Carni & CONSUMI

SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 16 - NUMERO 1 - GENNAIO 2023
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

GUIDA BUYER

da pagina XII a pagina XV

Speciale carne fresca a peso fisso

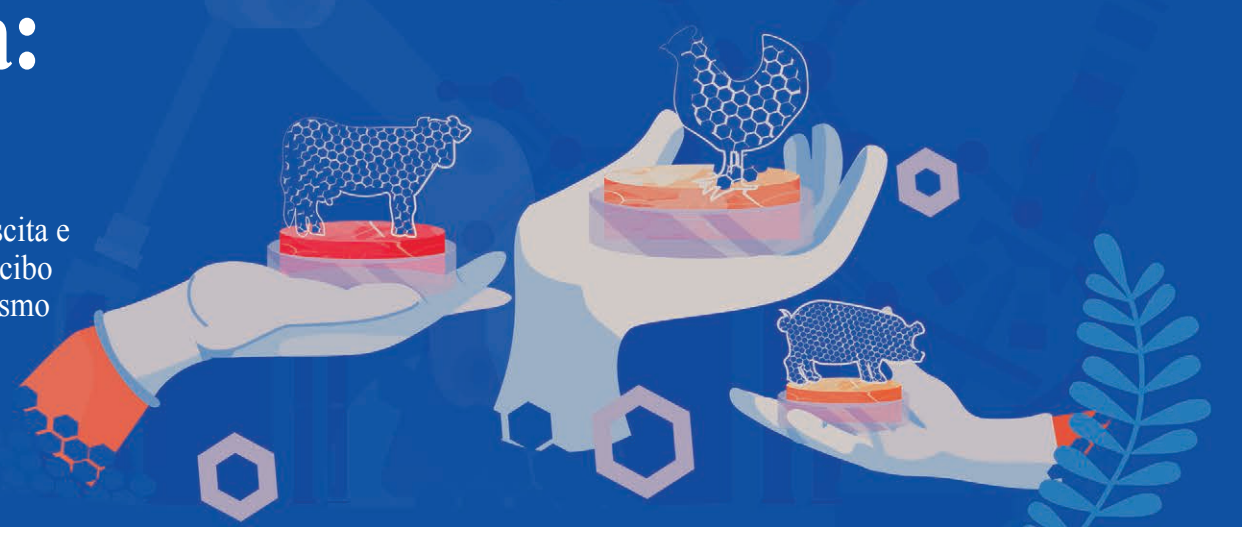
Qualità, sicurezza e alto contenuto di servizio. Sono i tre principi che determinano il successo dei porzionati nel banco del fresco della Gdo. I produttori propongono carni, razze e tagli di diverse tipologie, sono attenti all'origine della materia prima e al benessere animale, sono impegnati su temi 'caldi', quali la sostenibilità ambientale, sia della materia prima, sia della confezione. Che è sempre più green.

ATTUALITÀ

alle pagine IV e V

Carne alternativa: profondo rosso?

Le aziende internazionali rivedono le previsioni di crescita e crollano le quotazioni a Wall Street. L'Italia dice no al cibo sintetico. La fragilità del comparto, stretto tra l'entusiasmo mediatico e l'effettiva domanda dei consumatori.
Le opinioni dei player.



MERCATO

L'agroalimentare nella tempesta

Aumentano i costi dei prodotti agricoli. Cresce la produzione industriale alimentare. L'export è in salita. Ma la bilancia commerciale è in deficit. Ismea traccia una fotografia della situazione del comparto al terzo trimestre del 2022. Focus sul settore delle carni.

alle pagine X e XI

FOCUS ON

Sardegna: stop all'embargo di carni suine

L'Ue elimina nella maggior parte della regione le restrizioni sanitarie legate alla Psa.
E mette fine a una battaglia lunga 40 anni.
Soddisfazione in Italia e in Europa.

a pagina VII

ZOOM

L'Ue riabilita carne e vino

Dietrofront della Commissione europea sulla volontà di estromettere dalle risorse per la promozione i due prodotti chiave dell'agroalimentare italiano. Che, ora, escono dalla black list delle referenze considerate dannose per la salute. Una vittoria per il made in Italy.

a pagina VI

turbo by tesi mediagroup

Cina: nei primi nove mesi del 2022, +12% l'import di carne bovina

Cresce la richiesta cinese di carne bovina. Secondo quanto riportato da Ahdb – Agriculture and Horticulture Development Board -, nei primi nove mesi del 2022 la Cina ha importato 1,94 milioni di tonnellate di carne bovina, di cui il 96% congelata. Si tratta di un aumento di oltre 205mila tonnellate, pari a un +12% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. I principali fornitori sono stati Brasile, Argentina, Uruguay, Nuova Zelanda e Australia (insieme rappresentano l'86,9% delle importazioni totali). Ma negli ultimi quattro anni è aumentato anche l'import dal resto del mondo, trainato dagli Usa. Sebbene la carne suina rimanga la più consumata dai cinesi, le previsioni degli analisti vedono la domanda bovina destinata a crescere: le pressioni della peste suina africana, ma anche l'aumento delle famiglie cinesi a reddito elevato, sono due importanti fattori che sosterranno la domanda di carne bovina. Contemporaneamente, anche la produzione interna dovrebbe aumentare a medio termine. Il tasso di crescita dei due fattori influenzerà naturalmente il tasso di variazione delle importazioni.

Il Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale Igp protagonista in tv sui canali LA7 e LA7d

Il Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale Igp è stato protagonista in tv con il nuovo spot realizzato dal Consorzio di Tutela. Fino al 17 dicembre è andato infatti in onda, sui canali LA7 e LA7d, il nuovo spot tv da 15 secondi. Come fanno sapere dal Consorzio, "Al cuore dell'idea creativa, che rientra nella campagna istituzionale 'T'amo Vitellone Bianco – una storia d'amore da condividere ogni giorno' c'è la carne del Vitellone Bianco, un'eccellenza del made in Italy, la cui qualità e unicità sono garantite dalla filiera e dal disciplinare di produzione".

Agnello di Sardegna Igp: al via un nuovo piano di comunicazione focalizzato sulla sostenibilità

Prende il via la nuova campagna di comunicazione dell'Agnello di Sardegna Igp. Il piano di comunicazione, cofinanziato dall'Unione europea con 481mila euro attraverso il programma di promozione dell'agri-food europeo Enjoy Eu, avrà una durata triennale ed è stato studiato per promuovere il prodotto sulla linea degli obiettivi del Green Deal. "Il nuovo progetto – dal titolo 'Agnello di Sardegna Igp: buono, sano, garantito' – enfatizza i concetti della sostenibilità della nostra filiera", fa sapere Alessandro Mazzette, direttore del Consorzio (Contas). "Abbiamo anche scelto di sottolineare gli elevati standard di sicurezza e qualità, nonché la diversità e gli aspetti tradizionali della filiera. L'Agnello di Sardegna Igp rappresenta una certificazione importantissima del settore agropastorale sardo indirettamente riconosciuto come uno dei più sostenibili d'Europa proprio grazie al nostro prodotto".

Ue: stop all'import di prodotti derivanti da animali trattati con antibiotici per la crescita

No alle importazioni di prodotti alimentari derivati da animali trattati con antibiotici per la crescita. È la proposta avanzata dalla Commissione Ue. Che vuole mettere in parità di condizioni gli allevatori dell'Ue, in cui l'uso di questo tipo di antibiotici è vietato, e quelli di Paesi terzi, dove non esistono regole così stringenti. La Commissione, per ora, ha redatto una bozza di regolamento. Starà poi all'Esecutivo finalizzare la proposta da sottoporre quindi all'esame di Consiglio Ue e all'Europarlamento.

Gruppo Tonazzo e il marchio Kioene nel mirino del private equity

Il gruppo Tonazzo, azienda veneta specializzata nella trasformazione di carni bovine ma anche nella produzione di burger vegetali a marchio Kioene, è sotto la lente degli operatori del private equity. Secondo indiscrezioni riportate dal quotidiano Il Sole 24 Ore, infatti, pare che sia stato affidato un incarico esplorativo all'istituto di private banking Credit Suisse per valutare eventuali partnership strategiche azionarie per il gruppo. L'azienda era già stata al centro dell'interesse dei fondi due anni fa: a quel tempo il gruppo era stato valutato più di 200 milioni di euro ma le operazioni si erano poi arenate.

Danish Crown investe 100 milioni di sterline per un impianto produttivo di pancetta in Uk

Danish Crown, tra le principali aziende di carne in Europa, aprirà nel 2023 un nuovo centro produttivo in Uk. Con un investimento da 100 milioni di sterline, costruirà infatti a Rochdale, a nord di Manchester, un impianto da 30.500 metri quadrati destinato alla produzione di pancetta e gammon (bistecche di prosciutto), creando più di 300 posti di lavoro. Il Regno Unito registra da tempo il più alto consumo di pancetta pro capite in Europa: secondo i dati rilasciati da Kantar, ogni abitante consuma infatti più di 3 Kg di prodotto a base di carne di maiale all'anno. Nel 2022, inoltre, con la riapertura delle mense aziendali e scolastiche, la richiesta di pancetta è tornata ai livelli pre-pandemici e l'inflazione ne ha aumentato il consumo grazie al suo basso prezzo. Il mercato Uk è una delle principali destinazioni di esportazione di Danish Crown, che vanta un commercio di bacon dal valore di 600 milioni di sterline l'anno. "Quello che vogliamo fare ora", spiega Jais Valeur, ceo di Danish Crown, "è assumere un maggiore controllo di quella catena del valore".

Allevamenti: le mani della mafia sui fondi Ue destinati ai pascoli. L'Abruzzo nel mirino

Il fenomeno della 'mafia dei pascoli' non si arresta e mette in ginocchio gli allevatori distruggendo l'economia agricola del territorio. Le prefetture dell'Aquila e di Pescara hanno recentemente adottato quattro interdittive antimafia nei confronti di aziende e società agricole che operavano in Abruzzo rivelando un sistema spartitorio dei fondi europei destinati ai pascoli. Come riportato dal settimanale Panorama, dalle indagini sarebbe emerso che, attraverso un sistema mafioso di intimidazioni e minacce, le organizzazioni criminali si sarebbero accaparrate terre svendute nelle aste organizzate dai comuni per poi costituire società fittizie e ottenere i fondi europei. In pratica, a fronte di poche migliaia di euro per l'affitto delle terre, ottenevano dall'Ue contributi milionari. Le aziende agricole fantasma, poi, non allevavano e non producevano o, nel migliore dei casi, spostavano il loro bestiame da un pascolo all'altro per ingannare i controlli. L'Abruzzo non è l'unica regione nel mirino di questo business mafioso. Il sistema, infatti, è presente da tempo anche in altre regioni, tra cui in Sicilia, dove un'inchiesta della procura di Messina a fine ottobre ha smascherato un sistema mafioso per l'ottenimento di finanziamenti su terreni mai posseduti o pascoli assegnati in modo indebito.

