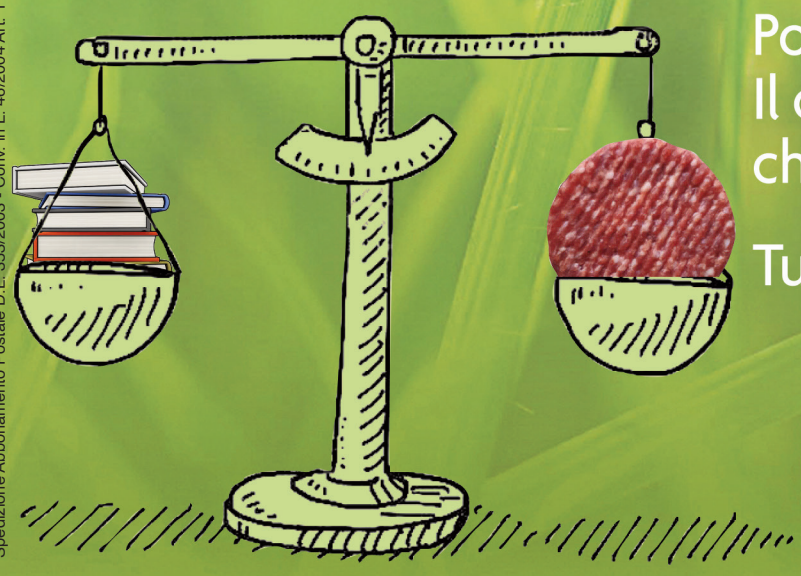
Carni & CONSUMI
SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 14 - NUMERO 10 - OTTOBRE 2021
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

FIORANI®
IL FUTURO ALLE ORIGINI

TENERI E SUCCOSI (PRODOTTI A BASSA PRESSIONE)

HAMBURGER FIORANI nuova ricetta e nuovo formato per godere ancora di più! 200 grammi di passione per la buona carne



Cultura del cibo, patrimonio in ogni tempo

Possiamo anche scherzarci su, ma l'argomento è serissimo. Il cibo è storia, convivialità, benessere e salute, un patrimonio che Fiorani si impegna a preservare e valorizzare.

Tutti i prodotti FIORANI sono SENZA GLUTINE

Scopri le nostre ricette sul sito www.fioraniec.com/le-ricette/

seguici su:

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

Carni & CONSUMI

SUPPLEMENTO A SALUMI & CONSUMI
ANNO 14 - NUMERO 10 - OTTOBRE 2021
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

focus on a pagina 18

Carne bovina francese: passione e impegno al centro

Benessere animale, alimentazione vegetale e alto know-how degli operatori sono alla base dell'eccellenza della filiera. Che, a garanzia delle sue qualità, ha messo a punto il 'Patto per lo sviluppo sostenibile'. Interbev, associazione del settore, ne illustra le peculiarità.

zoom a pagina 19

Fieravicola: il settore è proiettato verso il futuro

La 52esima edizione, che si è svolta per la prima volta a Rimini, ha acceso il dibattito su temi cruciali. L'aumento inarrestabile dei prezzi delle materie prime, le sfide lanciate dal Green Deal e la sostenibilità. Buona la partecipazione: 7.500 visitatori e molti buyer esteri.

GUIDA BUYER

da pagina 8 a pagina 17

SPECIALE BOVINO

La carne rossa è un settore trainante dell'economia italiana. Nel 2020 rappresenta il 4,2% del fatturato dell'industria alimentare per un valore di quasi 6 miliardi di euro. Buone le performance nel carrello della spesa con un boom della scottona.
I dati del settore e le proposte a scaffale.

FIERE

iMeat promossa a pieni voti

In scena, a Modena, la settima edizione dell'evento dedicato ai professionisti della carne. Oltre 100 gli espositori. Buona la risposta dei visitatori. Il settore si confronta sui trend e sulle novità per macellerie, gastronomie e ristorazione specializzata.

alle pagine 6 e 7

Turbo by tesi mediagroup

Estremisti vegani attaccano il botanico Mancuso. È accusato di difendere i big della carne

Il botanico Stefano Mancuso, docente di Arboricultura ed etologia vegetale all'Università di Firenze e fondatore del Laboratorio internazionale di neurobiologia vegetale, è stato accusato da un gruppo di estremisti vegani di difendere i grandi produttori di carne. Come è possibile? Secondo quanto racconta Mancuso stesso in un'intervista pubblicata dal Corriere della sera, il botanico ha ricevuto una serie di e-mail e lettere scritte a macchina in cui gli estremisti sostengono che le sue teorie sono "un complotto finanziato dalle grandi aziende di allevamento e dai produttori di carne per smontare le tesi vegane e vegetariane". Una tesi avallata, secondo i mittenti, dal fatto che nei suoi libri Mancuso spiega come le piante abbiano una forma di coscienza e implicitamente ne suggerisce una riduzione del loro utilizzo come cibo. "Assurdo", commenta Mancuso. Che si difende: "Io non ho mai detto che le piante non si debbano mangiare, anzi. Noi persone siamo animali, e siamo onnivori. Qualcosa dobbiamo mangiare. E, a parità, fa meno danni mangiare una pianta che mangiare un animale".

