentrano le più grandi filiere", spiega Lara Sanfrancesco. "Stiamo però assistendo alla crescita del numero di allevamenti nel Centro Italia, soprattutto in risposta alle evoluzioni delle richieste del mercato. Qui si concentrano per lo più le filiere biologiche e di allevamento all'aperto". Nello specifico, come evidenziato da Unaitalia, il più alto numero di unità produttive si concentra nel Veneto (con il 36,8%) e in Emilia Romagna (29,6%). Se poi consideriamo anche Friuli Venezia Giulia, Lombardia e Piemonte, insieme ricoprono l'81,1% della produzione totale nazionale. Seguono le regioni centrali, come le Marche, con il 4,4% (un player che sta crescendo sempre più negli ultimi anni), l'Abruzzo, con il 3,3% e il Molise, con il 2,7%. Inoltre, il Nord detiene l'82% dei capi e il 57% delle aziende avicole (il Veneto resta la regione con la più alta concentrazione), mentre il Centro Sud possiede il 18% dei capi e il 43% delle aziende.

Le vendite

Secondo gli ultimi dati Iri pubblicati a fine 2019, le carni avicole registrano buone performance di vendita. Con riferimento all'anno terminante a settembre, sono state vendute 52.665 tonnellate di prodotto (tra pollo, tacchino e coniglio) con un incremento del 3,8% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. A valore si parla di 430 milioni e 772mila

euro, in crescita del 4,6%. Entrando nello specifico, sono state vendute 28.852 tonnellate di carne di pollo (+9,2%), generando un fatturato di 248 milioni e 636mila euro, e 13.708 tonnellate di carne di tacchino (-1%), per un valore di 108 milioni e 416mila euro (-1,8%).

Le vendite principali avvengono nei supermercati che, da soli, coprono il 70% del venduto totale: tramite questo canale sono state acquistate, nel periodo considerato, 36.611 tonnellate di prodotto, per un controvalore pari a 310 milioni di euro. Seguono da lontano gli ipermercati (che rivestono il 16,3% delle vendite e il 15,9% a valore) e il Libero servizio piccolo (con il 14,2% delle vendite e il 13,8% del valore). Sul fronte della ripartizione sul territorio nazionale, i dati Iri identificano nel Nord Ovest l'area in cui si acquista maggiormente carne avicola (rappresenta infatti il 33,4% a volume e il 35,1% a valore), seguita dal Centro e dal Nord Est, che rispettivamente coprono il 23,4% e il 22,4% dei volumi venduti, e da ultimo dal Sud, con il 20,8% a volume e il 17,3% a valore.

Le nuove sfide

"L'avicoltura italiana, pur essendo un comparto forte e in piena salute, deve accogliere e affrontare sempre nuove sfide", sottolinea Lara Sanfrancesco. "Innanzitutto deve lavorare su una corretta informazione, contrastando il dilagare delle fake news, e garantire la massima trasparenza verso il consumatore. Bisogna continuare a garantire gli alti standard in termini di biosicurezza e benessere animale, con la lotta all'Amr (l'antimicrobico-resistenza). Ma non è tutto. Il settore deve continuare a lavorare sulla sostenibilità e sulla riduzione dell'impatto ambientale delle filiere (l'efficienza è un tema chiave), e categorizzare gli allevamenti in base al rischio (classyfarm), valutando una serie di parametri, tra cui il benessere animale, l'utilizzo del farmaco, il management in allevamento, la gestione dei reflui (elementi che, insieme, vanno a definire qual è la situazione ottimale a cui si può ambire). Grazie a un database controllato dalle istituzioni, l'allevatore può avere le informazioni relative agli allevamenti che stanno performando meglio e capire quali sono le aree su cui lui stesso può migliorare".



LA RILEVANZA DEL SETTORE

L'incidenza del settore avicolo su agricoltura e industria

FASE AGRICOLA

Valore ai prezzi di base (2018)
2.750 mln per le carni di pollame e
1.422 mln di euro per le uova

Pollame 5,3%
Uova 2,7%
Altre carni 13,5%
Altri prodotti zootecnici 9,7%
Altri prodotti agricoltura 68,9%

INDUSTRIA

CARNE AVICOLA
Fatturato (2018)
5.705 mln di euro

Altri settori ind. alimentare 85,8%
Avicolo 4,1%
Carni bovine 4,4%
Salumi 5,8%

Fonte: Ismea su dati Istat e Federalimentare

LE CONSISTENZE REGIONALI DEI POLLI DA CARNE

REGIONE	N° ALLEVAMENTI	N° CAPI
ABRUZZO	90	3.732.759
BASILICATA	1	1.759
CALABRIA	11	53.204
CAMPANIA	83	1.856.722
EMILIA ROMAGNA	197	7.980.029
FRIULI VENEZIA GIULIA	122	5.423.620
LAZIO	79	1.066.993
LIGURIA	7	590
LOMBARDIA	380	11.220.785
MARCHE	141	4.529.226
MOLISE	201	4.056.253
PIEMONTE	307	6.449.888
PUGLIA	117	3.208.172
SARDEGNA	22	106.544
SICILIA	33	1.444.771
TOSCANA	29	287.148
TRENTINO ALTO ADIGE (BZ)	3	460
TRENTINO ALTO ADIGE (TN)	15	321.149
UMBRIA	56	752.532
VALLE D'AOSTA	2	512
VENETO	722	29.031.208
TOTALE	2.668	81.524.324

Fonte: Anagrafe nazionale avicoli. Aggiornato al 30/06/2019

PRODUZIONE CARNI AVICOLE PER REGIONE

REGIONE	%
VENETO	36,8
EMILIA ROMAGNA	29,6
LOMBARDIA	10
MARCHE	4,4
PIEMONTE	3,9
ABRUZZO	3,3
MOLISE	2,7
TOSCANA	1,6
PUGLIA	1,6
SICILIA	1,5
CAMPANIA	1,4
FRIULI VENEZIA GIULIA	0,8
LAZIO	0,7
SARDEGNA	0,6
UMBRIA	0,6
TRENTINO ALTO ADIGE	0,4
CALABRIA	0,4
BASILICATA	0,3
LIGURIA	0,1
VALLE D'AOSTA	0

Fonte: Unaitalia



ALCUNI NUMERI DEL SETTORE

15.300
allevamenti totali (carne e uova)

1.600
le imprese di trasformazione
(macellazione, laboratori
di sezionamento, lavorazione uova)

20,4 chili
il consumo pro capite stimato

81 milioni
i polli da carne prodotti annualmente

25mila
gli addetti nella fase di trasformazione

STOP AI LUOGHI COMUNI

Esistono ancora troppi luoghi comuni che aleggiano intorno alla carne avicola e agli allevamenti. Per questo Unaitalia è fortemente impegnata, attraverso una comunicazione mirata, a sfatare false verità e ad approfondire alcuni temi particolarmente cari ai consumatori. Lara Sanfrancesco, direttore generale dell'associazione di categoria, ce ne illustra alcuni.

GLI ALLEVAMENTI

Da oltre 50 anni i polli da carne e i tacchini sono allevati a terra. Sono liberi di razzolare, di prassi, all'interno dei capannoni, secondo i parametri microclimatici e di densità dettati dalle norme europee italiane, definite da evidenze scientifiche (Efsa). In altre tipologie di allevamento, come il 'biologico' e 'all'aperto', le strutture sono dotate anche di parchetti esterni recintati.

GLI ORMONI

Non ci sono ormoni nella carne di pollo e di tacchino che mangiamo. Metodi di allevamento evoluti, selezione delle razze e, in generale, migliori condizioni di benessere (ambiente e alimentazione più controllati) accrescono gli animali. Gli ormoni sono vietati per legge, sia in Italia che in Europa. Inoltre, va ricordato che polli e tacchini non sono mammiferi: l'utilizzo di ormoni sarebbe inutile e anti-economico per l'allevatore.

GLI ANTIBIOTICI

Non ci sono antibiotici nella carne di pollo e di

tacchino che mangiamo. L'antibiotico non è mai usato come promotore della crescita, ma solo su prescrizione veterinaria in caso di malattia, e comunque mai a scopo preventivo. I risultati dell'ultimo Piano nazionale residui conferma su oltre 8.500 campioni il 100% di conformità alla legge. Anche nella comunità scientifica resistono troppi pregiudizi: sono ancora molti gli esponenti della comunità scientifica che credono che la carne di pollo contenga ormoni e antibiotici senza che vi siano evidenze scientifiche in proposito. Sono false credenze che vanno sradicate, vere e proprie leggende metropolitane. Gli animali stanno bene e si ammalano di meno: Unaitalia ha attuato - di concerto con il ministero della Salute - una virtuosa politica di riduzione dell'uso del farmaco negli allevamenti. Dal 2013 ad oggi, inoltre, ha formato circa 3mila allevatori di broiler sul benessere e sull'uso prudente del farmaco antibiotico. A sostegno di questo impegno, dal 2017 Unaitalia premia le buone pratiche (sostenibilità, benessere, biosicurezza) con 'Il miglior allevatore avicolo dell'anno'.

