Carni & CONSUMI

SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 14 - NUMERO 4 - APRILE 2021
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39 0362 600463/4 - Fax. +39.0362.600616 - e-mail: info@tespi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008 - Poste Italiane SpA Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 Comma 1 - LO/MI - Stampa: Ingraph - Seregno (MB) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi.

2ª puntata

l'inchiesta

Sostenibilità: una scelta inderogabile

È la strada verso il futuro. Ma anche un must per le aziende. Sia nell'ottica del Green New Deal, sia come strategia di successo. L'impegno dell'agroalimentare e alcune case history nel settore della carne.

da pagina 3 a pagina 5

focus on A pagina 16

I nuovi volti della carne salada

Il Salumificio Val Rendena presenta due nuove referenze, la tartare e l'hamburger, realizzate partendo da un prodotto di punta tipico trentino. Le proposte mirano a soddisfare la ricerca di qualità, originalità e velocità di preparazione del consumatore.

zoom a pagina 17

La Sicilia di Glorioso conquista Milano

L'azienda, specializzata in carni pregiate e secondi tipici, ha inaugurato il proprio punto vendita nel capoluogo lombardo, all'interno del Foody - Mercato Agroalimentare. Filiera controllata e soluzioni ad hoc caratterizzano la sua offerta.

tendenze

Animalisti da strapazzo

Facendo leva sulla popolarità, personaggi di spicco e opinion leader promuovono carne sintetica e alimentazione veg. Demonizzando gli allevamenti nel segno di un'ideologia green. Ma dietro ci sono anche altri interessi. Come quelli delle start up. E dei loro azionisti.

alle pagine 6 e 7

GUIDA BUYER

Speciale avicolo

Ottimi i risultati del comparto nel 2020.
Con incrementi delle vendite a volume e a valore.
Il settore dimostra di saper cogliere le esigenze del consumatore offrendo referenze innovative in linea con i moderni trend.

da pagina 8 a pagina 15

Edizioni Turbo by Tespi mediagroup

A marzo, la carne per grigliate batte la farina per pizza

Secondo un'indagine messa a punto da ShopFully (tech company operativa del settore drive-to-store), all'inizio del nuovo periodo di lockdown, l'acquisto di carne fresca per la preparazione di grigliate ha soppiantato le vendite di farine per pizze e focacce che tanto avevano caratterizzato il primo periodo di lockdown del 2020. Secondo i dati elaborati dalla società, infatti, alcuni dei grandi protagonisti degli acquisti dello scorso anno hanno subito un crollo verticale. Nella prima settimana di marzo, in particolare, la farina e la polpa di pomodoro hanno perso quasi 50 posizioni rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente; mentre le ricerche legate ai prodotti per grigliate ('barbecue', 'griglia' e 'arrosticini') hanno registrato un vero e proprio boom, in cui le referenze come salsiccia, hamburger e costine hanno guadagnato più di 200 posizioni.

Vitellone Bianco Appennino Centrale Igp: il Covid non ha fermato il settore

Anche nell'anno del Covid, il comparto del Vitellone Bianco Appennino Centrale Igp ha registrato un andamento positivo. 17.621 capi bovini certificati, 3.180 allevatori, 1.079 macellerie, 119 laboratori di lavorazione e 80 operatori commerciali attivi sul territorio. Sono questi i numeri più significativi della filiera presentati nel corso del primo Consiglio direttivo del Consorzio relativo all'attività svolta nel corso del 2020. Come fanno sapere dal Consorzio, "Un calo fisiologico c'è stato, venendo meno il mercato relativo al consumo fuori casa e alla ristorazione scolastica e collettiva". Nel 2020, infatti, i capi bovini certificati Igp Vitellone Bianco Igp dell'Appennino Centrale hanno registrato una flessione del 3,1%. "La 'tenuta' anche in questo anno difficile è frutto di un lavoro costruito negli anni. Un lavoro che ha permesso di sviluppare le potenzialità della filiera zootecnica legata alle razze bovine tipiche dell'Italia centrale. Dal 2000 al 2020 il numero di allevamenti che hanno deciso di aderire ai controlli è cresciuto del 92%, passando da 250 a 3.180. Nello stesso periodo si è registrato un boom di adesioni anche dei punti vendita con un +94%. Dal punto di vista delle certificazioni siamo passati dalle 12.808 del 2007 alle 17.621 del 2020, con un +27% nell'arco degli ultimi 13 anni".

Efsa: "I residui di farmaci veterinari negli alimenti sono conformi ai limiti consentiti nell'Ue"

L'Efsa (European Food Safety Authority) fa sapere che gli ultimi dati sulla presenza di residui di farmaci veterinari e contaminanti negli animali e negli alimenti di origine animale evidenziano tassi elevati di conformità con i livelli di sicurezza stabiliti dall'Unione Europea. Il monitoraggio, realizzato nel 2019, ha analizzato 671.642 campioni negli Stati membri, in Islanda e in Norvegia. La percentuale di campioni che ha sforato i tenori massimi consentiti è stata dello 0,32%. Una cifra che rientra nell'intervallo 0,25%-0,37% già riferito negli ultimi dieci anni. Come si può leggere sul sito dell'Efsa, rispetto ai due anni precedenti, la non-conformità è aumentata leggermente per gli agenti antitiroidei e gli steroidi ed è diminuita leggermente per i lattoni dell'acido resorcilico, le sostanze vietate, gli antibatterici, gli anticoccidi e i coloranti.

Peste suina africana: per Rabobank influenzerà il commercio mondiale delle carni anche nel 2021

Secondo le osservazioni di Rabobank, la peste suina africana (Psa) continua ad essere un elemento condizionante per i mercati mondiali di carne suina. Le previsioni 2021 per la Cina dicono infatti che l'offerta dei suini dovrebbe aumentare, mentre i prezzi potrebbero fluttuare a causa delle incertezze generate dalla malattia, oltre che dagli interessi di ripopolamento, dai costi dei mangimi e dalle politiche di importazione. Contemporaneamente, sul fronte europeo continua ad essere problematica la situazione in Germania, dove la Psa, sebbene più contenuta rispetto ai mesi scorsi, rappresenta ancora una criticità importante. Ricordiamo infatti che, dopo la conferma dell'epidemia nel settembre 2020, dieci Paesi hanno imposto divieti di importazione di carne suina tedesca, tra cui Cina, Giappone e Vietnam. Sebbene alcuni abbiano recentemente allentato i divieti, il veto cinese sulle carni tedesche dovrebbe rimanere in vigore per tutta la prima metà del 2021. Le implicazioni della Psa, dunque, restano un fattore determinante nei nuovi equilibri del commercio mondiale. Come sottolinea ancora Rabobank, infatti, nel 2020 l'aumento della domanda di importazioni di carne suina dalla Cina è stato uno dei principali motori della domanda nei mercati mondiali di proteine animali, mentre le previsioni per il 2021 affermano che le importazioni da questo Paese diminuiranno notevolmente. Per questo, tutti i Paesi esportatori stanno cercando di mantenere il commercio con la Cina. Il prezzo sarà un fattore importante nel determinare quali Paesi manterranno alti flussi commerciali di carne suina verso la Cina nel 2021, insieme alla disponibilità e alle considerazioni geopolitiche.

Carne confezionata a peso imposto: nel 2020, in Italia, vendite per 943 milioni di euro (+13,4%)

In Italia, nel 2020, le vendite di carne confezionata a peso imposto nella distribuzione organizzata hanno raggiunto 943 milioni di euro di fatturato, registrando un incremento del 13,4% anno su anno. I dati, pubblicati da TuttoFood (la manifestazione agroalimentare in programma presso Fieramilano dal 22 al 26 ottobre 2021), su elaborazioni Iri, rilevano anche che l'incremento è stato particolarmente marcato nel mese di dicembre, con vendite per 87 milioni di euro (+14,8% rispetto al mese precedente).

Direttore Responsabile
ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo S.r.l.by Tespi Mediagroup
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
Periodico mensile
Anno 14 - numero 4 - Aprile 2021
Stampa: Ingraph - Seregno
Prezzo di una copia 1,55 euro -
arretrati 7,55 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 30,00 euro
via ordinaria.

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

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. la redazione si è curata di ottenere il copyright delle immagini pubblicate, nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze.

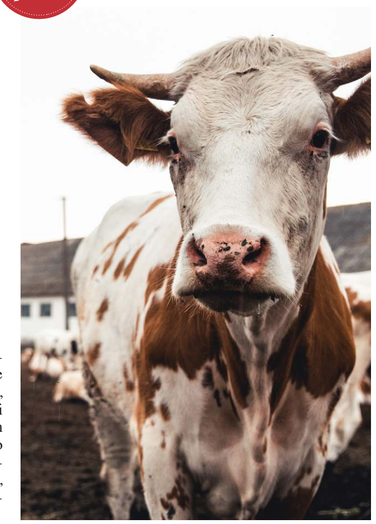
Pubblicazioni Edizioni Turbo by Tespi Mediagroup
Salumi & Consumi, Salumi & Tecnologie, Formaggi & Consumi, Formaggi & Tecnologie, DS DolciSalati & Consumi, Vini & Consumi, Grocery & Consumi, Bio & Consumi, Bio & Consumi Green Lifestyle, The Italian Food Magazine, Tech4Food, Luxury Food&Beverage, b2B beautyToBusiness, MC Media Contents, Ódeon Magazine, Gamestore Magazine, HiTech Magazine, TGTuttogiocattoli, www.alimentando.info, www.luxuryfb.com,www.technospia.it, www.beauty2business.com

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 9 aprile 2021

di Margherita Luisetto

2ª puntata

Sostenibilità: una scelta inderogabile



È la strada verso il futuro. Ma anche un must per le aziende. Sia nell'ottica del Green New Deal, sia come strategia di successo. L'impegno dell'agroalimentare e alcune case history nel settore della carne.

Con l'obiettivo di fronteggiare i cambiamenti climatici, il degrado ambientale ed essere il primo continente a impatto climatico zero, l'Europa ha definito una tabella di marcia per rendere sostenibile l'economia dell'Ue: il Green Deal. Una strategia che trasformerà l'Ue in un'economia moderna, efficiente sotto il profilo delle risorse e competitiva, in cui non saranno più generate emissioni nette di gas a effetto serra e la crescita economica sarà dissociata dall'uso delle risorse. Nel settore dell'agroalimentare, in particolare, le iniziative delineate dalla Commissione Ue rientrano nella strategia 'From farm to fork', un progetto per riorganizzare la produzione di cibo in modo più sostenibile. Questa, in sintesi, prevede, la necessità di garantire prodotti alimentari sostenibili a costi contenuti, far fronte ai cambiamenti climatici, proteggere l'ambiente, preservare la biodiversità e potenziare l'agricoltura biologica. Il tutto, nell'ottica della realizzazione di un'economia circolare in cui ogni passaggio, dalla produzione al consumo, risulti più sostenibile.

AGROALIMENTARE: DAL PRODUTTORE AL CONSUMATORE. I GOAL DEFINITI DALLA COMMISSIONE UE

Nel campo agroalimentare, la strategia From farm to fork - considerata una pietra angolare del Green Deal europeo - ha lo scopo di raggiungere un sistema alimentare più sano e sostenibile. Come pubblicato dalla Commissione europea, i principali obiettivi sono:

- garantire che i consumatori possano contare su alimenti sani, economicamente accessibili e sostenibili
- far fronte ai cambiamenti climatici
- proteggere l'ambiente e preservare la biodiversità
- garantire un giusto compenso economico nella catena alimentare
- potenziare l'agricoltura biologica.

La Commissione Ue ha delineato alcune criticità da affrontare nell'immediato e risolvere entro il 2030. Tra queste, segnaliamo la riduzione del 50% dell'uso dei pesticidi chimici, la riduzione del 50% della perdita di nutrienti nell'ambiente (tra le principali cause di inquinamento dell'aria, del suolo e dell'acqua), la riduzione del 20% dell'uso di fertilizzanti. Particolare attenzione sarà riservata alla riduzione della resistenza antimicrobica collegata all'uso di antimicrobici nella salute umana e animale (è stato infatti calcolato che causa 33mila vittime nell'Ue ogni anno). Per questo, la Commissione europea ridurrà del 50% le vendite di sostanze antimicrobiche per gli animali di allevamento e l'acquacoltura entro il 2030.

(fonte www.ec.europa.eu)

CARNI SOSTENIBILI ED EUROPEAN LIVESTOCK VOICE: I 'PARADOSSI' DEL FARM TO FORK

Nel settore dell'allevamento, però, la transizione green è ostacolata da alcune incoerenze. Carni Sostenibili, l'organizzazione italiana che riunisce le associazioni che rappresentano i produttori di carni e salumi, e European Livestock Voice, l'associazione che riunisce gli organismi europei della filiera zootecnica, hanno realizzato un video-appello dal titolo "I nove paradossi del Farm to Fork". Il video, lanciato a marzo contemporaneamente in sette Paesi europei (Belgio, Italia, Francia, Spagna, Germania, Portogallo e Polonia), è un appello della filiera zootecnica europea per abbattere alcuni preconcetti e partecipare attivamente alla sfida della sostenibilità lanciata dal Green Deal. "Farm to Fork contiene obiettivi ambiziosi ma anche alcuni paradossi basati sul preconcetto che la carne non sia sostenibile per l'ambiente e per la nostra salute", ha spiegato Giuseppe Pulina, presidente di Carni Sostenibili, nel corso della presentazione del video alla stampa internazionale. Le due associazioni hanno quindi individuato i paradossi che stanno alla base della strategia Ue – tra questi segnaliamo le errate valutazioni del settore sotto gli aspetti nutrizionali, ambientali ed economici – ma anche i rischi in cui si incorrerebbe con un ridimensionamento del comparto zootecnico – legati, ad esempio, all'occupazione e alla salvaguardia del nostro patrimonio gastronomico/culturale -. Attraverso la presentazione del progetto, il comparto zootecnico chiede quindi alle istituzioni europee di supportare gli allevamenti anziché demonizzarli, guardando all'innovazione e alla tecnologia come soluzioni per produrre di più con meno risorse. Il sistema zootecnico si dichiara pronto a fare la sua parte e chiede alle istituzioni di coinvolgere nel processo decisionale tutti i professionisti e gli esperti del settore zootecnico che, senza ideologie ma forti delle proprie competenze, possano facilitare la transizione verso un equilibrio tra sostenibilità ambientale ed economica.

