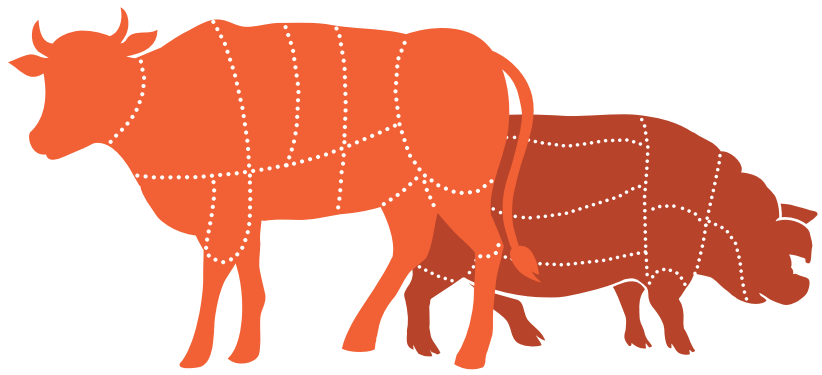
Carni & CONSUMI
SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 15 - NUMERO 11 - NOVEMBRE 2022
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

GUIDA BUYER

SPECIALE FILIERA



Qualità, sicurezza e italianità. Ma anche efficienza produttiva, approvvigionamenti costanti, progetti ad hoc. Sono alcune delle garanzie offerte da una gestione aziendale che fa leva sul controllo di tutte le fasi del processo che va dal campo alla tavola. La parola ai player.

da pagina III a pagina VII

ZOOM

Carne rossa: stop alle menzogne!

Nuovi dati scientifici demoliscono falsi miti e approcci ideologici legati alla zootecnia. Un simposio, organizzato da Assocarni, in collaborazione con Coldiretti, fa chiarezza su sostenibilità e nutrizione. Al fine di contrastare i tentativi di smantellamento strumentale del settore.

a pagina VIII

L'AZIENDA

Glasbord: soluzioni per pareti e soffitti

Forniture di alta qualità, materiali ricercati, progetti tailor made e know how specializzato. Sono i principi attraverso cui Ferbox realizza pannelli robusti, resistenti alla corrosione e totalmente sanificabili, garantendo il massimo livello di sicurezza igienica.

a pagina X

FOCUS ON

Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale: la forza dell'Igp

Pandemia, aumento dei costi delle materie prime e cambiamenti climatici mettono a dura prova il comparto. Andrea Petrini, direttore del Consorzio: "La crisi si batte con la certificazione di qualità".

a pagina XI

Avicolo: costi energetici a +80% e mangimi a +27%. Ma il prezzo della carne fa recuperare in redditività

L'inflazione che si sta abbattendo sui consumatori e l'incremento dei costi di produzione (dall'energia ai mangimi) sono le criticità con cui il settore avicolo oggi deve fare i conti. Lo rivela Ismea che, attraverso una valutazione sulle macro-tendenze in atto, ha presentato una nuova analisi del comparto in occasione del Poultry Forum (Forlì, 28 ottobre). Come rivela l'Indice Ismea, i prodotti energetici sono aumentati dell'80% nel periodo gennaio-settembre e i mangimi hanno subito un incremento del 27% rispetto ai primi nove mesi dell'anno scorso. All'aumento dei costi è corrisposto tuttavia un andamento in rialzo dei prezzi che ha garantito un recupero della redditività del settore. Anche perché, in termini di volumi, le carni avicole restano le preferite per nove consumatori su dieci e rappresentano il 41% dei volumi delle carni. "Nonostante l'aumento dei prezzi a doppia cifra, le carni avicole restano le preferite dagli italiani. Ma lo scenario è critico", precisa il presidente di Unaitalia, Antonio Forlini. "Secondo i dati Ismea, nel 2022 abbiamo assistito a un +18% dei prezzi rispetto allo scorso anno e a un +22% rispetto al 2019. L'avicoltura rimane tra i settori maggiormente colpiti dalla crescita esponenziale dei costi di produzione, aumenti che generano preoccupazione soprattutto per i consumi e che mettono a rischio la redditività delle nostre imprese. Siamo decisi a intraprendere un percorso di dialogo e confronto con il nuovo governo per tutelare il comparto avicolo".

Lidl Germania accusata di violazione del benessere animale nei suoi allevamenti di polli

In Germania, le associazioni di animal welfare hanno sollevato accuse di violazione del benessere animale nei confronti della catena Lidl e dei suoi fornitori tedeschi di polli. Secondo un reportage investigativo realizzato in questi mesi dalla ong spagnola Equalia, negli allevamenti di un fornitore di Lidl in Bassa Sassonia (una struttura di dieci capannoni che può ospitare fino a 200mila animali contemporaneamente) i polli vivrebbero in pessime condizioni igieniche, stipati in luoghi sovraffollati, senza la possibilità di muoversi, con lesioni, deformità e malattie. In seguito alla denuncia, una coalizione di oltre 20 organizzazioni per la tutela degli animali ha quindi lanciato l'appello alla catena tedesca chiedendo un serio impegno per l'animal welfare dei polli da carne – che poi vengono lavorati e venduti con marchi Lidl 'Metzgerfrisch' e 'Grillmeister' – in tutti gli allevamenti della sua filiera, e di aderire all'European Chicken Commitment (ECC), il documento contenente i requisiti minimi che le aziende devono rispettare per il benessere dei polli.

Delicatesse official partner del Consorzio Vero Volley per la stagione 2022-23

Continua la partnership tra Delicatesse e Consorzio Vero Volley per la stagione 2022-2023. Azienda italiana specializzata da oltre mezzo secolo nella lavorazione di carne di alta qualità, Delicatesse è presente nei canali Horeca e Gdo, portando in tavola il meglio delle ricette della tradizione culinaria italiana e internazionale, realizzate con metodi artigianali. La presenza dei prodotti Delicatesse al Bar Paste! – spiega una nota – apprezzati dai clienti e delle giovani promesse della foresteria Vero Volley, la sponsorizzazione della festa del Mini Volley, ma anche il supporto nell'organizzazione del maxischermo all'Arena di Monza in occasione della Finale di ritorno della Cev Cup, nella quale la Vero Volley maschile ha alzato la coppa a Tours, sono solo alcune delle iniziative sostenute dall'azienda di Concorezzo. Sarà possibile vedere il logo di Delicatesse sulle superfici video dell'Arena di Monza e sul materiale di comunicazione del Vero Volley nelle partite di Serie A1 femminile e di SuperLega Maschile. Delicatesse sarà inoltre match sponsor di due importanti eventi: il match delle ragazze contro Busto Arsizio, in programma il 26 dicembre, per la 13esima giornata di andata e quello dei ragazzi contro Piacenza, fissato il 22 gennaio 2023, valido per la quinta giornata di ritorno. Infine, per il secondo anno consecutivo, Delicatesse sarà Title Sponsor della squadra d'eccellenza giovanile Vero Volley Under 16 femminile (quinta classificata agli ultimi campionati nazionali di categoria).