Il riconoscimento della Dg Health and Food Safety

L'efficacia dell'azione di Unaitalia è stata riconosciuta nel report della Dg Health and Food Safety a seguito delle visite in Italia, Francia, Slovenia, Norvegia e Svezia. Il testo del report finale cita: "L'industria avicola ha implementato con successo strategie per ridurre drasticamente

l'uso di antimicrobici in generale e le CIA in particolare. Tali iniziative possono fungere da importante strumento di comunicazione e motivazione, contribuendo anche a condividere le esperienze nelle singole aziende agricole e identificando i fattori critici di successo in relazione all'uso prudente. Sono state intraprese varie attività di comunicazione, sensibilizzazione e formazione che coinvolgono veterinari, agricoltori e altre parti interessate. Queste iniziative sono essenziali, visto che ci sono indicazioni che per alcuni agricoltori potrebbe essere ancora più economico continuare a utilizzare antimicrobici anziché investire in miglioramenti delle infrastrutture agricole o dei sistemi di allevamento".



ALCASS

www.amicanatura.it

Per scelta la linea dedicata ai prodotti a base di pollo proposta da Alcass col marchio Amica Natura è completamente biologica. Ne fanno parte: Nuggets di pollo bio, Burger di pollo bio, Cotolette di pollo bio e Polpette di pollo bio, ultima referenza immessa sul mercato. "Da sempre vogliamo garantire ai nostri consumatori un alto standard qualitativo, assicurato grazie all'accurata selezione della materia prima", spiega Renato Bonaglia, amministratore delegato dell'azienda. "Inoltre, come filosofia aziendale ed attenti ai trend di mercato, sentiamo l'esigenza di produrre referenze che assicurino uno stile alimentare sano, con la massima attenzione a supporto della sostenibilità ambientale. Per quanto riguarda il comparto avicolo, concretizziamo questi valori utilizzando carne di pollo biologica, proveniente esclusivamente da filiera italiana". L'azienda propone prodotti la cui filiera è tracciabile e la qualità garantita grazie alla certificazione BioAgricert. Le confezioni utilizzate sono eco-friendly, packaging eco-compatibili e riciclabili. All'interno delle scatole, inoltre, è stato eliminato l'eccesso di plastica sostituendolo con una pellicola ultra-sottile e monouso. Dall'azienda fanno sapere che è in corso di sperimentazione anche un'innovativa tipologia di film per la protezione igienica dei prodotti, 100% compostabile. Dove sono distribuiti i prodotti a base di carne avicola biologica a marchio Amica Natura? "Trattandosi esclusivamente di produzione biologica, abbiamo scelto di rifornire in Italia solo store di specializzati nel settore, presso i quali è possibile acquistare i prodotti. All'estero invece la linea viene distribuita nel canale della ristorazione collettiva e food service".

Polpette di pollo Bio



Lavorate con carne di pollo di qualità bio certificata, proveniente da filiera italiana. Vengono realizzate a partire da un impasto leggero e a base di pochi e selezionati ingredienti, naturali e genuini. Prodotto italiano di prima qualità dall'alto valore nutrizionale e proteico, surgelato al naturale, senza l'aggiunta di additivi o conservanti chimici.

DELICATESSE

www.delicatesse.it

Delicatesse nasce nel 1969 come azienda specializzata nella produzione e trasformazione di carne di tacchino. Ancora oggi, dopo oltre 50 anni, la carne avicola rappresenta una materia prima fondamentale per questa importante realtà lombarda, anche se negli ultimi anni è stata introdotta la lavorazione di altre tipologie di carne. "Per la realizzazione dei progetti più recenti, alla carne di tacchino, abbiamo prediletto la carne di pollo, una materia prima più versatile", spiega Stefania Bianchi direttore marketing. "Questa tipologia di carne, unisce la praticità in cucina al basso contenuto di grassi ed è adatta sia per i bambini, che per chi segue diete o regimi alimentari salutistici. Inoltre, a livello mondiale, la carne di pollo è quella più consumata tra quelle avicole: sono molteplici le ricettazioni e gli spunti da cui poter attingere, soprattutto quando ci si cimenta nella cucina etnica. La carne avicola ha anche il vantaggio di adattarsi alle esigenze di consumo di tutto il corso dell'anno: si presta a ricette fresche da gustare in estate, come ad esempio il Pollo al Limone, sia a ricette più ricche ed elaborate per riscaldare i freddi inverni, come la Tacchinella o la Faraona ripiena". La proposta di Delicatesse è molto varia e va dai classici arrostiti per il banco taglio, ai capi interi, disossati e farciti completamente a mano, fino alle carni pronte, cotte lentamente a bassa temperatura, destinate alla distribuzione e alle famiglie. La capacità di bilanciare artigianalità e produzione industriale è qualcosa di cui l'azienda ne è fiera: "Riserviamo molta cura nella scelta della materia prima, limitando al minimo la lista degli ingredienti, con l'obiettivo di rispettarne il sapore originale e la salubrità, ma anche di prestare massima attenzione ad allergie e intolleranze". Grazie all'eccellenza delle sue produzioni, Delicatesse ha sfatato l'obsoleto giudizio legato alla carne avicola, spesso additata come prodotto economico e di bassa qualità. Va ricordato, infatti, che la fesa di tacchino ha raggiunto prezzi analoghi ad alcuni tagli della carne di manzo e superiori a quelli del maiale.

Pollo al curry - La Carne in Tavola

Straccetti di coscia di pollo cotti lentamente a bassa temperatura con curry, cipolla e latte di cocco. Da accompagnare a riso basmati per creare in pochi minuti un piatto unico dai sapori che riportano al sud-est asiatico.





Arrosto di pollo "Magno"

www.capponispolaor.it

CAPPONI & SPOLAOR

www.capponispolaor.it

La gamma di prodotti avicoli proposta da Capponi & Spolaor comprende la famiglia dei 'Reali' - petti di tacchino da taglio anatomico intero, con cottura arrosta, senza l'utilizzo di stampi - e la famiglia del 'Magno' - petti di pollo da taglio anatomico sovrapposti sempre con cottura arrosta, dal formato molto particolare per un impatto sul banco taglio molto invitante -. Insieme valgono circa il 40% del fatturato aziendale.

Ma quali sono gli elementi che caratterizzano queste produzioni? "Innanzitutto le nostre carni provengono da allevamenti italiani, che non fanno uso di antibiotici e dove viene garantito il benessere animale", sottolinea Olindo Peresan, manager dell'azienda. "La produzione, quindi, avviene utilizzando esclusivamente carne fresca italiana, lavorata entro 48 ore dalla macellazione. La preparazione dei prodotti è fatta in maniera artigianale, in quanto non utilizziamo stampi in cottura. Il prodotto così ottenuto ha le classiche caratteristiche di quello fatto a casa, senza siringatura e con aromi semplici. Il tacchino 'Reale', oltre al gusto classico, viene proposto al profumo di Arancio e Miele oppure al Balsamico, utilizzando un aceto invecchiato e privo di solfiti. La gamma del pollo 'Magno' si compone del classico e della versione Basilico e limone, un gusto nuovo e deciso di basilico, con una nota di limone, per un consumatore attento". Oltre all'attenzione verso una materia prima fresca e di alta qualità, l'azienda è impegnata su più fronti per rispondere alle moderne esigenze del mercato. "Lo stabilimento ha attuato tutte le normative per la sostenibilità ecologica, rinnovando tutti i sistemi di depurazione delle acque e mettendo in funzione un innovativo impianto fotovoltaico", sottolinea Giulia Spolaor, responsabile commerciale. "Il nostro packaging, inoltre, è stato studiato per garantire il minor impatto con l'ambiente, garantendo al consumatore tutte le proprietà di un prodotto eccellente". I prodotti Capponi & Spolaor sono commercializzati attraverso i canali Gdo, Gd e Ho.re.ca.