Gruppo Martelli presenta l'arrosto di pollo con Feta greca Dop

Gruppo Martelli – realtà specializzata nella produzione di prosciutti, salumi e carni suine di qualità 100% made in Italy – presenta, in occasione di Cibus (Parma, 31 agosto - 3 settembre), l'Arrosto di pollo con Feta greca Dop. Come fanno sapere dall'azienda, il pollo utilizzato proviene da petti interi di pollo italiano. Dopo una lenta cottura a vapore, la carne viene arrostita in modo da esaltarne l'aroma e ottenere la caratteristica doratura. La friabilità e il sapore del formaggio proposto in abbinamento fanno il resto, generando un risultato dal sapore delicato, leggero e appetitoso. "Le carni bianche rappresentano un segmento sempre più importante nel nostro comparto, nel quale da tempo siamo già presenti", spiega Nicola Martelli, quarta generazione della famiglia Martelli. "Ora, con il nostro Arrosto di pollo con Feta greca Dop, abbiamo voluto offrire al consumatore di questo tipo di carne una nuova idea che siamo convinti sarà molto apprezzata, perché unisce delicatezza, sapore e leggerezza in una sola proposta, adatta alle più diverse occasioni di convivialità".

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 -
Fax. +39 0362 600616 - e-mail: info@tespi.net
Periodico mensile
Registrazione al Tribunale di Milano
n. 27 del 10 gennaio 2008.
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158
del 21 aprile 2005.
Poste Italiane SPA
Spedizione abbonamento postale
D.L. 353/2003 - Conv. in Legge 46/2004
Art. 1 Comma 1 - LO/MI
Periodico mensile -
Anno 14 - numero 10 - Ottobre 2021
Stampa: Ingraph - Seregno
Prezzo di una copia 1,55 euro - arretrati 7,55 euro
+ spese postali - Abbonamento annuale per l'Italia
30,00 euro via ordinaria.

L'editore garantisce la massima riservatezza dei dati personali in suo possesso. Tali dati saranno utilizzati per la gestione degli abbonamenti e per l'invio di informazioni commerciali. In base all'Art. 13 della Legge n° 196/2003, i dati potranno essere rettificati o cancellati in qualsiasi momento scrivendo a: Edizioni Turbo S.r.l.
Responsabile dati: Angelo Frigerio

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

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

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 30 settembre

Avec: il settore avicolo Ue verso la 'Carta della Sostenibilità'

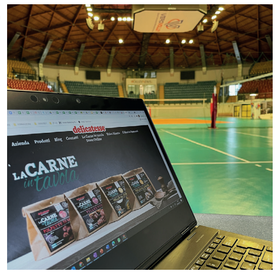
In occasione della 63° Assemblea generale di Avec (Association of poultry processors and poultry trade in Ue) il settore avicolo europeo ha presentato la 'Dichiarazione di Berlino' con la quale si impegna a sviluppare la 'Carta della Sostenibilità'. Un progetto ambizioso volto a coniugare sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Unaitalia, rappresentante italiano del settore, ha confermato il suo ruolo di promotore attivo di questa strategia, facendosi portavoce a livello europeo di una riflessione ampia sul futuro del settore avicolo in coerenza con la nuova Farm to Fork. Attraverso questo progetto Avec dimostra che il settore avicolo europeo fa parte della soluzione nella lotta ai cambiamenti climatici, sviluppando soluzioni concrete per migliorare la sostenibilità del settore stesso. Ora però diventa fondamentale il sostegno della Commissione Ue. "L'impegno del settore avicolo europeo dipende fortemente dalla volontà e dalla capacità della Commissione di difendere il settore dalla concorrenza sleale di paesi terzi", ha sottolineato Birthe Steenberg, segretario generale dell'Avec. "È di enorme importanza che gli sforzi realizzati dal settore avicolo – che aumenterà i costi di produzione – non si riducano, con effetto opposto, a maggiori importazioni di pollame da paesi terzi. In Europa produciamo carne in modo molto intelligente; importare più carne da paesi terzi porterà a maggiori emissioni di gas serra a livello globale". La Carta della Sostenibilità sarà pubblicata a inizio 2022.

Federcarni: Maurizio Arosio rieletto presidente

Maurizio Arosio è stato rieletto alla guida di Federcarni (la federazione nazionale macellai) fino al 2026. La nomina è avvenuta nel corso dell'assemblea elettiva che si è tenuta a settembre nel complesso fieristico di Modena. Nel ringraziare l'assemblea per la rinnovata fiducia, Arosio ha commentato: "Noi macellai abbiamo sempre reagito bene davanti a ogni cambiamento o crisi, dando prova di responsabilità e capacità di adattamento. Non abbiamo bisogno di ricette magiche per affrontare le sfide che ci attendono: la difesa della bottega artigiana e del negozio di vicinato, una transizione ecologica che sia economicamente sostenibile, il ricambio generazionale. Abbiamo un patrimonio di tradizione da custodire ma siamo aperti alla tecnologia e pronti a innovare". Il presidente ha quindi aggiunto che continueranno gli investimenti nella formazione e nell'aggiornamento professionale. "Dopo il primo corso della Federcarni Academy con il patrocinio del Dimevet, con circa 500 iscritti, siamo pronti per partire con un corso per imprenditori macellai".