Dichiarazione di Dublino: scienziati di tutto il mondo uniti a difesa della zootecnia

Una fitta schiera di scienziati, provenienti da tutto il mondo, ha sottoscritto la 'Dichiarazione di Dublino, un documento volto a contrastare scientificamente l'approccio ideologico di cui la zootecnia è vittima da troppo tempo. Con questa firma si impegnano a raccogliere evidenze scientifiche dei benefici nutrizionali e sanitari della carne e dei prodotti di origine animale, della sostenibilità ambientale dell'allevamento, ma anche dei suoi valori socioculturali ed economici, al fine di raggiungere una visione veritiera del futuro della zootecnia, proponendo soluzioni per i numerosi miglioramenti possibili. Come riportato da Carni Sostenibili, dalle evidenze già raccolte sta emergendo che il bestiame è insostituibile per mantenere un flusso circolare dei materiali in agricoltura, riciclando le grandi quantità di biomassa non commestibile, generate come sottoprodotti durante la produzione di alimenti per l'uomo. Il bestiame è indispensabile per convertire questi materiali e produrre alimenti che forniscono proteine di alta qualità e una varietà di nutrienti essenziali e composti che promuovono la salute. I risultati saranno pubblicati a marzo 2023 da Animal Frontiers, la rivista ufficiale dell'American Society of Animal Science, della Federazione europea di scienze animali e dell'American Meat Science Association.

Pam Panorama: i controlli su qualità e sicurezza per una filiera delle carni di origine integrata

Pam Panorama punta a realizzare una filiera di origine integrata per le sue carni con una selezione di tagli lavorati all'interno del Centro carni di Firenze. L'obiettivo è di "valorizzare e remunerare l'intera filiera prestando attenzione all'ambiente, al benessere dell'animale, agli allevamenti, al distributore e infine al consumatore", come afferma Luca Migliolaro, direttore commerciale e marketing Pam Panorama. Per questa ragione sono essenziali i controlli su tutte le fasi della filiera e il mantenimento costante della catena del freddo. Inoltre, attraverso un patto con gli allevatori vengono definiti i metodi di allevamento e le razze scelte. Come gli incroci di razze francesi (con 3.139 tonnellate di carne lavorata nel 2021), la scottona (737 tonnellate), la razza piemontese (137 tonnellate), il bovino biologico (60 tonnellate), il vitello italiano (730 tonnellate), il suino convenzionale e biologico (104 tonnellate), l'ovino (196 tonnellate) e il caprino. Anche la limousine, razza bovina di origine transalpina e portata poi in Toscana, è entrata a far parte dell'offerta. Fondamentale la collaborazione con l'Associazione italiana allevatori e l'allevamento Custode. Inoltre, come spiega una nota, tutti gli animali sono allevati senza uso di antibiotici negli ultimi 180 giorni, utilizzando un regime alimentare controllato.

Produzione carne bovina Ue: -0,7 % nel primo semestre 2022. Ma in Italia +5%

Nella prima metà del 2022, la produzione totale di carne bovina dell'Ue (esclusa la Grecia, di cui al momento mancano alcuni dati) ha raggiunto 3,3 milioni di tonnellate, segnando un -0,7% su base annua. I dati, comunicati da Ahdb – Agriculture and Horticulture Development Board, registrano il calo dei due maggiori produttori: -9% (-49mila tonnellate) per la Germania e -4% (-31mila tonnellate) per la Francia, rispetto allo stesso semestre dell'anno scorso. La produzione è diminuita anche nei Paesi Bassi e in Belgio, seppur in misura minore. In crescita, invece, la produzione di Spagna (+7%), Irlanda (+8%) e Italia, che segna un +5%. La produzione polacca di carne bovina è rimasta sostanzialmente stabile.

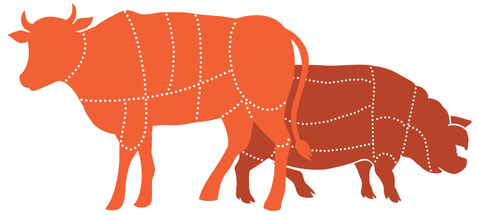
Francesco Lollobrigida (ministro dell'Agricoltura): "No alla produzione di carne in laboratorio"

Francesco Lollobrigida, neoministro dell'Agricoltura e della Sovranità alimentare (Masaf), si pone a difesa delle eccellenze alimentari italiane e punta il dito contro la carne clonata. "Quello che davvero ci allarma sono degenerazioni di cui nessuno parla, come la produzione di carne in laboratorio. Trovarsi nel piatto un prodotto così, fa schifo. Noi di Fratelli d'Italia avevamo firmato una petizione promossa da Coldiretti per contrastare questa aberrazione", dichiara al Corriere della Sera il ministro. Obiettivo di Lollobrigida, dunque, difendere la qualità e i consumatori. "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".

Ue: bocciata la proposta di tagliare fondi per la promozione di carni, salumi e vino

L'Italia e altri nove Paesi hanno votato contro la penalizzazione dei progetti europei per la promozione di carne, salumi e vino, per un valore di 186 milioni di euro. La commissione europea intendeva infatti revisionare i criteri di valutazione contenuti nel Programma di lavoro annuale della politica di promozione agricola per l'annualità 2023. Oltre all'Italia, hanno votato contro la proposta Bulgaria, Francia, Irlanda, Olanda, Polonia, Portogallo, Romania, Slovacchia e Spagna. Alleanza cooperativa agroalimentare e Uiv (Unione italiana vini) applaudono all'operato del nuovo ministro Lollobrigida. Il presidente di Alleanza cooperativa agroalimentare, Carlo Piccinini, ha dichiarato: "Questa non è la prima volta che i servizi della Commissione cercano di anticipare in via amministrativa orientamenti politici ancora in discussione e sicuramente distonici rispetto all'attuale quadro normativo. Ora la Commissione dovrà prendere atto dell'opposizione espressa e riformulare di conseguenza il programma di lavoro, attenendosi rigorosamente ai principi di una sana politica di promozione".

SPECIALE FILIERA



Qualità, sicurezza e italianità. Ma anche efficienza produttiva, approvvigionamenti costanti, progetti ad hoc. Sono alcune delle garanzie offerte da una gestione aziendale che fa leva sul controllo di tutte le fasi del processo che va dal campo alla tavola. La parola ai player.

'Prodotto da filiera'. È questo il claim che, sempre più spesso, viene usato dalle aziende per sottolineare l'eccellenza di un prodotto e indicare la massima trasparenza produttiva. Spesso è legato a un altro concetto chiave, 'dal campo alla tavola'. Un'immagine che offre al consumatore la certezza che ciò che si appresta ad acquistare sia controllato e sicuro - due prerogative indispensabili per il consumatore di oggi -. Ma cosa sottintende il concetto di 'filiera'? E quali sono le caratteristiche della filiera della carne, in particolare? Per rispondere a queste domande, Carni&Consumi ha intervistato alcune tra le aziende più virtuose in Italia, nel settore bovino e suino, che hanno alle spalle una filiera produttiva completa e consolidata.