ALCUNE CASE HISTORY TRA LE AZIENDE CHE PRODUCONO E LAVORANO CARNE

BERVINI PRIMO

www.bervini.com

Andrea Pavesi, direttore acquisti

"Bervini Primo ha investito molto nella sostenibilità, operando in diversi punti della filiera. Sul fronte dell'allevamento, il progetto Eurangus è stato sviluppato pensando al benessere animale e al ridotto impatto ambientale. I bovini vengono alimentati al pascolo per un minimo di 12 mesi, liberi di muoversi e in pieno contatto con la natura. Questo progetto di allevamento al pascolo permette di garantire un prodotto di altissima qualità, nel pieno rispetto del ciclo naturale. Se pensiamo alle strutture di lavorazione, notiamo che in tutte le aziende del gruppo grande attenzione è posta alla riduzione degli sprechi per quanto riguarda il mantenimento della catena del freddo, imprescindibile per la qualità del prodotto. Moderne tecnologie sono inoltre in essere per quanto riguarda la produzione di energia da fonti rinnovabili. E non finisce qui, perché sono in corso anche importanti investimenti per migliorare la produzione di energia elettrica, per ridurre ulteriormente l'impatto dell'azienda. Spostandoci poi verso il mondo del confezionamento del prodotto, l'impegno alla riduzione dell'utilizzo di materie plastiche e non riciclabili è costante. Dove possibile sono stati ridotti gli spessori dei materiali di confezionamento, e sono in studio soluzioni per rendere il processo completamente sostenibile. Pensando allo skin pack infine, il 90% della produzione è stato virato su cartoncino riciclabile certificato, con obiettivo di raggiungere il 95% entro la fine del 2022".

Il 90% della produzione viene confezionato in cartoncino riciclabile certificato. L'obiettivo dell'azienda è raggiungere il 95% entro la fine del 2022.

Segue

INALCA

www.inalca.it

Giovanni Sorlini, responsabile qualità, sicurezza e ambiente Inalca

Impianto di biogas nell'azienda agricola di allevamento di bovini da carne Corticella, situata a Spilamberto (Mo).

"Da oltre 20 anni la sostenibilità per Inalca è un asset strategico che coinvolge tutte le attività e i processi aziendali, con l'obiettivo di migliorare costantemente la gestione e gli impatti economici, ambientali e sociali lungo tutta la filiera bovina. L'impegno di Inalca si basa sull'individuazione di interventi operativi volti a ridurre gli impatti in ogni fase operativa, e sul loro allineamento alle aspettative degli stakeholder e, non ultimi, anche agli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite. Sono quattro i capisaldi sui quali si basa il percorso di sostenibilità: condivisione dei valori con il mondo agricolo, filiera integrata e sostenibile, controllo degli impatti e dei consumi e, infine, governance e trasparenza dei processi aziendali. Da sempre in Inalca la visione della sostenibilità è stata intrinsecamente legata al suo modello di business e sviluppo industriale. Da oltre due decenni, per esempio, l'azienda ha sviluppato una strategia nella gestione delle risorse energetiche che ha portato alla realizzazione di cinque impianti di produzione biogas, otto cogeneratori industriali, di cui due alimentati a biomasse e gli altri a metano, oltre a 11 impianti fotovoltaici. Oggi il 100% dell'energia utilizzata dall'azienda è autoprodotta, con l'obiettivo di raggiungere a breve quasi il 50% del fabbisogno energetico derivante da energia rinnovabile ottenuta con gli impianti solari e con biomasse di recupero provenienti da attività agricole e industriali del Gruppo. Grazie a questo sforzo, Inalca ha ridotto di 63.870 ton/anno le emissioni di CO_2, e ricava 31mila MWh di energia verde da 146mila ton di biomasse. Uno dei prossimi obiettivi già in cantiere riguarda la produzione di biometano liquido per autotrazione ottenuto da rifiuti e scarti agroindustriali: il bio-carburante prodotto verrà impiegato nelle flotte aziendali e i fertilizzanti risultanti dal processo verranno reimpiegati in agricoltura, ottenendo così una piena circolarità della filiera.

Ma oltre a questo, va considerato lo sforzo costante nell'uso efficiente di tutte le risorse naturali, come l'acqua, che viene integralmente gestita tramite un ciclo integrato completamente controllato dall'azienda che permette di avviare al recupero ogni anno 95.126 mc di acqua, pari a una colonna sterminata di 12mila autobotti. Infine, oltre a percorsi industriali di valorizzazione dei sottoprodotti, il 99% dei rifiuti è avviato al riciclo, recuperando ogni anno 4.250 ton di carta, 740 ton di plastica e 1.462 ton di alluminio e acciaio per gli imballaggi.

DANISH CROWN FOODS (TULIP)

www.tulipfood.it

Daniele Moggia, trade marketing & business development manager

Danish Crown intende azzerare il suo impatto ambientale entro il 2050.

"In Danish Crown Foods qualità, sostenibilità e sviluppo vanno di pari passo. L'azienda, che ha sede a Randers (Danimarca) ed è di proprietà di oltre 6mila allevatori danesi, ha assunto un ruolo attivo sul tema della sostenibilità: dal benessere del pianeta a quello degli animali, dal benessere dei propri dipendenti a quello dei milioni di consumatori che ogni giorno utilizzano i suoi prodotti. L'azienda ha una forte presenza in Italia e produce circa un quarto della pancetta a cubetti e del bacon consumati nel Bel paese sia sul canale retail che nel foodservice oltre a stinchi, costine, hamburger e i prodotti della gamma slow cooked. Crediamo che l'industria della carne abbia una grande responsabilità verso l'ambiente. Per questo Danish Crown Foods, leader europeo e uno dei principali produttori mondiali di carne, prende molto seriamente il suo ruolo impegnandosi quotidianamente nella tutela della natura e nella costruzione di un mondo migliore per le generazioni future. Danish Crown, quindi, rispetta rigorosamente i più elevati standard in tema di qualità, sicurezza e benessere animale - allevando animali in ambienti con spazi ampi e controllati in modo da impedire qualsiasi tipo di sofferenza -, e si impegna attivamente nella costante riduzione dell'utilizzo di antibiotici negli allevamenti - tanto che oggi è in grado di fornire a tutti i consumatori carne di maiale e alimenti prodotti senza l'utilizzo di antibiotici dalla nascita -. Oltre al benessere animale, l'azienda guarda al benessere per il pianeta: attualmente più del 90% della carne utilizzata da Danish Crown proviene da allevatori in possesso di certificati di sostenibilità e dalla filiera altamente controllata. L'impegno verso un mondo migliore e la riduzione dell'impatto ambientale passa anche tramite l'utilizzo di imballi riciclabili e dalla riduzione della plastica negli stessi senza dimenticare l'impegno dell'azienda verso l'efficienza dei trasporti in molti paesi, ad esempio, utilizza trasporti 'fossil free'. L'azienda, inoltre, ha ridotto di oltre il 25% dal 2005 il suo impatto climatico complessivo, attraverso l'acquisto di materie prime e mangimi sostenibili e certificati e con una mirata riduzione dei rifiuti, delle emissioni di CO_2 e degli sprechi sia di materie prime che di acqua. Danish Crown ha già raggiunto risultati superiori alla media ma non ha intenzione di fermarsi qui. L'azienda ha assunto l'impegno di ridurre le proprie emissioni del 50% entro il 2030 e si è posta l'obiettivo ancora più sfidante di produrre carne ad impatto zero entro il 2050".

CENTRO CARNI COMPANY

www.centrocarnicompany.com/it

Nicola Pilotto, direttore amministrazione e controllo di gestione

"Il nostro team di Ricerca e Sviluppo sta lavorando a pack e prodotti alternativi per favorire il riciclaggio degli imballi e intervenire così, positivamente, nell'impatto ambientale.

Inoltre, abbiamo a cuore anche l'utilizzo delle risorse energetiche: utilizziamo nella nostra produzione energia elettrica da fonti rinnovabili così come risulta dalla garanzia d'origine (g.o), certificazione rilasciata dall'attuale fornitore".

Il team di Centro Carni Company

VITELCO

www.vitelco.it / www.viteloke.it

Anneke Smit, sales support

"Nel rispetto della sostenibilità, Vitelco presenta Vitel-oké. Vitello di prima scelta di provenienza sostenibile e responsabile, Vitel-oké non è solo un marchio, è soprattutto un nostro convincimento e la nostra filosofia sin dal 2010. Per noi il benessere e la salute dei vitelli sono infatti una priorità. Vitel-oké è quindi sinonimo di allevamento in loco, ottime condizioni di stallaggio e cura premurosa degli animali. Da qualche tempo, la nutrizione salubre e consapevole è molto di più di una tendenza: è un nuovo stile di vita molto diffuso tra i consumatori. I cibi che mangiamo determinano il modo in cui viviamo e incidono in modo significativo sulla nostra salute, sul livello di soddisfazione e anche sulla nostra felicità. Per questo facciamo sempre più attenzione agli alimenti che consumiamo e alla loro provenienza. Con Vitel-oké definiamo un rapporto rispettoso tra i consumatori, gli animali e la natura. Già dal 2010 Vitel-oké ha stabilito nuovi standard di allevamento dei vitelli. Gli animali vengono alloggiati in gruppi consoni con i loro comportamenti sociali e hanno spazi adeguati, con abbondante luce diurna. I diversi tipi di mangimi somministrati sono di alta qualità e sempre accompagnati da acqua fresca sempre disponibile in abbondanza. Operiamo in collaborazione con allevatori locali nelle immediate vicinanze. Facciamo attenzione a effettuare i trasferimenti sulle distanze quanto più brevi e meno stressanti possibile: i tempi di viaggio sono quindi molto limitati e i veicoli adibiti al trasporto del bestiame sono dotati di aria condizionata e punti di abbeveraggio. Gli standard interni di Vitel-oké prevedono severi requisiti per la tutela del benessere degli animali: i prodotti, inoltre, soddisfano i criteri 'Beter Leven' (Migliore vita), il marchio di qualità caratterizzato da una stella. Nei Paesi Bassi, questo marchio di qualità è assegnato solo ai prodotti che soddisfano i requisiti di cura, produzione e legge in materia di benessere degli animali".

Vitel-oké è il vitello rosato di prima scelta di provenienza sostenibile e responsabile. La sua carne è di color rosa delicato, caratterizzata da un sapore aromatico.

COALVI - CONSORZIO DI TUTELA DELLA RAZZA PIEMONTESE

www.coalvi.it

Elisa Coalvi, responsabile dell'ufficio marketing del Consorzio

Il Fassone di Razza Piemontese nei pascoli d'alta quota.

"Coalvi, il Consorzio di Tutela della Razza Piemontese, rappresenta una filiera zootecnica che ha saputo affermare la sua dignità produttiva mantenendo nel tempo la sua dimensione e il suo rapporto col territorio. L'allevamento del Fassone di Razza Piemontese tutt'oggi si ritrova nelle classiche cascine di pianura e in quelle più piccole delle aree collinari e pedemontane, in aziende a conduzione familiare di limitate dimensioni: il numero medio di fattrici per stalla, secondo i dati del Libro Genealogico, supera di poco le 30 unità. Ciò che è singolare, rispetto alla stragrande maggioranza delle aziende che producono carne in Europa e nel resto del mondo industrializzato, non è tanto la dimensione, quanto piuttosto la forma di allevamento a ciclo chiuso, che vede sotto un'unica gestione le fattrici e i vitelli all'ingrasso, dalla nascita fino alla maturazione commerciale, nelle mani di uno stesso professionista: l'Allevatore, con la A maiuscola. Una simile organizzazione scongiura la concentrazione della fase di ingrasso in centri intensivi, mantenendola distribuita uniformemente sul territorio con evidenti vantaggi dal punto di vista ambientale. Allevamenti di siffatta dimensione mantengono infatti equilibrato il loro rapporto con il terreno disponibile: da un lato sono autonomi nell'approvvigionamento dei foraggi, dall'altro sono sostenibili nel razionale utilizzo delle deiezioni. A essere precisi, capita in realtà che alcune aziende non abbiano il posto per portare a maturazione tutti i vitelli che nascono. In questo caso quelli in eccesso vengono venduti dove si lamenta il problema opposto o dove non si allevano fattrici ma, l'ingrasso di qualche vitello, come avviene nelle aree collinari, è una piccola integrazione ad altre attività agricole tradizionali, come il vigneto o il noccioleto (permettendo, tra l'altro, di concimarli col letame prodotto dagli animali). In ogni caso, gli scambi avvengono sempre all'interno del suo areale tipico di produzione, che è essenzialmente la regione da cui la razza prende il nome, aggiungendo un'ulteriore ricaduta positiva sull'ambiente grazie alla riduzione dei trasporti su strada. Non va dimenticato, poi, che il Fassone di Razza Piemontese è uno dei protagonisti principali della transumanza che, in Piemonte, è largamente praticata. Ben sappiamo come lo sfruttamento dei pascoli d'alta quota sia la forma di manutenzione più efficace ed economica che si possa praticare, con le sue ricadute in termini di paesaggio e di tutela ambientale. C'è infine un altro particolare degno di nota, che concorre ulteriormente a contenere l'impatto di questo allevamento: la destinazione dei capi da macello. Nel 97% dei casi vengono indirizzati a stabilimenti ubicati all'interno dei confini regionali, con trasferte che si concludono in pochi chilometri: meno traffico sulle strade e meno inquinamento nell'aria".