Delicatesse sigla una partnership con il Consorzio Vero Volley nel segno dell'eccellenza

Delicatesse, azienda di Concorezzo (Mb) specializzata nella lavorazione di carni di alta qualità, ha siglato una partnership con il Consorzio Vero Volley, solida realtà sportiva di pallavolo protagonista all'Arena di Monza. "Da sempre siamo legati da valori comuni al mondo dello sport: passione, lavoro, sinergia, ricerca costante del miglioramento e dei risultati", esordisce Stefania Bianchi, direttore del personale e marketing di Delicatesse. "Nel lavoro come nel gioco, la forza del team supera quella del singolo, un valore ben raffigurato dagli sport di squadra che abbiamo scelto di rappresentare negli anni, partendo dal ciclismo nel 1972. È con questa premessa che nel 2021 inizia un nuovo percorso con una delle realtà di pallavolo più affermate in Italia, il Consorzio Vero Volley. Una collaborazione che ci vede impegnati in un progetto di crescita comune, dai ragazzi e ragazze che amano questa disciplina fino alle atlete e atleti della prima squadra". Cosa unisce le due realtà? "Sono tante le affinità che ci hanno avvicinati: dedizione alla qualità, ricerca della perfezione, attenzione all'ambiente, cura della persona e impegno sociale ma, soprattutto, una sana alimentazione", spiega Davide Bianchi, direttore commerciale di Delicatesse. "Perché è solo grazie ad una dieta equilibrata, che si possono ottenere prestazioni di livello, e noi ci curiamo in prima persona dell'alimentazione dei nostri campioni".



Fiorani: l'alpinista Tamara Lunger è la nuova brand ambassador

Tamara Lunger (nella foto), alpinista di Bolzano due volte campionessa italiana di sci-alpinismo e seconda donna italiana a salire in vetta al K2, diventa brand ambassador per Fiorani&C., azienda specializzata nella produzione di carni bovine e suine, controllata al 51% da Inalca (Gruppo Cremonini). L'annuncio dell'accordo è stato diffuso alla vigilia della partenza di un nuovo tour di Tamara Lunger all'insegna dello sport: un progetto che la porterà a salire tutte le montagne spagnole oltre i 3mila metri e a esplorare il territorio con attività di cycling, parapendio e kayaking. "La carne", spiega Valeria Fiorani, marketing manager di Fiorani&C., "è un alimento che, consumato nelle giuste proporzioni e all'interno di una dieta equilibrata, risulta salutare per tutti, in particolare per gli atleti. L'apporto proteico aiuta il mantenimento muscolare e contribuisce alla riparazione dei tessuti e l'esercizio fisico intenso aumenta il fabbisogno di alcune vitamine e minerali, come calcio, ferro, zinco e magnesio e vitamina B12, tutti presenti in forma altamente assimilabile nei prodotti di origine animale. Per questo l'accostamento del nostro brand al mondo dello sport risulta particolarmente coerente. In più i valori dello sport rappresentati da Tamara, uniti alla sua visione della montagna, fatta di passione e rispetto per l'ambiente, sono perfettamente in linea con i valori del nostro brand". Tamara Lunger sarà protagonista sui social, con post e stories che vedranno in vario modo la presenza di Fiorani. Inoltre potrà partecipare a eventi pubblici organizzati dall'azienda.

Carne sintetica: l'Università di Osaka crea, con una stampa in 3D, un filetto di Wagyu

Un team di ricercatori dell'Università di Osaka, in Giappone, ha realizzato il primo filetto di manzo sintetico Wagyu, una tipologia proveniente da vacche di razza giapponese, attraverso la stampa 3D. Nel tentativo di realizzare una carne sintetica che imiti da vicino la realtà, i ricercatori hanno prelevato cellule staminali delle mucche Wagyu: "Utilizzando la struttura istologica di questo manzo come modello, abbiamo sviluppato un metodo di stampa 3D in grado di produrre strutture complesse su misura, come fibre muscolari, grasso e vasi sanguigni", ha spiegato Dong-hee Kang, ricercatore a capo del team. "Sono state quindi biostampate le singole fibre che hanno incorporato muscoli, grasso o vasi sanguigni, fabbricate da queste cellule. Le fibre sono state poi disposte allineate in un gel simile a un tendine per riprodurre la struttura della carne con diametro 5 mm e lunghezza 10 mm".

Mucca pazza: due casi accertati in Brasile. Stop immediato dell'export verso la Cina

In Brasile sono stati accertati, a settembre, due casi di Encefalopatia spongiforme bovina o Bse, il cosiddetto 'Morbo della mucca pazza'. Come segnalato dal ministero dell'Agricoltura brasiliano, si è resa immediata la sospensione delle esportazioni di carne bovina in Cina. Si tratterebbe di una misura presa nell'ambito di un protocollo bilaterale esistente tra i due Paesi, sebbene il dicastero abbia sottolineato che "non vi è alcun rischio per la salute umana o animale". Secondo quanto spiegato dal ministero dell'Agricoltura brasiliano, infatti, i due casi sarebbero 'atipici': la malattia è apparsa "spontaneamente e sporadicamente, non correlata all'ingestione di cibo contaminato".