Innanzitutto, per filiera produttiva si intende l'insieme delle fasi che concorrono alla formazione, distribuzione e commercializzazione di un alimento, e comprende tutte le azioni che servono a realizzare un prodotto e portarlo fino alle tavole dei consumatori. Nel caso della carne, in modo particolare, la filiera ha inizio con l'allevamento degli animali destinati alla produzione della stessa (fase agricola), passando attraverso la macellazione, la lavorazione delle carcasse e delle carni, l'etichettatura e l'eventuale trasformazione (fase industriale), fino a giungere alla commercializzazione e distribuzione presso il retail, la ristorazione e l'export (fase commerciale). Con una condizione imprescindibile: ogni passaggio del flusso deve essere rigorosamente controllato e documentato. Un aspetto fondamentale per poter ripercorrere il processo produttivo a ritroso e garantire la qualità del prodotto finale e la massima sicurezza alimentare.

Per un'azienda di lavorazione carne, lavorare in un sistema di filiera offre molteplici vantaggi. In primis, è il modo migliore per assicurare al consumatore qualità, affidabilità, tracciabilità e italianità: ha infatti la certezza di proporre prodotti buoni e sani che provengono da allevamenti controllati. Ma non solo. La filiera è un sistema produttivo che offre all'azienda approvvigionamenti costanti e certi di materia prima di qualità; l'opportunità di perfezionare il sistema di benessere animale negli allevamenti; la possibilità di conoscere con largo anticipo i flussi dei capi; sviluppare progetti ad hoc in base alle singole strategie aziendali e linee dedicate in base alle specifiche esigenze dei clienti; guadagnare efficienza produttiva; pianificare e organizzare una regolare distribuzione commerciale. Insomma, operare in un progetto di filiera significa scegliere una gestione imprenditoriale che, oltre a fornire qualità e sicurezza, rappresenta una valida leva competitiva per le imprese. Di seguito, alcuni esempi di aziende che, in una logica di eccellenza, hanno intrapreso la strada della filiera.

PSR Programma di Sviluppo Rurale Regione Toscana
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

BERVINI

www.bervini.com

La filiera Bervini parte dalla base - ovvero dagli allevatori e dai loro campi - fino ad arrivare alla fine del processo, cioè al prodotto finito. "Tutti gli attori - allevatori, ingrassatori, macellatori e distributori - aderiscono a un accordo di filiera per la produzione di carne 100% made in Italy e collaborano a stretto contatto per rispettare i protocolli di produzione, con l'obiettivo di ottenere una carne di prima qualità", spiega Andrea Pavesi, responsabile commerciale. "Il progetto è nato due anni fa grazie all'impegno e alla determinazione della nostra azienda, che mira a valorizzare la produzione di carne bovina interamente italiana, attraverso la collaborazione diretta tra i più virtuosi operatori del settore e contribuisce a sopperire le relazioni tipiche di questo comparto. In particolare, il progetto identifica le carni dei bovini ottenute rispettando specifici protocolli di produzione, i quali tutelano la sostenibilità ambientale ed economica degli allevamenti e disciplinano in maniera puntuale i requisiti di quattro importanti pilastri: benessere animale, alimentazione, aspetti sanitari e tracciabilità. Quest'ultimo punto, in particolare, ricopre un'importanza centrale per la filiera: la tracciabilità completa, difatti, permette di ricostruire la storia di tutti gli animali, rigorosamente nati, allevati, alimentati, macellati e sezionati in Italia, ne garantisce la completa tracciabilità, dalla stalla fino alla fase finale di trasformazione e distribuzione delle carni". Dal momento della nascita dei vitelli, un'apposita marca auricolare consente di prelevare dall'orecchio un campione di cartilagine, fondamentale per rintracciare il Dna. In tal modo gli operatori del settore, ma anche i consumatori, possono avere i dati dell'animale, e seguire il percorso a ritroso lungo tutta la filiera: la provenienza, le fasi e il metodo di allevamento, l'alimentazione, i trattamenti sanitari eseguiti, le procedure di sezionamento, fino alla vendita. "La tracciabilità diventa così uno strumento che garantisce la professionalità degli attori della filiera e certifica la sicurezza alimentare e la totale trasparenza per il consumatore. In virtù della trasparenza del sistema, le carni bovine vengono etichettate con informazioni volontarie, che offrono al pubblico tutti i dati per identificare in modo immediato l'eccellenza del prodotto".

I benefici per l'azienda e le qualità della filiera Bervini

• Garanzia di qualità di tutti i vitelli da ristallo prodotti esclusivamente da operatori qualificati, che ne assicurano l'approvvigionamento costante in ogni periodo dell'anno.

• Accesso a un sistema produttivo collaudato per ottenere la regolare distribuzione commerciale dei bovini a un prezzo che assicura un reddito equo a tutti gli operatori della filiera.

• Sicurezza di conoscere con largo anticipo i flussi di capi bovini del progetto filiera.

• Certezza di produrre e commercializzare una carne di alta qualità.

• Assistenza nella programmazione della quota di rimonta e del piano di fecondazioni aziendale, per recuperare la marginalità solitamente sottovalutata.

• Alimenti zootecnici a base di materie prime attentamente controllate e razioni alimentari personalizzate, che rispettano i più elevati standard qualitativi e mirano a ottenere performance eccellenti in tutte le fasi dell'allevamento.

• Animal welfare e antibiotic free entro 180 giorni dalla macellazione.

Gli stakeholder della filiera sanno bene che solo i bovini cresciuti con tecniche di allevamento rispettose del benessere animale producono una carne più genuina, dalle qualità organolettiche eccellenti.

I vantaggi per il brand

Il vantaggio principale del progetto filiera per il brand è la possibilità di realizzare linee dedicate al retail con alto livello di contenuti.

FIORANI

www.fioraniec.com

"Fiorani è un'azienda di lavorazione e trasformazione della carne che fa parte del Gruppo Inalca, principale realtà italiana ed europea del settore. Questo significa che la nostra consolidata esperienza e il grande know how possono contare sulla possibilità di attingere a qualsiasi carne di filiera si abbia necessità, con grandi capacità di rifornimento. Per questo motivo possiamo garantire ai nostri clienti approvvigionamenti costanti e certi di materia prima di qualità", spiega Valeria Fiorani. Inoltre le linee produttive, dislocate in tre stabilimenti dedicati a comparti specifici per evitare rischi di cross contamination, sono pensate per poter gestire ampi numeri di filiera, con tracciabilità sia per lotto che per singolo capo. Questo mette Fiorani nelle condizioni di evadere gli ordini su tutto il territorio nazionale 'just in time'.