Ismea: "La zootecnia deve vincere la sfida imposta dalla transizione ecologica"

All'interno del processo di transizione ecologica, la zootecnia rivestirà un ruolo di primo piano e dovrà essere pronta a vincere la sfida. È questo il monito lanciato in occasione dell'incontro 'Zootecnia di qualità: obiettivi e strumenti per vincere la sfida del cambiamento' promosso dallo studio di consulenza Alberto Bergianti col patrocinio della Federazione regionale e dell'ordine dei dottori agronomi e forestali di Reggio Emilia e il Crpa (Centro ricerche produzioni animali). "Non vogliamo arrivare a fare come l'Olanda che ha stanziato fondi per ridurre di un terzo gli allevamenti intensivi", ha sottolineato Angelo Frascarelli, presidente di Ismea. "Dobbiamo vincere la sfida del cambiamento. Per la zootecnia la transizione ecologica è fondamentale; prima di tutto per garantire la produzione stessa". Come sottolineato nel corso dell'incontro, infatti, la zootecnia italiana rappresenta una leva fondamentale per la crescita di una filiera alimentare di qualità. "Dobbiamo creare un sistema di aziende solide, consapevoli e capaci di crescere col coraggio di innovare. Per far ciò, dobbiamo creare un sistema di conoscenze e consulenze di alto livello per dare alle aziende gli strumenti per aprirsi al domani".

Produzione mangimi Ue: nel 2022, 5 milioni di tonnellate in meno

Nel 2022, in Ue la produzione di mangimi per animali da allevamento diminuirà di 5 milioni di tonnellate rispetto al 2021 a causa delle interruzioni della catena di approvvigionamento e della diffusione delle malattie animali nel 2022. Secondo le stime riportate da Fefac, la Federazione europea dei produttori di mangimi, entro la fine dell'anno i grandi Paesi produttori registreranno un calo dei volumi compreso tra -8,8% e -1,5% annuo. La situazione differisce in base ai comparti. Quello dei mangimi per suini sarà quello più colpito, con un -5,6% rispetto al 2021, a causa della riduzione delle dimensioni della mandria, del numero di scrofe e di allevatori che chiuderanno l'attività dopo l'aumento dei costi di produzione e i numerosi casi di peste suina africana. Il settore dei mangimi per i polli da carne vedrà un calo del 3,4%, soprattutto a causa della diffusione dell'influenza aviaria. Molti allevatori, inoltre, a seguito dell'aumento dei costi di produzione, stanno rinviando i nuovi cicli produttivi. La produzione di mangime per bovini dovrebbe diminuire dell'1,3%: gli allevatori hanno ridotto le loro mandrie e accorciato i cicli di allattamento sia per rispondere alle politiche ecologiche sia per ridurre l'utilizzo di mangime. La Fefac sottolinea che anche a causa del limitato raccolto di mais nell'Ue (-19%) si potrebbe prevedere un cambiamento nell'alimentazione degli animali da allevamento, sostituendo il mais con del frumento da foraggio.

SALUMI & CONSUMI

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 - 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 16 - numero 1 - Gennaio 2023
Stampa: Ingraph - Seregno
Prezzo di una copia 2,00 euro - arretrati 9,00 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 60,00 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 ha verificato 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. L'editore si riserva di respingere e non pubblicare comunicazioni non conformi alla linea editoriale della società.

Questo numero è stato chiuso in redazione il 3 gennaio 2023

Al via il processo tra Francesca Amadori e l'azienda di famiglia. Tra le accuse mosse al Gruppo, la discriminazione delle donne

La battaglia legale tra Francesca Amadori (la nipote di Francesco Amadori licenziata lo scorso gennaio dall'azienda di famiglia) e il colosso delle carni avicole si gioca ora in tribunale. Si è svolta a metà dicembre, infatti, la prima udienza del processo, in cui il giudice ha tentato, invano, una conciliazione. Francesca Amadori chiede 2,3 milioni di danni e il reintegro al suo posto di lavoro con la qualifica da dirigente. Ritiene inoltre di essere stata discriminata come donna, non ottenendo la qualifica da dirigente che le sarebbe spettata come direttrice della comunicazione. L'azienda – guidata dal padre Flavio dallo zio Denis – è ferma sulla sua posizione e, nel frattempo, ha avviato una causa parallela in cui chiede a Francesca Amadori 1,5 milioni di danni per le accuse mosse contro il gruppo. "Francesca ha avuto il coraggio di sollevare temi spinosi", spiega l'avvocato della donna, Domenico Tambasco. "Questa vicenda tratta di questioni etiche e civili: l'impossibilità per le donne di raggiungere ruoli apicali". La consigliera di parità Sonia Alvisi ritiene fondate le accuse sulle discriminazioni: nel dossier da lei presentato emergerebbe che nella Gesco – società capofila di Amadori – non ci sarebbero dirigenti donna e soltanto cinque donne quadro su 60. Gli stipendi delle lavoratrici quadro, inoltre, sono di 59mila euro annui contro il 77mila dei colleghi maschi. Amadori si difende ricordando che il 51% dei dipendenti è composto da donne e di aver sempre agito nel rispetto di etica codici e regole.

Cibo sintetico: l'Ue finanzia la ricerca. Ma Timmermans (Commissione europea) nega progetti ad hoc

Il cibo sintetico si fa strada in Europa. Ma Frans Timmermans, vicepresidente della Commissione europea, nega l'esistenza di progetti ad hoc da parte dell'Ue. Secondo alcuni dati presentati al Forum della Coldiretti sono numerosi invece i fondi di progetti Ue destinati alla ricerca sul cibo sintetico: il programma React-Eu – che ha l'obiettivo di sviluppare la produzione alimentare cellulare e di carne sintetica – ha ricevuto una sovvenzione di due milioni di euro, 32 milioni sono stati stanziati per Horizon Europe, il programma di ricerca per le proteine alternative. I Paesi Bassi hanno ricevuto 60 milioni di euro per la ricerca nel campo dell'agricoltura cellulare; 5,2 milioni la Spagna. Tuttavia, Timmermans, interrogato nel corso del Forum di Coldiretti, nega una politica ad hoc della commissione: "Non ci sono progetti della Commissione europea che promuovano il cibo sintetico. È una fake news e non sono disposto a farlo". La strada verso l'introduzione del cibo sintetico in Europa è invece spianata e presto si dovrà fare i conti con questa realtà. "Dopo la commercializzazione negli Usa dei nuggets di pollo sintetico, nel 2023 toccherà all'Efsa (l'Autorità europea per la sicurezza alimentare, ndr) decidere se concedere l'autorizzazione nella categoria novel food", spiega Felice Adinolfi, direttore del centro studi Divulga – Università di Bologna al quotidiano Italia Oggi. "Oggi il tema è ancora depoliticizzato, non esiste un'iniziativa parlamentare, in Italia o in Europa, in cui si porti in discussione il problema. Viene tutto lasciato al confronto tra i laboratori e le autorità che concedono le autorizzazioni. E questa è una strategia subdola ma efficace. Da un lato promette di risolvere l'emergenza climatica e dare cibo a tutti, guadagnando i consensi degli ecologisti, e dall'altro diffonde pochissime informazioni o utilizza nomi come carne coltivata o carne pulita evitando di fare riferimenti al processo e agli strumenti utilizzati".

Antibiotici veterinari in calo in tutta Ue. Negli allevamenti italiani, però, vendite ancora alte

Dal 2011 al 2021 l'Ue ha ridotto del 47% le vendite di antibiotici veterinari. I dati, provenienti da 25 Paesi e pubblicati dal Rapporto annuale dell'Ema (l'Agenzia europea per i medicinali), dimostrano che le vendite hanno raggiunto il valore più basso mai registrato. In Italia, tra il 2011 e il 2020 sono calate del 51%, ma restano, tuttavia, tra le più alte in Europa. L'Ema ricorda però che, da tre anni, l'Italia si è dotata di un sistema di tracciabilità digitale dei medicinali veterinari, con dati anche a livello di allevamenti: si tratta di un "passo importante verso lo sviluppo di un adeguato programma di gestione antimicrobica". I dati, sottolinea l'agenzia Ue, "mostrano progressi verso il raggiungimento degli obiettivi" del Piano nazionale contro la resistenza agli antibiotici. Il Rapporto include, per la prima volta, anche le informazioni sui progressi compiuti verso l'obiettivo della strategia Farm to Fork al centro del Green Deal europeo, in cui la Commissione Ue obbliga alla riduzione della vendita di antimicrobici per gli animali d'allevamento e in acquacoltura. In tre anni, tra il 2018 e il 2021, i 27 Stati membri hanno già raggiunto una riduzione del 18%, circa un terzo dell'obiettivo di riduzione del 50% fissato per il 2030.

PSR Programma di Sviluppo Rurale
Unione Europea
REPUBBLICA ITALIANA
Regione Toscana

Intervento realizzato con il cofinanziamento FEASR del Piano di Sviluppo rurale 2014-2020 della Regione Toscana - sottomisura 3.2

di Margherita Luisetto

Carne alternativa: profondo rosso?

Le aziende internazionali rivedono le previsioni di crescita e crollano le quotazioni a Wall Street. L'Italia dice no al cibo sintetico. La fragilità del comparto, stretto tra l'entusiasmo mediatico e l'effettiva domanda dei consumatori. Le opinioni dei player.