La carne plant-based conquista il mercato cinese

In Cina sta aumentando l'interesse per le alternative alla carne a base vegetale. Secondo un'analisi condotta da Rabobank, si tratterebbe infatti di un settore in grande espansione. "Il mercato delle alternative vegetali alla carne (che comprende sia il tofu tradizionale che la carne plant based) dovrebbe crescere a un Cagr (Compound annual growth rate, tasso annuo di crescita composto, ndr) dal 5,4% al 9,4% tra il 2021 e il 2030, passando da 17 a 24 miliardi di dollari nel 2030", sottolinea Michelle Huang, Rabobank Analyst – Consumer Foods. "Il mercato della carne finta, in particolare, passerà da 2,1 miliardi di dollari a 9 miliardi di dollari nel 2030, con una crescita a valore dal 54% all'81% (Cagr)".

L'Argentina rinnova il divieto export dei bovini. Allarme crisi per il settore carni

Il divieto di esportazione di carne bovina, posto dal governo argentino a fine maggio per combattere gli aumenti dei prezzi sul mercato interno, è stato esteso fino a fine ottobre. O, come fanno sapere dalle istituzioni, fino a quando la situazione economica non sarà ristabilita. Fanno eccezione le spedizioni verso l'Unione Europea attraverso la quota Hilton (la quota tariffaria disciplinata dal regolamento Ue recante apertura e modalità di gestione dei contingenti tariffari per le carni bovine di alta qualità, fresche, refrigerate o congelate), e la quota di 20mila tonnellate all'anno concessa agli Usa. Le prestazioni del settore sui mercati internazionali, però sono messe a dura prova. Per l'Argentina, quinto esportatore di carne bovina al mondo e fornitore chiave per la Cina, le perdite sarebbero ora dell'ordine di 100 milioni di dollari al mese.

La diminuzione delle esportazioni (pari al 50%), inoltre, ha lasciato spazio ad altri concorrenti per consolidare la propria quota di mercato a livello internazionale. Negli ultimi due mesi, Uruguay e Paraguay hanno aumentato le loro esportazioni di carne bovina, superando l'Argentina.

iMeat promossa a pieni voti

In scena, a Modena, la settima edizione dell'evento dedicato ai professionisti della carne. Oltre 100 gli espositori. Buona la risposta dei visitatori. Il settore si confronta sui trend e sulle novità per macellerie, gastronomie e ristorazione specializzata.

Dal 12 al 14 settembre è andata in scena a Modena la settima edizione di iMeat. La fiera, organizzata dalla società Ecod, è dedicata alle attività operative nel settore della carne, in particolare le macellerie al dettaglio, le gastronomie e la ristorazione specializzata. Gli espositori presenti sono una buona selezione dei vari attori della filiera: si va dalle cooperative zootecniche ai produttori di carne, dall'ingredientistica alle aziende che realizzano macchinari, fino a quelle specializzate nell'arredamento, negli accessori e nella pulizia. Senza dimenticare, poi, la presenza delle principali associazioni di settore e di alcuni tra i più importanti consorzi (segnaliamo Federcarni, Coalvi, il Consorzio di tutela del Vitellone Bianco dell'Appennino centrale, il Consorzio di tutela del Bue grasso di Carrù, l'Accademia macelleria italiana, l'Associazione amici della Piemontese e Bord Bia per la carne irlandese).

Girando tra le corsie e fermandoci agli stand, abbiamo avuto conferma che la sua formula piace: la fiera è contenuta - due padiglioni e 100 espositori - visitabile comodamente in una giornata. Giusta la durata: tre giorni. Forse azzardato partire di domenica (tra l'altro una calda domenica di fine estate). Secondo il parere dei più, oltre ad essere una buona vetrina del settore, questa kermesse permette di incontrare e far incontrare i vari attori della filiera dando origine a vere e proprie contaminazioni. Rappresenta un momento di incontro tra gli operatori, costituisce infatti un'occasione di approfondimento di tematiche legate al settore e di aggiornamento su problematiche che guardano al futuro del comparto. Momento di grande interesse per i visitatori, la finale del Campionato dei giovani macellai. Andata in scena presso lo stand di Federcarni è stata l'occasione di dimostrare le capacità e la grande professionalità di una nuova generazione di macellai. Di seguito, alcuni espositori presenti ad iMeat.