Pollo Magno con basilico e limone



Arrosto di pollo prodotto dal taglio anatomico intero. La sua realizzazione richiede pochi passaggi ma un'attenta meticolosità, sia nella scelta della materia prima, sia nel procedimento di cottura. Il petto, infatti, dopo una lenta marinatura viene cucinato nei forni, dorato e lasciato riposare. Si tratta, inoltre, di un arrosto privo di qualsiasi conservante sia chimico che vegetale. Il risultato è un prodotto leggero, equilibrato e gustoso.

Pagani Chef

Bark di Pollo

La nostra **LINEA RUB** si compone di una formulazione completa di spezie, erbe, sale e zucchero di canna.

Varia dai gusti dolci, a quelli più equilibrati, sino a raggiungere note più saporite. Ideale su carni bianche, come **pollo e tacchino**, con le nostre Rub ottenute dai preparati incredibilmente morbidi e succosi!

CREATIVITÀ PER LE VOSTRE PREPARAZIONI

Gustosi Pagani

Condimento e Decorazione

Mantenimento e Aromatizzazione

Panature e Fritture

Gastronomia Vegetale

Fratelli Pagani S.p.A.
Via Ennio, 20 - 20137 Milano - IT
T. +39 02 5456785 (r.a.)
F. +39 02 55191476
fpagani@fratellipagani.it

scarica l'APP Pagani Chef

segui su facebook

www.paganichef.it

BACALINI – ORMA GROUP

www.bacalini.it

La storia dell'azienda ha inizio nei primi anni ottanta, periodo di grandi cambiamenti a livello di distribuzione e di novità agroalimentari. "Da sempre nel settore delle carni, avevamo la consapevolezza che occorre ampliare l'offerta con nuovi prodotti, visto anche il cambiamento sociale della famiglia italiana, sempre più impegnata nel mondo del lavoro. Siamo entrati così nel mondo della gastronomia e dei prodotti cotti a base di carne", spiega Virginia Bacalini, responsabile marketing dell'azienda. "La nostra prima referenza, che ancora oggi rappresenta uno dei cavalli di battaglia, è stata la 'Galantina di Pollo', tipico prodotto della tradizione culinaria marchigiana, che con impegno e costanza siamo riusciti a far conoscere in molte regioni italiane". Sono seguite altre 'ricette', con ingrediente principale la carne avicola (tacchino, pollo, selvaggina) e, col passare degli anni l'azienda ha aumentato l'offerta con altre referenze, utilizzando così anche carni di maiale, vitello e coniglio. Tuttavia, il comparto dei prodotti avicoli rappresenta il 75% della produzione aziendale. "Prendendo spunto dalle ricette tramandate negli anni, cerchiamo di creare prodotti sempre più fedeli alla tradizione, ma che si avvicinano il più possibile ai gusti e alle mutevoli esigenze odierne. Cercando di utilizzare una carne con basso apporto calorico e con una minima percentuale di grasso come è quella avicola, abbiamo coniugato, grazie a delle personali e innovative lavorazioni, gusti molto particolari. Da qui la nascita di 'Repavo', prima porchetta interamente di tacchino. Ma non è tutto. In questo mondo in evoluzione stiamo testando prodotti bio e siamo molto attenti a individuare fornitori e allevatori che curino il benessere animale. Riusciamo così a far nascere delle creazioni culinarie, che sono veicolate nei classici canali della distribuzione italiana e apprezzati anche da importatori stranieri".

Repavo

'Repavo' è la prima porchetta di tacchino. Si tratta di un prodotto realizzato con un tacchino maschio nazionale dal peso medio di 16 Kg, che viene lavorato e disossato manualmente, immerso in una salina con vari aromi, riempito con della fesa di tacchino e con erbe aromatiche fresche, come il finocchietto selvatico, rosmarino e aglio, e infine cotto a bassa temperatura per circa dieci ore".





LA CARNE *in tavola*



POLLO IN AGRODOLCE

DALL'ORIENTE
ALLA TUA TAVOLA

SAPORITI STRACCETTI DI COSCIA DI POLLO
COTTI A BASSA TEMPERATURA
CON VERDURE A BASTONCINO
E UNA SFIZIOSA SALSA AGRODOLCE.
IDEALE DA ACCOMPAGNARE AL RISO BASMATI,
PER PREPARARE UN PIATTO UNICO 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

GOLDEN FOOD

www.goldenfood.it

La gamma Goldenfood è ricca di svariate referenze a base di carne avicola, sia di tacchino che di pollo. Ne fanno parte la 'Fesa di tacchino arrosto' proposta nel formato intera, tagliata a metà per i banchi della gastronomia della Gdo e nel formato barra per l'industria di affettamento, la 'Fesa di tacchino farcita' e la 'Fesa suprema di tacchino arrosto'. Sul fronte del pollo, invece, l'azienda propone l' 'Arrosto di pollo', il 'Pollo supremo nazionale' e, ultima novità presentata sul mercato, i 'Petti di pollo marinati' proposti in due formati distinti: la monoporzione o la multiporzione dedicata al canale Horeca. "Le vendite dei prodotti a base di carne avicola registrano buone e costanti performance", sottolinea Francesco Calzoni, responsabile ufficio qualità. "Inoltre, attraverso il supporto della sezione Research and Development, Goldenfood sta lavorando a numerosi progetti per offrire al consumatore prodotti caratterizzati da un sempre maggior valore di servizio intrinseco. Di fondamentale importanza, poi, l'aspetto ambientale: in questo senso, l'azienda è impegnata con i propri fornitori al fine di trovare imballi sempre più riciclabili o comunque di ridurre al minimo l'incidenza del packaging sul prodotto finito".

Fesa suprema di Tacchino Arrosto

La Fesa suprema di Tacchino Arrosto è un prodotto di alta gamma tra le referenze di carne avicola realizzate da Goldenfood. La peculiarità di questo prodotto è costituita dal fatto che la materia prima non viene macinata ma viene lavorato il taglio anatomico di carne intero. Il prodotto è destinato all'affettamento per la gastronomia della Gdo.



Preparato **100% naturale** per il controllo della carica microbica, la protezione e il mantenimento del colore.

Applicazione: preparazioni carni fresche.



tel. 0522/512775 – info@italisrl.com – www.italisrl.com

LENTI

www.lenti.it

Contraddistinti da un gusto unico e inconfondibile, i prodotti Lenti vantano un segreto: una ricetta di puro piacere, fatta di semplici attenzioni sia nella scelta degli ingredienti sia nella cura nella lavorazione. Per ottenere prodotti sempre eccellenti, l'azienda valuta attentamente l'origine della carne e le sue caratteristiche (in modo tale da utilizzare quella più appropriata per le diverse ricette e per ogni tipo di cottura) nel rispetto della genuinità. Sotto questo aspetto, ad esempio, Lenti non fa uso di glutine, lattosio, ingredienti Ogm, glutammato e polifosfati aggiunti. La lavorazione, poi, pur utilizzando tecnologie all'avanguardia, mette il sapere e l'artigianalità dell'uomo al centro. Basti pensare che, ancora oggi, il disosso, la legatura e lo stampeggio sono realizzati manualmente dai maestri salumieri Lenti. Infine la cottura, che richiede un grande savoir faire, è un'arte della lavorazione che la famiglia Lenti si è tramandata nel corso delle generazioni e ha sviluppato nel tempo. Tra i vari prodotti proposti da Lenti, spiccano quelli avicoli, realizzati con carni di tacchino e pollo, proposti sia interi che preaffettati. "Nella gamma di prodotti avicoli, segnaliamo la Gran fesa di tacchino nazionale e il Petto di pollo arrosto italiano, entrambi realizzati nel rispetto della qualità e dell'attenzione al benessere", esordisce Sara Roletto, direttore marketing dell'azienda. "Sono infatti preparati seguendo le ricette originali di Attilio Lenti, con carne 100% italiana, senza glutine, senza lattosio e caseinati, senza ingredienti Ogm, nè glutammato e polifosfati, e vantano un bassissimo contenuto di grassi. La Gran fesa di tacchino è realizzata partendo da un petto di tacchino italiano intero, che viene aromatizzato, legato manualmente e arrostito al forno. Grazie all'attenta lavorazione, fatta come un tempo, il consumatore può percepirne le caratteristiche della fesa durante la masticazione e assaporare un gusto unico. Lo stesso si può dire per il Petto di pollo arrosto italiano che, seguendo la tradizione Lenti, viene messo in rete e arrostito in forno, per un risultato veramente delicato". I due prodotti sono disponibili interi per l'affettamento ma anche già preaffettati in vaschetta all'interno della gamma premium La Grande Tradizione dei Cotti. "La versione preaffettata nasce dal bisogno di soddisfare le richieste dei consumatori più esigenti, alla ricerca di prodotti di qualità e con un alto contenuto di servizio", spiega Sara Roletto. "Il packaging, minimale ed elegante, comunica poi in modo chiaro e veloce tutte le certificazioni, e il top iper trasparente mostra al meglio il prodotto".