Il progetto FBA - Filiera Benessere Animale

Grazie all'apporto di Inalca, Fiorani ha potuto sviluppare un progetto speciale legato al consumo consapevole e al benessere animale. "Abbiamo lanciato la Filiera Benessere Animale FBA. È un progetto che abbiamo fortemente voluto e che ha comportato il superamento di tante difficoltà, il fatto di essere riusciti a portare sul mercato un prodotto con queste caratteristiche di filiera è per noi motivo di grande orgoglio. Fiorani è un'azienda da sempre votata all'innovazione, investiamo costantemente nell'ideazione/ottimizzazione di prodotti e processi per poter migliorare il nostro catalogo. E ormai sempre più spesso accade che la leva dell'innovazione vada ad agire nell'ambito della sostenibilità. Questo accade perché i consumatori sono sempre più attenti e consapevoli e noi vogliamo che la nostra proposta di servizio sia anche una proposta di valore. Vogliamo che i clienti di Fiorani siano tranquilli di trovare prodotti buoni, gustosi, sani e che provengono da allevamenti che garantiscono il benessere animale".

Le caratteristiche

Come fanno sapere dall'azienda, con il marchio FBA Fiorani garantisce ai consumatori approvvigionamenti di carne suina italiana, allevata senza l'uso di antibiotici negli ultimi 120 giorni, in allevamenti che rispettano gli standard di biosicurezza. Viene garantito il benessere animale sul 100% della filiera attraverso controlli e certificazioni del DQA (Dipartimento Qualità Agroalimentare). Gli allevamenti di origine hanno minor densità, spazi adeguati e piani nutrizionali calibrati rispetto ad ogni fase della crescita dell'animale. Alla filiera aderisce un gruppo selezionato di allevamenti e di strutture di macellazione e lavorazione tra loro integrati e coordinati da Inalca secondo i principi della norma ISO 22005, garantendo un parco di circa 100mila capi suini certificati fin dalla nascita da un organismo terzo riconosciuto (DQA– Dipartimento di Qualità Agroalimentare) con un controllo del 100% dei soggetti in filiera. I prodotti Fiorani così certificati – hamburger, loin ribs, tagliata di lonza e di coppa, tomahawk – sono caratterizzati da un packaging sostenibile e dal logo identificativo FBA.

La comunicazione

Le confezioni riportano un logo dedicato alla nuova filiera certificata FBA per aiutare il consumatore a fare scelte più consapevoli e significative. "Crediamo molto nel potere della comunicazione che avviene tramite etichetta: le etichette parlano al cliente e sono uno strumento di informazione facile e immediato. Da una parte le abbiamo semplificate e dall'altra abbiamo cercato di fornire al cliente informazioni più complete e puntuali, aggiungendo per esempio ulteriori dettagli sul prodotto, sui valori nutrizionali, sulla cottura, sullo smaltimento dell'imballaggio. Oltre a tutte le informazioni previste dalla legge".

I vantaggi al brand

"La filiera è un valore aggiunto della nostra offerta che ci permette di fornire ancora più garanzie di qualità ai nostri partner e di sviluppare progetti ad hoc, in base alle singole strategie aziendali".

HAMBURGER SCOTTONA 100GX2

Hamburger Scottona prodotto con carne 100% italiana e secondo filiera controllata.

TOMAHAWK SUINO MARINATO FIORANI FBA

La Tomahawk Fiorani è una costata di suino tenerissima. Il suo nome deriva dalla forma di questa porzione di carne che ricorda l'ascia usata dai pellerossa americani, chiamata appunto tomahawk. È una ricetta speciale che unisce la succulenza della carne di suino e il gusto unico e delicato della marinatura Fiorani, caratterizzata da un mix aromatico mediterraneo. Fa parte della nuova gamma FBA - Filiera Benessere Animale, creata con l'obiettivo di valorizzare le produzioni suinicole italiane attraverso un sistema certificato di controlli che garantisce in tutte le fasi della filiera il benessere animale, la sostenibilità e sicurezza dei mangimi, l'uso responsabile del farmaco veterinario (assente negli ultimi 120 giorni di allevamento) e i più elevati standard di biosicurezza.

INALCA

www.inalca.it

"La visione di Inalca fa riferimento alla tradizione agricola italiana dell'allevamento bovino, al patrimonio di valori legati alla civiltà contadina e alla valenza sociale e culturale che la terra e il cibo hanno da sempre costituito per il nostro Paese", spiega Roberta Ferri, Head of marketing & communication. "In questo scenario Inalca è concentrata da oltre 20 anni nella realizzazione di una filiera bovina sempre più integrata e sostenibile, attenta al contesto sociale, alla protezione dell'ambiente e alle istanze del mondo agricolo. Questi temi sono entrati direttamente nella catena del valore dell'impresa e ne rappresentano la leva competitiva e identitaria. Il successo dell'azienda deriva dalla capacità di combinare efficienza e risultati economici, che garantiscono crescita e occupazione, lungo tutta la filiera, con uno stretto legame al territorio nel quale l'impresa realizza la propria attività, contribuendo altresì alla sfida globale del produrre cibo accessibile e sicuro per tutti".

Le caratteristiche

"Il controllo completo della filiera ci permette di rispondere a tutte le esigenze del mercato, così come alle necessità dei nostri clienti, con i quali possiamo stipulare capitolati di filiera in base alle specifiche esigenze", spiega Roberta Ferri. "Nel caso degli hamburger surgelati e della carne in scatola Montana possiamo garantire allevamenti 100% italiani e la misurazione degli impatti ambientali tramite la dichiarazione ambientale (EPD). Oppure, per il nostro brand Fiorani, abbiamo realizzato prodotti garantiti Filiera Benessere Animale. In generale, il benessere animale negli allevamenti è un elemento di crescente sensibilità e attenzione da parte dei consumatori e degli stakeholder. E in questo ambito Inalca ha messo in atto una serie di principi, valori e regole operative – come lo standard sviluppato dal CRenBA - che vanno ben oltre le pur stringenti normative comunitarie".