Le alternative plant-based della carne si stanno facendo largo sugli scaffali della distribuzione. E, contemporaneamente, la prospettiva di una futura diffusione della carne coltivata sta attirando l'attenzione di consumatori e aziende. La narrazione alla base dei nuovi prodotti è molto forte e ha fatto breccia nella comunicazione mass market: la crisi climatica del pianeta e le minacce per la salute umana chiedono al mondo di fare scelte più sostenibili. In questo contesto, gli allevamenti (additati tra le principali fonti di inquinamento) e la carne (considerata tra le principali cause delle malattie croniche) finiscono sotto accusa. Non solo. L'aumento della richiesta di proteine, dovuto alla crescita della popolazione mondiale, segna il cambiamento delle abitudini alimentari.

Ma il settore delle alternative oggi si trova a fare i conti con diverse criticità: le repliche della comunità scientifica, il gusto e il costo. Le tesi che sostengono i sostituti della carne spesso non sono basate su dati aggiornati e prove certe (ad esempio quelle legate al consumo di acqua e alle emissioni di gas serra negli allevamenti). Le aziende, poi, devono fare i conti con altre due criticità. Il gusto, che ad oggi non ha ancora conquistato i più, e soprattutto il costo. I sostituti sono caratterizzati infatti da un costo elevato, perché sono il frutto di un lungo processo di trasformazione. Quanto sono disposti i consumatori, nel ciclone dell'inflazione, a spendere di più per comprare questa tipologia di prodotti? Negli Usa il continuo aumento dei prezzi ha già ridotto la spesa di acquisto dei consumatori - che ora guardano a prodotti più convenienti - facendo scricchiolare la situazione finanziaria dei maggiori produttori internazionali. In Italia, il mercato è ancora agli albori per dire come si evolverà. Ma, in difesa del settore zootecnico e delle carni, il nuovo governo è già pronto a dare battaglia.

DAL MONDO

Il plant based scricchiola

Dopo il grande fervore che ha interessato le produzioni plant-based negli ultimi due anni - soprattutto in sostituzione al consumo di carne -, l'interesse sta rallentando. Sono molteplici le avvisaglie di un raffreddamento - o di un ridimensionamento - in atto a livello globale. Di seguito una cronistoria degli ultimi eventi.

AGOSTO 2022

Beyond Meat taglia 200 posti di lavoro. L'azienda californiana che produce sostituti per la carne taglia il 19% della sua forza lavoro e abbassa le previsioni di entrate annuali. Alla base di queste scelte, secondo quanto fanno sapere dall'azienda, ci sarebbe l'inflazione: il continuo aumento dei prezzi avrebbe ridotto la spesa di acquisto dei consumatori. Intanto il capo delle finanze, Philip Hardin, si dimette e il nuovo Cfo, Lubi Kutua, rileva l'organizzazione finanziaria in un momento in cui Beyond Meat abbassa le sue prospettive di vendita: secondo l'azienda i ricavi netti per il 2022 dovrebbero essere compresi tra i 400 milioni e i 425 milioni di dollari (le precedenti aspettative parlavano di ricavi netti compresi tra 470 mln e 520 mln), segnando una diminuzione tra il 9% e il 14% rispetto al 2021.

Maple Leaf Foods riduce del 25% la società di alimenti vegetali. Maple Leaf Foods - uno dei maggiori produttori di carne del Canada - ridimensiona la sua società Greenleaf Foods (brand vegan Field Roast e Lightlife). Le sue vendite di proteine vegetali sono diminuite di oltre il 18% su base annua.

SETTEMBRE 2022

Jbs chiude Planterra Foods. Jbs, colosso della produzione di carne, annuncia la chiusura di Planterra Foods, la sua società specializzata nella realizzazione di proteine vegetali e meat analogue, conosciuta sul mercato con i prodotti a marchio Ozo (macinati, bacon e cotolette plant based).

OTTOBRE 2022

Impossible Foods taglia il 6% dei posti di lavoro. L'azienda californiana che produce sostituti vegetali della carne licenzia 50 dipendenti. La ristrutturazione aziendale, come spiega il Ceo Peter McGuinness, sarebbe parte di un passaggio "necessario per una prossima fase di espansione".

NOVEMBRE 2022

A Wall Street crollano le quotazioni in Borsa delle principali società plant-based. Le quotazioni in Borsa segnano, in pochi mesi, una perdita che va dal 70 al 90% rispetto ai risultati registrati nel 2021.

DALL'ITALIA

La lotta alla carne coltivata

Il ministro Lollobrigida si oppone fermamente. Coldiretti avvia una petizione per impedirne la diffusione. Le Regioni si schierano a difesa del cibo tradizionale.

L'iniziale fascino generato dalla carne coltivata e dalle alternative alle proteine animale, con il conseguente attacco alla carne, si sta ridimensionando. Significative le prese di posizione del Governo e delle associazioni di categoria. Che iniziano a far sentire la propria voce a difesa del cibo tradizionale, della carne e della zootecnia. Sfatando false dicerie e smentendo fake news su un comparto additato tra i principali responsabili del cambiamento climatico.

Francesco Lollobrigida (Masaf): "Stop al cibo sintetico"

Dopo soli due giorni dall'inizio del suo mandato di ministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare, Francesco Lollobrigida si pone a difesa delle eccellenze alimentari italiane e punta il dito contro la carne clonata. "Quello che ci allarma sono degenerazioni di cui nessuno parla, come la produzione di carne in laboratorio. Non siamo certo per gli allevamenti massivi che sfruttano e stressano gli animali, ma vogliamo tutelare i piccoli allevatori e un'economia di qualità che difenda il territorio".

Coldiretti: al via la mobilitazione nazionale

A novembre Coldiretti scende in campo contro la carne sintetica. Con la collaborazione di Filiera Italia, ha infatti dato il via a una raccolta firme a livello nazionale per vietare la produzione, l'uso e la commercializzazione del cibo sintetico in Italia. La posizione di Coldiretti è legata a doppio filo a una petizione mondiale promossa e supportata da World Farmers Markets Coalition, World Farmers Organization, Farm Europe contro il cibo prodotto in laboratorio. "La carne da laboratorio non salva gli animali perché viene fabbricata sfruttando i feti delle mucche, non salva l'ambiente perché consuma più acqua ed energia di molti allevamenti tradizionali, non aiuta la salute perché non c'è garanzia che i prodotti chimici usati siano sicuri per il consumo alimentare, non è accessibile a tutti poiché per farla serve un bioreattore, non è neppure carne ma un prodotto sintetico e ingegnerizzato". Nel giro di qualche giorno la petizione è stata firmata da nomi illustri e associazioni: il premier Giorgia Meloni, il ministro dell'Agricoltura e della sovranità alimentare, parlamentari nazionali ed europei, sindaci, personalità della cultura dello sport e dello spettacolo, rappresentanti istituzionali di Regioni e Province, imprenditori. Tra i firmatari, anche la federazione italiana medici pediatri (Fimp) – che riunisce circa 5mila professionisti – e FederBio.

I DATI DI MERCATO

Il valore delle alternative della carne vendute negli Usa è aumentato dell'1,1% nell'anno terminante a fine agosto - secondo i dati comunicati da NielsenIQ - a circa 963 milioni di dollari, a fronte di una crescita dell'8,1% nello stesso periodo nel 2021 e del 44,8% nel 2020. Secondo un'analisi di Deloitte sono tre le ragioni della frenata delle proteine a base vegetale (Pba – Protein based alternatives). Innanzitutto, i tassi di penetrazione del mercato globale si sono rilevati meno significativi rispetto a quelli stimati (Bloomberg Intelligence censiva un giro d'affari di 30 miliardi di dollari nel 2020, vedendolo quintuplicare a 162 miliardi nel 2030). I dati 2022 mostrano che tra il 47% dei consumatori Usa che 'qualche volta comprano carne Pba', la quota di chi è disposto a pagarla di più è calata del 9%, e sono in diminuzione anche le percentuali di chi la ritiene più salutare per la dieta (-8%) e più sostenibile per l'ambiente (-5%). Il secondo fattore della frenata è dovuto all'inflazione in corso, per cui i consumatori oggi non sono disposti a pagare di più per acquistare prodotti Pba. Infine, la terza causa è legata ai reali benefici dei cibi alternativi, che sempre più consumatori mettono in dubbio.

FOCUS
LA POSIZIONE DEI PRODUTTORI

CARNI&CONSUMI HA INTERVISTATO ALCUNI PLAYER DEL COMPARTO CHE SI INTERROGANO SUL TEMA LEGATO ALLE PROTEINE ALTERNATIVE.

CRISTIANO PAIARDI - RESPONSABILE VENDITE PROSUS

"La produzione di proteine alternative si sta rivelando un potente motore economico sia in Europa che nell'Est Asiatico. Credo che entro il 2040 una buona parte di porzionati di carne consumati sarà realizzato con proteine alternative. Il sistema alimentare sta cambiando e il loro consumo è destinato ad aumentare nei prossimi 20 anni. Credo che già nel giro di 3/5 anni in Europa inizierà una forte diminuzione del consumo di proteine animali a favore di quelle alternative. I prodotti plant-based sono una soluzione sostenibile e salutare che eguaglierà le proteine animali per gusto, consistenza e prezzo. Nel contesto nazionale, il settore delle proteine plant-based sarà un'alternativa importante, ma penso che sia difficile che si sviluppi in maniera diffusa e forte".

JON PARKER, HEAD OF SUPPLY CHAIN DELIVERY DI HCC - MEAT PROMOTION WALES

"Anche se c'è stato interesse per le proteine alternative, la grande maggioranza dei consumatori vuole ancora carne e latticini tradizionali. La carne prodotta in modo etico e in conformità con le buone pratiche ambientali – come l'Agnello Gallese Igp e il Manzo Gallese Igp – ha tutte le caratteristiche per continuare ad attrarre i consumatori che pensano alla sostenibilità nelle loro scelte alimentari".