Gran fesa di tacchino arrosto italiano e Petto di pollo arrosto italiano

Preparati con carne 100% italiana, secondo le ricette originali di Attilio Lenti, sono lavorati come un tempo e arrostiti in forno. Vantano un basso contenuto di grassi e sono realizzati senza glutine, senza lattosio e caseinati, senza Ogm, e senza polifosfati e glutammato aggiunti.



Gran fesa di tacchino arrosto italiano e Petto di pollo arrosto italiano preaffettati



Packaging minimale ed elegante per i prodotti della linea 'La grande tradizione dei cotti'. La vaschetta è più grande rispetto a quelle convenzionali (270 x 210 x 18 mm), il top iper trasparente mostra molto bene il prodotto all'interno e riporta importanti indicazioni (100% carne italiana, bassa percentuale di grassi, senza glutine, no lattosio e derivati, no Ogm, no glutammato).

30 BUONE RAGIONI PER INVESTIRE IN PUBBLICITÀ



Il rinvio di fiere ed eventi, unito all'impossibilità di parlare con i buyer, sta creando seri problemi alle aziende. **COME SI POSSONO ALLORA COMUNICARE I NUOVI PRODOTTI, LE INIZIATIVE DI MARKETING, LA REVISIONE DEI PACKAGING?**



SEMPLICE: UTILIZZANDO QUEGLI STRUMENTI CHE I BUYER LEGGONO E APPREZZANO.

Le nostre riviste, le news letter, come pure il sito alimentando.info fanno parte di un sistema riconosciuto da tutti come molto informato e autorevole.



Ecco allora che risulta strategico per le aziende utilizzare questi media per comunicare con la distribuzione. Anche perché c'è una novità nell'ambito degli aiuti da parte del Governo. **ALL'ART.98 DEL DECRETO CURA ITALIA, OVVVERO IL DECRETO LEGGE N.18 DEL 17 MARZO 2020, VIENE INTRODOTTO UN NUOVO INCENTIVO PER LE SOCIETÀ CHE SCELGONO DI INVESTIRE NELLA PUBBLICITÀ.**

Per avere il credito basta presentare, entro il 30 settembre, la domanda telematica con la somma investita e che si prevede di investire entro fine anno. Successivamente, entro fine gennaio 2021, si può modificarla con i dati di spesa effettivi, se vi sono state variazioni rispetto a quanto dichiarato in precedenza. Un meccanismo semplice.

CHE CONSENTE UNO "SCONTO" DEL 30% SUGLI INVESTIMENTI EFFETTUATI.

Se finora l'azienda poteva recuperare il

75%

dell'aumento delle spese pubblicitarie sostenute in relazione all'anno precedente, adesso si può recuperare il

30% DELLA SPESA TOTALE DEL 2020

senza alcun parametro di confronto con il 2019.

Per maggiori informazioni:
alessandro.rigamonti@tespi.net





THE EUROPEAN RETAIL GUIDE

La più importante e completa guida
alla distribuzione europea.
Tutte le catene suddivise per paese.
Gli indirizzi, i siti, le mail,
il management, la storia,
i contatti per i fornitori,
i brand distribuiti.

Per informazioni: info@tespi.net

MARTINI ALIMENTARE

www.martinalimentare.com

Martini ha scelto di essere presente nella Gdo con un'unica tipologia di carne avicola che è stata introdotta in tutte le linee dell'azienda: il pollo. In percentuali molto diverse, ma sostanziali, la carne di pollo è infatti protagonista delle ricette Martini, dalle più ricche e gustose alle più leggere e delicate. "Questa scelta che ci permette di rispondere a tutte le esigenze di coloro che cercano gusto, benessere e velocità di consumo: una presenza che dà a Martini il ruolo di interlocutore di pregio per molte insegne", racconta Gianni Ceccarelli, direttore commerciale. "Dopo il successo di Delight, la linea Martini dedicata alla carne di pollo che unisce gusto e digeribilità, l'ultima novità lanciata dall'azienda sono i Mini Spiedini di pollo che aggiungono la leggerezza e il gusto della carne di pollo ai Mini Spiedini della linea Quando Vuoi: una specialità versatile e gustosa, ora disponibile anche in versione leggera e stuzzicante". Cosa caratterizza le produzioni Martini? "Filiera integrata verticale e ricerca costante contraddistinguono la qualità delle nostre carni, mentre i prodotti si contraddistinguono per un alto livello di innovazione. Nello specifico, da sempre i polli Martini nascono e sono allevati solo in Italia, all'interno delle strutture aziendali dove crescono a terra e si nutrono con gli alimenti zootecnici del Gruppo: la filiera integrata verticale ci permette di avere un controllo totale su ogni fase della produzione, garantendo la massima qualità delle carni che produciamo e lavoriamo. La ricerca, poi, ci permette di conoscere i gusti dei consumatori e di accompagnare i trend con proposte sempre nuove. Anche nel 2020 lanceremo novità importanti, soprattutto nel campo degli elaborati freschi, con un alto contenuto di servizio". Sul fronte della commercializzazione, la Gdo è il principale canale di riferimento. Come spiega Gianni Ceccarelli: "La nostra forza si esprime al massimo in questo mercato, dove possiamo affermare di essere tra i più importanti player di riferimento, presenti sia con prodotti commercializzati con il marchio dell'insegna sia con le nostre linee di prodotto. La Gdo rappresenta per noi il massimo interlocutore con cui da sempre teniamo aperto il confronto ed è infatti proprio rispetto a questo mercato che la nostra disponibilità a studiare nuovi progetti è massima".

Mini spiedini di pollo

I Mini Spiedini di pollo hanno ricevuto il prestigioso riconoscimento Elettto Prodotto dell'Anno 2019, il premio assegnato da 12mila consumatori ai prodotti che uniscono innovazione e soddisfazione.



RICO CARNI

www.ricocarni.it

Fesa di tacchino arrosta al miele, Tacchina disossata in porchetta, Petto di pollo cotto a bassa temperatura e Pulled chicken - l'ultima novità presentata a Marca 2020, in monoporzione da 150 grammi -, sono le referenze che compongono la linea realizzata con carne avicola proposta da Rico Carni. "I prodotti che abbiamo messo a punto sono innovativi e di alta qualità. Offrono un alto contenuto di servizio, garanzia e sicurezza nella produzione tutto l'anno, e rispecchiano l'amore e la passione che mettiamo in tutto quello che facciamo", sottolinea Marco Boscolo, responsabile commerciale dell'azienda di Caverzere, in provincia di Venezia. L'attenzione nella scelta della materia prima e la cura riservata al processo produttivo sono affiancate dal costante interesse nei confronti di un tema molto sentito: la sostenibilità. "Sotto questo aspetto, l'azienda è impegnata su più fronti, a partire dalla messa a punto di packaging biodegradabili e realizzati con materie prime riciclabili".

Pulled chicken sfilacciato

Il pulled chicken sfilacciato è un prodotto innovativo e sempre più ricercato, soprattutto tra i giovani. È realizzato con petto di pollo cotto a bassa temperatura, leggermente affumicato con legno di faggio e poi sfilacciato e confezionato in pratiche monoporzioni 150 grammi. Pronto all'uso.



FRATELLI PAGANI - PAGANI CHEF

www.fratellipagani.it – www.paganichef.it

Da cinque generazioni, Fratelli Pagani è un'azienda costantemente all'avanguardia che produce e commercializza aromi e ingredienti esclusivi per l'industria alimentare. La sua grande esperienza nei prodotti per la lavorazione e trasformazione della carne le permette di sviluppare linee di ingredienti specifici per le svariate necessità dei suoi clienti. Non solo. Attraverso gli avanzati laboratori di Ricerca&Sviluppo, controllo qualità e aromi, raggiunge un controllo estremamente accurato di tutto il processo di lavorazione, dalla materia prima al prodotto finito. Per le aziende che necessitano ingredienti per la preparazione di prodotti a base di carne bianca, come pollo o tacchino, con il brand Pagani Chef l'azienda mette a disposizione ingredienti per preparazioni ed elaborati gourmet e preparazioni di alta qualità. Tra questi la protagonista senz'altro è la Linea 'Gustosi' la classica marinata italiana, senza allergeni e arricchita con olio di oliva. Si compone di ben 18 gusti, dai più speziati, a quelli più dolci fino a raggiungere note di gusto più piccanti. Non solo condimenti, ma anche miscele complete per la preparazione e il mantenimento di carne fresca, macinata o per salsicce, tra queste linee suggeriamo i "Roxan": miscele senza allergeni per la

creazione della tipica salsiccia avicola, ideale per estendere la shelf-life fino a 8/10 giorni e i "Novit": miscele ideali per la creazione di salsicce avicole senza allergeni e numeri E.