La comunicazione

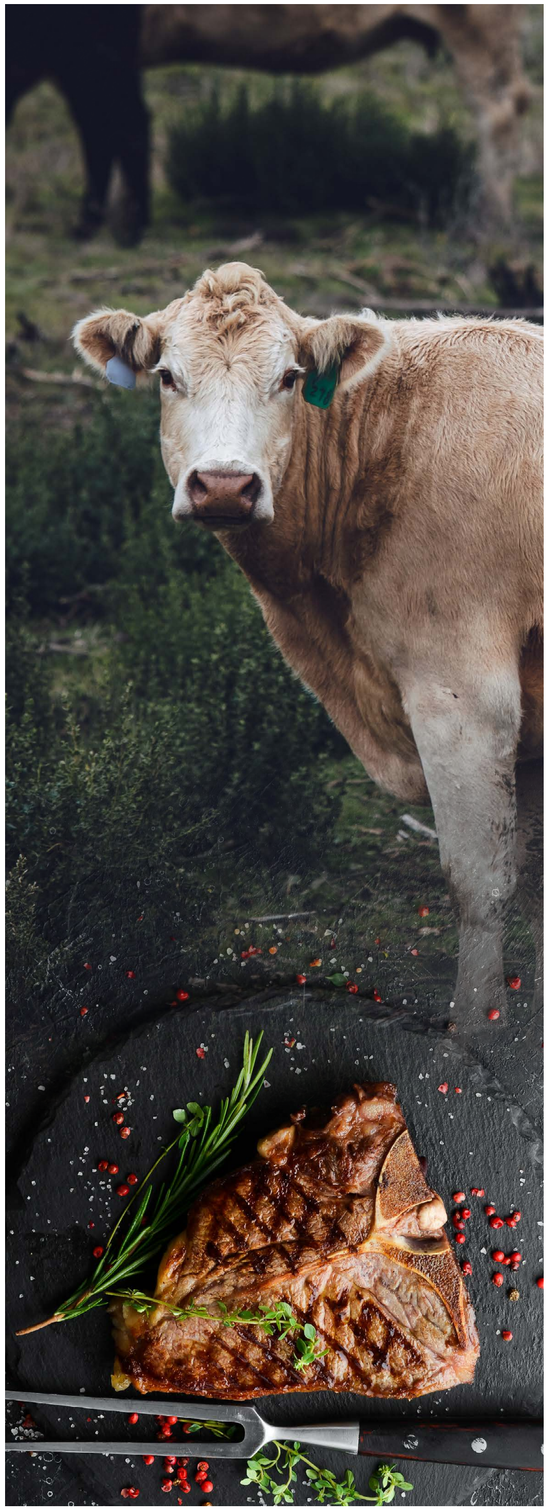
Lo strumento fondamentale e più completo per comunicare i propri traguardi è il Bilancio di sostenibilità che Inalca pubblica e aggiorna da diversi anni. "Da questo documento estraiamo gli argomenti da declinare a seconda di contesto e target. Per il contesto intendiamo fiere, convegni, ecc. dove illustriamo i contenuti della sostenibilità con depliant, stampati, video. Per il target consumatori utilizziamo le nostre pagine social e la comunicazione diretta attraverso le etichette: lo abbiamo fatto in modo innovativo con la dichiarazione di prodotto (EPD) per hamburger e carne in scatola, oppure con il logo FBA – Filiera Benessere Animale sui prodotti Fiorani".

I vantaggi per il brand

Inalca, leader in Italia e player globale nella produzione di carni bovine, è ben consapevole delle responsabilità che questo ruolo implica nei confronti dei clienti e consumatori che ogni giorno scelgono i suoi prodotti. Un impegno costante alla garanzia di massima sicurezza, qualità e salubrità, grazie anche all'adozione sistematica nei propri stabilimenti produttivi di certificazioni volontarie in materia di sicurezza alimentare, in linea con i migliori standard internazionali di settore. "Sicurezza significa anche la piena tracciabilità e rintracciabilità della materia prima, oltre alla gestione di controlli sistematici a tutti i livelli produttivi e analisi di laboratorio effettuati sull'intera filiera". Non solo sicurezza, ma anche forte attenzione al consumatore che consiste nel saper interpretare, affrontare e anticipare i cambiamenti socio-economico-culturali del mondo in cui Inalca opera. "Questo significa saper rispondere alle nuove esigenze di consumo che richiedono ingredienti semplici e naturali, un apporto nutrizionale bilanciato, trasparenza delle informazioni fornite in etichetta e nella comunicazione tramite commercials, siti web e piattaforme social, praticità e servizio del packaging, sostenibilità e giusto prezzo. Aspetti necessari per rendere il prodotto equo e accessibile ad ampie fasce di consumatori, in linea con l'obiettivo globale per lo sviluppo sostenibile SDG 2 'Zero Hunger'. Possiamo dire, in sintesi, che aver puntato da anni sull'organizzazione di filiera ha permesso all'azienda di realizzare tutto questo".

HAMBURGER NATURALE MONTANA – SURGELATO

Gli hamburger Naturali Montana sono i primi hamburger in Italia con dichiarazione ambientale di prodotto (EPD) in etichetta. La qualità è data da una ricetta semplice e gustosa, senza glutine, senza conservanti né aromi artificiali, con carne 100% da allevamenti italiani.



CENTRO CARNE

www.centrocarne.com

Passione, cultura del territorio e del benessere animale, amore per le cose buone: sono questi i principi alla base della filiera completa e controllata di Centro Carne, che va 'dalla terra alla tavola'. "Oggi molte aziende parlano di filiera, ma a noi piacerebbe spiegare perché la nostra è differente", esordisce Claudia Corradetti, responsabile marketing dell'azienda. "Ci siamo posti tre obiettivi chiave, riassumibili in tre concetti: etica, qualità e territorio. La nostra filiera è etica innanzitutto perché crediamo che tutti gli attori debbano ricevere la giusta remunerazione. Ma non solo. Viviamo in un territorio che ha tanto da darci ma che spesso non viene sfruttato al massimo. Per questo, oltre a rappresentare gli allevatori, coloro che ritirano i vitelli, li macellano, li lavorano e infine li vendono, mettiamo a disposizione i nostri esperti e le nostre risorse per un fine comune: il miglioramento e la crescita del territorio, oltre alla creazione di prodotti distintivi. Oggi poi, molti parlano di qualità, ma in quanti ci riescono davvero? Noi, per offrire il massimo dell'eccellenza puntiamo sul nostro know-how e su quello che abbiamo a disposizione: l'Abruzzo. Ne è una dimostrazione il nostro ultimo progetto: la Manzetta, una scottona nata allevata macellata sezionata e trasformata nella nostra regione. L'allevamento allo stato brado per il primo anno di vita, l'alimentazione a base di cereali del luogo, paglia e fieno, la consulenza di esperti per la corretta crescita dei capi, la macellazione nel rispetto del benessere animale e l'attento processo di selezione e lavorazione, ci permettono di ottenere un prodotto unico e differente, valorizzato dalla filiera. Infine, il territorio. Abbiamo paesaggi che tolgono il fiato, ma poco conosciuti e valorizzati. Per questo abbiamo cercato di essere sempre presenti in prima persona, investendo le nostre risorse. Ed così che, dal 2017 a oggi, abbiamo realizzato un vero e proprio progetto di filiera: abbiamo conosciuto persone, famiglie, realtà prima sconosciute, in luoghi nascosti immersi nella natura. La maggior parte dei nostri capi proviene infatti dal Parco Nazionale d'Abruzzo, dove mare e montagna si incontrano e creano un perfetto connubio che regala la giusta sapidità alle nostre carni".

Le caratteristiche

La filiera creata da Centro Carne è etica, a km 0, e mette al centro il benessere dell'animale. Le stalle sono tutte certificate secondo i requisiti del Crenba, e l'allevamento è estensivo, allo stato brado per il primo anno di vita.