GIANNI CECCARELLI, DIRETTORE COMMERCIALE MARTINI ALIMENTARE

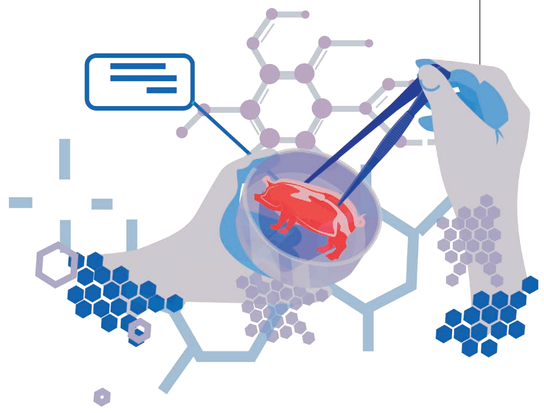
"Al momento credo che sia opportuno fare valutazioni sia sul sistema alimentare sia sui benefici ambientali ma credo sia e indispensabile informare con più trasparenza i consumatori circa l'ultra-processazione che contraddistingue questi prodotti i cui possibili effetti associati a un consumo frequente non sono ancora del tutto noti. Noi al momento osserviamo con grande interesse i trend dei prodotti alternativi e stiamo lavorando insieme allo staff di R&S per intercettare le nuove tendenze del mercato".

VIKTOR BEKESI - SENIOR MANAGER SALES DANISH CROWN

"In Danish Crown guardiamo con interesse al settore delle proteine alternative alla carne. Da qualche anno abbiamo iniziato a sviluppare prodotti a base vegetale con il marchio Den Grønne Slagter (il macellaio verde) per ora disponibile nei supermercati danesi. Prevediamo una crescente domanda di proteine alternative negli anni a venire; quindi, i prodotti che stiamo sviluppando rappresentano il nostro primo piccolo passo in questo mercato. In Italia non vediamo impedimenti alla diffusione dei prodotti plant-based: la dieta mediterranea da sempre predilige il consumo di proteine vegetali ricche di vitamine e minerali. È un mercato relativamente nuovo che ha grosso potenziale in termini di crescita e sviluppo".

DAVIDE BIANCHI - DIRETTORE COMMERCIALE DELICATESSE

"Al momento la via delle proteine alternative è percorribile con buoni risultati solo nel campo dei prodotti macinati e ricomposti, ma per quanto riguarda i tagli anatomici siamo ancora molto lontani dall'obiettivo. La curiosità è molto alta ed è un mercato che va approfondito e conosciuto perché crescerà in futuro e ci toglierà quote di mercato. Da esperto di settore posso anche essere d'accordo all'avvento dei surrogati della carne da un punto di vista etico-morale ma non lo sono sotto il profilo nutrizionale: una proteina vegetale non sarà mai sana e bilanciata come una animale. Far cambiare consistenza, colore, sapore a un vegetale per farlo assomigliare alla carne richiede troppi ingredienti e additivi, nonché un'iper-processazione e un aumento della manipolazione. La vera alternativa per conciliare etica e naturalità potrebbe essere la carne coltivata".



di Margherita Luisetto

L'Ue riabilita carne e vino

Dietrofront della Commissione europea sulla volontà di estromettere dalle risorse per la promozione i due prodotti chiave dell'agroalimentare italiano. Che, ora, escono dalla black list delle referenze considerate dannose per la salute. Una vittoria per il made in Italy.

Il vino e la carne rossa non fanno più parte della 'black list' dei cibi considerati dannosi dall'Unione europea. E non saranno estromessi dall'elenco dei prodotti che Bruxelles sostiene ogni anno con risorse destinate alla promozione sui mercati esteri. È scampato, infatti, il pericolo che i due prodotti chiave dell'agroalimentare italiano fossero esclusi, per il 2023, dal platfond di 186 milioni di euro destinato alla promozione dei prodotti agroalimentari da parte dell'Ue. La buona notizia, arrivata a inizio dicembre, ha ottenuto il plauso del governo italiano e delle principali associazioni di categoria. Ed è stata la conclusione di un percorso lungo e complesso.

Un passo indietro…

A fine ottobre, nell'ambito delle deliberazioni sul 'Programma di lavoro annuale 2023 per la promozione dei prodotti agricoli e alimentari', Bruxelles sceglie di adottare misure più stringenti e inserisce nel testo del programma il taglio dei fondi promozionali per alcune categorie di prodotti: la carne rossa e i suoi derivati (tra cui i salumi), il vino e gli alcolici. Con questa decisione, la Commissione europea sceglie quindi di vincolare l'accesso ai fondi di promozione seguendo i criteri stabiliti da alcuni documenti strategici, come il Farm to Fork e il piano comunitario di lotta anticancro Beca (Beating cancer), che mettono in guardia dalle conseguenze negative, per l'ambiente e per la salute, di un consumo eccessivo di carni rosse e di alcolici. Alle spalle di queste considerazioni ci sono le campagne condotte in primo luogo dall'Oms nei confronti di vino e carne - il cui consumo eccessivo è considerato dannoso -, ma anche studi scientifici che collegano le due produzioni a malattie croniche, cardiovascolari e all'insorgere di tumori.

Cosa rischia l'Italia?

L'agroalimentare italiano rischia di uscirne penalizzato. Un danno enorme si abbatterebbe soprattutto sui numerosi operatori del settore Dop e Igp, per i quali le campagne promozionali rappresentano uno strumento vitale per creare nuove opportunità di mercato e fornire un sostegno al consolidamento delle imprese già esistenti. L'impatto sarebbe determinante sull'economia, sull'occupazione, sulla biodiversità e sul territorio (dove, quando una stalla chiude, si perde un intero sistema fatto di animali, di prati per il foraggio, di prodotti tipici e soprattutto di persone impegnate a combattere lo spopolamento e il degrado). Riportando i dati pubblicati da Coldiretti e Filiera Italia, ricordiamo che quello della carne e dei salumi è un settore di punta dell'agroalimentare nazionale: grazie al lavoro di circa 100mila persone tra allevamento, trasformazione, trasporto e distribuzione, genera un fatturato di 30 miliardi di euro. Il vino, poi, rappresenta un volano economico: è un settore che vale oltre 11 miliardi di fatturato e offre opportunità di lavoro nella filiera a 1,3 milioni di persone.

La difesa

La proposta di Bruxelles viene bloccata. Diversi Paesi, tra cui l'Italia, si oppongono e bocciano il testo nel corso della votazione al Comitato degli Stati Membri sul Programma di lavoro annuale per la promozione dell'agroalimentare. È ritenuto penalizzante per prodotti strategici per l'economia delle nazioni. A lanciare per prima l'allarme è la Polonia, che presenta un documento a difesa dell'attuale politica di promozione, sottoscritto poi da Italia, Austria, Belgio, Bulgaria, Ungheria, Irlanda, Lettonia, Lituania, Polonia, Portogallo e Spagna. Gli 11 Paesi ritengono "giustificato continuare la politica di promozione dell'Ue basata su disposizioni attualmente vincolanti. L'opzione che presuppone una revisione della condizionalità/ammissibilità, che può comportare la completa esclusione di determinati settori dal sostegno, solleva una ferma opposizione da parte dei paesi firmatari". Nel frattempo, l'europarlamentare italiana Stefania Zambelli (Lega) presenta alla Commissione Ue un'interrogazione parlamentare in difesa del comparto della carne e dei salumi. "Non possiamo più ammettere insensati e strumentali attacchi alle nostre eccellenze", dichiara. "Le filiere italiane di carne e salumi sono sostenibili e salubri perché gli impegni vincolanti in tema ambientale e di sicurezza alimentare sono già parte del processo produttivo che le contraddistingue". La Commissione deve prendere atto dell'opposizione espressa dagli Stati membri e riformulare il programma di lavoro, attenendosi rigorosamente ai principi di una sana politica di promozione.

La vittoria del made in Italy

A inizio dicembre la Commissione fa dietro front. E rielabora il documento del Programma eliminando il taglio delle promozioni a carne e salumi. 18 nazioni votano a favore del nuovo testo. L'Olanda è contraria, mentre otto Stati - tra cui Francia, Germania e Portogallo - si astengono. L'Italia decide di continuare a sostenere i fondi per questi settori, evitando così pesanti conseguenze economiche per i produttori di vino, di carne rossa e salumi. Il nuovo testo ottiene il via libera.

ALCUNI COMMENTI

Francesco Lollobrigida (Masaf): "È una notizia importantissima per tutta la Nazione, una vittoria che abbiamo ottenuto lottando con determinazione a difesa delle eccellenze italiane. Adesso ci sono anche più risorse economiche per le Indicazioni Geografiche, con altri due milioni di euro, proprio come avevamo chiesto noi. Tutto questo dimostra che il nostro nuovo approccio paga. […] Il lavoro di squadra e l'attenzione al mondo agroalimentare sono gli strumenti con cui difendiamo il prodotto italiano e diamo risposte precise a esigenze che erano rimaste insoddisfatte ormai da troppo tempo".

Gian Marco Centinaio (Lega): "L'Italia ottiene un importante successo in Europa, a difesa dei propri prodotti e della dieta mediterranea. Sono orgoglioso di aver contribuito al lungo lavoro che ha convinto la Commissione Ue a escludere carne e vino dagli alimenti dannosi per la salute".

Luigi Scordamaglia (Filiera Italia): "La politica di promozione Ue deve continuare a sostenere tutti i prodotti agricoli dell'Unione respingendo gli atteggiamenti discriminatori che rischiano di favorire la propaganda del passaggio a una dieta unica mondiale, dove il cibo sintetico si candida a sostituire quello naturale. Il giusto impegno della Commissione Europea per tutelare la salute dei cittadini non può tradursi in decisioni semplicistiche che rischiano di criminalizzare ingiustamente singoli prodotti indipendentemente dalle quantità consumate. L'equilibrio nutrizionale va infatti ricercato tra i diversi cibi consumati nella dieta giornaliera e non certo condannando lo specifico prodotto".

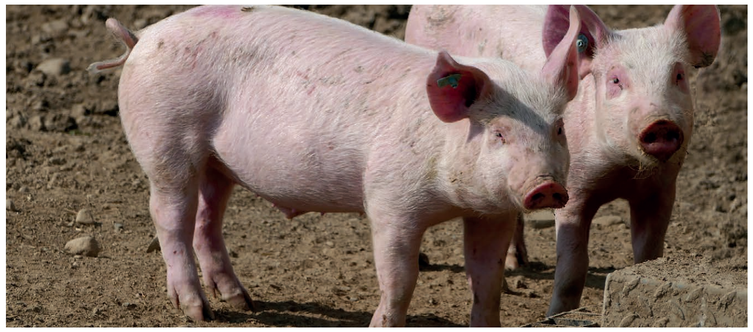
di Margherita Luisetto

Sardegna: stop all'embargo di carni suine

L'Ue elimina nella maggior parte della regione le restrizioni sanitarie legate alla Psa. E mette fine a una battaglia lunga 40 anni. Soddisfazione in Italia e in Europa.