Inoltre, l'azienda dispone di una vasta gamma di prodotti per la produzione di saline per cotti e arrostiti e prodotti per gli emulsionati a base di carne avicola, come: i "Delta": miscele di ingredienti da utilizzare per la produzione di prosciutti cotti e prodotti ristrutturati con iniezione dal 30% al 100% (tra questi il Delta Natural, allergen free, consente di avere alta resa), ed i "Kutmix": prodotti completi ideali per dare stabilità all'emulsione, consistenza al prodotto finale dopo la cottura.

Attraverso il laboratorio aromi X-Flavour l'azienda ha messo a punto aromi dal complesso profilo aromatico, ideali per la carne di pollo o tacchino, come l'Aroma Avigrill, l'Aroma carne tipo Pollo e l'Enhancer Umami Natural.

Fratelli Pagani è un'azienda volta costantemente al cambiamento e allo sviluppo di nuovi prodotti, studiando e decifrando i più recenti trend di mercato. Per questo sta mettendo a punto una nuova linea di salse da condimento per prodotti cotti, su base acqua e senza allergeni, ideale per prodotti avicoli.



I.T.ALI.

<https://italisrl.com/>



“Le carni avicole hanno ormai conquistato le tavole degli italiani. Se negli anni sessanta il consumo di carne avicole era di circa 9 kg, nel 2017 era arrivato a circa 21 kg (Ipsos)”, esordisce Chiara Bedogni, responsabile acquisti e marketing dell'azienda. “Tale tendenza continua tutt'oggi con un'offerta sempre più vasta di prodotti elaborati, che vanno incontro alle richieste dei consumi domestici e della ristorazione fuori casa.

L'industria s'ingegna a offrire sempre nuovi prodotti, nuove ricette, nuove soluzioni per andare incontro alle esigenze del mercato e I.T.ALI., sempre attenta alle tendenze in atto e alle necessità dei propri clienti, sviluppa sempre nuovi formulati e proposte innovative”. I.T.ALI. ha perciò messo in gamma diverse linee di formulati sia per le preparazioni tradizionali, quali petto di pollo e di tacchino al forno, ma anche aromatizzanti specifici per questi ultimi. Alla linea per i prodotti cotti ha poi affiancato la linea per i freschi, quali salsiccia, hamburger, polpette e polpettoni, con performance specifiche per i propri clienti.

“Ultimamente, dalla ricerca continua portata avanti dai propri tecnici nell'impianto pilota, e per dare risposta alle sempre più pressanti richieste dei consumatori, è stata sviluppata una linea di prodotti clean label per i prodotti freschi. Si tratta di miscele funzionali, senza additivi, per la realizzazione di elaborati freschi. Questa linea di prodotti, sempre personalizzabile in base alle richieste del cliente, si basa sull'utilizzo di sostanze naturali di provenienza vegetale. La particolarità è che tali preparazioni garantiscono la conservabilità delle produzioni, senza intaccare le caratteristiche organolettiche del prodotto finito. È pertanto possibile mantenere sotto controllo gli aspetti microbiologici, stabilizzare il colore e garantire un'ottima shelf life del prodotto finito”.



COTTO A BASSA TEMPERATURA

SENZA GLUTINE

“**RePavo,**”
LA 1^a PORCHETTA DI TACCHINO

Via Stazione 90 - GROTTAZZOLINA (FM) Italia
Tel. 0734.633264 info@bacalini.it www.bacalini.it

Castelfrigo riparte con Inalca

La società del gruppo Cremonini ha acquisito all'asta, per 7 milioni di euro, l'azienda modenese, fallita nel 2019 e coinvolta in una vicenda di false cooperative. Salvi i 125 lavoratori. Per loro, proteste, manifestazioni e scioperi della fame, fanno parte solo del passato. La cronistoria.

Si dice che le storie che finiscono bene, non finiscono. Ma proseguono, prendono una nuova direzione e vanno avanti. È quello che è successo a Castelfrigo (l'azienda di Castelnuovo Rangone, Modena, specializzata nel settore carni) o meglio, ai suoi 125 lavoratori. Che, tra vicissitudini complicate e drammatiche, sono stati tratti in salvo da una situazione critica e compromessa. Castelfrigo, fallita lo scorso settembre, è stata infatti acquisita da Inalca, società del gruppo Cremonini. Attraverso un'asta, l'azienda è stata venduta per 7 milioni di euro e, nell'acquisizione, sono stati compresi anche tutti i lavoratori 'con contratto in essere' (80 dipendenti assunti direttamente e 45 con contratti di somministrazione attraverso agenzie interinali). Un'operazione che, oltre a salvare la situazione dell'azienda, ha permesso a Inalca di completare il proprio polo produttivo modenese (già ampliato negli ultimi anni con le acquisizioni della ex Unipeg e della ex Fumar di Solignano di Castelvetto, altra azienda che era fallita), ampliando la sfera di competenza anche alle carni suine e non soltanto bovine.

Ma facciamo un passo indietro, per comprendere il contesto e le circostanze che stanno alla base di questa vicenda.

La Castelfrigo nasce nel 1983 per volontà della famiglia Ciriesi come azienda specializzata nel sezionamento della carne suina fresca. Da piccola realtà familiare, si trasforma ben presto in una solida attività industriale, con una struttura che occupa una superficie di 15mila mq, impiega all'incirca 100 unità operative e genera un fatturato annuale di circa 50 milioni di euro.

Nel 2016, però, una protesta dei lavoratori scopercchia un vaso di Pandora. Secondo fonti giornalistiche, l'azienda aveva reclutato una parte della manodopera attraverso due cooperative



spurie in appalto - Work Service e Ilia D.A. (la famiglia Ciriesi a tal proposito ha sempre dichiarato di non sapere che fossero false cooperative, ndr) - che, a detta dei sindacati, avrebbero costretto i lavoratori a turni massacranti, senza dispositivi di sicurezza e garanzie retributive, e avrebbero commesso ripetute evasioni fiscali. I primi scioperi e le manifestazioni accendono quindi i riflettori sullo sfruttamento e su una situazione di caporalato.

Nel giugno del 2017, poi, quando le cooperative annunciano alle organizzazioni sindacali la chiusura di due linee di produzione da parte dell'azienda committente, viene avviata una procedura di licenziamento collettivo. Che, in mancanza di un accordo tra cooperative e sindacati, dà il via a una nuova e più consistente mobilitazione dei lavoratori: presidio dello stabilimento, cortei per le strade, incontri con i rappresentanti dell'ispettorato del lavoro e con l'allora segretario nazionale della Cgil, Susanna Camusso, incontri in Regione Emilia Romagna per il ritiro dei

licenziamenti e l'attivazione di tutte le forme di salvaguardia del reddito dei lavoratori. Non solo. Non ottenendo le dovute garanzie per i lavoratori coinvolti, il 18 dicembre la Cgil proclama uno sciopero provinciale di otto ore, esteso a tutte le aziende dell'industria alimentare, e il 19 dicembre, il segretario generale della Flai-Cgil di Modena, Marco Bottura, insieme a tre lavoratori stranieri coinvolti iniziano uno sciopero della fame.

Una situazione drammatica, insomma, che porta le vicende di Castelfrigo alla ribalta della cronaca nazionale.