Margherita Luisetto

INGRESSO IMEAT - MODENAFIERE

ANTICA FOMA

BORD BIA

BORGO

Da sinistra, Luca e Stefano Borgo

CARPANO SPECK

Da sinistra, Alessandro Carpano, Nicolò Turri, Andrea Carpano

CAVALLI

Dario Ferrari

COALVI

Giorgio Marega

CONSORZIO VITELLONE BIANCO DELL'APPENNINO CENTRALE IGP

Andrea Petrini

DALLATANA

FAN SAPORI

Da sinistra, Angelo e Francesco Fanelli

FEDERCARNI

Da sinistra, Ilario Lui, Stefano Casella, Alberto Succi

FERRI

Maurizio e Stefano Ferri

GLI AMICI DELLA PIEMONTESE

Da sinistra, Valter Gazzola e Renato Cogno

IOZZELLI

Da sinistra, Stefano e Tommaso Iozzelli

LA FELSINEA

MENOZZI

Filippo Menozzi

MORGANTE

Da sinitra, Alberto Morgante e Paolo Franchini

NEGRI

Federico Gialdi

OPIFICIO 1899 VERONA

Da sinistra, Marco Pavoncelli e Bernardo Pasquali

F.LLI PAGANI CHEF

Maria Vittoria Del Vecchio

STRINGHETTO

Stefania Carniel

TEC AL

Cristian Mazza

TECNOBRIANZA

Da sinistra, Angelo Riva, Armando Pirola, Mario Pirola, Manuel Pirola

THOGAN PORRI

Gentile Thogan

CAPITELLI F.LLI

COOP SCALIGERA

Davide Maran

GALLONI

MINIPACK TORRE

Andrea Piffari

STAGIONELLO

Viviana Cimino

ITASYSTEM

SPECIALE BOVINO

La carne rossa è un settore trainante dell'economia italiana. Nel 2020 rappresenta il 4,2% del fatturato dell'industria alimentare per un valore di quasi 6 miliardi di euro. Buone le performance nel carrello della spesa con un boom di acquisti delle carni della scottona. I dati del settore e le proposte a scaffale.

La filiera della carne bovina rappresenta, secondo i dati rilevati da Istat e Federalimentare, il 4,2% del fatturato realizzato dall'intera industria alimentare nazionale, per un valore di 5.980 milioni di euro. Pur registrando un calo dell'1,9% rispetto al 2019, continua ad essere un settore trainante dell'economia italiana. Il Bel Paese è il quarto produttore europeo di carne bovina anche se, nell'ultimo decennio, ha perso quasi un terzo della produzione ed è cresciuto il ricorso alle forniture estere, più competitive sul prezzo. Come illustrato da Ismea, infatti, il tasso di autoapprovvigionamento (prossimo al 51%) risulta tra i più bassi dei prodotti agroalimentari e il saldo della bilancia commerciale è tra i più negativi tra le filiere agricole (dopo quella ittica). Ma analizziamo da vicino le varie componenti del settore.

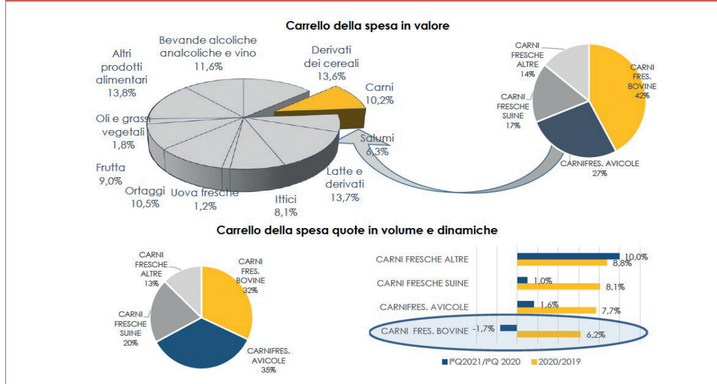
Il patrimonio

Il capitale bovino (al 31 dicembre 2020, fonte Ismea su dati Istat) conta 5,6 milioni di capi circa, di cui oltre 2,4 milioni sono destinati alla filiera della carne (tra questi meno del 30% appartiene alle razze autoctone da carne). Le consistenze bovine dal 2015 al 2020 sono aumentate del 3,3% grazie all'incremento del patrimonio da carne (+8,7%), mentre quello da latte - che pesa per il 63% - mostra una sostanziale stabilità (+0,4%). Negli ultimi anni il numero delle vacche nutrici ha mostrato un incremento del 13% (2020 vs 2016), restando tuttavia insufficiente a soddisfare le esigenze nazionali di vitelli da ingrasso. Per questo il settore resta deficitario e si vede costretto ad aumentare le importazioni. Secondo l'Anagrafe nazionale bovini, poi, l'Italia conta circa 95mila aziende specializzate nell'allevamento bovino da carne caratterizzate da diverse dimensioni (con una media di circa 24 capi/azienda, contro i 98 per gli allevamenti di bovini da latte). Gli allevamenti sono concentrati nella Pianura Padana, ma sono importanti anche nell'economia di altre regioni, dove il peso del patrimonio da carne sul totale bovino è molto elevato. Guardando ai dati rilasciati dall'Anagrafe Zootecnica, in Piemonte è allevato oltre il 20% dei capi nazionali da carne, in Veneto il 19,6%, in Lombardia il 13,4%. Nelle aree meridionali le aziende sono molte ma di piccole dimensioni. Sul fronte della produzione nazionale, nel 2020 in Italia sono stati macellati 2.635.526 capi e l'offerta è rappresentata soprattutto da capi tra uno e due anni di età (60%). Tra le tipologie di bovini macellati, la percentuale più alta è quella dei vitelloni (33%), seguita dai vitelli (20%).