La Sardegna vince la sua battaglia contro la peste suina africana. Con una sentenza storica, lo scorso dicembre la Commissione Ue decreta la fine del lungo programma di eradicazione della peste suina africana nell'isola e autorizza il commercio di suini e prodotti derivati. Per un periodo ancora da definire, resterà comunque necessario il controllo delle autorità competenti e, in alcune aree, ci saranno ancora restrizioni - seppure leggere -, mentre una zona localizzata rimarrà soggetta a condizioni più severe. Ma facciamo un passo indietro.

La Sardegna registra i primi casi di peste suina africana nel 1978 e, nel 1982, dà il via ai primi tentativi di eradicazione. A novembre del 2011, però - in seguito alla crescente preoccupazione a livello internazionale per la diffusione del virus -, scatta per la Sardegna il blocco all'esportazione delle carni e degli animali vivi. Un vero e proprio embargo. "Il momento della chiusura alle esportazioni può essere identificato come l'anno zero in cui la lotta alla peste suina prende una nuova spinta", ricorda il presidente della Regione, Christian Solinas. "Infatti, davanti a quello che, di fatto, si presentava come lo scenario peggiore per le aziende del nostro comparto zootecnico, la Sardegna inizia a maturare la consapevolezza che solo con uno sforzo corale si sarebbe potuta trovare una via d'uscita". L'impresa, tuttavia, è lunga e faticosa. Un primo risultato per il comparto sardo arriva con la concessione alla ripresa del commercio dei prodotti termizzati (vale a dire, trattati termicamente). Nel 2013, poi, la Regione nomina un commissario ad hoc per la gestione dell'emergenza e nel 2014, con il presidente Francesco Pigliaru, nasce l'Unità di progetto per l'eradicazione della peste suina. L'ultima evidenza dell'infezione in Sardegna viene registrata nel 2018 nel suino domestico e nel 2019 in quello selvatico. Le successive rilevazioni in entrambe le popolazioni animali riguarderanno esclusivamente siero conversioni. Gli sforzi messi in campo non sono però ancora sufficienti a decretare la fine dell'embargo, così come certificato dall'audit della Commissione europea nel 2019. "Quella che ha vissuto la Sardegna", spiega il presidente, "è stata una battaglia difficile, insidiosa, costata impegno e sacrifici alle forze in campo che hanno lavorato per l'eradicazione del virus, dai nostri tecnici ai singoli operatori, così come per le comunità e gli allevatori". La svolta arriva però nel 2021, con un audit che porta alla formulazione di cinque raccomandazioni da parte della Commissione europea. "Abbiamo messo in campo ogni sforzo possibile per soddisfare le richieste di Bruxelles. Insieme all'Unità di progetto, all'Istituto zooprofilattico della Sardegna, ai servizi veterinari, agli assessorati, agli uffici competenti e al Cfva (Corpo forestale di vigilanza e ambiente), abbiamo implementato l'anagrafe dei suini, potenziato la sorveglianza attiva e passiva sugli animali. Abbiamo reso i nostri dati fruibili e trasparenti, e sempre a disposizione del Ministero e della Commissione Europea". Il passo decisivo è del maggio 2022. Quando, grazie all'appoggio del sottosegretario del ministero della Salute, Andrea Costa, la Regione lavora in stretto raccordo col ministero verso una negoziazione con Bruxelles. "La road map che abbiamo percorso da quel momento ci ha portato più di una volta al tavolo della Commissione. E oggi il voto del comitato degli stati membri ha finalmente sancito un traguardo atteso da tempo".



Francesco Lollobrigida (ministro Masaf): "Momento storico per gli allevatori sardi e per tutti gli imprenditori della filiera"

"Grazie alla decisione che arriva da Bruxelles, per la Sardegna finisce l'embargo sull'esportazione di carni, causato dell'epidemia di peste suina africana. Nella rideterminazione dei territori sottoposti in precedenza a restrizioni, la maggior parte della Sardegna si colloca fuori dalla fascia di rischio. Soltanto su alcune aree rimangono le restrizioni, ma in questi casi la movimentazione e la commercializzazione dei prodotti sarà regolamentata da linee guida in fase di elaborazione da parte del Ministero della Salute, di concerto con la Regione Sardegna. […] Si tratta di un momento storico per gli allevatori sardi e per tutti gli imprenditori della filiera, che meritano finalmente di ripartire, pienamente e in sicurezza, nelle loro attività economiche. Questa vicenda è da sempre una priorità che abbiamo attenzionato, considerandola una piaga per l'economia sarda. Il nostro impegno sarà quello di restare al fianco degli allevatori di tutto il territorio sardo, con un lavoro paziente, condiviso e partecipato".

Stella Kyriakides (Commissione Ue Salute e sicurezza alimentare): "Ottima notizia per l'intera Unione Europea"

"L'allentamento delle restrizioni sulla peste suina in gran parte dell'isola è un'ottima notizia, non solo per la Sardegna, ma per l'intera Unione europea. […] La lotta contro la peste suina africana è una priorità della Commissione da molti anni. Le misure adottate oggi premiano gli sforzi delle autorità nazionali e regionali italiane e dimostrano che l'approccio dell'Ue si è dimostrato efficace nel contenere la diffusione del virus. Tuttavia, la lotta contro la peste suina nell'Unione europea è tutt'altro che conclusa: la malattia è ancora segnalata in 11 Stati membri, tra cui l'Italia continentale. La Commissione rimane impegnata a guidare la risposta dell'Ue alla lotta contro questa malattia, con l'obiettivo finale della sua eradicazione".

Ruggero Lenti (Presidente Assica): "Prossimo obiettivo: la completa eradicazione della Psa dall'Italia"

"Accolgo con estrema soddisfazione che la Commissione europea abbia ufficialmente riconosciuto che le misure adottate nel corso degli ultimi anni hanno portato a un forte miglioramento della situazione della Psa nell'isola. Questo aspetto è tanto più importante se calato nella situazione epidemiologica nazionale ed europea. […] Mi auguro che i buoni risultati ottenuti in Sardegna siano replicabili quanto prima anche nell'Italia continentale e invito le nostre Autorità sanitarie, ma soprattutto politiche, a proferire il massimo sforzo per raggiungere l'obiettivo di una completa eradicazione della Psa sul nostro territorio".

FIORANI®

IL FUTURO ALLE ORIGINI

Il cibo è arte, storia, convivialità, benessere e salute

TARTARE di BOVINO

TARTARE di SCOTTONA

TARTARE di CHIANINA

TARTARE GUSTOSA

TARTARE di VITELLO

Cultura del cibo, patrimonio in ogni tempo che Fiorani si impegna a preservare e valorizzare attraverso il sapiente know-how nella lavorazione delle materie prime, la conoscenza delle ricette della tradizione, la costante innovazione di processi e di prodotti.

I prodotti Fiorani:

- pratici e veloci da preparare
- equilibrati
- maggiore shelf-life
- packaging attento alla sostenibilità
- senza glutine
- semplici e gustosi

La galleria Fiorani soddisfa tutti i gusti! Scopri tutti i prodotti e le nostre ricette sul sito www.fioraniec.com

Tutti i prodotti FIORANI sono SENZA GLUTINE

FIORANI&C. S.P.A. - VIA COPPALATI N. 52 - 29122 PIACENZA (PC) - P.IVA 01410740334 - TEL. +39 (0)523-596111 - marketing.fiorani@fiorani.net

di Margherita Bonalumi

L'agroalimentare nella tempesta

Aumentano i costi dei prodotti agricoli. Cresce la produzione industriale alimentare. L'export è in salita. Ma la bilancia commerciale è in deficit. Ismea traccia una fotografia della situazione del comparto al terzo trimestre del 2022. Focus sul settore delle carni.

Crisi energetica, instabilità geopolitica causata dalla guerra Russia-Ucraina, inflazione e politica monetaria restrittiva. Sono gli elementi che negli ultimi mesi hanno determinato un contesto economico mondiale precario. E che, come fanno sapere gli analisti, rallenteranno la crescita dell'economia globale nei prossimi mesi. In questo contesto, l'agroalimentare italiano vive un periodo instabile e caratterizzato da incertezze.

Secondo quanto pubblicato da Ismea, nell'ultimo Report Agrimercati relativo al terzo trimestre del 2022, in Italia l'indice dei prezzi dei prodotti agricoli è aumentato del 3,8% su base congiunturale, e del 22% su base tendenziale. Sono aumentati in modo significativo i costi: +26,6% per le produzioni vegetali e +25,8% per quelle zootecniche. I principali aumenti sono stati registrati soprattutto per i prodotti energetici (+67,2%), fertilizzanti (+41,6%) e mangimi (+35,9%). Considerando queste dinamiche, il valore aggiunto agricolo avrebbe segnato una diminuzione su base congiunturale. L'indice della produzione industriale dell'alimentare nei primi nove mesi del 2022 è cresciuto del 3,3%, contro l'1,2% del manifatturiero nel complesso.

La bilancia commerciale: deficit di 700 milioni di euro

Le esportazioni agroalimentari italiane sono cresciute nel 2022, con un +18% tendenziale nei primi otto mesi dell'anno. Germania, Usa e Francia sono state le principali destinazioni delle esportazioni agroalimentari italiane. L'incremento dei prezzi delle materie prime agricole e degli energetici sta impattando però sia sulle esportazioni che sulle importazioni agroalimentari. Queste ultime, nei primi otto mesi del 2022, sono aumentate del 30% (+36,3% per i prodotti agricoli, +27,1% per i prodotti dell'industria alimentare). Da un surplus di 2,5 miliardi di euro nei primi otto mesi del 2021, la bilancia agroalimentare italiana è passata a un deficit di quasi 700 milioni di euro nei primi otto mesi del 2022.

I consumi domestici: il carrello della spesa si alleggerisce

L'inflazione in corso ha portato le famiglie a perdere sempre più il proprio potere d'acquisto.