HCC, ENTE DI PROMOZIONE DELLE CARNI ROSSE GALLESI

www.agnellogallese.it

Jeff Martin, responsabile Hcc Italia

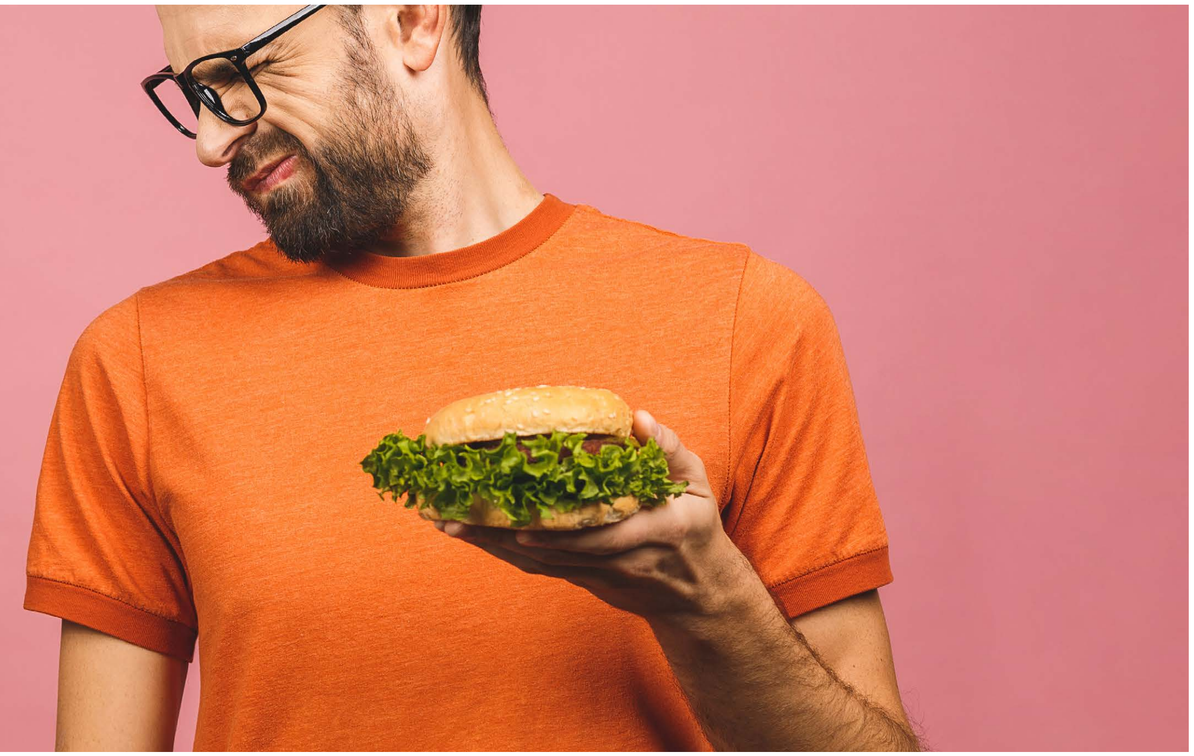
L'allevamento gallese sfrutta l'acqua piovana ed è in gran parte estensivo, pertanto rispettoso degli equilibri della natura.

"L'allevamento ovino e bovino gallese è sostenibile per natura. The Welsh Way è l'espressione con cui gli allevatori gallesi definiscono le 'loro pratiche di allevamento non intensivo e rispettoso dell'ambiente'. E non si tratta solo di un modo di dire: il Welsh farming rappresenta davvero uno dei modi più sostenibili al mondo per produrre carne di qualità. Il Galles è una terra dalle precise caratteristiche che hanno portato la stessa popolazione ad affrontare l'allevamento con un approccio completamente diverso da quello di altre parti del mondo. A cominciare dalla sua conformazione: l'80% dei terreni agricoli gallesi, infatti, non è adatto alla coltivazione, per questo l'allevamento di ovini e bovini è il modo più efficiente per trasformare terreni altrimenti inutilizzati in cibo e proteine di alta qualità. A differenza di altre regioni del globo, in cui le scarse risorse idriche sono utilizzate per coltivare o allevare, l'allevamento gallese sfrutta l'acqua piovana (le piogge qui sono molto abbondanti e frequenti) ed è in gran parte estensivo, pertanto rispettoso degli equilibri della natura. Inoltre, le tecniche di gestione dei pascoli messe in atto dai Welsh farmers aiutano a compensare le emissioni di carbonio mantenendole nel sottosuolo, dando in questo modo un contributo positivo alla mitigazione del cambiamento climatico. La gestione sostenibile e responsabile effettuata dagli allevatori gallesi è riuscita a creare un ambiente diversificato mantenendolo ricco di fauna selvatica e particolarmente adatto per l'allevamento di bovini e ovini. In questo modo l'allevamento gallese dà il suo contributo all'ambiente, alla sua salvaguardia e alla questione del cambiamento climatico. Un atteggiamento trasparente che il Galles da sempre ha voluto adottare e che oggi più che mai ha fatto suo, nel nome della più completa sostenibilità. La maggior parte dell'Agnello Gallese allevato ed esportato in Italia proviene da fattorie che partecipano attivamente al progetto agroambientale. Questi programmi sono creati per favorire la biodiversità, catturare il carbonio e creare acqua e aria pulite. Questa è la prova che gli allevatori gallesi comprendono l'importanza della sostenibilità non solo in relazione all'ambiente ma anche come volano per la crescita delle loro attività".

Fine

di Margherita Luisetto

ANIMALISTI DA STRAPAZZO



Facendo leva sulla popolarità, personaggi di spicco e opinion leader promuovono carne sintetica e alimentazione veg. Demonizzando gli allevamenti nel segno di un'ideologia green. Ma dietro ci sono anche altri interessi. Come quelli delle start up. E dei loro azionisti.

L'INFLUENZA DEI VIP VEGANI E AMBIENTALISTI

Star dello spettacolo, cantanti e attori. Ma anche magnati delle tecnologie. Cresce sempre più il numero di personaggi celebri che si dichiarano vegetariani, vegani, ambientalisti e che si schierano in prima linea nella difesa del pianeta. E c'è chi lo è in modo discreto e chi lo sbandiera ai quattro venti, invitando i loro milioni di follower a seguire il loro esempio. Vediamone alcuni.

Beyoncé
Con un post su Instagram, rivolto a 169 milioni di followers, la cantante confessa di seguire un'alimentazione vegan e consiglia ai fan di fare lo stesso. Non solo. Firmando la prefazione del libro di Marco Borges insieme al rapper Jay-Z, lancia una sfida: "Provate a farlo anche voi. Abbiamo tutti una responsabilità verso la nostra salute e verso quella del pianeta".

Bryan Adams
Il cantante canadese è vegano dal 1989 e da allora è un attivista per i diritti animali. Dal 2005 il suo motto è "Se ami gli animali, non mangiarli".

Joaquin Phoenix
L'attore Joaquin Phoenix è uno dei volti più celebri impegnati nella rivoluzione vegana promossa dal mondo dell'entertainment. Convinto che la rivoluzione vegana possa dare un enorme contributo alla risoluzione della crisi climatica, ha preso parte alla campagna Peta (People for the ethical treatment of animals), facendosi fotografare in una cucina circondato solo da frutta, all'insegna dello slogan: "Cambia il mondo dalla tua cucina. Diventa vegano". Nelle sue interviste definisce l'alimentazione a base di prodotti animali "assurda e barbarica", sostituendo alla parola "allevamento" il termine "massacro".

Dall'Europa agli Stati Uniti, il tema legato agli allevamenti e al consumo di carne è sempre più centrale nei dibattiti sulle politiche sostenibili. Tra le strategie a cui ricorrere, però, oltre al piano Ue 'From farm to fork' e a tutto quello che comporta (come la riduzione dell'utilizzo dell'acqua, lo stop agli antibiotici e la salvaguardia delle biodiversità), sta aumentando in modo esponenziale la spinta verso la carne sintetica. Soprattutto ora, in vista del Vertice mondiale sui sistemi alimentari (New York, settembre 2021), che si svolgerà in concomitanza con l'Assemblea generale delle Nazioni Unite. Percepita come una soluzione alle sfide ambientali, la produzione e il consumo di carne sintetica è promossa da personaggi dello spettacolo, da magnati della tecnologia e da opinion leader al di fuori della comunità agricola. Ultimo eclatante caso le dichiarazioni di Bill Gates, fondatore di Microsoft Corporation. Ma cosa c'è dietro? E quali vantaggi offre la carne sintetica?

Bill Gates: "I Paesi ricchi dovrebbero mangiare carne sintetica al 100%"

Le dichiarazioni del magnate Bill Gates hanno avuto un impatto 'sismico', soprattutto per la portata del personaggio. In un'intervista rilasciata alla rivista scientifica MIT Technology Review, in occasione della pubblicazione del suo ultimo libro 'Clima. Come evitare un disastro. Le soluzioni di oggi. Le sfide di domani', Bill Gates afferma: "I Paesi ricchi dovrebbero mangiare carne sintetica al 100%. […] Ci stiamo avvicinando a grandi passi a un disastro climatico senza precedenti. Per evitarlo dovremmo cominciare a cambiare la nostra alimentazione, passando ad esempio al consumo di manzo sintetico e a prodotti alternativi a base vegetale". E ancora: "Non credo che gli 80 Paesi più poveri al mondo potranno mai mangiare carne coltivata, le cui tecniche di produzione sono piuttosto costose. Proprio per questo mi appello alle Nazioni politicamente e tecnologicamente più avanzate, in grado quindi di sostenerne i costi. Una strategia, questa, che consentirebbe di ridurre in maniera drastica l'inquinamento ambientale". A chiarimento di queste dichiarazioni, Bill Gates riporta le ultime stime pubblicate dalla Fao: 223 milioni di tonnellate di carne consumate nel 2020 che, entro il 2050, saliranno a 465 milioni. Cifre che, a suo dire, spaventano per l'impatto che hanno sull'ambiente. Ma c'è 'solo' questo? No. Vale la pena ricordare, infatti, che il magnate è uno dei principali azionisti di Beyond Meat, cioè la società americana che realizza carne a base vegetale, quotata in borsa dal 2019. Bill Gates, nella veste di filantropo (miliardario), altro non è che un'azionista che, cavalcando l'onda della 'Environmental sustainability' vuole convincere il mondo (ricco) che la carne sintetica sia la soluzione per salvare il pianeta. Un'ipotesi così lontana dalla realtà che altro non fa che convincerci che, dietro a tutto questo, ci sia solo un'accurata operazione di marketing.

Il settore zootecnico europeo: "Dichiarazioni inaccurate"

Non esistono certezze sull'efficacia dell'abbandono della carne animale a favore di quella vegetale per l'ambiente. Come spiega European Livestock Voice, il gruppo multilaterale di partner europei attivi nel settore zootecnico, non è stato sufficientemente valutato, ad esempio, l'impatto di carbonio delle alternative sintetiche alla carne, che potrebbero non essere benefiche quanto ci si aspetti. Da dove verrebbe il siero necessario per produrre il tessuto in coltura? Quale sarebbe il dispendio energetico necessario per coltivare quei tessuti? Quali antibiotici, fungicidi o ormoni sarebbero necessari per controllare la produzione? Con una lettera aperta, European Livestock Voice denuncia: "Questa visione della produzione di carne tramite tecnologie all'avanguardia è paradossale e spiegata male al grande pubblico. Per noi, professionisti dell'allevamento europeo, questo punto di vista e il modello che sostiene deve essere discusso pubblicamente in modo da rendere noti tutti gli impatti sociali, ambientali, economici e sulla salute pubblica. Affermare che una dieta priva di 'vera carne' e un'Europa senza allevamento siano risposte alle sfide poste dal cambiamento climatico è inaccurato e questo potrebbe rivelarsi catastrofico per la nostra alimentazione, i territori, l'ambiente, la diversità e la cultura". Sul fronte della salute, poi, il gruppo di allevatori spiega che bisogna considerare che i complessi nutrienti naturalmente presenti nella carne (vitamine, oligoelementi, ecc...) sono difficilmente replicabili. Esistono inoltre preoccupazioni anche per la sicurezza dell'approvvigionamento alimentare che un passaggio alla carne sintetica potrebbe generare nei Paesi che fanno affidamento sulle nostre esportazioni di bestiame e carne, per non parlare del crescente squilibrio che potrebbe creare tra i diversi attori della filiera o dell'impatto che potrebbe avere sull'accessibilità del prezzo delle proteine della carne per i consumatori.

Beyond Meat e Impossible Foods e il sostegno delle star

Beyon Meat nasce a Los Angeles nel 2009 dall'intuito di Ethan Brown, ceo della società, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale derivato dalla produzione di carne animale. L'offerta di Beyon Meat non è solo destinata a un pubblico di vegani o vegetariani: il suo scopo è quello di offrire a tutti i consumatori un'alternativa gustosa e a basso impatto ambientale. La società, che sta crescendo in modo esponenziale (+859% post IPO del 2019, e quotazioni raddoppiate nel 2020), vanta ottime prospettive di crescita, alimentate anche da partnership chiave recentemente siglate con alcuni giganti del fast food, come Mc Donald's, Taco Bell's e Pizza Hut di Yum Brands. In meno di una decade ha conquistato importanti personalità del mondo del business e dello spettacolo. Tra questi, il fondatore di Microsoft Bill Gates, l'attore Leonardo Di Caprio e il co-fondatore di Twitter Biz Stone, azionisti della società. In una recente intervista, Di Caprio ha dichiarato: "Il passaggio dalla carne animale alle carni vegetali sviluppato da Beyond Meat è una delle misure più potenti che si possa adottare per ridurre l'impatto sul clima. La capacità dell'azienda di creare carni appetitose e salubri direttamente dalle piante avrà un ruolo molto importante nella lotta per la tutela dell'ambiente". È recente anche il messaggio sui social in cui Di Caprio esorta oltre 37 milioni di persone tra Facebook e Twitter a cambiare alimentazione, almeno una volta alla settimana: "Se ogni persona negli Stati Uniti sostituisse un solo hamburger di manzo alla settimana con un hamburger vegetale di Beyond Meat sarebbe come eliminare dalle strade 12 milioni di automobili".