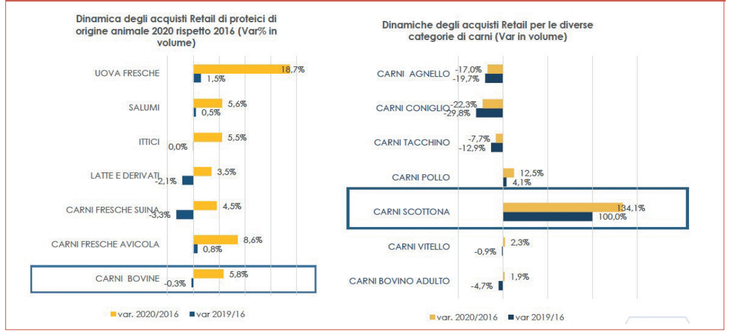
La domanda interna

Secondo quanto pubblicato da Ismea (su dati Nielsen), la spesa domestica per le carni ha rappresentato nel 2020 il 10,2% del totale per l'agroalimentare, segnando un +6,2% rispetto al 2019: nel comparto carni, nello specifico, quelle bovine rappresentano il 42% a valore e il 32% a volume. Interessante notare come siano cambiati i consumi degli alimenti proteici nel corso della pandemia: prima dello scoppio dei contagi da Coronavirus, la contrazione dei consumi alimentari aveva investito soprattutto i prodotti proteici. In particolare carni rosse e lattiero-caseari avevano perso quote importanti nell'arco del quinquennio fino al 2019. Nel 2020 lo spostamento dei consumi Horeca tra le mura domestiche ha riportato in positivo gli acquisti retail di tutti i prodotti proteici: a crescere sono soprattutto le carni avicole e le uova, ma sono buone anche le performance delle carni bovine che segnano un +5,8% dei volumi rispetto a cinque anni prima (2016), con un boom di acquisti delle carni di scottona (+134% 2020 vs 2016). Sul fronte dei canali di distribuzione, i tradizionali rivestono ancora un ruolo rilevante, superiore a quello della maggior parte delle altre filiere. Mentre, per quanto riguarda le aree di vendita, il Nord Est traina i consumi domestici con dinamiche positive a doppia cifra.

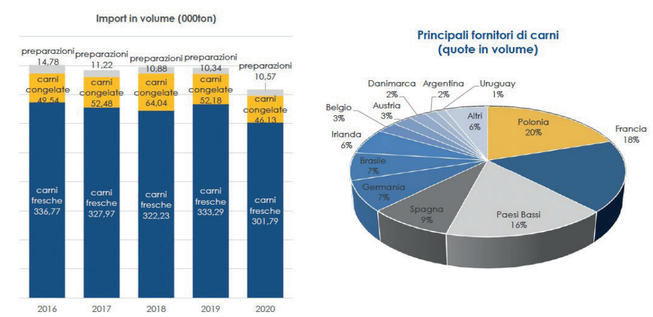
LA DOMANDA INTERNA DI CARNI BOVINE FRESCHE



LA DINAMICA DEGLI ACQUISTI DOMESTICI DI PRODOTTI PROTEICI

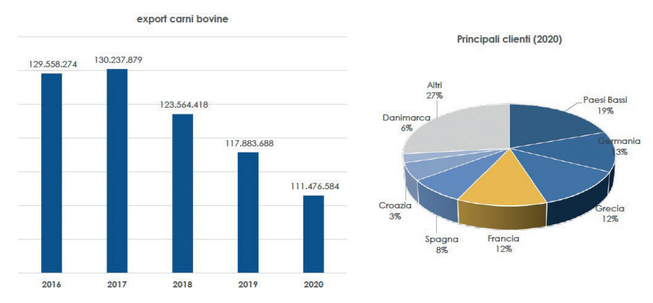


IMPORT CARNI



Fonte: elab. Ismea su dati Istat

EXPORT CARNI



Fonte: elab. Ismea su dati Istat

Gli scambi con l'estero

Nel 2020, la spesa per l'acquisto di carni dall'estero è stata ridotta del 10,7% (si tratta del dato più basso del quinquennio), mentre è aumentata quella per gli animali da ristallo (+31%). Si contrae anche il valore dell'export (-15%) con un peggioramento del saldo della bilancia commerciale (7%) che rimane più negativo di quello del 2016 del 5% (fonte: elaborazioni Ismea su dati Istat). Ma da quali Paesi l'Italia importa le carni fresche? Polonia (20% a volume), Francia (18%) e Paesi Bassi (16%) sono i principali mercati da cui proviene la carne destinata all'Italia nel 2020. Seguono Spagna, Germania, Brasile e Irlanda, e poi Belgio, Austria, Danimarca e Argentina. Per quanto riguarda l'importazione di animali vivi, invece, il principale fornitore è la Francia (che ricopre l'80% dei volumi importati). Seguono, da lontano, Austria, Spagna, Germania, Irlanda, Polonia, Paesi Bassi e Slovenia. Sul fronte dell'export, invece, nel 2020 si contraggono le esportazioni (-5,4% vs 2019 e-14% vs2016), segnando il dato più basso del decennio. I principali clienti per le carni bovine sono: Paesi Bassi (19%), Germania (13%), Francia e Grecia (entrambe 12%).