Tra gennaio e settembre 2022, secondo i dati pubblicati da NielsenIQ e riportati da Ismea, il carrello della spesa è costato agli italiani il 4,4% in più rispetto allo scorso anno, con picchi ad agosto e a settembre (+10,4%). Al contempo però si è alleggerito il carrello in termini di volume con riduzioni che coinvolgono tutte le categorie con percentuali che vanno dal -1% del latte fresco al -31% del pesce fresco. L'aumento dei costi per gli imballaggi ha inciso sui prodotti confezionati, che hanno registrato un aumento dei prezzi più evidente (+5% vs il +3,2% dello sfuso).

Bilancia commerciale agroalimentare (per gruppi di prodotto – milioni di euro)

Settori[1]	2021			Var. % 2021/20		Peso %	
	Export	Import	Saldo	Export	Import	Export	Import
Agroalimentare	**52.010**	**48.542**	**3.468**	**11,1**	**11,8**	**100**	**100**
Vino e mosti	7.113	401	6.712	12,4	39,2	13,7	0,9
Cereali, riso e derivati	7.816	5.567	2.250	7,1	11,8	15,1	11,9
Ortaggi freschi e trasformati	4.627	2.696	1.931	3,4	4,5	8,9	5,7
Altre bevande	3.241	1.489	1.752	12,7	17,4	6,2	3,2
Frutta fresca e trasformata	4.963	4.247	716	5,5	2,8	9,6	9,1
Florovivaismo	1.136	577	559	21,4	8,4	2,2	1,2
Latte e derivati	4.094	3.601	493	13,4	6,2	7,9	7,7
Foraggere	219	89	130	2,5	6,2	0,4	0,2
Colture industriali	2.486	4.243	-1.758	18,6	12,8	4,8	9,0
Oli e grassi	2.347	4.264	-1.917	18,1	20,8	4,5	9,1
Animali e carni	3.601	6.209	-2.608	15,1	5,5	6,9	13,4
Ittico	846	6.381	-5.535	11,1	19,0	1,6	13,6
	gen - lug 22			**Var. % gen - lug 22/21**			
	Export	Import	Saldo	Export	Import		
Vino e mosti	4.506	278	4.228	13,1	35,3		
Cereali, riso e derivati	5.551	4.210	1.341	29,7	40,6		
Ortaggi freschi e trasformati	3.167	1.898	1.269	14,0	24,4		
Altre bevande	2.166	1.086	1.080	18,4	34,4		
Frutta fresca e trasformata	2.671	2.805	-133	0,8	21,6		
Florovivaismo	879	504	374	8,6	59,1		
Latte e derivati	2.848	2.717	131	22,0	34,6		
Foraggere	172	62	110	36,8	30,3		
Colture industriali	1.519	2.550	-1.031	2,5	-0,7		
Oli e grassi	1.839	3.196	-1.357	34,2	34,6		
Animali e carni	2.227	4.666	-2.439	11,1	33,3		
Ittico	579	4.380	-3.801	18,4	26,9		

[1] *I settori sono ordinati in base al saldo della bilancia commerciale del 2021. Dati provvisori*

Fonte: elaborazione Ismea su dati Istat

I consumi alimentari

Dinamica degli acquisti domestici nazionali di prodotti agroalimentari – variazioni e quote %

	Var. %		Quota % valore vs tot. agroalimentare	
	2021 vs 2020	gen- set 2022 vs gen- set 2021	2021	gen-set 2022
Totale agroalimentare	**-0,2**	**4,4**	**100**	**100**
Generi alimentari	-0,7	4,6	88,0	88,2
Bevande analcoliche e alcoliche	3,4	3,2	12,0	11,8
Generi alimentari	**-0,7**	**4,6**	**88,0**	**88,2**
Derivati dei cereali	1,1	8,9	13,7	14,0
Carni	-0,5	7,7	10,4	10,6
Salumi	-0,1	3,8	6,5	6,4
Latte e derivati	-3,7	4,1	13,2	13,2
Ittici	6,2	-3,5	8,6	8,0
Uova fresche	-11,9	5,1	1,0	1,1
Ortaggi	-2,2	3,2	10,3	10,4
Frutta	-0,6	3,7	9,0	9,1
Oli e grassi vegetali	-8,1	15,5	1,6	1,7
Altri prodotti alimentari	-0,5	4,4	13,6	13,5
Miele	-13,2	-0,6	0,16	0,14
Bevande analcoliche e alcoliche	**3,4**	**3,2**	**12,0**	**11,8**
Acqua	2,2	11,0	2,4	2,7
Bevande analcoliche	5,9	11,2	2,4	2,7
Bevande alcoliche	6,8	-1,8	1,4	1,3
Vini e spumanti	2,1	-4,1	3,5	3,0
Birra	2,1	-0,8	2,1	2,2

Fonte: Ismea-Nielsen

IL SETTORE DELLE CARNI

CARNI BOVINE

I prezzi di tutte le carni hanno segnato un rialzo nel terzo trimestre per l'azione congiunta di una ripresa della domanda - spinta dalla ripartenza del turismo e dalla riapertura dell'Horeca - e dell'aumento dei costi di allevamento. I dati, pubblicati da Ismea, vedono i prezzi all'origine dei vitelloni toccare a settembre il culmine, con valori di 2,96 €/Kg, con incrementi su base annua superiori al 21%. La situazione ha interessato in diversa misura tutti i paesi europei, implicando un aumento dei prezzi evidente anche sul prodotto importato, che ha frenato la pressione competitiva. In conseguenza dell'aumento dei costi produttivi, nella filiera bovina si sta optando per un rallentamento delle attività di ingrasso e di macellazione che limita i volumi di offerta.

CARNI AVICOLE

Le problematiche sanitarie legate all'aviaria continuano a impattare sull'offerta di carni avicole, limitando in particolare la disponibilità di uova e carni di tacchino. I costi di produzione hanno avuto un impatto importante sul settore e sulla redditività delle aziende: secondo l'Indice Ismea le voci di spesa che registrano gli incrementi più significativi sono infatti i prodotti energetici (+80% nel periodo gennaio-settembre) e i mangimi (+27% rispetto a gennaio-settembre dello scorso anno). Si registra tuttavia una redditività in recupero, perché all'aumento dei costi è corrisposto un innalzamento dei prezzi.

CARNI SUINE

La vivace domanda e l'offerta limitata segnano una pressione al rialzo per il mercato dei suini vivi. Come riporta Ismea, la produzione di carne suina dell'Ue è in contrazione (-4% nei primi sei mesi del 2022, ma potrebbe arrivare a -5% a fine anno secondo le previsioni della Commissione). Germania, Polonia, Belgio, Romania e Italia sono i paesi più colpiti dalla riduzione della produzione, sia a causa degli elevati costi sia per effetto della peste suina africana, che ha impattato soprattutto sulla produzione tedesca (-10% tra gennaio e giugno). La minore disponibilità a livello Ue continua a imprimere una forte spinta al rialzo ai prezzi delle carni suine che toccano livelli record: tra luglio e settembre 2022 i listini hanno raggiunto un +36% rispetto al 2021 e un +28% rispetto ai valori medi del quinquennio 2017-2021. Ciò rende la carne suina Ue relativamente meno competitiva, come evidenziato dalla contrazione delle esportazioni (-21,6% nel periodo gennaio-giugno 2022). Il significativo calo di richieste da parte delle Cina (-60%) spinge l'Ue a dirottare le carni suine verso altre destinazioni, come Giappone (+45%), Filippine (+40%), Usa (+35%) e Australia (+66%). Ma, complessivamente, per il 2022 la Commissione stima un calo dell'export del 17%.

In Italia le macellazioni hanno registrato un calo, tra gennaio e settembre 2022, del 5,3% rispetto allo stesso periodo del 2021 (dati Banca Dati Nazionali), con un conseguente significativo aumento dei listini, sia per i capi vivi all'origine sia per i tagli all'ingrosso. In dettaglio, il prezzo medio dei suini da macello della tipologia pesante destinati al circuito tutelato ha raggiunto il livello di 2,02 euro/kg a settembre, segnando un +26% rispetto allo stesso mese del 2021. Nonostante le quotazioni elevate del vivo, gli allevatori continuano a trovarsi di fronte a un significativo aumento dei prezzi delle materie prime impiegate nella fase di ingrasso: in base all'indice Ismea, nei primi nove mesi del 2022 l'aumento registrato su base tendenziale è stato del 14,8%, imputabile soprattutto ai mangimi e ai prodotti energetici.

Per quanto riguarda i tagli, i prezzi delle cosce fresche destinate a produzioni tipiche hanno sfiorato i 5,5 euro/kg a settembre 2022 (+23% rispetto allo stesso mese dello scorso anno). Ma la situazione si è rivelata molto favorevole anche per gli altri tagli di carne.

Il generalizzato aumento dei prezzi sostiene il fatturato sui mercati esteri, ma sul fronte dei volumi si evidenzia un certo rallentamento. In particolare, nei primi sette mesi del 2022 le esportazioni sono aumentate del 9,1% in valore e dell'1,2% in volume per i prosciutti disossati, del +8,5% in valore e +1% in volume per i salumi e insaccati, mentre per le preparazioni – perlopiù prosciutti cotti - si è registrato un aumento solo in valore (+9,8%) a fronte di una stabilità dei volumi. Sul fronte opposto della bilancia commerciale, vista anche la minore disponibilità interna, si è registrato un aumento delle importazioni di carni suine fresche e surgelate (+4,2% in volume).

SPECIALE CARNE FRESCA A PESO FISSO

Qualità, sicurezza e alto contenuto di servizio. Sono i tre principi che determinano il successo dei porzionati nel banco del fresco della Gdo. I produttori propongono carni, razze e tagli di diverse tipologie, sono attenti all'origine della materia prima e al benessere animale, sono impegnati su temi 'caldi', quali la sostenibilità ambientale, sia della materia prima, sia della confezione. Che è sempre più green.

a cura di Giovanna Grassi

CENTRO CARNE

www.centrocarne.com

Claudia Corradetti, direttore marketing

"Il comparto della carne fresca a peso fisso sta prendendo sempre più piede, nonostante il mercato sia molto frammentato, soprattutto tra nord e sud. L'esigenza di un prodotto pronto, a peso e soprattutto a prezzo fisso, è sempre più forte nei consumatori". Ma quali sono i motivi? "Le cause sono molteplici, a partire dalla riduzione del tempo da dedicare a ogni attività, compresa la spesa; fino al fattore denaro/potere d'acquisto. Nonostante gli aumenti dei prezzi nei vari ambiti, il potere d'acquisto del cliente finale è rimasto invariato. Il prodotto a peso fisso è una certezza, permette al consumatore di poter programmare la spesa e valutarne la convenienza più facilmente. Dal lato del fornitore, come nel nostro caso, vediamo anche che la Gdo richiede un prodotto pronto da poter offrire, che non deve essere rimaneggiato, fresco e con la giusta porzionatura. Questo perché permette di ottimizzare gli spazi, soprattutto in quei negozi di prossimità e di piccole dimensioni che non dispongono del banco macelleria".