La comunicazione

Per raccontare la filiera, Centro Carne sfrutta tutti i canali disponibili. "Prediligiamo comunicare attraverso le immagini, raccontare la nostra realtà, soprattutto sui social, dove ci esponiamo in prima persona, senza filtri, ma per quello che siamo realmente, mostrando scene di vita quotidiana. Inoltre, il nostro obiettivo è creare un vero e proprio rapporto di empatia con l'interlocutore, farlo entrare attraverso i social nei nostri allevamenti, fargli vivere la nostra filiera, facendogli conoscere i luoghi e le persone che ne fanno parte". Oltre a tutto questo, l'azienda si racconta attraverso i suoi prodotti, dal gusto, alla materia prima utilizzata, fino al packaging, che è la chiave che racchiude i principi cardine della sua filosofia: benessere, qualità e territorio.

I vantaggi per il brand

"Per l'idea di prodotto che avevamo in mente, avere una filiera era fondamentale per diversi motivi: garantire uno standard qualitativo costante, dare continuità al progetto e creare una sinergia nel nostro territorio. Abbiamo scelto di intraprendere una strada non del tutto facile, perché le insidie sono state molte, soprattutto nella diffidenza tra i vari attori. Ma impegno, dedizione e qualche sacrificio, ci hanno dato ragione nel lungo termine. E oggi siamo orgogliosi di portare avanti un progetto di questo tipo sul nostro territorio".

HAMBURGER MANZETTA D'ABRUZZO

180 gr di Abruzzo: un prodotto fatto con carni nate, allevate, macellate e sezionate in Abruzzo. La parola d'ordine è qualità, confezionato in skin su cartoncino 18x18 certificato Fsc. Un prodotto che racchiude in sé l'intera filosofia di Centro Carne: qualità, territorio, sostenibilità.

OPAS - EAT PINK

www.opas-coop.it

Eat Pink nasce per valorizzare la carne di suino 100% italiana proveniente da Opas, l'Organizzazione Prodotto Allevatori Suini che oggi rappresenta il 12% della suinicoltura italiana.

"L'idea è quella di creare un vero e proprio movimento alimentare in linea con i gusti dei consumatori più attenti che vogliono scegliere un prodotto sano, buono e di cui si conosce l'origine", esordisce Francesco Mattioli, marketing specialist di Eat Pink. "Per raggiungere questo obiettivo Eat Pink utilizza per i suoi prodotti solo carne appartenente alla Filiera Controllata Opas. Attraverso questa filiera l'azienda è in grado di controllare e tracciare i propri prodotti dall'allevamento alla tavola".

Le caratteristiche

La filiera include solo i suini 100% italiani, ovvero nati, allevati in Italia e macellati presso lo stabilimento Opas. Oltre a questo, vengono rispettate tutte le prescrizioni relative al benessere animale: i suini, infatti, vengono allevati in aziende dotate di strutture, attrezzature ed organizzazione idonee a garantire un sano benessere, un equilibrato accrescimento e le produzioni. "L'appartenenza della carne utilizzata alla filiera Opas è molto importante per Eat Pink in quanto rappresenta e certifica un'assoluta garanzia di qualità, sicurezza, tracciabilità e italianità. Ciò consente all'azienda di valorizzare da una parte la carne di suino totalmente tracciabile e 100% italiana e dall'altra di rappresentare una certezza per il consumatore. Quest'ultimo, infatti, oggi è particolarmente attento alla provenienza e alle modalità con cui viene realizzato il prodotto che poi andrà ad acquistare".

LA LONZA QUELLA TENERA

La Lonza Quella Tenera, è leggera, buona, gustosa, e vanta ottimi valori nutrizionali, non ha allergeni né conservanti. È adatta a tutti i consumatori che cercano una dieta equilibrata e uno stile di vita sano, all'insegna del movimento e del benessere psicofisico. La carne rosa magra Eat Pink è 100% italiana e proveniente da filiera controllata. I prodotti 'Quelli teneri' sono tenerissimi e pronti da gustare, restano morbidi in cottura e possono essere preparati anche da chi è poco esperto in cucina. La Lonza Quella Tenera è confezionata in skin sottovuoto, una tecnologia che garantisce la perfetta visibilità del prodotto e la sua ottimale conservazione. Il packaging, inoltre, è totalmente ecosostenibile: il vassoio è in carta certificata Pefc e reca il logo Aticelca, che indica un processo di riciclo del materiale superiore all'80%.

di Margherita Luisetto

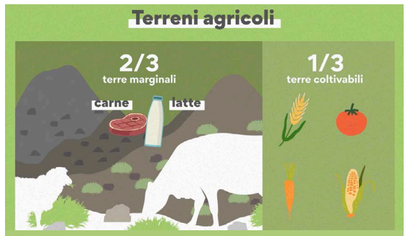
Carne rossa: stop alle menzogne!

Nuovi dati scientifici demoliscono falsi miti e approcci ideologici legati alla zootecnia. Un simposio, organizzato da Assocarni, in collaborazione con Coldiretti, fa chiarezza su sostenibilità e nutrizione. Al fine di contrastare i tentativi di smantellamento strumentale del comparto.

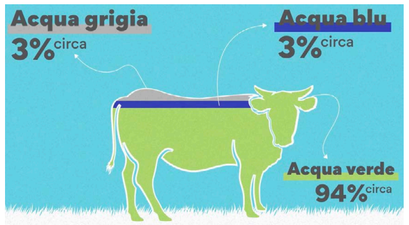
È necessario un approccio scientifico, e non più ideologico, per affrontare le questioni riguardanti la salute e gli impatti ambientali della carne e della sua produzione. È questo il monito lanciato nel corso del simposio internazionale 'Cow is veg - Il ruolo dei ruminanti in una dieta sostenibile' organizzato da Assocarni, in collaborazione con Coldiretti, e andato in scena a Roma a fine settembre. Un evento che ha visto la partecipazione dei principali rappresentanti delle associazioni italiane - tra cui Luigi Scordamaglia, presidente di Assocarni, Ettore Prandini, presidente di Coldiretti, Giuseppe Pulina, presidente di Carni Sostenibili - e studiosi e analisti internazionali che hanno approfondito il ruolo della carne rossa all'interno dei temi legati alla sostenibilità e alla nutrizione. "In Italia, il settore dell'allevamento bovino è già net zero per quel che riguarda i gas climalteranti", spiega Pulina. "Dobbiamo cominciare a guardare a questa filiera come parte integrante di un'economia circolare, in un'ottica di bilancio di emissioni. Questo significa che oltre a considerare la riduzione degli impatti - secondo l'Istituto superiore per la protezione e la ricerca ambientale le emissioni dell'allevamento pesano il 5% del totale, calate di oltre 14 punti percentuali in 30 anni (e del 10% solo negli ultimi 10) - va aggiunto l'aumento di sequestro di carbonio compiuto dalle aree nelle quali si pratica l'allevamento". Nel corso del simposio, scienziati e ricercatori hanno presentato nuovi studi relativi all'impatto ambientale della produzione di carne con lo scopo di analizzare la realtà e contrastare le campagne di disinformazione basate su dati approssimativi e non aggiornati che, in questi ultimi anni, hanno generato troppa confusione sul tema, anche in sede europea. "Le politiche che arrivano da Bruxelles", sottolinea Scordamaglia, "sembrano voler andare inesorabilmente verso lo smantellamento della produzione delle nostre eccellenze, e dell'allevamento in primis, con rischi non solo per chi oggi lavora in quelle filiere, ma anche in termini di sicurezza alimentare".