Il principale concorrente di Beyond Meat è Impossible Foods. Fondata nel 2011 in California da Patrick Brown, l'azienda nasce con lo scopo di fornire benefici nutrizionali offrendo una carne sintetica frutto di una ricerca molecolare. Per far ciò, seleziona specifiche proteine e nutrienti dalle piante per ricreare l'esperienza specifica della carne e dei prodotti caseari. Anche in questo caso, sono molteplici le star che sostengono l'iniziativa. Tra le più conosciute, segnaliamo la tennista Serena Williams, il rapper Jay-Z e la cantante Katy Perry.

Brad Pitt
Da tempo ambientalista e animalista, l'attore è anche produttore di Okja, un film realizzato dal coreano Bong Joon per Netflix, la cui vicenda ruota intorno a una ragazzina, Mija, e al suo miglior amico, il super maiale Okja. La 'favola nera' narrata nel film sottende però una vera e propria denuncia di come la produzione industriale di carne da macello possa diventare una vera piaga.

Moby
Musicista a cui piace far scalpore, per motivi musicali e non, Moby ha postato su Instagram (451mila followers), la foto di un suo tatuaggio: le parole 'VEGAN FOR LIFE', tutte in maiuscolo e ben visibili, stampate sul collo. E scrive: "Sono vegano da quasi 32 anni. Quindi, lavorare per i diritti degli animali e per la liberazione degli animali è il lavoro della mia vita".

Zac Efron
Intervistato da Il Sole 24 Ore, in occasione del 50° anniversario dell'Earth Day, l'attore spiega a cosa rinuncerebbe per ridurre i consumi: "La carne. Ridurre il suo consumo non è solo utile per l'ambiente, ma per se stessi. Ho provato la dieta vegan e mi ha cambiato completamente la vita. È come se il cibo, invece di appesantirmi, divenisse pura energia per il mio corpo".

Paul McCartney
Per il 2021 Paul McCartney, ex bassista dei Beatles, appoggia la campagna 'Veganuary', l'iniziativa nata in Uk per sensibilizzare la riduzione del consumo di carne, pesce o cibo proveniente da fonti animali.

James Cameron
Il regista è ambientalista e vegano dal 2011. Nel 2019 ha diretto e prodotto il documentario The Game Changers con l'obiettivo di raccontare la vita di atleti, militari, scienziati e icone culturali che hanno scelto di seguire un'alimentazione senza carne e dimostrare che non servono prodotti animali per vivere bene. "Dobbiamo sfatare il mito che occorrano proteine animali per diventare veri uomini".

di Margherita Luisetto

SPECIALE AVICOLO

Ottimi i risultati del comparto nel 2020. Con incrementi delle vendite a volume e a valore. Il settore dimostra di saper cogliere le esigenze del consumatore offrendo referenze innovative in linea con i moderni trend.

In Italia le carni bianche continuano a registrare buone performance. Secondo i dati rilevati da Iri, i volumi di carni bianche venduti nel 2020 negli iper e nei supermercati, ma anche nel Libero servizio piccolo e nei discount, ammontano a oltre 310mila tonnellate, in aumento del 5% rispetto all'anno precedente. L'incremento ha riguardato, in particolare, sia il prodotto naturale (+4,4%), sia il prodotto elaborato (+6,8%), con velocità superiore per quanto riguarda i prodotti calibrati, rispettivamente +13,3% e +7,6% (Fonte Iri). Quali sono le principali motivazioni del successo delle carni bianche? Sotto il profilo nutrizionale, gli italiani scelgono sempre più le carni bianche perché rispondono perfettamente alla crescente domanda di benessere e salute. Il comparto, poi, ha dimostrato di essere ricettivo nel cogliere le esigenze del consumatore moderno. Ampliando l'offerta, in particolar modo, con un ventaglio di referenze elaborate che vanno a soddisfare pienamente la ricerca dei prodotti innovativi, facili da preparare, ma anche antibiotic-free. La carne avicola, proposta nelle sue svariate sfaccettature, offre poi la garanzia di acquistare sempre un prodotto 100% italiano, sicuro e sottoposto a rigidi controlli sull'intera filiera.

I DATI DEL COMPARTO AVICOLO ITALIANO NEL 2020

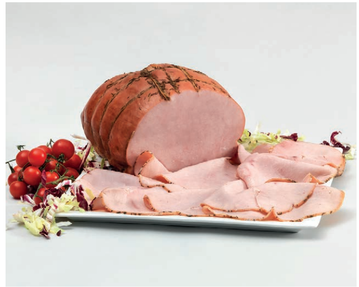
In Italia sono presenti 6.405 allevamenti (con un numero di capi superiore a 250). Il comparto conta 64mila addetti, di cui 38.500 allevatori e 25.500 addetti alla trasformazione. Attualmente sono attivi circa 170 macelli e oltre 450 laboratori di sezionamento. Il numero di capi immessi in allevamento (totale generale avicoli) è di circa 630 milioni di capi. Le prime stime di produzione indicano circa 1 milione e 400 mila tonnellate di carni avicole prodotte nel 2020. La stima sui consumi apparenti indica un consumo totale di circa 1 milione e 300mila tonnellate per un consumo apparente pro-capite di circa 21 Kg annui. I consumatori dei prodotti del comparto avicolo effettuano i loro acquisti per la maggior parte attraverso la Gdo e il dettaglio tradizionale (pollerie e macellerie). Circa il 25-30% del prodotto è destinato all'Horeca.

GOLDENFOOD
www.goldenfood.it

"Per tutti i suoi prodotti, Goldenfood ha da sempre puntato sull'alta qualità del prodotto offerto, materie prime selezionate, ingredienti, tecnologia di produzione e cottura", spiega Francesco Calzoni dell'ufficio qualità. "Per i prodotti avicoli queste caratteristiche si concentrano in uno dei prodotti avicoli top di gamma offerti da Goldenfood: la Fesa suprema di tacchino arrosto, quanto di meglio si possa trovare sul mercato per prodotti dell'industria". Come fanno sapere dall'azienda, la Fesa suprema di tacchino arrosto è realizzata con il petto anatomico intero con sterno di tacchino maschio fresco, esclusivamente di origine italiana, privato della pelle e del grasso sottocutaneo in modo da garantire un tenore di grassi molto basso, decisamente idoneo alla dieta dei consumatori più esigenti.

"Cresce il take away"

"Il 2020 è stato un anno difficile in termini di volumi e valore causa della pandemia Covid-19. Il bilancio annuale ne ha ovviamente risentito ma il mercato dopo la prima fase di lockdown forzato ha tenuto grazie al consumo di prodotto pre-affettato. Anche noi, infatti, infatti, abbiamo registrato un incremento delle vendite di prodotto pre-affettato e confezionato in Atm", spiega Calzoni. "Oltre a produrre arrosti in tranci destinati al banco taglio forniamo anche aziende specializzate nell'affettamento e confezionamento. Di conseguenza il 'danno' non è stato così grave".



Fesa Suprema di Tacchino Arrosto

La Fesa suprema di tacchino arrosto è realizzata con il petto anatomico intero con sterno di tacchino maschio fresco, esclusivamente di origine italiana. La materia prima, dopo aver superato tutti i controlli previsti durante la fase di accettazione, viene stoccata all'interno di celle di refrigerazione per 24 ore, al fine di garantire la perfetta temperizzazione della carne prima delle successive lavorazioni. Al petto viene poi iniettata una salamoia (frutto di una ricerca volta alla garanzia in merito all'assenza di allergeni, lattosio e altri prodotti derivati dal latte, glutine, glutammato monosodico, Ogm) in percentuale modestissima rispetto ai maggiori competitor presenti sul mercato. Il semilavorato così ottenuto viene trasferito alla fase di zangolatura, un delicatissimo e prolungato massaggio necessario affinché tutti gli ingredienti possano esprimere, nel prodotto finito, le loro caratteristiche in modo omogeneo. Terminata la fase di massaggio, il semilavorato viene legato a mano da personale altamente qualificato in modo da ottenere una forma particolare, artigianale e accattivante, arricchita a mezzo di una manciata di rosmarino in foglia sulla parte superiore. Viene quindi trasferito all'interno dei forni, dove, un procedimento molto lento di cottura a vapore e una leggera doratura finale, conferiscono al prodotto la compattezza, la consistenza, l'aroma, la fragranza e il colore desiderati.

Ingredienti
Fesa di tacchino, sale, destrosio, fruttosio, aromi. Antiossidante: E301. Conservante: E250. Senza glutine (<20ppm).

Packaging
Sacco in OPA/ALL/PE.

Tempi di scadenza
90 gg.

"Crescita produttiva e aumenti dei consumi interni"

Autosufficienza, sicurezza e alto contenuto di servizio sono alcuni dei driver che permettono al settore di performare bene anche in tempo di crisi. In un'intervista esclusiva, Antonio Forlini, presidente di Unaitalia, illustra trend, criticità e obiettivi del settore.

Come giudica l'andamento del settore avicolo?

Il settore avicolo, grazie alla sua totale autosufficienza e alla filiera integrata, è da sempre in grado di ottimizzare l'offerta in base alle esigenze del mercato, e ha conseguito, nel tempo, costanti incrementi produttivi e aumenti dei consumi interni. I dati di macellazione (+1% i capi di pollame nei primi undici mesi 2020) sono rappresentativi, nonostante la pandemia, di una stabilità dei volumi sia offerti che consumati, che caratterizza, ancora una volta, il settore avicolo come uno dei più resilienti agli stati di crisi.

Avete registrato un cambiamento nelle scelte di acquisto dei consumatori?

Per quanto riguarda le carni avicole fresche, nel 2020, la spesa delle famiglie è in aumento del 9,6% in valore, grazie alla crescita dei volumi (+7,8%) associata a un lieve incremento dei prezzi. Il settore, godendo dei vantaggi di un mercato nazionale autosufficiente e caratterizzato da forte integrazione verticale, non ha accusato, a differenza degli altri comparti carnei, problemi legati alla dipendenza dall'estero. Tra i comparti carnei quello avicolo, inoltre, è il settore che più ha sviluppato la linea degli elaborati e dei confezionati, riuscendo a dar maggior durabilità e flessibilità ad una buona parte dei propri prodotti. Questo fattore è stato determinante per raggiungere sia i consumatori che cercavano piatti elaborati da preparare velocemente, ma soprattutto quelli che, in questo particolare momento, cercavano un prodotto con tempi di conservazione più lunghi. Tali aspetti hanno premiato il settore avicolo anche in relazione allo spostamento dei consumi che si è verificato dalla piccola ristorazione (bar, mense, self service, ecc.) verso i consumi domestici.

A quali altri aspetti è attento il consumatore?

Oltre al tipo di allevamento e al benessere dell'animale, l'attenzione dei consumatori si rivolge da tempo anche al packaging e all'impatto ambientale. Inoltre, una caratteristica propria della domanda delle famiglie italiane in termini di consumo è quella del prodotto 100% italiano: la nostra filiera è di fatto completamente italiana e il consumatore premia questo aspetto, riconoscendogli un valore aggiunto in termini di sicurezza alimentare e tracciabilità. L'orientamento all'innovazione e alla qualità dell'intera filiera – che rendono la realtà italiana modello per la zootecnia internazionale ed europea – permettono, dunque, di rispondere alla domanda di un consumatore sempre più attento alla provenienza dei prodotti e all'impatto ambientale. Le aziende avicole italiane hanno posto al centro dell'attenzione temi come benessere animale e sostenibilità a 360° per andare incontro non solo alle preferenze del consumatore, ma anche per rispondere positivamente alle sfide della sostenibilità ambientale delle produzioni.

Il settore sta affrontando alcune importanti criticità. In primis l'aumento del costo delle materie prime. Qual è la sua posizione?

L'impennata preoccupante dei prezzi delle materie prime, per le quali scontiamo la dipendenza dall'estero, ha ripercussioni pesanti sul costo dei mangimi, che incidono fortemente sul totale del costo di produzione. A gennaio del 2021 le materie base per i mangimi hanno subito in media un rincaro del 40% rispetto allo stesso periodo del 2019. Il nostro è un settore fortemente resiliente e gli andamenti positivi che lo hanno caratterizzato da quando è scoppiata la pandemia lo dimostrano. Ciononostante, gli elevati costi delle materie prime non potranno essere a lungo assorbiti dalla filiera e potranno avere un impatto sui prezzi del prodotto finito.

Cosa sollecita alle istituzioni?

Come Unaitalia sentiamo il dovere di chiedere attenzione verso tutto il comparto agricolo e zootecnico che va sostenuto sia grazie alle risorse previste nel cd Recovery Fund che nelle dinamiche internazionali, dove spesso il settore rischia di diventare pura merce di scambio con i Paesi terzi. Auspichiamo che l'Italia in sede europea possa esprimersi con forza contro la ratifica dell'accordo Ue-Mercosur e tutelare così sia i consumatori che la filiera agroalimentare, fatta di realtà come quella avicola che può vantare un primato di autosufficienza a livello nazionale.

E cosa chiedete alla distribuzione?

Analogamente chiediamo di porre la necessaria attenzione al ruolo essenziale che le filiere produttive e quelle distributive hanno nei confronti del consumatore, evitando pratiche commerciale sleali (es. aste al doppio ribasso) che troppo spesso comprimono i margini degli anelli più deboli della filiera e mettono in discussione la qualità dei prodotti e, in ultima istanza, le esigenze dei cittadini consumatori.

Antonio Forlini

Accordo commerciale Mercosur: quali scenari si delineerebbero per il comparto avicolo con la ratifica dell'accordo?