Il 30 dicembre la Fai-Cisl sigla con la proprietà dell'azienda un accordo separato per il riassorbimento dall'agenzia di lavoro Sapiens di 52 lavoratori non coinvolti negli scioperi contro i licenziamenti. La Flai-Cgil prende le distanze da un'iniziativa considerata discriminatoria verso chi ha protestato, peraltro con forme anche estreme come lo sciopero della fame. Intanto, la mobilitazione porta a un risultato in Regione: si tratta dell'intesa tra Alle-

anza delle cooperative, Cgil-Cisl-Uil e Confindustria per ricollocare tutti i lavoratori licenziati. Ma, tra tira e molla, si arriva a giugno 2019, data in cui Castelfrigo è ammessa alla procedura di concordato preventivo dal Tribunale di Modena: all'azienda si dà tempo fino al 5 agosto per la presentazione del piano industriale. Che, tuttavia, non arriva. Per questo, il 24 settembre 2019 viene dichiarato il suo fallimento. Il passo successivo, da parte della sezione fallimentare del Tribunale di Modena, è il 21 novembre come data per la vendita di Castelfrigo, messa all'asta con un prezzo di partenza di 8,3 milioni di euro. Il primo bando va deserto. Si deve quindi aspettare una nuova data. Il 9 marzo 2020 arriva un acquirente: Inalca, una delle società del Gruppo Cremonini. Con un'operazione di circa 7 milioni di euro, dà il via all'acquisizione dell'azienda, comprendendo anche i lavoratori "con contratto in essere". In una comunicazione ai fornitori del 18 marzo 2020, la società rende noto che la Castelfrigo LV ha acquisito il ramo d'azienda della Castelfrigo Srl e prosegue: "L'obiettivo della nuova società è di ridare slancio all'attività di selezione e sezionamento di pancette e gole per ripristinare la leadership di settore che ci ha contraddistinto in questi anni".

Il direttore dello stabilimento è stato nominato Roberto Ciriesi, già titolare, insieme ai fratelli, della "vecchia" Castelfrigo.

Si conclude così una lunga fase di incertezza per i 125 dipendenti che, nonostante le gravi difficoltà, hanno garantito la continuità produttiva di una società che non ha mai smesso di ricevere commesse e ordini. Ora, al via, un piano di rilancio dell'azienda, atto a valorizzare le competenze e la professionalità delle maestranze che in passato hanno consentito alla Castelfrigo di affermarsi nella lavorazione delle carni suine fresche.

ALIMENTANDO

IL PORTALE DELL'ALIMENTARE
WWW.ALIMENTANDO.INFO

Alimentando.info è il quotidiano online del settore alimentare per operatori e professionisti. Il sito fornisce in tempo reale informazioni e aggiornamenti sul mercato e i suoi protagonisti.



Origine e gusto: i driver del successo

Un'indagine messa a punto da Eurocarne, sulla base di dati SG Marketing, svela quali sono gli aspetti che spingono i consumatori italiani nella scelta delle carni: sapore, benessere, italianità e sicurezza risultano i fattori determinanti.



Le ricerche di marketing e l'osservazione dei comportamenti dei consumatori dimostrano l'esistenza di elementi che influiscono in modo decisivo sulle scelte di acquisto dei prodotti. Ma quali sono i fattori attraverso cui il consumatore orienta le proprie scelte durante la spesa di carne? Oltre a quelli di natura culturale, economica e sociale, esistono altre importanti componenti, tra cui le esperienze pregresse, le informazioni, il passaparola, i pareri di esperti e la pubblicità. Un'indagine pubblicata da Eurocarne (il salone organizzato da Veronafiere) rivela infatti che nella fase di acquisto della carne esistono specifici driver. Servendosi di una ricerca realizzata sulla scorta dei dati elaborati da SG Marketing - con interviste effettuate su mille utenti - Eurocarne evidenzia i fattori determinanti. Vediamo quali.

Secondo i risultati dell'indagine, il principale motivo che orienta il consumatore verso l'acquisto di carne, indipendentemente dalla fonte animale, è per il semplice gusto di mangiarla: il 45,2% degli intervistati, infatti, dichiara di acquistarla semplicemente perché piace. Di particolare rilevanza, poi, la motivazione salutistica, tanto che il 36,1% sostiene che la carne 'fa bene'. A seguire, la provenienza italiana (per il 24,7%), la versatilità (23,2%), la sicurezza (22,1%), la facilità nel cucinarla (20,4%), la qualità elevata (18%) e l'abitudine consolidata (17,9%).

Un fattore su cui l'analisi si sofferma, perché in linea con i temi particolarmente cari al consumatore moderno, è la sicurezza. In che modo i consumatori reputano che la carne sia sicura e controllata? Per la maggior parte degli intervistati (46,3%), l'elemento che determina maggiore certezza è la 'filiera 100% italiana'. Seguono, all'incirca con la stessa importanza, le certifica-

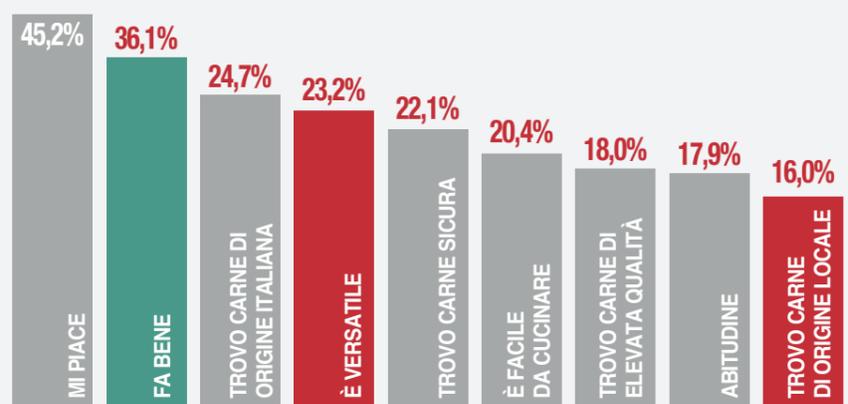
zioni Dop e Igp (per il 38,4%), l'assenza di antibiotici (36,6%) e il benessere animale (36%). Ma sono significative anche le informazioni in etichetta e la fiducia riposta nel venditore, la provenienza da filiere locali, il marchio e, infine, con il 22,3% il ridotto impatto ambientale.

La ricerca profila anche un quadro delle occasioni di consumo. I risultati vedono quello domestico farla da padrone: per l'83,9% degli intervistati la carne rappresenta infatti la portata principale nei pasti consumati a casa e per il 49,8% viene utilizzata come ingrediente all'interno di ricette. Il 28,6% la consuma come pasto principale fuori casa, il 31% in ricorrenze con amici e il 31,5% in ricorrenze familiari.

Come sottolineato da Eurocarne, dunque, la carne si conferma prodotto principe della dieta alimentare e della cultura italiana, valorizzata anche attraverso svariate ricette territoriali. Tuttavia, ciclicamente è vittima di fake news, che ne penalizzano i consumi e paralizzano il comparto. Lo scenario impone dunque ai principali player alcune riflessioni, al fine di restituire competitività a un settore produttivo che ha subito negli anni profonde mutazioni, ma che soprattutto in Italia ha saputo cogliere sfide importanti, tra cui il benessere animale e l'innovazione. Per questo, si auspica l'utilizzo di scelte strategiche a sostegno della categoria: attivare percorsi di upgrading qualitativo degli assorbimenti volto a soddisfare le esigenze più contemporanee di consumo responsabile; implementare una comunicazione di prodotto fuori e dentro il punto vendita al fine di qualificarne l'acquisto a partire dal racconto della filiera agricola; presidiare in maniera consistente anche la dimensione 'edonistica' orientata ai modelli di consumo tipici del 'fuori casa' e al 'ben-essere'.

LE DETERMINANTI DI ACQUISTO PER LA CATEGORIA CARNE

Perché acquista carne (indipendentemente dalla fonte animale)?

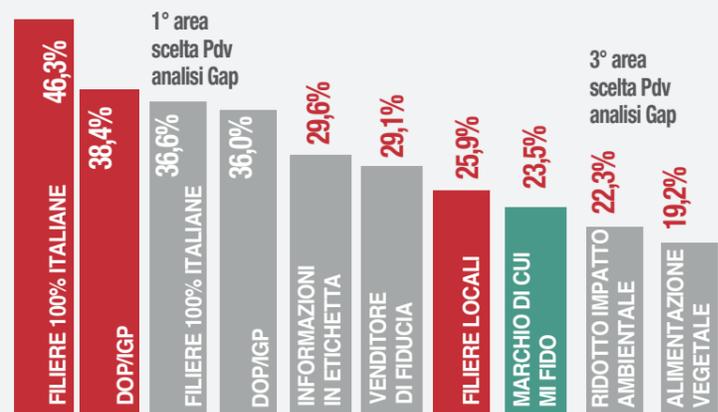


Base = totale intervistati (n. 1.000)

Fonte: Analisi consumer prodotti alimentari SGMarketing 2019 - Pubblicazione SGMarketing e Eurocarne Veronafiere

LA SICUREZZA ALIMENTARE A SUPPORTO DELLA CATEGORIA

Quanto reputa che la carne sia sicura e controllata?