I NUMERI DELLA FILIERA NEL 2020

STRUTTURA

94,6mila allevamenti da carne (-5,5% vs 2019)
Fonte: Anagrafe Zootecnica

2.635,5mila capi macellati (+0,7% vs 2019)
Fonte: Ministero della Salute

1.021 mila imprese di macellazione carni rosse (-3,9% vs 2019)
Fonte: Stime Ismea su dati Istat e BDN

OFFERTA

753mila tons di carni bovine (-0,7% vs 2019)
Fonte: Federalimentare

5.980 milioni di euro: fatturato dell'industria di carne bovina (-1,5% vs 2019)

4,2%: peso sul fatturato dell'industria agroalimentare (invariato sul 2019)

SCAMBI CON L'ESTERO

Import: 3.065,5 milioni di euro (-6,3% vs 2019)

Export: 581,8 milioni di euro (-10,4% vs 2019)

Saldo: 2.483,7 milioni di euro (-5,2% vs 2019)

DOMANDA

16,8 Kg: consumo pro-capite apparente (-2,3% vs 2019)

Fonte: Ismea

segue

Lenti: benessere e gusto

www.lenti.it

La linea bovina proposta dall'azienda si distingue per leggerezza, genuinità e sicurezza. Le materie prime selezionate e la lavorazione artigianale, frutto di una lunga esperienza nel settore, garantiscono ai prodotti caratteristiche organolettiche uniche.

"La nostra linea di prodotti realizzati con carne di bovino è unica, variegata e innovativa. E risponde appieno alle esigenze dei trend moderni, alla ricerca di salute, benessere, leggerezza e gusto". Con queste parole Sara Roletto, direttore marketing di Lenti - l'azienda di Santena (To) specializzata nella produzione di lavorati di carne dal 1935 -, presenta le proposte a base di carne bovina distribuite su tutti i canali di vendita sia sul mercato nazionale che internazionale. "La gamma comprende una linea realizzata con carne 100% Italiana di Fassone di Razza Piemontese (messa a punto in collaborazione con Coalvi, il Consorzio di Tutela della Razza Piemontese) composta da tre referenze, vale a dire Carpaccio di Bresaola, Manzo Affumicato e Bresaola, disponibili nel formato intero per l'affettamento al banco taglio o preaffettato in vaschetta per il libero servizio. Proponiamo inoltre il Carpaccio di Bresaola con punta d'anca di bovino 100% Italiano, il Roastbeef, il Manzo affumicato e il Girello, quest'ultimo particolarmente indicato per la preparazione del Vitel Tonné". Come per tutti i prodotti firmati da Lenti, anche le referenze a base di carne bovina sono realizzate a partire da un'attenta selezione delle materie prime, genuine e da allevamenti selezionati, per poi passare a una lavorazione tradizionale frutto di un'esperienza lunga più di 80 anni (ma che non rinuncia all'utilizzo di tecnologie d'avanguardia) e a una cottura lenta. "A supporto di questa attenzione, Lenti non utilizza glutine, lattosio e caseinati, ingredienti Ogm, polifosfati e glutammato. I prodotti, poi, contengono meno del 3% di grassi, ma non rinunciano al gusto. Vantano infatti impareggiabili caratteristiche organolettiche e sensoriali, sono genuini, sicuri e certificati, per una sana alimentazione adatta anche ai celiaci".

Roastbeef all'Inglese
Roastbeef di sottofesa di vitellone, ottenuto da un'accurata salagione a secco e sapiente aromatizzazione che conferiscono morbidezza, gusto delicato e armonico. Legato a mano e brevemente cotto al forno per un risultato roseo all'interno e ben rosolato e imbrunito in superficie.
Peso medio/pezzature
3 – 4 Kg.
Caratteristiche
Senza glutine, senza lattosio e caseinati, senza polifosfati e glutammato aggiunti.
Confezionamento
Sottovuoto in sacco poliaccoppiato e pastorizzato.
Tempi di scadenza
30 gg.
Certificazioni
Senza glutine certificato dall'Associazione Italiana Celiachia. Senza ingredienti Ogm e senza lattosio e caseinati certificato da SGS Italia.

ALIPRANDI

www.aliprandi.com

Paolo Aliprandi, responsabile commerciale

L'offerta
"La nostra gamma, in qualità di fornitori di tutto il canale Horeca e della Gd, è molto ampia. La quota maggiore è rappresentata dalle carni fresche, segue il prodotto tagliato e porzionato per la Gd, quello elaborato (carni macinate e hamburger), e poi i prodotti stagionati come il salame di manzo e la salsiccia fresca di manzo. Recentemente abbiamo lanciato la gamma di Scottona: un'ampia selezione di tagli dal gusto delicato e dalla consistenza tenera, data la giovane età della manza, nata, allevata e macellata in Italia. Tra questi spicca la Scottona Dry Aged, ottenuta con 20 giorni di frollatura".
I plus delle referenze di Aliprandi
"La tradizione e il know how della famiglia Aliprandi sono alla base del successo di questi prodotti. Garantiamo un controllo totale e scrupoloso della filiera, dalla selezione della materia prima alla lavorazione destinata agli specialisti della distribuzione".
La distribuzione
Horeca e Gdo.

"Le condizioni imposte dalla pandemia hanno condizionato molto il consumo; si va di meno al ristorante, sono aumentati i consumi casalinghi, quindi hanno funzionato bene i tagli più facili da cucinare. Inoltre si è rivalutata l'importanza del valore nutrizionale, dato che siamo tutti più attenti al nostro benessere. La ricerca da parte del consumatore è più accurata, si predilige un prodotto anche meno conveniente ma di alta qualità e sempre più gioca un ruolo importante il controllo di filiera e l'attenzione alla sostenibilità della produzione".