I trend

Le parole chiave oggi sono:

• Sostenibilità e ambiente: i prodotti devono essere quanto più sostenibili, in termini di materia prima utilizzata, processi di lavorazione e trasformazione, impatto ambientale.

• Riduzione degli sprechi: i prodotti devono avere sempre meno imballo o con un pack 100% riciclabile.

• Qualità: la carne fresca bovina è comune a tutti, ma oggi il consumatore chiede di più. È attento e informato e quindi ricerca il prodotto di qualità, che garantisca determinate caratteristiche, tra cui benessere animale, antibiotic free e filiera garantita.

La proposta a peso fisso di Centro Carne

L'azienda realizza hamburger e tartare di carne bovina, ma anche salsiccia di carne suina. "Le nostre proposte sono declinate in diverse varianti: tartare e hamburger sono realizzati con carni delle tre razze dell'appennino centrale (marchigiana, chianina e romagnola) e con carne di fassona piemontese; nella linea burger utilizziamo anche black angus e americano, con carni provenienti rispettivamente dalla macellazione degli angus scottona Irlanda e Italia allevati da noi, e dall'uso di carni commercializzate provenienti dagli Usa. Anche per quanto riguarda la salsiccia le varianti sono differenti e si distinguono per ricettazione, macinatura, insacco. L'elemento che le accomuna è la materia prima: utilizziamo tutta merce italiana, selezionata, al fine di ottenere un prodotto qualitativamente buono".

Le caratteristiche

"Ci distinguiamo sul mercato per la qualità e la cura dei dettagli. Ci mettiamo nei panni del consumatore e raccontiamo al meglio chi siamo".

Come valuta le vendite di questo settore nel 2022?

"Le referenze a peso fisso ci aiutano a registrare un aumento di volumi perché il mercato chiede sempre più frequentemente questi prodotti. Il mondo dei burger - nonostante ce ne siano di svariate tipologie, brand e confezionamenti differenti - continua a crescere. Noi proviamo a fare la nostra parte, offrendo un prodotto di qualità, con il 95% di carne, tagli selezionati, puliti pad. Scegliamo solo carni fresche, questo anche grazie alla struttura di cui disponiamo. Infatti, lavorando la carcassa bovina per intero, abbiamo la possibilità di macellare, lavorare e confezionare carne sempre fresca.

La salsiccia è un prodotto più territoriale e, anche in questo caso, offriamo diverse ricettazioni. È un prodotto che se fatto bene fa la differenza. Nel 2022, nonostante il periodo di difficoltà, abbiamo sviluppato volumi incrementali sulle referenze pre-esistenti e ne abbiamo aggiunte di nuove, che ci stanno dando belle soddisfazioni".

Private label

"Da diversi anni collaboriamo con la Gdo per realizzare prodotti a marchio loro, in linea con la nostra filosofia, legata al territorio, alla qualità e al benessere. È un lavoro che ci permette di ottimizzare i flussi di produzione".

HAMBURGER 4.0 #BEYOURBURGER#

180 g di carne bovina selezionata, ricettazione unica grazie al mix di spezie, grana decisa morbida e succosa per il confezionamento a bassa pressione. Il pack è studiato, non casuale, lo rende diverso e vicino a ciò che l'azienda vuole essere: dinamica, interattiva e buona verso l'ambiente, con meno spreco e certificazione FSC.

MARTINI ALIMENTARE

www.martinialimentare.com

Gianni Ceccarelli, direttore commerciale

"Già da qualche anno assistiamo a un trend di crescita del comparto della carne fresca a peso fisso. Una prospettiva positiva che si proietta anche nel prossimo futuro. I consumatori sono sempre più interessati a questa modalità di prodotto che offre un alto contenuto di servizio, un'elevata qualità delle materie prime e pack innovativi. Noi, in anticipo sulla tendenza, già da tempo proponiamo soluzioni che soddisfano la richiesta dei clienti con ricette sempre nuove e molto apprezzate".

La proposta a peso fisso di Martini Alimentare

Martini Alimentare vanta una filiera verticale integrata su tre tipologie di carni - pollo, suino e coniglio - e da sempre punta sulla qualità garantita lungo tutto il percorso di produzione. "Le nostre sono carni 100% italiane con un assortimento profondo, con particolare vocazione su terze, quarte e quinte lavorazioni. Seguiamo gli animali a partire dalla loro alimentazione, di cui siamo diretti produttori, perché da essa dipende la salute degli animali e la qualità delle carni. Una garanzia aggiuntiva per i consumatori finali".

Le caratteristiche

I prodotti a marchio Martini sono molto apprezzati dal mercato perché offrono soluzioni innovative attente alle mutevoli richieste dei consumatori. "La nostra forza è data dall'alta qualità e dalla vasta gamma di carni. A ciò si aggiungono le molteplici tipologie di ricette e preparazioni che vanno dai tagli tradizionali ai prodotti più elaborati".

Come valuta le vendite di questo settore nel 2022?

"Gli importanti aumenti sul piano delle vendite sono la conferma che la strada intrapresa è quella giusta. Martini ha da tempo intrapreso questa strada prima ancora che fosse un trend come ora si sta dimostrando. Per questo, oggi siamo in una posizione di rilevanza nei confronti del mercato che ci ripaga con un andamento in costante crescita".

Private label

"Lavoriamo a stretto contatto con i nostri partner per capire le loro esigenze così da realizzare progetti in linea con le necessità dei clienti e capaci di rispondere alle nuove richieste di mercato. Il nostro know how ci consente di essere partner privilegiati per le aziende che vogliono arrivare ai consumatori con prodotti versatili e di qualità. Anche in questo segmento, mettiamo a disposizione oltre alla qualità delle nostre carni, la nostra consulenza qualifica dettata dalla nostra pluriennale presenza sul mercato tra i più importanti player".

MINI SPIEDINI DI SUINO O POLLO

Appetitosi, versatili e pronti per essere cucinati, i Mini Spiedini di suino o pollo di Martini Alimentare sono ideali per pranzi o cene in famiglia, oltre che protagonisti di barbecue e grigliate tra amici. Cucinati sulla griglia, in padella o al forno, i Mini Spiedini sono preparati solo con carne di qualità selezionata e controllata lungo tutta la filiera. Il formato mini, inoltre, li rende più rapidi da cucinare e ideali anche per uno stuzzicante aperitivo.

segue

GLORIOSO

www.glorioso.it

Giuseppe Glorioso, presidente

"Il comparto della carne fresca a peso fisso è in lieve crescita. La Gdo vuole offrire al consumatore prodotti al banco self-service con un costo confezione sempre uguale. La tendenza da alcuni anni è acquistare un prodotto da consumare al momento o al massimo nel giro di due giorni, con un peso confezione che non superi i 400 grammi".

La proposta a peso fisso di Glorioso

Nell'offerta di prodotti a peso fisso, Glorioso propone filetto, costata e tagliata di scottona. Le carni hanno origini diverse: sia di filiera italiana, sia Ue.

Le caratteristiche

"Le caratteristiche delle nostre referenze sono molteplici, dalla comodità del peso fisso al confezionamento in skin, una scelta che permette di conferire al prodotto una shel-life più lunga, garantendo freschezza e sicurezza. Queste caratteristiche sono mantenute anche nei preparati di carne che rispecchiano le ricette della tradizione siciliane".

Come valuta le vendite di questo settore nel 2022?

"Le vendite delle referenze a peso fisso nel 2022 registrano un trend stabile".

Private label

Glorioso collabora con diverse insegne per offrire i suoi prodotti anche a private label.

TAGLIATA DI BOVINO SAPORITA

La Tagliata di bovino saporita è un prodotto di carne fresca. Si tratta di una tagliata di controfiletto di bovino ottima da gustare anche senza l'aggiunta di ulteriori condimenti.

PROSUS

www.prosus.it

Cristiano Paiardi, area vendite

"Il mercato della carne fresca a peso fisso è il settore che, ad oggi, va per la maggiore. È uno di quei comparti che tutta la Gdo ha in assortimento, la richiesta è sempre maggiore e il trend sarà in crescita almeno per i prossimi anni. Gli articoli a peso fisso sono sempre più presenti nelle case dei consumatori anche perché i giovani sono orientati verso questa tipologia di consumo. L'esigenza del porzionamento a peso fisso nelle aziende di trasformazione è cresciuta negli ultimi anni: peso imposto e vaschette rispondono infatti alla crescente domanda di comodità, praticità e igiene".

La proposta a peso fisso di Prosus

"La nostra gamma a peso fisso è composta da diverse referenze realizzate esclusivamente da carne italiana 100% della nostra filiera che, ad oggi, rappresenta un vero e proprio plus per Prosus. I nostri prodotti sono ricercati e di alta qualità e la gamma è composta da macinato, fettina di lonza, braciole di lombo, sottilissime di lonza, fettina di coppa, braciole di coppa, pancetta a fette, spiedini, luganega e salamella".

Le caratteristiche

"Siamo un'azienda molto dinamica, orientata al servizio al cliente, in grado di offrire servizi che ad oggi creano quel punto in più che ci permette di essere riconosciuti sul mercato della Gdo. Siamo orientati, inoltre, verso la qualità: poniamo molta attenzione alla produzione, alle certificazioni, e siamo sempre pronti a risolvere eventuali problematiche derivanti dal mercato".

Nel 2022 avete registrato un incremento delle vendite di questi prodotti?

"Per i prodotti a peso fisso, il 2022 è stato un anno di grandi soddisfazioni, anche se la recente situazione di mercato e dei consumi non è incoraggiante. Nonostante le numerose difficoltà che abbiamo affrontato anche a livello di costi aziendali, siamo comunque riusciti ad incrementare il comparto di carni fresche a peso fisso del 15% (dato ottobre 2022)".