L'accordo permetterebbe l'ingresso in Europa di ulteriori ingenti quantità di carni avicole dal Brasile, con standard di qualità e sicurezza alimentare ben al di sotto di ciò che l'Italia e l'Europa garantiscono ai propri consumatori. La ratifica dell'accordo significherebbe aggiungere importazioni di carni bianche in Europa dal Sudamerica per una quota pari alla produzione di Danimarca, Finlandia e Svezia messe insieme, con il serio rischio di creare effetti negativi per le produzioni europee ed italiane in termini di competitività ed equilibri produttivi.

Come sta affrontando il tema della sostenibilità il settore avicolo?

La zootecnia italiana mira nel suo complesso a raggiungere importanti traguardi in tema di sostenibilità che va affrontata con una visione globale, tenendo conto di tutte le variabili che la compongono: impatti ambientali, benessere animale, accesso al cibo e, non ultimo, la tenuta economica delle produzioni. La filiera avicola italiana deve avere come principale obiettivo quello di continuare a garantire un livello di approvvigionamento di carni bianche in linea con le richieste dei consumatori e con l'andamento del mercato, avendo a cuore l'accesso a questa proteina per tutte le fasce di popolazione, in particolare per quelle più deboli. Perché ciò sia possibile, è necessario che le aziende della filiera continuino a produrre proseguendo nell'impegno finalizzato al miglioramento degli standard di benessere animale e sicurezza alimentare, aumentando, al contempo, l'efficienza della filiera in termini di consumo di risorse naturali: la grande sfida che ci attende sarà quella di produrre di più consumando meno risorse.

La filiera ha già dimostrato di lavorare in questa direzione...

Sì, le imprese della filiera avicola hanno investito negli anni milioni di euro su progetti che vanno in questa direzione e in tutti gli anelli della filiera (dalla mangimistica, ai trasporti, agli allevamenti e negli stabilimenti di trasformazione). Crediamo che questa visione possa essere ulteriormente supportata all'interno del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza al vaglio del Governo, perché questo percorso già in essere divenga sempre più diffuso su larga scala.

Segue

AMADORI
www.amadori.it

Amadori si contraddistingue sul mercato avicolo italiano sia per la qualità dell'offerta che per l'ampiezza e la differenziazione del suo portafoglio (oltre 500 prodotti e 1.500 referenze), costruita pensando a tutti i segmenti del mercato - dalla Gdo al normal trade fino all'Horeca -. "Anche nel 2020 abbiamo puntato sui prodotti di qualità, investendo in particolare sull'ulteriore sviluppo delle nostre filiere d'eccellenza: pollo e tacchino Qualità 10+, pollo Il Campese e la filiera del pollo BIO, che continua a registrare importanti step di crescita", spiega Emiliano Di Lullo, direttore marketing del Gruppo. "Crediamo fortemente, infatti, che il consumatore è e sarà sempre di più attento ai requisiti di qualità, sicurezza, naturalità ed eccellenza del prodotto alimentare. E delle carni in particolare, prodotto per sua natura delicato, specie se acquistato fresco".

Innovazione negli elaborati

Sul fronte dei prodotti elaborati, Amadori ha presentato importanti novità. "Con l'obiettivo di garantire sempre un'offerta innovativa e di qualità, abbiamo innanzi tutto lanciato una gamma di impanati con pezzi anatomici e muscolo intero, confezionati sia per il libero servizio ma anche sfusi per il canale normal trade e la gastronomia, che rappresentano il meglio della nostra produzione, perché provenienti dalla filiera premium Qualità 10+, con polli e tacchini allevati senza uso di antibiotici, in strutture in cui possono razzolare beneficiando di densità inferiori rispetto ai limiti di legge, e alimentati con mangimi esclusivamente vegetali e no Ogm. Sempre nel 2020 abbiamo proposto a scaffale un'ulteriore novità di prodotto: le "Salsicce Regionali". Salsicce realizzate con carni di pollo, tacchino e suino 100% italiani, arricchite da ingredienti eccellenti provenienti da tre diverse zone d'Italia (Veneto, Roma e Puglia), alcuni anche a denominazione. Queste nuove referenze rafforzano una sottocategoria, quelle delle salsicce, dove vogliamo consolidare la nostra leadership con connotati fortemente identitari, legati alla 'territorialità' e ai sapori tipici".

Linea Il Campese

Amadori rilancia la linea de "Il Campese" confezionato (che include busto, pollo in parti, macinato, fettine, tagliata, straccetti e alette) aggiungendo ulteriori requisiti in termini di innovazione di prodotto. Oggi si presenta in nuove vaschette a peso fisso confezionate in LID, una tecnologia di packaging che, oltre a garantire una conservazione ideale del prodotto fresco, lo presenta esteticamente in maniera ancora più moderna e premium.

Caratteristiche

'Il Campese', eccellenza dell'offerta Amadori, è un pollo a lento accrescimento, allevato all'aperto senza uso di antibiotici, alimentato con mangime vegetale e no Ogm e lavorato utilizzando solo energia da fonti rinnovabili. Le nuove referenze vantano un alto contenuto di servizio, pronte per essere cotte e gustate. Presentano inoltre tagli innovativi, dai formati ridotti e studiati per le scelte d'acquisto delle famiglie moderne.

BACALINI - ORMA GROUP
www.bacalini.it/it

Bacalini, il marchio dell'azienda marchigiana Orma Group, presenta i suoi prodotti di punta: la Galantina di pollo, il tacchino in porchetta 'RePavo' e la fesa di tacchino. "Anche nel 2020 queste due referenze si sono riconfermate come prodotti trainanti da banco", sottolinea Virginia Bacalini, responsabile marketing dell'azienda. "La Galantina di pollo è un tipico piatto della tradizione marchigiana, mentre il tacchino in porchetta 'RePavo' si caratterizza per essere la prima porchetta con carne di tacchino. Per soddisfare appieno le esigenze del mercato, poi, lo scorso anno abbiamo avviato con successo la produzione di affettati in Atm. Nonostante la pandemia, quindi, possiamo affermare di essere abbastanza soddisfatti dai risultati ottenuti nel 2020, avendo chiuso il bilancio con una contrazione in volume intorno al 5% e con un valore sostanzialmente immutato rispetto al 2019".

"La pandemia ha spinto verso il consumo di preaffettati in vaschetta"

Secondo i risultati presentati dall'azienda, nel 2020 l'andamento del settore avicolo si è dimostrato sostanzialmente stabile nei consumi, rispetto alle altre tipologie di carni. "La pandemia ha sicuramente influito sulla scelta d'acquisto da parte dei consumatori: ad esempio è fortemente cresciuta la richiesta di prodotti già imbustati e in Atm, a discapito del servizio da banco. Un orientamento che, a nostro avviso, non è dettato solo dalla situazione particolare che sta attraversando il nostro Paese, ma diventerà uno stile di vita, avendo sempre di più il consumatore moderno la necessità di ridurre i tempi di acquisto nel punto vendita, privilegiando i prodotti di altissima qualità, con crescente attenzione per realtà artigianali regionali".

Galantina di pollo Atm / Tacchino in porchetta Atm

La Galantina di pollo è un prodotto tipico marchigiano, realizzato con pollo disossato e farcito con impasto di carne, uova e verdure. Il Tacchino in porchetta è un tacchino cotto arrosto con erbe aromatiche (rosmarino, pepe, finocchetto selvatico). Entrambi i prodotti sono proposti anche affettati e confezionati in Atm.

Ingredienti

Galantina di pollo: pollo, mix di carni, uova, olive nere e verdi, sedano, pistacchi, carote, limone, parmigiano reggiano, mortadella, sale iodato, pepe, aromi naturali.
Tacchino in porchetta: tacchino, pepe, amido, sale iodato, aromi naturali.

Packaging

Vaschetta confezionata in Atm da 150 g ca.

Tempi di scadenza

Tra i 20 gg e 25 gg.

CAPPONI & SPOLAOR
www.capponispolaor.it

"Anche la nostra linea di Tacchino Reale rispecchia la filosofia aziendale voluta dai fondatori, Oliviero Spolaor e Rita Capponi, ovvero la qualità senza compromessi". Esordisce così Giulia Spolaor, head of sales and administration di Capponi&Spolaor, l'azienda di Santa Lucia di Piave (Tv) tra i principali produttori di arrosti di alta qualità sul mercato. E spiega: "Grazie alla ricetta studiata e messa a punto negli anni siamo riusciti ad esaltare la delicatezza propria della carne di tacchino, ma, allo stesso tempo, a darle carattere". La linea 'Reale' è composta infatti dal classico Tacchino Reale al naturale, dall'estivo e fresco Tacchino Reale Menta e Lime, dall'elegante Tacchino Arancia e Miele e infine dall'autunnale Tacchino all'Aceto Balsamico.

"Un settore in crescita"

"Nonostante l'anno, come tutti sappiamo non sia stato facile, il comparto dell'avicolo nella nostra azienda è riuscito a mantenersi stabile rispetto all'anno precedente". Tracciando un quadro dello stato del comparto, Capponi&Spolaor conferma che il settore è in continua evoluzione e in costante crescita: "La forza di questo comparto è dovuta principalmente al fatto che il consumatore è sempre più alla ricerca di un prodotto sano, ricco di proteine e povero di grassi".

Petto di tacchino Reale

Petto intero di tacchino fresco, rifilato a mano e cotto in rete. Un'arrosto dal gusto semplice che rispecchia la migliore tradizione della cucina italiana. Senza allergeni, senza derivati del latte e senza glutine.

Ingredienti

Petto di tacchino, sale, destrosio, fruttosio, aromi, antiossidante: E301, stabilizzante: E451; conservante: E250.

Packaging

Sacco sottovuoto in alluminio.

Tempi di scadenza

120 gg.

segue

IL MONDO DEL ROAST BEEF

GoldenFood lifeisgood:
mangiare bene per vivere meglio

GOLDENFOOD S.r.l.
via San Pietro, 56 - Roè Volciano (BS)
info@goldenfood.it www.goldenfood.it
www.ilmondodelroastbeef.it

GOLDEN FOOD

IL MONDO DEL ROAST BEEF

GOLDEN ROAST BEEF
Cuore di Lombata di Manzo

COD. ART.
GR001

PESO NETTO
3,2 KG. CIRCA

DISPONIBILE ANCHE PER PRIVATE LABEL

IT-111-020

PUNTA D'ANCA ALL'INGLESE
Punta d'Anca di Vitellone

COD. ART.
PD001

PESO NETTO
3 KG. CIRCA

DISPONIBILE ANCHE PER PRIVATE LABEL

IT-111-003

BLACK ANGUS ALL'INGLESE
Fesa di Black Angus

COD. ART.
BA001

PESO NETTO
2,2 KG. CIRCA

DISPONIBILE ANCHE PER PRIVATE LABEL

IT-111-019

ROAST BEEF POLPA DI MANZO ALL'INGLESE
Sottofesa di Vitellone

COD. ART.
RB001

PESO NETTO
3,4 KG. CIRCA

DISPONIBILE ANCHE PER PRIVATE LABEL

IT-111-006

ROAST BEEF PIT BEEF
Sottofesa di Manzo

COD. ART.
BE003

PESO NETTO
3 KG. CIRCA

DISPONIBILE ANCHE PER PRIVATE LABEL

A MARCHIO E IN PRIVATE LABEL IL ROAST BEEF GOLDENFOOD È SEMPRE UN'OTTIMA SCELTA.

- *100% naturale*
- *Privo di conservanti*
- *Senza latte e derivati*
- *Senza allergeni*
- *No OGM*

GOLDEN FOOD *lifeisGood*

MARTINI ALIMENTARE
www.martinialimentare.com

Martini Alimentari vanta a catalogo differenti tipologie di carni avicole: dalle più ricche e gustose, alle più leggere e delicate. "Questa ampia varietà 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", spiega Gianni Ceccarelli, direttore commerciale. "Inoltre, il controllo sull'intera filiera e la scelta di allevare i nostri animali secondo particolari criteri di benessere garantiscono carni che si contraddistinguono per essere sane e naturalmente gustose".

"Il mercato cerca prodotti sani e pronti a cuocere"

"Il comparto è in costante evoluzione e l'andamento nel 2020 ha visto un aumento a volume e a valore. Questa tendenza l'abbiamo verificata per tutte le diverse lavorazioni con una leggera variazione rispetto ai pronti da cuocere, che hanno fatto registrare un ulteriore incremento, a causa della preferenza dei consumatori verso prodotti che offrono, insieme al gusto, anche un'estrema versatilità e velocità di preparazione. I consumatori hanno concentrato la loro spesa alimentare su cibi sani e nutrienti, come appunto le nostri carni, e in particolare quelle avicole che per la loro leggerezza sono adatte all'alimentazione di diverse categorie di consumatori".

Mini Spiedini di pollo
I Mini Spiedini sono fatti per rallegrare ogni tavola e ogni momento, da stuzzicanti, veloci aperitivi fino alle cene più ricche. Pronti in pochi minuti, sono prodotti con carni italiane accuratamente selezionate.
Peso medio/pezzature
300 g.
Confezionamento
Top seal.
Tempi di scadenza
10 gg.