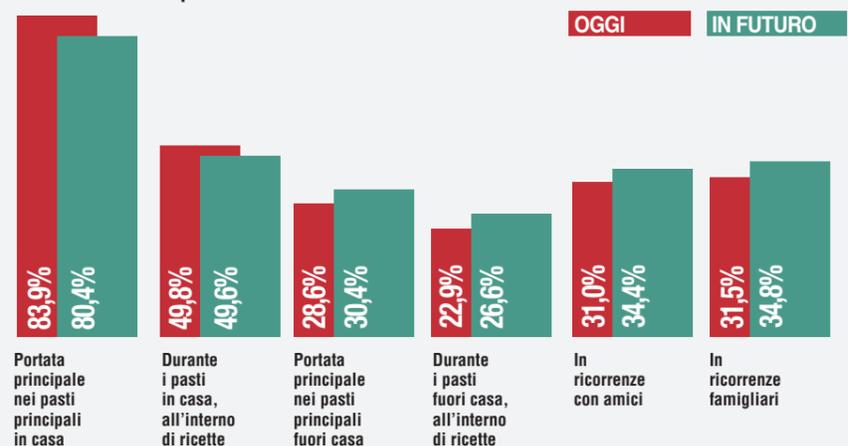


Base = totale intervistati (n. 1.000)

Fonte: Analisi consumer prodotti alimentari SGMarketing 2019 - Pubblicazione SGMarketing e Eurocarne Veronafiere

ABITUDINI DI CONSUMO PER LA CARNE OGGI E FRA TRE ANNI

In quali momenti consuma attualmente carne? E fra tre anni?



Base = totale intervistati (n. 1.000)

Fonte: Analisi consumer prodotti alimentari SGMarketing 2019 - Pubblicazione SGMarketing e Eurocarne Veronafiere

guida buyer - schede prodotto

Aprile 2020

ALCASS
www.amicanatura.it**Nome del prodotto**

Hamburger Extra Gusto - beef, pork and cheese

Breve descrizione del prodotto

L'hamburger Extra Gusto nasce da un'esclusiva ricetta con carne di bovino e suino, arricchito da prezioso formaggio Grana Padano. Il sapore deciso e accattivante, unito alla praticità di cottura, lo rende un'ottima alternativa al classico hamburger di carne bovina.

Ingredienti principali

Carne suina, carne bovina, formaggio Grana Padano.

Peso medio/pezzature

4 pezzi da 75 g.

Caratteristiche

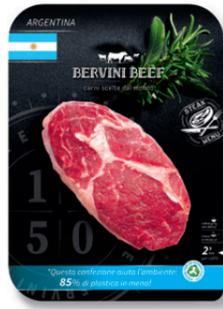
Gusto deciso, arricchito con Grana Padano Dop.

Confezionamento

Astuccio da 300 g (4 pezzi da 75 g).

Tempi di scadenza

12 mesi.

BERVINI PRIMO
www.bervini.com**Nome del prodotto**

Roastbeef Argentina skin

Breve descrizione del prodotto

Prodotto principe della linea Bervini Beef, confezionata in skin pack su base cartoncino, il roastbeef Argentina è una carne ampiamente apprezzata in ristorazione e nella spesa di tutti i giorni. Il pack ecosostenibile la rende una scelta socialmente sostenibile oltre a valorizzare la qualità del prodotto stesso. Nella stessa linea sono disponibili varie origini e tutti i corrispettivi hamburger.

Ingredienti principali

Carne bovina.

Peso medio/pezzature

200 g peso fisso.

Caratteristiche

Skin pack a peso fisso, confezionato su cartoncino riciclabile.

Confezionamento

Skin pack.

Tempi di scadenza

15 gg.

SASHI BEEF - AGRIFOOD TOSCANA
www.sashi.it**Nome del prodotto**

Bistecca, tagliata e rib-eye di Sashi-Freygaard

Breve descrizione del prodotto

La distinta alta qualità dei prodotti alimentari provenienti dai Paesi nordici è riconoscibile nel termine Freygaard. La Sashi-Freygaard beef equivale alla selezione di tre diversi eccellenti prodotti di carne bovina: Nordic Nature Beef, scottonone e vitelloni o vacche, completamente alimentati con erba. Tutto il bestiame è nato, allevato e macellato in Finlandia, mentre la carne viene successivamente sezionata e trattata in Danimarca. I bovini finlandesi, allevati in fattorie familiari dove la densità degli animali e le dimensioni aziendali sono ancora modeste rispetto ad altri Paesi della Ue, presentano una peculiare filtrazione di grasso per tendenza genetica. La loro carne risulta quindi particolarmente morbida e succulenta. La Sashi - Freygaard beef rispetta la produzione sostenibile ambientale ponendo l'attenzione al benessere degli animali, alla sicurezza alimentare e promuovendo la 'Eating Quality'.

Ingredienti

Bovino finlandese.

DANISH CROWN FOODS
www.tulipfood.it**Nome del prodotto**

Tulip Stinco di prosciutto già cotto 600g

Breve descrizione del prodotto

Tenero stinco di maiale prosciuttato e senza cotenna già cotto. Facile da preparare, si cucina in meno di 20 minuti e dalla resa assicurata.

Ingredienti principali

Stinco di suino senza cotenna, sale, sciroppo di glucosio, destrosio, conservante (e250), estratto di spezie.

Peso medio/pezzature

600g.

Caratteristiche

Stinco succulento e senza cotenna, già cotto.

Confezionamento

Scatole da un pezzo 600 g, cartone da otto pezzi.

Tempi di scadenza

300 gg dalla data di produzione.

SOALCA
(MARCHIO COMMERCIALE JUBATTI CARNI)
www.soalca.it**Nome del prodotto**

Apericena

Breve descrizione del prodotto

Apericena consente di preparare ottimi aperitivi in casa: si tratta di una linea innovativa di 'pronto-cuoci'. Gli stuzzichini sono realizzati con le migliori carni e i migliori ingredienti posizionati su una sottile base di pasta sfoglia.

Ingredienti

Carni fresche bovino/suino, pasta sfoglia, formaggio fresco, rucola, olive, pomodorini.

Peso medio/pezzature

300 gr circa a confezione.

Caratteristiche

La linea si caratterizza per la freschezza degli ingredienti; Jubatti Carni non usa prodotti surgelati per garantire un gusto unico e genuino. L'azienda propone: Girandole (carne di bovino e suino unita a formaggio e rucola fresca arrotolata in uno strato di pasta sfoglia), Rotolini (impasto di salsicce di suino, coperto da un croccante velo di pancetta), Rustici (saporite salsicette di suino ricoperte da fragrante pasta sfoglia), Pizzette (base di pasta sfoglia, carne macinata mista, formaggio, olive e pomodorini).

Confezionamento

Atm.

Tempi di scadenza

6 gg.

CENTRO CARNI COMPANY
www.centrocarnicompany.com**Nome del prodotto**

You&Meat Aberdeen Angus Sired

Breve descrizione del prodotto

You&Meat Aberdeen Angus Sired è un burger gourmet, fatto con tagli pregiati e altri pochi ingredienti. La materia prima è carne di scottona di Aberdeen Angus che nasce e viene allevata in Irlanda per poi essere portata in Italia per il "finissaggio" (cioè l'ultima parte di allevamento: viene infatti allevata in Italia per almeno quattro mesi). Questa particolare tecnica permette di addolcire la carne, arrivando ad una materia prima succulenta e unica.

Ingredienti

Carne bovina 85%*, acqua, fiocchi di patata, sale, fibra vegetale da agrumi, pisello, carota, aromi naturali, antiossidante: acido ascorbico, spezie. Senza glutine (certificato).

Peso medio/pezzature

200 g / pezzo.

Caratteristiche

Burger gourmet realizzato con tagli anatomici. Prodotto destinato al retail.

Confezionamento

Confezionati singolarmente in skin pack.

Tempi di scadenza

Shelf life: 21 gg.

DELICATESSE
www.delicatesse.it**Nome del prodotto**

Fesa di tacchino arrosto intera

Breve descrizione del prodotto

Fesa di tacchino in taglio anatomico, salata e aromatizzata con ingredienti naturali, cotta e dorata al forno. La carne, magra e friabile, cotta al forno, si presta all'affettatura a macchina ma dà il meglio di sé tagliata al coltello per una presentazione artigianale.

Ingredienti

Fesa di tacchino (90%), acqua, aromi naturali, sale, pepe.