Private label

"Quello del private label è un settore in continuo sviluppo e da anni realizziamo merce a marchio - compreso i prodotti a peso fisso - per diversi clienti della Gdo".

LONZA DI SUINO A FETTE IN ATM

Lonza a fette di suino 400 gr Atm. Carne derivante da suini pesanti nati allevati e macellati in Italia. Il prodotto è ottenuto dall'affettatura del taglio anatomico della lonza.

FIORANI&C

www.fioraniec.com

Valeria Fiorani, responsabile marketing

La proposta a peso fisso di Fiorani

"La grande dotazione tecnologica di Fiorani, l'esperienza e il nostro know-how ci permettono di processare ingenti volumi di quasi la totalità delle referenze a peso fisso. Nel porzionato tal quale la scelta del peso fisso dipende dal confronto fra i benefici della semplificazione degli approvvigionamenti del peso fisso rispetto all'incidenza sul costo del prodotto del minimo garantito del peso della materia prima. Proponiamo a peso fisso referenze sia di suino che di bovino, l'origine delle materie prime è, per quanto riguarda il bovino principalmente Francia/Italia e Italia/Italia, mentre per il suino l'origine della carna è quasi tutta italiana. La gamma degli elaborati Fiorani, o Linea Benessere o private label a peso fisso è davvero ampia, in atmosfera protettiva, in sottovuoto termoformato o skin. A peso fisso realizziamo salsicce, spiedini, tartare, involtini, rotoli di coppa, marinati, prodotti cotti, etc. I progetti di sviluppo dei prodotti elaborati sono pernsati esclusivamente a peso determinato".

Come valuta le vendite di questo settore nel 2022?

"La risposta è positiva. Tanto che tutti i nuovi prodotti elaborati sono studiati e realizzati a peso fisso. Il catalogo Fiorani è ampiamente sbilanciato verso il peso fisso e gode di un buon riscontro nelle vendite perché proponiamo prodotti buoni, di qualità e con un alto valore di servizio (tra l'altro sono tutti gluten free). Sono realizzati pensando alle reali esigenze dei consumatori, per questo si cucinano facilmente e semplicemente".

Le caratteristiche

"Quello che ci distingue e ci caratterizza è la grande esperienza nel settore della carne e la dotazione tecnologica all'avanguardia. L'azienda è nata nel 2004, quindi relativamente di recentemente, nella realtà però Fiorani&C. è la culla di un'expertise di generazioni, ben quattro. Siamo uno dei principali centri di lavorazione della carne in Italia, riferimento di alcuni fra i maggiori retail operanti nel Paese. Vantiamo una conoscenza profonda della materia prima e delle lavorazioni, che valorizziamo attraverso l'impiego nei nostri tre stabilimenti molto innovativi dal punto di vista tecnologico. A tutto questo si aggiunge un'analoga profonda conoscenza dei materiali di packaging, che scegliamo in base a un principio di sostenibilità. Fiorani è un'azienda fortemente votata all'innovazione, siamo costantemente impegnati nell'ideazione/ottimizzazione di prodotti nell'ottica di inseguire sempre il miglioramento del nostro catalogo e dei processi produttivi. Uno dei nostri motti è 'La cultura del cibo, patrimonio in ogni tempo': significa che noi tutti siamo eredi di un patrimonio gastronomico unico che occorre onorare e valorizzare. La conoscenza delle materie prime, della tradizione dei nostri territori e dei procedimenti di produzione e trasformazione devono essere alla base di ogni evoluzione, fondamenta solide su cui poggiamo per progettare il futuro. Infine, un essenziale punto di forza dell'azienda è l'appartenenza al Gruppo Cremonini, principale realtà italiana ed europea del settore, che ci permette di attingere senza interruzioni a forniture di carne di filiera di primo livello".

Private label

Fiorani nasce come centro lavorazione carni e co-packer delle grandi insegne. La produzione e commercializzazione diretta e in conto terzi di carni suine e bovine in private label rimane il suo core business, insieme allo sviluppo del brand Fiorani. "Con i nostri partner sviluppiamo progetti ad hoc, personalizzati in base alle singole strategie aziendali: lavoriamo su molti fronti a partire dalla filiera, passando per lo sviluppo e la diversificazione della profondità assortimentale. Siamo sempre disponibili ad accogliere le esigenze dei nostri partner e individuare soluzioni di prodotto adatte alla private label".

> "Il comparto della carne fresca a peso fisso è sicuramente un ambito strategico, per molte ragioni. Il peso fisso permette una grande semplificazione delle iniziative promozionali e, con una shelf-life del prodotto opportuna, offre al retail certezza di costo, facilità d'analisi della marginalità, rotazione della referenza e attività di distribuzione nella rete di negozi. È una soluzione che non incontra resistenze neppure nel consumatore finale, che ormai è abituato a una spesa 'a peso fisso'. La confezione con la porzionatura determinata probabilmente agevola anche il calcolo in termini di convenienza economica e certamente laddove in packaging è in atmosfera protettiva o skin, offre al consumatore servizio salvaguardando la rotazione delle scorte nel frigorifero (o nel congelatore). È un ausilio nella gestione dei consumi familiari. Un altro punto a favore del peso fisso va individuato nella crescita dei canali di vendita digitali e nell'imporsi delle app per la spesa a domicilio. Ovviamente questa tipologia di prodotto agevola l'assortimento".

LINEA FBA FILIERA BENESSERE ANIMALE

I prodotti della gamma FBA Filiera Benessere Animale sono preparati con carne suina proveniente solo da allevamenti italiani con minore densità, spazi adeguati in tutte le fasi dell'allevamento ed elevati standard di biosicurezza. Gli animali sono allevati senza uso di antibiotici negli ultimi 120 giorni con piani nutrizionali personalizzati per ogni fase della crescita, mangimi sicuri, sostenibili e certificati. Il benessere animale è controllato e certificato, infatti alla filiera aderisce un gruppo selezionato di allevamenti e di strutture di macellazione e lavorazione che garantisce suini certificati fin dalla nascita da un organismo terzo riconosciuto (DQA– Dipartimento di Qualità Agroalimentare) con un controllo del 100% dei soggetti. La gamma di referenze, riconoscibili dal logo identificativo della Filiera Benessere Animale, è composta da tagliata di coppa, tagliata di lonza, hamburger, loin ribs, tomahawk. Il packaging è skin esostenibile.

fine

DANISH CROWN

www.danishcrown.com · www.purepork.danishcrown.com

Viktor Bekesi, senior manager

La proposta a peso fisso di Danish Crown

In Italia Danish Crown ha lanciato carni suine di segmento premium derivanti dalla filiera Pure Pork, vale a dire da suini allevati senza l'uso di antibiotici dalla nascita in fattorie danesi a conduzione familiare. La gamma è composta da referenze a peso fisso: fettine di filetto, fettine di coppa e fettine di lonza. I prodotti sono infatti disponibili in confezione skin pack salva freschezza da 250 grammi.

Il trend

"La carne fresca a peso fisso è una tendenza in continuo sviluppo. Rappresenta senza dubbio il futuro della proposta dei produttori al canale retail e al consumatore finale. I risultati delle vendite di questa tipologia di prodotti sono estremamente promettenti e in crescita, e per questo Danish Crown punterà a incrementare ulteriormente la propria offerta", spiega Viktor Bekesi.

Le caratteristiche

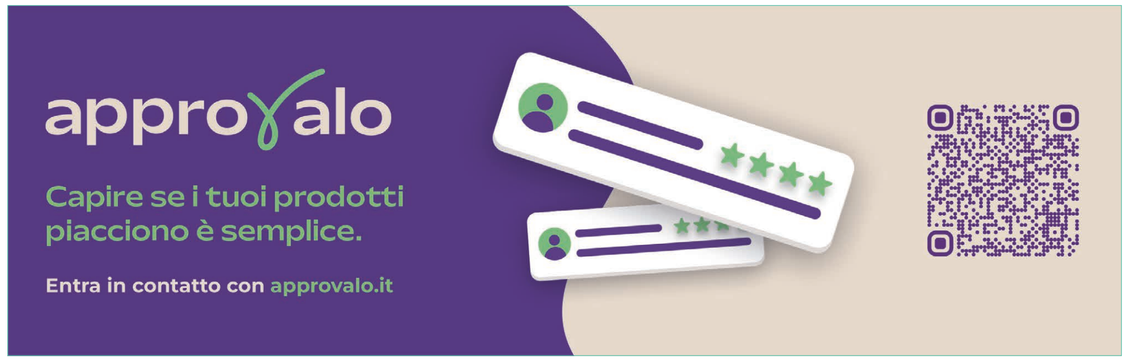
"Danish Crown offre prodotti sani e sostenibili. Già oggi i nostri standard di benessere animale superano di gran lunga la legislazione europea e siamo uno dei paesi più attenti all'ambiente, tanto che entro il 2050 l'intera produzione sarà a impatto climatico neutrale. Le carni destinate al consumatore finale comunicheranno e trasmetteranno questi valori tramite il marchio Danish Crown. Una volta consolidati i prodotti antibiotic free dalla nascita, concentreremo i nostri sforzi sull'offerta delle carni biologiche per il mercato italiano".

Come valuta le vendite di questo settore nel 2022?

"Il trend è concreto e uniforme su tutto il territorio nazionale. Abbiamo una consolidata fetta di clientela sempre più attenta e sensibile alla scelta della carne da portare a tavola: noi stiamo rispondendo a questa domanda offrendo prodotti in linea con le nuove esigenze".

LINEA PURE PORK

La gamma Pure Pork di Danish Crown include fettine di filetto, fettine di coppa e fettine di lonza. I prodotti, disponibili in confezione skin pack a peso fisso da 250 grammi, sono realizzati con carne proveniente da suini nati e allevati in fattorie danesi a conduzione familiare e senza l'uso di antibiotici dalla nascita.



Cultura, Ricerca, Sapienza, Volontà.

CI VUOLE TEMPO
PER CREARE ATTIMI.

GOLDEN FOOD
life is Good

Visit us
marca
by BolognaFiere
PRIVATE LABEL CONFERENCE AND EXHIBITION

www.goldenfood.it

18-19 GENNAIO 2023
HALL 29 STAND D48/E47