DELICATESSE
www.delicatesse.it

La trasformazione di carne avicola è da sempre il core business di Delicatesse. Tanto che, in 55 anni di storia, l'azienda ha ideato più di 200 proposte diverse, la maggior parte delle quali sono ancora in gamma e apprezzate dai clienti. "Quando si parla di prodotti a base di carne avicola penso che la sfida principale sia quella di sposare la salubrità della materia prima e il basso contenuto di grassi con il gusto e la gradevolezza al palato. La carne di pollo e di tacchino, infatti, se non ben lavorata, può risultare asciutta e di scarso sapore", sottolinea il direttore marketing Stefania Bianchi. "Credo che negli anni siamo stati in grado di ottenere dei risultati ottimi a partire da queste materie prime sia grazie alle nostre ricettazioni che grazie alle metodologie di cottura. Riponiamo molta attenzione nella lavorazione delle carni: scegliamo accuratamente le materie prime, limitando al minimo la lista degli ingredienti, con l'obiettivo di preservarne la salubrità ed esaltarne il gusto, prestando anche la massima attenzione ad allergie e intolleranze". Tracciando un quadro della situazione, l'azienda afferma che "Nel 2020 il comparto avicolo ha registrato la medesima flessione delle altre carni, senza differenze significative. Forse si ha una percezione di maggiore perdita di valore sulla carne di tacchino semplicemente per il fatto che è quella che, a volume, incide maggiormente sulla nostra produzione. In linea di massima hanno performato bene le proposte rivolte alla Gdo e meno bene quelle specifiche per l'Horeca, ma in entrambi i casi senza particolare incidenza della carne avicola sulle altre".

"Il consumatore cerca salubrità, sostenibilità e servizio"

La forza del settore, secondo Stefania Bianchi, risiede nel fatto che la carne avicola sia, da sempre, quella più versatile, adatta per l'alimentazione dei bambini così come per chi segue diete o regimi alimentari salutistici. "Negli ultimi anni abbiamo notato una maggiore consapevolezza da parte del consumatore circa la salubrità e la sostenibilità dei prodotti che acquista. All'interno del settore avicolo questo si riversa nella propensione alla ricerca di plus come il benessere animale, l'allevamento biologico e senza antibiotici. Inoltre, nonostante la riscoperta dello stare in cucina avvenuta nel corso del 2020, le ricette ad alto contenuto di servizio, rivolte sia al consumatore finale che agli operatori, hanno un ruolo fondamentale sul mercato. Mai come oggi il consumatore si lascia ispirare dai social ed è alla ricerca di ricette veloci e sfiziose".

Pollo al limone
Petto di pollo in taglio anatomico cotto con succo naturale di limone. Cotto mediante tecnologia sottovuoto, preserva tutte le proprietà organolettiche e garantisce massimi standard di sicurezza. Prodotto pensato per chi è attento alla propria salute e ricerca il massimo delle vitamine e dei nutrienti, senza rinunciare al gusto. Il particolare metodo di produzione permette di utilizzare unicamente ingredienti naturali, eliminando glutine, derivati del latte, additivi chimici e allergeni in generale.
Ingredienti
Petto di pollo, succo di limone (10%), sale.
Packaging
Busta sottovuoto in polietilene-poliammide e confezione esterna in carta, da oggi disponibile anche in versione 100% riciclabile.
Tempi di scadenza
60 gg.

MARTELLI SALUMI
www.martelli.com

Martelli Salumi ha a catalogo arrosti di pollo e di tacchino, disponibili sia in vaschetta sia al taglio. Le tre referenze al taglio includono il 'Petto di tacchino arrosto Alta Qualità', prodotto esclusivamente con petto intero con pelle di tacchino maschio italiano, cotto a vapore e poi arrostito in modo da esaltarne il sapore e dargli la sua tipica doratura; il 'Petto di pollo arrosto Alta Qualità' fatto solo con petti interi di pollo italiano, sottoposti a una cottura a vapore, e poi arrostiti per renderli ancora più saporiti, dorati e gustosi; il 'Petto di tacchino arrosto Pit', ottenuto solo da petto di tacchino italiano, aromatizzato con ingredienti naturali, cotto al vapore e poi arrostito al forno. Un'accurata tecnica produttiva che ne esalta l'aroma delicato e conferisce una caratteristica doratura alle carni. L'offerta preconfezionata comprende quattro prodotti, ready-to-eat, proposti in vaschette ad Atm. Nella confezione da 100 g troviamo: affettato di petto di pollo Alta Qualità e affettato di petto di tacchino Alta Qualità. Nella linea barbecue, in confezione da 200 g, troviamo affettato di arrosto di tacchino e affettato di arrosto di pollo che possono essere gustati freddi oppure fatti scaldare in padella per qualche minuto. "I nostri prodotti Alta Qualità nascono dall'impegno nel non utilizzo agglomerati di carni, nella scelta di lavorare solo carni 100% italiane e nell'uso di ingredienti naturali senza aggiunta di sostanze (come amidi, carragenina, soia, polifosfati, derivati del latte o fecola di patate) che alterano i prodotti", sottolinea Marco Martelli, della quarta generazione della famiglia Martelli. "La qualità è trasparente, perché scritta in etichetta. Basta leggere l'elenco degli ingredienti, presente su tutte le vaschette degli arrosti di pollo e di tacchino, per verificare la qualità, la naturalità degli ingredienti e l'assenza di additivi. Inoltre tutti i nostri arrosti di pollo e tacchino sono privi di allergeni (come ad esempio il glutine)".

"Attenzione a made in Italy, free from e tracciabilità"

"Nel mercato si assiste a una maggiore attenzione dei consumatori verso il made in Italy e i prodotti free from, capaci di unire gusto e salute", precisa Marco Martelli. "Inoltre i consumatori si mostrano sempre più sensibili nei confronti della sostenibilità ambientale e del benessere animale, scegliendo carni dalla completa tracciabilità e dal pack ecologico. Nel banco al taglio il consumatore sta diventando molto esigente nella ricerca di prodotti di qualità: se prima le referenze avicole erano al massimo due, ora è in atto una segmentazione dell'offerta. Grazie al nostro posizionamento di alta qualità siamo in grado di offrire proposte capaci di soddisfare ogni esigenza e ogni preferenza".

Arrosto di tacchino 100% italiano già affettato
Arrosto di petto di tacchino 100% Italiano cotto al vapore in confezione da 200 grammi. Può essere gustato freddo accompagnato o scaldato pochi istanti in padella. Ideale per un pasto completo per chi cerca un'alimentazione sana ed equilibrata. Senza glutine e senza polifosfati aggiunti, amidi, soia, né derivati del latte.

segue

Lenti firma prodotti premium

https://lenti.it/

L'azienda presenta gli arrosti di pollo e tacchino da carni 100% italiane, sia interi che affettati in vaschetta. Lavorazione artigianale, cottura lenta e materie prime scelte.

"Materie prime 100% italiane e selezionate, lavorazione artigianale con le ricette originali Lenti e cottura lenta. Sono questi i principali punti di forza che permettono a tutti i nostri prodotti, compresi quelli realizzati con carni avicole, di essere riconosciuti e apprezzati sul mercato", esordisce Sara Roletto, direttore marketing dell'azienda di Santena (To), specialista nella lavorazione delle carni. Tra le referenze avicole proposte, nel corso del 2020 l'azienda ha registrato un incremento, a volume e a valore, di due prodotti in particolare: gli arrosti di pollo e gli arrosti di tacchino, sia nella versione intera da affettare al banco taglio, sia nella versione preaffettata in vaschetta dedicata al libero servizio. "I prodotti Lenti rispondono appieno ai bisogni del consumatore moderno che, in modo sempre più costante cerca la qualità del prodotto, ma anche l'italianità della materia prima e, non da ultimo, l'alto contenuto di servizio. Crescono in modo particolare le vaschette di avicolo per il libero servizio. Per questo Lenti propone i suoi affettati di pollo e tacchino italiano in una vaschetta 'premium', più grande di quelle classiche, e con una grafica 'trasparente' che permette di valorizzare al meglio il prodotto e comunicare chiaramente tutti i plus dei nostri affettati: materia prima 100% italiana, senza glutine, senza lattosio e caseinati, senza ingredienti Ogm e senza glutammato e polifosfati aggiunti".

Gran fesa di tacchino arrosto italiano
Petto di tacchino italiano intero, aromatizzato secondo la ricetta originale di Attilio Lenti, legato a mano e arrostito in forno. La lavorazione antica rende perfettamente percettibili le caratteristiche delle fese. Gusto unico, ideale per le diete ipocaloriche. Senza glutine, senza latte e derivati, senza glutammato, senza polifosfati e senza ingredienti Ogm.
Peso medio/pezzature
4 - 5 Kg ca.
Confezionamento
Sacco in alluminio pastorizzato.
Shelf life
120 gg.

Petto di pollo arrosto italiano
Petto di pollo Italiano aromatizzato secondo le ricette originali di Attilio Lenti, messo in rete e arrostito al forno. Adatto a chi segue diete equilibrate. Carne 100% italiana, a basso contenuto di grassi, senza glutine, senza lattosio e caseinati, senza ingredienti Ogm, senza polifosfati e glutammato aggiunti.
Peso medio/pezzature
2,5 – 3 Kg.
Confezionamento
Sottovuoto in alluminio e pastorizzato.
Shelf-life
120 gg.

TYSON FOODS ITALIA
www.tysonfoodsitalia.it

Nella gamma dei prodotti avicoli, Tyson Foods Italia presenta due nuove referenze - la linea 'Profumo dell'Arrosto' e il Burger Rustico - alle quali presto affiancherà una proposta 'no meat': la linea Bontà Vegetale!. "Per rispondere alla sempre crescente domanda di prodotti subito pronti, già cotti e preparabili in pochi minuti, abbiamo ideato la linea Profumo dell'Arrosto, il cui prodotto di punta è lo Straccetto di Pollo Arrosto 500 g: le referenze di questa linea vantano un alto contenuto di servizio, sono proposte in comode porzioni surgelate singolarmente, ideali per una pausa pranzo veloce", spiega Cristina Marchi, responsabile marketing. "Tra le novità, poi, segnaliamo il Burger Rustico, un burger di pollo grigliato, tenero e gustoso che si differenzia dagli altri per la speciale granulometria 'homestyle' a grana grossa che lo rende unico e succulento al morso. Ricco di proteine, anche questo prodotto è senza olio di palma e senza carne separata meccanicamente. In linea con i nuovi trend del mercato, poi, l'azienda ha messo a punto Bontà Vegetale! (la versione italiana del progetto internazionale Raised & Rooted del Gruppo Tyson Foods): una linea a base di proteine vegetali che replica perfettamente la carne non solo nell'aspetto visivo ma anche nel profumo, nella consistenza e il piacere della carne".

"Il finger food e il gluten free sono segmenti in crescita"

Come confermano dall'azienda, il 2020 - a causa della pandemia da Covid-19 - ha visto un incremento dei consumi in casa favorendo il canale retail (+10%). Una crescita che ha compensato in larga parte il brusco calo del fatturato nel Food Service, dovuto alla chiusura forzata degli esercizi nella ristorazione commerciale. "I risultati più soddisfacenti arrivano dal mondo del finger food, con riferimento al brand Speedy Pollo, e a quello del gluten free dove il nostro Bastoncino di pollo 240 g ha riscontrato un forte apprezzamento da parte dei consumatori".

Bastoncini di pollo
I Bastoncini Tyson con tenero petto di pollo sono avvolti da una speciale panatura croccante al riso e mais. Senza glutine e senza olio di palma.
Packaging
Astuccio 240 g.
Shelf life
24 mesi.

ALCASS
www.amicanatura.it

La linea dedicata ai prodotti a base di pollo proposta da Alcass è completamente biologica, certificata BioAgricert e proveniente da filiera esclusivamente italiana. È composta da Nuggets di pollo bio, Burger di pollo bio, Cotolette di pollo bio e Polpette di pollo bio. La lavorazione tramite surgelazione, poi, è un ulteriore valore aggiunto garantito dall'azienda, perché permette di mantenere inalterate le qualità nutritive evitando l'aggiunta di additivi o conservanti chimici.

"Nel 2020 il comparto dei prodotti a base di pollo bio, venduti in store specializzati, ha registrato un incremento nella vendita, un trend che si sta confermando in crescita sia nel mercato nazionale, sia per l'export, dove acquisisce un ulteriore valore quale prodotto made in Italy, sinonimo di qualità", esordisce Renato Bonaglia, Ceo di Alcass. "Per via della chiusura forzata dell'Horeca, la linea Food Service dedicata a ristorazione, mense, pub e catering ha subito invece un drastico calo delle vendite".

Linea bio Amica Natura
La linea è composta da Nuggets di pollo bio, Burger di pollo bio, Cotolette di pollo bio e Polpette di pollo bio. Tutte le referenze sono 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 senza l'aggiunta di additivi o conservanti chimici.
Ingredienti
A base di carne di pollo bio, proveniente da filiera italiana controllata e certificata
Packaging
Confezioni retail eco-friendly.
Tempi di scadenza
18 mesi.

RICO CARNI
www.ricocarni.it

Pastrami di Tacchino Atp
Petto di tacchino speziato cotto al forno e affumicato con legno di faggio, profumato e gustoso, senza glutine senza lattosio e con sale iodato.
Packaging
Vassoio Atp riciclabile.
Tempi di scadenza
30 gg.

FRATELLI PAGANI - PAGANI CHEF

www.fratellipagani.it – www.paganichef.it

Da cinque generazioni, Fratelli Pagani è un'azienda 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 ingredienti specifici per le differenti necessità dei suoi clienti", spiega Valentina Cardazzi, business developer dell'azienda. "Non solo. Attraverso il Metodo Skybridge composto dai quattro reparti - Ricerca&Sviuppo; Controllo qualità; Laboratorio aromi e Assistenza tecnica - l'azienda comprende a pieno la necessità del cliente e lo supporta in ogni fase di sviluppo del progetto, avviando progetti personalizzati".

In particolare, per le aziende che necessitano ingredienti per la preparazione di prodotti a base di carne bianca, Fratelli Pagani mette a disposizione soluzioni per differenti esigenze di produzione: dal dettaglio all'industria, secondo i principi essenziali del buon gusto e della qualità d'eccellenza. "Tra queste troviamo la gamma di spicco: la Linea Gustosì, definita per antonomasia la classica marinata italiana, senza allergeni e arricchita con olio di oliva. Si compone di 18 gusti, dai più speziati, a quelli più dolci fino a raggiungere note di gusto più piccanti. Segnaliamo, ad esempio, i sapori che maggiormente sposano la delicatezza delle carni avicole: La Gialla, La Solare, La Delicata, La Verde, La Latina, La Piccante, La Rossa, La Rosa, La Bionda e La Mediterranea".