Peso medio/pezzature

5 Kg circa.

Caratteristiche

La lista degli ingredienti, ridotta al minimo, e il rispetto dei tagli anatomici, da sempre ingredienti fondamentali degli arrostiti Delicatesse, raggiungono in questo prodotto gli standard qualitativi più elevati. Prodotto senza glutine, derivati del latte, Ogm, polifosfati, allergeni e glutammato.

Confezionamento

Sottovuoto con film multistrato di poliammide-polietilene.

Tempi di scadenza

50 gg garantiti.

FIORANI&C.
www.fioraniec.com**Nome del prodotto**

Carpaccio pic-nic di bovino g 135

Breve descrizione del prodotto

Tenero carpaccio di bovino marinato pronto da gustare. Con Parmigiano Reggiano Dop e un dressing a base di olio Evo, succo di limone e basilico. Senza glutine.

Ingredienti

Prodotto a base di carne bovina marinata. Condimento (20g) a base di olio d'oliva (51%), limone e basilico. Formaggio Parmigiano Reggiano (15 g) in bustina monodose.

Peso medio/pezzature

135 g.

Caratteristiche

Un prodotto versatile e vanta una ricetta semplice e veloce che permette di non rinunciare né al gusto, né ad un pasto equilibrato e leggero. Si tratta di una porzione di carne di bovino marinata servita in una vaschetta con un dressing, una bustina di Parmigiano Reggiano e una forchettina. Fiorani & C. ha ideato questa soluzione 'Ready to Eat' per una gustosa pausa pranzo, da consumare ovunque. Una ricetta a basso apporto calorico e ad alto contenuto di proteine.

Confezionamento

Confezionato in Atp.

ALIPRANDI
www.aliprandi.com



Nome prodotto

Salamella Aliprandi

Breve descrizione prodotto

Salsiccia fresca pronta da mettere sulla griglia, fatta con carni italiane da filiera controllata, seguendo la ricetta originale Aliprandi, fatta con budello naturale. Senza glutine, senza latte e derivati.

Ingredienti

Carne suina 90%, acqua, sale, fibra vegetale, aroma, correttori di acidità: E331, E262, aromi, antiossidanti: E301, E300, estratto di vino, spezie, estratto di spezie

Peso medio/pezzature

0,600 kg

Caratteristiche

100% carne italiana

Confezionamento

Atmosfera

Tempi di scadenza

10 giorni

MARTINI ALIMENTARE
www.martinalimentare.com



Nome prodotto

Mini Spiedini

Breve descrizione prodotto

I Mini Spiedini proposti da Martini Alimentare sono pensati per allegrare ogni tavola, in ogni momento, da stuzzicanti, veloci aperitivi fino alle cene più ricche. Pronti in pochi minuti, sono realizzati con carni italiane accuratamente selezionate, per dare alla qualità un sapore completamente nuovo.

Peso medio/pezzature

300 g.

Caratteristiche

Pronti in pochi minuti, i Mini Spiedini di pollo o di suino sono perfetti per stuzzicanti aperitivi e per le cene più ricche.

Confezionamento

Top seal.

Tempi di scadenza

10 gg.

EAT PINK
www.eatpink.it



Nome prodotto

Filetto al bacon

Breve descrizione prodotto

Filetto al bacon cotto a bassa temperatura sottovuoto per oltre quattro ore.

Ingredienti

Filetto di maiale, miscela aromatica, miscela di erbe aromatiche (rosmarino, erba cipollina, salvia, timo, dragoncello, alloro).

Peso medio/pezzature

Peso fisso 450 g.

Caratteristiche

Filetto tenero con un sapore delicato da rigenerare in pochi minuti.

Confezionamento

Primario: busta sotto vuoto / Secondario: scatola in cartoncino.

Tempi di scadenza

60 gg.

BOTTERI CARNI -
FATTORIA INFORMA F.LLI BOLCATO
www.bottercarni.it



Nome prodotto

Fiorentina scottona bovino

Breve descrizione prodotto

Carne pregiata proveniente da filiera certificata.

Ingredienti

Carne bovina 100%.

Peso medio/pezzature

10/12 Kg circa.

Caratteristiche

Carne bovina proveniente da animali allevati senza uso di antibiotici alimentazione No Ogm e ricca di Omega 3 e Omega 6.

Confezionamento

Sottovuoto.

Tempi di scadenza

35 gg.

TYSON FOODS ITALIA
www.tysonfoodsitalia.it



Nome del prodotto

Speedy Pollo - 11 Mini Champions

Breve descrizione prodotto

11 nuggets di pollo, croccanti e sfiziosi, proposti in simpatiche formine che rappresentano le divise da calciatore (mini champions).

Ingredienti

Carne di pollo 51% (di cui 77% petto di pollo).

Peso medio/pezzature

Nuggets da 25 g circa pezzo - 11 pezzi.

Caratteristiche

Gli Speedy Pollo Mini Champions si caratterizzano per: tenero petto di pollo, assenza di olio di palma, assenza di carne separata meccanicamente.

Confezionamento

Box da 275 g - circa 11 nuggets.

Tempi di scadenza

Shelf life 24 mesi.

BALDI
www.baldifood.it



Nome prodotto

Angusburger Usa Homestyle 200 g

Breve descrizione prodotto

Nuova forma 'come fatto a mano' e sapore superiore al già superlativo Angusburger Usa: il nuovo burger di Angus Usa vanta una ricetta 'plus', bordi stondati e diametro irregolare.

Ingredienti

Carne Angus Usa 91%, acqua, amido di patata e di mais, fibra vegetale, sale, destrosio, aromi, estratti di barbabietola e curcuma, antiossidante E300.

Peso medio/pezzature

Un pezzo: 200 g.

Caratteristiche

Homestyle 'come fatto a mano', bordi stondati e diametro irregolare. Ogni pezzo è confezionato singolarmente da un film termoretraibile che aiuta a proteggere dal freddo l'hamburger e ad aumentare la shelf life.

Confezionamento

Sette pezzi confezionati singolarmente da 200 g cadauno.

Tempi di scadenza

18 mesi.

CARPANO SPECK
www.carpanoshop.com



Nome prodotto

Gulash di manzo cotto

Breve descrizione prodotto

Prodotto tipico della cucina trentina dal sapore intenso e caratteristico. Viene realizzato con tagli pregiati dei bovini nostrani. I prodotti si contraddistinguono per l'elevato contenuto di servizio in quanto pronti in soli 20 minuti. La cottura sottovuoto con tempi lunghi conferisce alla carne una morbidezza unica.

Ingredienti

Carne di manzo (82%), pomodori pelati, concentrato di pomodoro, vino, sale, spezie, aromi naturali, fecola di patate, olio di oliva.

Peso medio/pezzature

450 g o 3 Kg per la ristorazione.

Caratteristiche

La linea completa comprende anche Gulash di cervo, Gulash di capriolo, Arrosto di vitello, Spezzatino di vitello, Brasato di manzo, Polpettone allo speck, Polpettone alle verdure e speck, Arrotolato di pollo.

Confezionamento

Sottovuoto in buste di alluminio.

Tempi di scadenza

450 gg data confezionamento.

SOCIETA' AGRICOLA GUIDI
DI RONCOFREDDO - www.agricolaguidi.com



Nome prodotto

Faraona Guidi Elite

Breve descrizione prodotto

Carni ideali per gustosi secondi piatti come arrosti e ripieni. La faraona Guidi, disponibile tutto l'anno, è allevata senza uso di antibiotici, con alimentazione vegetale No Ogm e con integrazione di vitamine e minerali. Cresce in ambienti sani e protetti con più libertà di movimento grazie a maggior spazio in allevamento rispetto ai limiti di legge, con arricchimenti ambientali quali balle di paglia per favorire i comportamenti naturali.

Ingredienti

100% carne di faraona.

Peso medio/pezzature

Busto 1,250 Kg.

Caratteristiche

Ideale per arrosti e ripieni. Disponibile nella versione TZ, busto, busto disossato e in parti

Confezionamento

Prodotto confezionato in vassoio polistirolo e film estendibile. Confezionamento in stretch.

Tempi di scadenza

Shelf life 10 + 1 gg.

**GOLDEN
GOOD**

LifeGood News

al Naturale

al Limone

Piccante

*al Pepe Rosa
di Schinus*



PETTODI POLLO
pronto in 1 minuto



**GOLDEN
GOOD**



*** NOVITÀ DA GOLDENFOOD ***

**Cotto a BASSA
TEMPERATURA.
PRONTO da
SCALDARE
nel microonde,
nel forno,
in padella.**

info@goldenfood.it
www.goldenfood.it

**SENZA CONSERVANTI
SENZA GLUTINE**