'COW IS VEG' - IL RUOLO DEI RUMINANTI IN UNA DIETA SOSTENIBILE

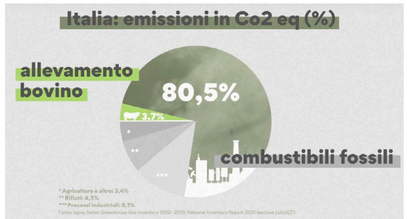
Cow is Veg, il nuovo progetto che dà voce a oltre 80mila allevatori e attori italiani della filiera del bovino, ha avviato una campagna di informazione che intende fare chiarezza, attraverso la pubblicazione di contenuti e l'organizzazione di eventi scientifici, su due argomenti chiave riguardanti la filiera del bovino: sostenibilità e nutrizione. E, grazie a nuovi dati scientifici, sfata alcuni falsi miti. Aiutando l'opinione pubblica, che naviga in un mare di informazioni contraddittore, a riconoscere e scegliere un'alimentazione sana e sostenibile. Perché un equilibrato consumo di carne bovina è sostenibile sia per l'uomo che per l'ambiente.



È vero che per allevare i bovini si sottrae terreno prezioso, che potrebbe essere destinato ad altre colture?
No. Al contrario. Oltre i 2/3 dei terreni di tutto il mondo sono terre marginali. Cioè non utilizzabili per le coltivazioni perché rocciosi, impervi o poco fertili. I ruminanti rappresentano l'unico modo per produrre cibo in queste aree, perché si alimentano di erba e di vegetali non digeribili dall'uomo e li trasformano in proteine ad alto valore biologico. Per oltre l'86% ricavano nutrimento dalla cellulosa, vale a dire da quelle parti delle piante che l'uomo non riesce a digerire. Il loro letame, poi, è un fertilizzante di alta qualità, necessario anche per le colture biologiche perché nutre le coltivazioni in modo naturale senza l'uso di concimi chimici.



È vero che per produrre un chilo di carne bovina servono 15mila litri di acqua?
No. Il 94% appartiene al ciclo naturale dell'acqua, detto di evapotraspirazione, cioè l'acqua necessaria a far crescere i vegetali che cade sulla terra sia in presenza di bovini che in loro assenza. Solo il 3% è composto da acqua prelevata da falde o fonti superficiali. E il restante 3% è destinato alla depurazione.



A quanto ammontano le emissioni di gas serra della filiera zootecnica?
Bisogna premettere che il metano proveniente dai bovini appartiene al ciclo naturale, detto biogenico, e impiega circa 10 anni per decomporsi. La Co2 derivante dai combustibili fossili, invece, accumulati in milioni di anni nel sottosuolo ed estratti massivamente solo negli ultimi 150 anni per alimentare trasporti, industria e settore residenziale è nuova per l'ambiente: si accumula e permane nell'atmosfera potenzialmente per mille anni. Oggi in Italia, le emissioni del settore bovino rappresentano il 3,7% di quelle totali. Contro l'80,5% dei combustibili fossili.

La filiera zootecnica produce solo carne?
No. Bisogna considerare che i bovini, oltre alla produzione di carne, contribuiscono anche all'esistenza di altre filiere: quelle di latte, pelli, cosmetici, biogas, biocarburanti, biomedicale, fertilizzanti naturali, pet food e pet toys.

LA FOTOGRAFIA DEL SETTORE ZOOTECNICO BOVINO IN ITALIA

La zootecnia è una filiera che rappresenta più del 4% del fatturato del comparto agroalimentare italiano, per un valore di oltre sei miliardi di euro, e che vede coinvolti più di 230mila addetti in oltre 135mila aziende attive in tutte le regioni.

È vero che la carne bovina fa male alla salute dell'uomo?
No. La scienza lo dice con chiarezza: consumare proteine animali ha favorito, dalla preistoria ad oggi, lo sviluppo del cervello umano. Sotto l'aspetto nutrizionale, le proteine animali sono le più efficienti. In poche calorie troviamo tutti i nove aminoacidi essenziali, 16 vitamine minerali e 10 composti bioattivi. La carne bovina è presente da millenni nella tradizione mediterranea e oggi la dieta mediterranea è universalmente considerata tra le migliori al mondo. Si tratta, infatti, di un modello di riferimento che si basa su due criteri fondamentali: la grande varietà degli ingredienti e l'equilibrio delle proprietà e dei principi nutritivi.

Quanta carne si consuma realmente in Italia?
Oggi in Italia il consumo reale (cioè valutato al netto delle parti non edibili, come ossa, cartilagini e grasso) pro-capite di carne bovina è di 8,5 kg all'anno, corrispondenti a 24 grammi al giorno. La stessa quantità che si consumava negli anni '60.

(fonte: Cow is Veg - www.lastoriadiunerbivoro.it)

di Margherita Luisetto

Glasbord: soluzioni per pareti e soffitti

Forniture di alta qualità, materiali ricercati, progetti tailor made e know how specializzato. Sono i principi attraverso cui Ferbox realizza pannelli robusti, resistenti alla corrosione e totalmente sanificabili, garantendo il massimo livello di sicurezza igienica.

Dal 1990 Ferbox è fornitore dei sistemi per pareti e soffitti in Glasbord. "Si tratta di pannelli con una qualità elevata sempre costante, trattando oltre due milioni di metri quadrati di questo materiale multifunzionale", spiega Andrea Signorelli, titolare dell'azienda, "un successo continuo che oltre ai nostri servizi è dovuto soprattutto alle caratteristiche ineguagliabili di Glasbord".

Glasbord è una resina artificiale rinforzata in fibra di vetro dotata di una pellicola speciale Surfaseal. In questo modo si crea una superficie priva di pori con delle caratteristiche uniche. Il Fraunhofer Institut für Produktionstechnik und Automatisierung (IPA) ha confermato i vantaggi in termini economici e di tempo della facilità di pulizia. Poiché i germi sul materiale non trovano terreno fertile per moltiplicarsi, si garantisce il massimo in termini di igiene e la migliore protezione possibile contro la condensa e la formazione di muffa. "L'esclusiva finitura Surfaseal, che si trova solo su Glasbord, rende i nostri pannelli dieci volte più facili da pulire e fino a sei volte più resistenti alle macchie. Glasbord si contraddistingue per la sua robustezza e resistenza alla corrosione. È resistente agli agenti chimici, agli acidi e alle soluzioni alcaline. Soddisfa i criteri per le superfici negli ambienti che necessitano il massimo dei requisiti igienici ed è omologato per l'utilizzo in ambienti alimentari poiché è conforme a tutte le direttive EN e alle norme CE. Da aggiungere l'aspetto chiaro delle superficie Glasbord che è resistente allo sfregamento e al colore anche in presenza di ammoniaca.