L'azienda non propone solo condimenti su base olio, ma anche su base acqua. "Per un autentico viaggio nel gusto abbiamo messo a punto la Linea Etinke': una gamma di salsa Teriyaki. Si tratta di un condimento tradizionale della cucina giapponese, di cui uno degli ingredienti principali è la soia. Di solito viene utilizzato nella preparazione di pesce e carne, conferendo ai piatti un delizioso sapore agrodolce. La nostra innovazione supera la ricetta originale, proponendo una Salsa Teriyaki senza soia. Stesso gusto nessun allergene". Ma non è tutto. Per offrire una gamma completa, oltre ai decor, alle erbe e alle spezie che offre anche in chiave Bio100%, Fratelli Pagani dispone di una gamma di panature: dalle più friabili alle più croccanti e crispy, anche senza glutine.

Per la preparazione e il mantenimento della carne fresca avicola (per prodotti come hamburger o salsicce), l'azienda offre poi molti ingredienti funzionali. Tra questi menzioniamo le linee Roxan (miscele senza allergeni, ideale per estendere la shelf-life fino a 8/10 giorni) e Novit (miscele ideali per la creazione di salsicce avicole senza numeri E). Inoltre, dispone di una vasta gamma di prodotti per la produzione di Saline per 'cotti e arrosti' e prodotti per gli emulsionati come i 'Delta' (miscele di ingredienti da utilizzare per la produzione di prosciutti cotti e prodotti ristrutturati con iniezione dal 30% al 100%, tra cui il Delta Natural, allergen free, che consente di avere alta resa), e i 'Kutmix', prodotti completi ideali per dare stabilità all'emulsione, consistenza al prodotto finale dopo la cottura. Attraverso il Laboratorio Aromi interno, infine, Fratelli Pagani ha messo a punto aromi dal complesso profilo aromatico, incapsulati e resistenti ai processi termici come l'Aroma Avigrill, l'Aroma carne tipo pollo e l'Enhancer Umami Naturale, ideali per le carni bianche.

I.T.ALI.

https://italisrl.com

I.T.ALI. da tempo si sta dedicando alla ricerca e messa a punto di 'unique products', prodotti unici che possano soddisfare precise e particolari esigenze dei clienti. In particolare, per il comparto dei prodotti avicoli trasformati, ha messo a punto due linee di prodotti: ITALI SM 1035 e la linea OTEX. "Il primo è un conservante completamente naturale, messo a punto nei nostri laboratori in collaborazione con istituti accademici di ricerca, basato su un particolare aceto, derivato da una fermentazione di derivati da mais, stabilizzato già in fase di fermentazione, combinato con specifici estratti di spezie", spiega Silvano Bedogni, titolare dell'azienda. "La ricerca, durata diversi anni, è stata indirizzata nel mettere a punto un prodotto classificabile come 'aroma naturale', che rientrasse appieno in questa categoria e che potesse essere utilizzato anche nei prodotti bio. Il lavoro svolto ci ha permesso di ottenere risultati più che significativi sull'abbattimento e il successivo controllo dello sviluppo della flora microbica. Questo anche riferito ai principali patogeni, quali salmonella e listeria, sempre difficili da controllare con le usuali tecniche di produzione. Il risultato è stato una gamma di aromi, tarati sia per i prodotti freschi (salsiccia, hamburger, macinati ed altri elaborati) sia per prodotti cotti (arrosti, prosciutti, cotolette, ecc.). La differenza è data dal diverso bilanciamento dei componenti. I clienti che stanno utilizzando il nostro prodotto confermano i risultati con notevole soddisfazione". La seconda linea di prodotti proposta è quella della gamma OTEX. Si tratta di estratti vegetali completamente naturali, da diverse specie botaniche, con un alto contenuto in polifenoli e altre sostanze antiossidanti. "Anche in questo caso i nostri prodotti sono completamente classificabili come aromi naturali, utilizzabili sia nelle produzioni convenzionali che nelle produzioni bio. Il potere antiossidante è stato misurato, presso laboratori specializzati, e confrontato con i più comuni antiossidanti naturali oggi sul mercato, mostrando una forza antiossidante di alcune volte superiore. La forza antiossidante è attiva sia sulla parte magra che sulla parte grassa delle carni, permettendo di mantenere una buona stabilità del colore, senza influire su altri parametri organolettici come il gusto e il profumo". I.T.ALI. sta implementando queste linee di prodotto, continuando la ricerca e la sperimentazione, sempre in collaborazione con istituti accademici, ma anche in collaborazione con aziende interessate all'applicazione dei prodotti.

Panoramica dello stabilimento di I.T.ALI. situato a Reggio Emilia

fine

di Margherita Luisetto

I nuovi volti della carne salada

Il Salumificio Val Rendena presenta due nuove referenze, la tartare e l'hamburger, realizzate partendo da un prodotto di punta tipico trentino. Le proposte mirano a soddisfare la ricerca di qualità, di originalità e di velocità di preparazione del consumatore.

Grazie all'esperienza maturata in oltre 70 anni di attività e al proprio bagaglio di conoscenze specializzato, il Salumificio Val Rendena - l'azienda di Porte di Rendena (Tn) che produce con quotidiana passione speck, carne salada e salumi tipici trentini di altissima qualità - ha messo a punto delle novità di prodotto uniche e originali: la Tartare con Carne Salada e l'Hamburger con Carne Salada. Per la prima volta, infatti, la carne salada (un prodotto tipico realizzato dall'azienda con tagli selezionati della migliore fesa di bovino lasciati maturare con sale e aromi) si presenta sotto nuove vesti, adatte a soddisfare la ricerca di qualità, di velocità di preparazione e di novità del consumatore moderno. Per capire meglio l'origine delle nuove referenze e le loro qualità intrinseche, ne abbiamo parlato con Andrea Gasperi, amministratore delegato dell'azienda.

Quando e come nasce l'idea di realizzare questi prodotti?

L'idea della 'Tartare con Carne Salada' è nata lo scorso autunno grazie all'ispirazione che noi titolari abbiamo tratto da un piatto preparato dallo chef di un ristorante situato nel nostro paese, nella frazione di Darè a Porte di Rendena, e proposto ai propri clienti. Si trattava di una sfiziosa battuta al coltello di carne fresca di bovino e carne salada, la regina della carne cruda. Una vera sorpresa di gusto e di forma che desideravamo riproporre. Dopo varie prove, l'obiettivo di portare sulle tavole degli italiani un piatto pronto da gustare come quello che abbiamo assaggiato in quel ristorante è stato raggiunto, dando vita a un prodotto dal gusto delicato e contemporaneamente caratteristico. A questo punto la curiosità ci ha spinto a provare un impasto simile su una piastra rovente. Ecco come nasce l''Hamburger con Carne Salada', una rivisitazione del classico hamburger conosciuto in tutto il mondo che si cuoce in soli quattro minuti in una padella molto calda.

Quale novità apportano sul mercato?

Entrambi i prodotti puntano a valorizzare e a far conoscere nuovi modi di consumare la carne salada, già punta di diamante della nostra azienda. Inoltre, confezionati in un elegante vassoio nero in PET, questi prodotti si presentano come raffinati piatti gourmet.

In che modo rispondono ai nuovi trend?

Entrambe le referenze soddisfano il bisogno del consumatore moderno di acquistare un prodotto ad alto contenuto di servizio. Mi riferisco, ad esempio, alla velocità nella preparazione - basti pensare che la tartare è già pronta al consumo e l'hamburger richiede solo quattro minuti di cottura - e alla confezione monoporzione. Il pack monodose, in particolare, risponde ai nuovi trend sociali sotto diversi aspetti: dalla dimensione dei nuclei familiari, alle abitudini e alle modalità di consumo, fino all'attenzione alla riduzione dello spreco alimentare.

Quali sono gli altri plus che caratterizzano tartare e hamburger con carne salada?

La materia prima con cui realizziamo queste referenze è alla base del loro successo. La carne salada è prodotta con pregiate fese di bovino adulto, refilate, salate e speziate a secco in Trentino dai nostri mastri salumai. La carne che la accompagna proviene da allevamenti italiani, di Scottona e di bovino adulto per l'hamburger e coscia di bovino Blonde d'Aquitaine per la tartare. Abbinamenti di prestigio capaci di esaltare la qualità di entrambe le carni.

Rispondono anche ai criteri di sostenibilità?

Sì. Lo stabilimento di produzione della carne salada, in Val Rendena, è dotato di un cogeneratore a gas naturale che produce il 100% del fabbisogno di acqua calda e 800 pannelli fotovoltaici che combinati alla cogenerazione garantiscono più del 50% del fabbisogno di energia elettrica . Lo stabilimento, recentemente ristrutturato, è dotato anche di sistemi di monitoraggio energetico tali per cui si limitano al massimo gli sprechi d'energia. Rilevante, poi, la tipologia di confezionamento che abbiamo adottato: un vassoio realizzato in PET il cui strato interno contiene scaglie provenienti da post-consumo e materiale riciclato.

Dove saranno distribuiti i nuovi prodotti? Saranno anche esportati?

In questi mesi la distribuzione sarà concentrata nella Gdo del nord Italia, per poi puntare anche al centro e al sud Italia. Contemporaneamente lavoreremo per portare i prodotti nella Gdo della Svezia, tramite un importatore italiano con cui in questi anni si è instaurato un solido rapporto commerciale.

TARTARE CON CARNE SALADA

Tartare con pregiata carne salada del Trentino e polpa di coscia di bovino adulto razza Blonde d'Aquitaine proveniente da allevamenti italiani. Si consiglia di consumarla tal quale o con un filo d'olio Evo. Fornelli spenti, papille gustative accese.

Peso
120 g., peso fisso.
Tempi di scadenza
18 gg.
Packaging
Imballo primario: vaschetta skin. Imballo secondario: cartone. Dimensioni vaschetta: 182x182x20mm.

HAMBURGER CON CARNE SALADA

Hamburger con pregiata carne salada del Trentino e carni di scottona e bovino adulto provenienti da allevamenti italiani. Il prodotto può essere consumato tal quale, senza aggiungere sale o altri condimenti, cuocendolo quattro minuti in padella molto calda e girandolo spesso, o al burro e salvia con le medesime indicazioni di cottura.

Peso
150 g., peso fisso.
Tempi di scadenza
18 gg.
Packaging
Imballo primario: vaschetta skin. Imballo secondario: cartone. Dimensioni vaschetta: 182x182x20mm.

La Sicilia di Glorioso conquista Milano

L'azienda, specializzata in carni pregiate e secondi tipici, ha inaugurato il proprio punto vendita nel capoluogo lombardo, all'interno del Foody - Mercato Agroalimentare. Filiera controllata e soluzioni ad hoc caratterizzano la sua offerta.

A partire da marzo, il Foody di Milano -l'Hub dedicato a tutta la filiera agroalimentare italiana nonché polo d'innovazione del settore -, si arricchisce della presenza di Glorioso. Che, con un ampio e funzionale punto vendita all'interno di un'area dedicata, porta nel capoluogo lombardo le sue carni e le specialità tipiche siciliane. "Si tratta di un'opportunità interessante per operatori, professionisti dell'Horeca e consumatori lombardi per conoscere e apprezzare la produzione Glorioso nella sua qualità e tipicità siciliana, frutto di ricette isolane e di lavorazioni accurate", spiega Giuseppe Glorioso, presidente dell'azienda. "Oltre che rispondere alle esigenze del mercato lombardo, la presenza al Foody ci consente di migliorare la logistica, raggiungendo meglio i clienti del Nord Italia".

Le proposte nel punto vendita

All'interno del punto vendita milanese, i clienti possono trovare tagli freschi e pregiati di carni rosse e bianche, finalizzati alla vendita a macellerie e al settore horeca, ma anche soluzioni ideali per privati. Non mancano, poi, le confezioni 'salvafreschezza' che proteggono preparati di carne, genuini e ideali come secondi per tutta la famiglia, e una ricca gamma di specialità di carne preparate con pochi e semplici ingredienti, da ricette siciliane e non, come hamburger con pistacchio, polpette siciliane, salsiccia al finocchio, perfetti per tutti i consumatori, anche per i celiaci.

"Una filiera controllata e soluzioni su misura"

Il controllo integrale della filiera è uno dei fattori di successo del brand, in quanto garantisce qualità e sicurezza dagli allevamenti alla macellazione, dalla lavorazione alla preparazione gastronomica e alla distribuzione. "Tra i punti di forza della nostra azienda annoveriamo carni e materie prime rigorosamente selezionate, che garantiscono freschezza, genuinità ed elevate caratteristiche organolettiche ai prodotti. Ma anche processi produttivi controllati in ogni fase e confezionamenti accurati che preservano freschezza e integrità dei prodotti", sottolinea Giuseppe Glorioso. "Oltre alla garanzia di una filiera controllata, Glorioso si contraddistingue per la professionalità e la cura nel servizio offerto agli operatori del settore e per la capacità di proporre a ogni cliente i prodotti e le soluzioni più adeguati al suo business, tra i quali rientrano: carni in osso, carne sottovuoto, maxi-confezioni, food service senza glutine e surgelati".

Il punto vendita Glorioso all'interno di Foody-Mercato Agroalimentare di Milano (Via Cesare Lombroso 95 - Mercato Carni PV 18, Milano). Il pv è aperto al pubblico dal lunedì al venerdì dalle 10 alle 12.30 e al sabato dalle 9 alle 12.30. Per il B2B, invece, è aperto dal lunedì al sabato dalle 6.30 alle 12.30 (per info, WhatsApp business: 366 9989875). È attivo un servizio di consegna a domicilio.

LA LINEA DEI PRODOTTI PER IL LARGO CONSUMO

I prodotti Glorioso sono venduti ai banchi a libero servizio dei supermercati e sono già pronti per essere preparati e portati in tavola. Etichette chiare e dettagliate informano punto per punto il consumatore sulla tracciabilità, sulla tipologia e sulla composizione dei prodotti.