Glasbord può essere impiegato in ambienti diversi ed è ideale per essere utilizzato in tutti gli ambienti igienicamente sensibili – dalla piccola azienda a conduzione familiare fino al grande impianto industriale".

Glasbord ha ottenuto il certificato Haccp

Glasbord ha ottenuto anche il certificato Haccp. Ma di cosa si tratta? Haccp è l'abbreviazione di 'Hazard Analysis and Critical Control Point', tradotto 'Analisi dei rischi e punti di controllo critici'. È una linea guida per la produzione e la manipolazione del cibo. Il concetto è stato introdotto in Italia nel 1990 per identificare ed evitare i rischi legati all'alimentazione. Si basa sui requisiti legali per l'industria alimentare. Le aziende e i prodotti ai quali è stato assegnato questo certificato garantiscono il massimo livello di igiene alimentare.

Queste proprietà contribuiscono al fatto che i pannelli in Glasbord sono la soluzione perfetta per le aziende alimentari per il rivestimento di pareti e soffitti. Ciò è ora confermato anche dal certificato Haccp riconosciuto a livello internazionale nella classificazione SSZ ('Splash o Spill Zone').

La classificazione SSZ

Il certificato SSZ è valido per i materiali in Glasbord PWI, PWIP, PSI, PSIF, FXE, FX, FSI e FSFM. "La classificazione SSZ significa che i pannelli in Glasbord possono essere utilizzati negli impianti di lavorazione come cucine o produzioni", sottolinea Signorelli. "Non si applica alle aree a diretto contatto con gli alimenti, ma il contatto occasionale e non intenzionale tra cibo e Glasbord è assolutamente sicuro. Ricevendo il certificato Haccp, Glasbord dimostra ancora una volta la sua qualità senza compromessi nel settore dell'igiene alimentare.

FOCUS ON

FERBOX

Nata negli anni '60 Ferbox si è imposta rapidamente sul mercato internazionale nel settore della coibentazione di pannelli per celle frigorifere nell'ambito dell'industria alimentare operando in diversi settori merceologici (macelli, salumifici, caseifici, prosciuttifici, pastifici, ittica, ortofrutta e dolciaria). Oggi progetta e realizza ambienti altamente sanificabili e facili da pulire, celle frigorifere prefabbricate complete di scaffalatura, celle a bassa temperatura, celle di stagionatura e di asciugatura, locali di cottura, celle di stoccaggio, camere bianche, magazzini frigoriferi, piattaforme logistiche, locali EI 120 e porte frigorifere di vario tipo, solo per citare alcuni dei prodotti proposti. Andrea Signorelli, titolare dell'azienda, spiega: "La nostra mission è produrre costantemente forniture di alta qualità, installare correttamente i manufatti, garantendo alte performance, senza tralasciare l'aspetto estetico. Sono molteplici le caratteristiche che oggi fanno di Ferbox un partner affidabile: l'esperienza maturata nel corso degli anni e l'impiego di personale specializzato le permette di studiare soluzioni ad hoc per soddisfare qualsiasi esigenza nel mercato alimentare; realizzare prodotti facili e veloci da installare; garantire una riuscita ottimale (vale a dire, un'efficiente coibentazione) grazie all'utilizzo di materiali di primissima qualità; rispondere tempestivamente per risolvere interventi o riparazioni".

di Margherita Luisetto

Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale: la forza dell'Igp

Pandemia, aumento dei costi delle materie prime e cambiamenti climatici mettono a dura prova il comparto. Andrea Petrini, direttore del Consorzio: "La crisi si batte con la certificazione di qualità".

Il futuro di molti allevamenti è a rischio. Le conseguenze della pandemia, l'aumento dei costi delle materie prime e dei servizi, i cambiamenti climatici che limitano i pascoli in alcuni periodi dell'anno e la mancata vendita dei capi di bestiame, hanno effetti economici devastanti sul comparto e nella gestione delle stalle. In questo difficile momento storico, il Consorzio di tutela 'Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale Igp' ribadisce la necessità di valorizzare sempre di più il legame fra razza, territorio e certificazione come risposta alla crisi. "La valorizzazione, la tutela e la salvaguardia della nostra Igp su tutta la filiera, oggi più che mai, rappresentano le attività fondamentali in grado di dare il giusto valore alla qualità di questo comparto", sottolinea il direttore Andrea Petrini. Qualità, tipicità e territorialità sono racchiusi, infatti, da quasi 25 anni in un unico marchio, quello del Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale Igp.

Le razze e la certificazione

Ma facciamo un passo indietro. Il Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale Igp certifica la carne ottenuta dai bovini delle razze tipiche dei territori del centro Italia (Chianina, Marchigiana e Romagnola) nati e allevati nell'area dell'Appennino Centrale e in aziende controllate, nel rispetto del Disciplinare di produzione. Non basta la sola razza a determinare la qualità che l'intero sistema di certificazione garantisce ed è fondamentale il legame con il territorio di produzione che, con i suoi pascoli, i foraggi e la millenaria cultura, conferisce alla carne caratteristiche peculiari. Non esistono, quindi, la Chianina, la Romagnola o la Marchigiana Igp: esiste solo il Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale Igp e la razza è uno dei requisiti necessari. Solo questo marchio tutela, valorizza e difende il legame con il territorio di origine e di produzione. La carne certificata, inoltre, può essere venduta solo nei punti vendita autorizzati e controllati da un Organismo di Controllo indipendente e dal Consorzio, che monitora l'intera filiera per contrastare abusi, concorrenza sleale e contraffazioni.

L'Igp come risposta alla crisi che colpisce il comparto

L'importanza della certificazione diventa, quindi, ancora più importante in risposta a una crisi che sta condizionando in maniera inevitabile l'intera filiera. "I produttori sono colpiti da aumenti generalizzati delle materie prime e dei servizi e i consumatori devono fare i conti con un potere d'acquisto ridotto. È in questo contesto che la mission del Consorzio diventa fondamentale: lavorare, insieme a tutti i soggetti della filiera, per promuovere la certificazione. Scegliere il Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale Igp significa scegliere un'eccellenza certificata da un disciplinare di produzione e una filiera controllata e attenta al benessere animale e al legame dei prodotti con il territorio di origine".

Il Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale Igp è stato riconosciuto dalla UE nel 1998, come prima certificazione di qualità per le carni bovine fresche approvata per l'Italia. Risale al 2003, invece, la costituzione del Consorzio di tutela.

Sul sito **www.vitellonebianco.it** è possibile consultare la mappa delle macellerie autorizzate e dei ristoranti iscritti al circuito 'Ristorante Amico'. Una tutela aggiuntiva per produttori, allevatori e consumatori, con la certezza di produrre, lavorare e gustare una qualità a marchio Igp.

Cultura, Ricerca, Sapienza, Volontà.
CI VUOLE TEMPO
PER CREARE ATTIMI.
GOLDEN FOOD
life is Good
Newww! www.goldenfood.it