Confezioni salvafreschezza
I preparati di carne sono ancora più saporiti grazie alla pellicola che li avvolge come una vera e propria pelle, prolungandone la durata e la freschezza e preservandone la tenerezza e i valori nutrizionali. I prodotti in confezione salvafreschezza sono in gran parte senza glutine.

Panati e non panati
Carni rosse e bianche selezionate si sposano a sfiziose ricette siciliane e non, che utilizzano pochi e semplici ingredienti, come vuole la tradizione. Il risultato è una linea di secondi di carne genuini, pratici e saporiti, molti dei quali senza glutine.

Tagli freschi
I tagli freschi di carni rosse e bianche sono in porzioni pronte da cuocere sulla griglia, in padella, in forno o sul barbecue. Si possono trovare nei supermercati confezionati in comode vaschette e in atmosfera protettiva, che ne preserva freschezza e proprietà organolettiche.

Gli involtini Glorioso sono proposti in svariate versioni. Segnaliamo gli "Involtini sfiziosi di suino" o con pistacchio o alla siciliana, e gli involtini con carne di bovino alla messinese.

LA STORIA DI UN'AZIENDA FAMILIARE

La storia di Glorioso inizia negli anni '70 nel cuore della Sicilia, grazie all'intuizione di Mauro Glorioso, che, insieme alla moglie Angela, intraprende la commercializzazione di carni bovine e avicunicole. Nel 1990 Glorioso acquisisce un mattatoio in Piemonte per poter gestire direttamente il processo di macellazione e controllare la filiera produttiva, instaurando inoltre un'attività di stabile e proficua collaborazione con allevatori selezionati. Nel 2001 inizia la produzione di carne fresca confezionata, preparati di carne e prodotti a base di carne tipici della tradizione siciliana, e poco dopo lancia gli elaborati di carne senza glutine. Come fanno sapere dall'azienda, "Grazie a una valida gestione manageriale proiettata ai mercati nazionali e internazionali, oggi la famiglia Glorioso, giunta alla terza generazione, è all'avanguardia nel creare prodotti di elevata genuinità e freschezza".

schede prodotto

Aprile 2021

BERVINI PRIMO
www.bervini.com

Nome prodotto
Scottona Gourmet 100% Italia
Breve descrizione prodotto
Linea di tagli di scottona 100% italiana, da filiera controllata dall'allevamento al macello. Un assortimento composto da tutti i principali tagli del posteriore porzionati a peso fisso, e completato dagli immancabili hamburger in bassa pressione.
Peso medio/pezzature
200 g peso fisso.
Caratteristiche
100% scottona italiana, sempre tenera e gustosa.
Confezionamento
Skin pack su cartoncino riciclabile.
Tempi di scadenza
15 gg.

DANISH CROWN
www.danishcrown.com

Nome prodotto
Filetto di suino a fette Pure Pork
Breve descrizione prodotto
Filetto di suino a fette proveniente dalla filera Pure Pork, suini allevati senza l'uso di antibiotici dalla nascita in fattorie danesi a conduzione familiare.
Ingredienti
100% carne di suino danese al naturale senza aggiunta di aromi.
Peso medio/pezzature
Peso fisso 250 g.
Caratteristiche
Carne di suino di livello premium proveniente della filera Pure Pork. I suini di questa filiera vengono allevati in fattorie danesi a conduzione familiare senza l'uso di antibiotici dalla nascita. Come fanno sapere dall'azienda, la filiera Pure Pork rappresenta la massima espressione di benessere dell'animale, riconosciuta a livello mondiale.
Confezionamento
Confezione salvafreschezza skin pack da 250 g.
Tempi di scadenza
Il prodotto ha 21 gg di scadenza dalla produzione.

CENTRO CARNI COMPANY
www.centrocarnicompany.com

Nome prodotto
Tagliata di scottona di Aberdeen Angus Sired
Breve descrizione prodotto
Taglio ricavato dallo scamone di scottona di Aberdeen Angus Sired caratterizzato da frollatura wet aged (in sottovuoto) di almeno 10 giorni. L'Aberdeen Angus Sired viene allevato in Italia per almeno quattro mesi.
Ingredienti
Carne fresca di bovino adulto.
Peso medio/pezzature
200 g (peso variabile).
Caratteristiche
Questo prodotto si caratterizza per essere tenero e succoso, grazie alle caratteristiche della materia prima (scottona di Aberdeen Angus Sired) e alla frollatura che contribuisce ad accentuarne le proprietà organolettiche.
Confezionamento
Skin pack.
Tempi di scadenza
Shelf life (dalla data di produzione) 21 gg.

CENTRO CARNE
www.centrocarne.com

Nome prodotto
Tartare bovino marchigiana 160 g vs skin
Breve descrizione prodotto
Tartare preparata con carne di bovino adulto 'Igp Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale' razza Marchigiana.
Ingredienti
97% di carne di bovino razza Marchigiana, battuta al coltello, giusta grana, magra fatta con tagli freschi come sottofesa e scamone.
Peso medio/pezzature
160 g.
Caratteristiche
Semplicemente buona anche solo con un filo d'olio evo e scaglie di sale per assaporare il giusto valore aggiunto di una materia prima eccellente. L'aggiunta di pochi ingredienti possono rendere il piatto gourmet.
Confezionamento
Skin, film perfettamente aderente all'alimento, riducendo al minimo ogni ingombro dell'imballo, garantendo una shelf life di 15 gg.
Tempi di scadenza
15 gg.

MONTANA
www.montanafood.it

Nome prodotto
Hamburger naturali Montana surgelati
Breve descrizione prodotto
La produzione di Montana si basa su una filiera corta e integrata: dagli allevamenti alla preparazione è 100% italiana. Montana presidia l'intera filiera produttiva, in cui ogni anello della filiera è concatenato e gestito per garantire qualità, efficienza, economie e un giusto prezzo. Questo presidio ha consentito di inserire la dichiarazione ambientale EPD - Environmental product declaration - in etichetta, che certifica l'impatto ambientale della produzione lungo tutta la filiera: la carbon footprint, la water footprint e il riciclo. E consente di scoprire che l'hamburger Naturale Montana da 100 g è un prodotto altamente sostenibile.
Ingredienti
Carne di bovino 95%, acqua, pangrattato, sale, aromi naturali.
Peso medio/pezzature
Ogni confezione contiene quattro hamburger da 100 g ciascuno.
Caratteristiche
95% di carne di bovino. 100% carne da allevamenti italiani. Primo hamburger italiano con dichiarazione ambientale (EPD). Senza conservanti. Solo aromi naturali.
Confezionamento
Astuccio di cartone. Ogni hamburger è confezionato singolarmente con pellicola di plastica trasparente.
Tempi di scadenza
12 mesi.

SALUMIFICIO ALIPRANDI
www.aliprandi.com

Nome prodotto
Costata di scottona Dry-Aged
Breve descrizione prodotto
Carne che proviene da un affinamento 'maturazione' in cella per un minimo di 20 giorni appesa in osso, con un attento controllo della temperatura e dell'umidità circostante. Questo lungo processo fa in modo che la carne prenda naturalmente quella nota di affumicatura donando un gusto intenso ma allo stesso tempo unico .
Ingredienti
Carne bovina.
Peso medio/pezzature
0,600 Kg.
Caratteristiche
100% carne italiana.
Confezionamento
Skin pack con cartoncino.
Tempi di scadenza
15 gg.

BALDI
www.baldifood.it

Nome prodotto
Hamburger al tartufo 200 g surg.
Breve descrizione prodotto
Un burger da 200 g che celebra tradizione e innovazione: il tartufo Scorzone, la pepita nera dei boschi, lavorato a scaglie e sapientemente miscelato alla Selezione Baldi.
Ingredienti
Carne bovino 90%, acqua, prep a base tartufo estivo 3%, sale, fibra vegetale (carota, bamboo, patata, Plantago spp.), pepe, aglio.
Peso medio/pezzature
200 g ciascun burger.
Caratteristiche
Ogni pezzo è confezionato singolarmente da un film termoretraibile che aiuta a proteggere dal freddo l'hamburger e ad aumentare la shelf life. Diametro uniforme per ogni hamburger.
Confezionamento
Ogni astuccio contiene otto pezzi da 200 g ciascun burger.
Tempi di scadenza
18 mesi.

FIORANI&C.
www.fioraniec.com

Nome prodotto
Pasta di Salame Suino Fiorani
Breve descrizione prodotto
La 'Pasta di salame' è una novità del catalogo Fiorani. È un impasto ottenuto dalla macinatura di carni di suino a cui viene aggiunto un mix di spezie e sale. È estremamente comoda e versatile poiché adatta a mille usi. Sfiziosa e saporita, è senza glutine come tutti i prodotti Fiorani e preparata con carne selezionata dai migliori allevamenti italiani.
Ingredienti
Carne di suino 90%, acqua, sale iodato, (sale, iodato di potassio 0,007%), vino bianco, miscela di spezie, correttore di acidità: acetato di sodio, antiossidante: ascorbato di sodio. Carne di suino origine Italia.
Peso medio/pezzature
350 g.
Caratteristiche
La 'Pasta di salame' Fiorani è ricca di gusto e sapore, pronta per essere utilizzata in cucina per arricchire tante pientanze, per esempio primi piatti e ripieni, su pizza o bruschette, o semplicemente affettata a due centimetri da piastrare come hamburger.
Confezionamento
Clippato strecth.
Tempi di scadenza
Shelf life 7 gg.

MARFISI CARNI
www.marfisicarni.it

Nome prodotto
Marinata di agnello skin
Breve descrizione prodotto
Squisita carne di agnello marinata con interessanti spezie e aromi. La peculiarità di questo prodotto è la sua carne gustosa e saporita. Ideale per delle grigliate in compagnia o per dare un tocco particolare a una cena in famiglia. Il confezionamento in skin permette di allungare i tempi di conservazione del prodotto e rendere lo stesso facilmente riponibile in frigorifero con un minore spazio occupato.
Ingredienti
Preparazione di carne di agnello. Ingredienti: carne di agnello 84 %, olio di semi di girasole, vino bianco, sale, carota disidratata 0,8%, spezie, pepe, aglio, rosmarino fresco. Può contenere tracce di: glutine, latte, uova, solfiti.
Peso medio/pezzature
400 g.
Caratteristiche
Carne di agnello marinata confezionata in skin, a peso variabile.
Confezionamento
Atp/Skin.
Tempi di scadenza
15 gg.

EAT PINK
ww.eatpink.it

Nome prodotto
Pulled Pork – Gli Sfilaccini
Breve descrizione prodotto
La creatività di Eat Pink unisce il successo del piatto statunitense alla qualità della carne di origine italiana, aromatizzata e cucinata lentamente per 10 ore. Il pulled pork Eat Pink si presenta già sfilacciato, condito in una gustosa salsa Bbq e pronto al consumo dopo una riattivazione di soli quattro minuti al microonde.
Ingredienti
Carne di suino, sale fino, sale aromatico, senape in polvere, salsa gusto barbecue, senape in crema.
Peso medio/pezzature
300 g.
Caratteristiche
Carne di suino tenero con un sapore al gusto barbecue da rigenerare in pochi minuti.
Confezionamento
Primario: vaschetta skin / Secondario: Fascetta in cartoncino
Tempi di scadenza
130 gg dalla data di confezionamento.

GRATIA – PIANETA ALIMENTARE
www.pianetalimentare.com

Nome prodotto
Roast Beef
Breve descrizione prodotto
Tipica pietanza della cucina inglese, il rosbeef viene servito tradizionalmente come piatto principe della domenica. Solo pregiata sotto fesa di bovino cotta al forno insaporita con un mix di erbe pregiate e un pizzico di sale. La particolare cottura tradizionale conferisce una colorazione scura all'esterno e rosa all'interno per un arrosto morbido, saporito e succulento.
Ingredienti
Carne di bovino, sale, spezie, erbe.
Peso medio/pezzature
2,2 Kg.
Confezionamento
Sacco alluminio pastorizzabile.
Tempi di scadenza
50 gg.

AVIMECC
www.avimecc.com

Nome prodotto
Polpette alla pizzaiola
Breve descrizione prodotto
Sfiziose polpette facili e veloci da preparare in forno, in padella o in friggitrice.
Ingredienti
Carne di pollo 55%, carne di suino 24%, fibre vegetali, sale iodato, aromi, spezie, regolatore di acidità: E301, estratti vegetali, aromi naturali, antiossidante E300, correttore di acidità: E331, E262, acqua, mozzarella 3% (latte fresco pastorizzato, fermenti lattici, sale, caglio), patate in fiocchi, sale.
Peso medio/pezzature
Peso confezione: 240 g peso fisso.
Peso singola polpetta: 20 g peso fisso.
Caratteristiche
Preparazione a base di carne,
forma sferica.
Confezionamento
Confezionato in Atm.
Tempi di scadenza
9 gg.

SOCIETÀ AGRICOLA GUIDI DI RONCOFREDDO
www.agricolaguidi.com

Nome prodotto
Faraona Guidi Elitè
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 Kg 1,250.
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.

TRADIZIONE
1950
BERVINI
IL MEGLIO DAL MONDO
PREMIUM QUALITY
dal 1950
Un impegno costante, una ricerca continua
CARNI D'ECCELLENZA
Sin dal 1950 selezioniamo le migliori carni dal mondo: la famiglia Bervini negli anni si è distinta per la qualità e l'innovazione, operando nei settori delle filiere controllate 100% italiane, delle carni europee e di quelle di importazione.
Renzo Bervini
BERVINI
dal 1950
Bervini Primo S.r.l.
Via Colonie, 13
42013 Salvaterra di Casalgrande
Reggio Emilia - Italia
T. +39 0522 996055
info@bervini.com
www.bervini.com
bervini.com