Scottona Italia
Tagli pregiati provenienti da scottone italiane selezionate dall'allevamento, fettine, hamburger, costata con l'osso, entrecote.
Peso medio/pezzature
300 /400 g.
Caratteristiche
Questa carne è caratterizzata da piccole infiltrazioni di grasso nel tessuto muscolare che vengono chiamate marezzature. In fase di cottura le marezzature si sciolgono contribuendo a dare sapore e squisita morbidezza.
Confezionamento
Skin.
Tempi di scadenza
20 gg.
Certificazioni
BRC, IFS, Certificato Biologico Bios, Halal Italia, Kosher, IGP Vitellone Bianco.

segue

CENTRO CARNI COMPANY

www.centrocarnicompany.com

Raffaele Pilotto,
responsabile commerciale e marketing

L'offerta
"Centro Carni Company lavora la carne bovina da oltre 40 anni, e la nostra storia ed esperienza ci hanno portati a innovarci e a sperimentare. Oggi nell'ambito specifico del retail siamo presenti con la gamma You&Meat, interamente di bovino adulto, che si declina in tantissime referenze: burger 200g e 300g di scottona, burger 200g di Piemontese, Bio, Aberdeen Angus Sired e Chianina. Abbiamo inoltre una specialità, nata nel 2020: "The Burger", 150g, fatto con carne ricavata da roastbeef e filetto". Oltre ai burger, You&Meat presenta tagli già porzionati quali: la costata e la tagliata sia di scottona di Aberdeen Angus Sired che di Chianina. La novità assoluta del 2021 riguarda la linea dedicata al bbq. Ne fanno parte un burger e tagli già porzionati fatti apposta per i barbecue estivi: Pitmaster smoke flavored burger, 250g, Picanha, New York Strip Steak, Heavy Steak, Ribeye Steak e Wing rib Steak.
I plus delle referenze di Centro Carni Company
"Sono tagli che parlano la lingua dei bbq addicted, pronti per la griglia, in un formato comodo sia per i più esperti ma anche per chi si sta avvicinando al mondo del bbq. Abbiamo colto l'occasione di proporre ai nostri consumatori un prodotto diverso, nuovo e stuzzicante proprio perché l'ultimo periodo ci ha visti costretti a stare di più a casa facendoci però scoprire o riscoprire hobby e passioni: i dati sul mondo del bbq parlano molto chiaro a riguardo. I tagli sono fatti con materie prime di alta qualità, il formato e il confezionamento permettono praticità e duttilità in cucina. Un ulteriore plus sta nell'ampia scelta: che sia burger o picanha o wing rib, ogni consumatore può scegliere il prodotto che più si adatta alle ricette che vuole provare e ai suoi gusti".
La distribuzione
L'azienda opera in diversi canali di vendita: dal retail alla ristorazione all'industria per citarne alcuni. You&Meat, in particolare, viene distribuito tramite retail.

"Il settore della carne nell'ambito retail sta conoscendo un periodo positivo. Sulle scelte d'acquisto, la percezione riguarda molto la qualità della materia prima, il gusto, la provenienza, la filiera e la fidelizzazione che il cliente ha rafforzato nei confronti delle aziende produttrici".

You&Meat New York Strip Steak
New York strip steak è il nome comunemente utilizzato per questo tipo di taglio dalle steakhouse statunitensi; è una bistecca di controfiletto senza osso, morbida e saporita. La sta sua tipica forma si presta per essere presentata anche come tagliata.

Ingredienti
Carne fresca di bovino adulto.
Peso medio/pezzature
250 g.
Caratteristiche
La New York Strip Steak si presta a cotture al bbq sia per il taglio in sé che per la grammatura delicatamente spessa, ottima per i bbq addicted ma anche per i meno esperti che però non si lasciano sfuggire l'occasione di preparare una buona grigliata o di concedersi un'ottima tagliata.
Confezionamento
Skin pack.
Tempi di scadenza
21 gg shelf-life.
Certificazioni
Centro Carni Company è un'azienda certificata IFS e BRC.

CENTRO CARNE

www.centrocarne.com

Claudia Corradetti,
direttore marketing

L'offerta
"Nel segmento del bovino proponiamo un'ampia offerta di referenze. Spaziamo dalle carni in osso ai porzionati fino agli elaborati, tra cui tartare e hamburger. Negli ultimi anni ci siamo focalizzati soprattutto su questi ultimi, valorizzandoli attraverso un tocco personale, unico e indistinguibile, e rendendoli più 'healthy'. Per la loro realizzazione, infatti, usiamo materia prima pregiata (95% di carne di Vitellone Bianco Igp dell'Appennino Centrale), non utilizziamo additivi o conservanti artificiali. Attraverso i prodotti raccontiamo la nostra storia e la nostra filosofia, basata su qualità e legame col territorio. Chi compra un nostro hamburger di marchigiana o romagnola, infatti, deve conoscerne le qualità ma deve anche sapere che questo gesto aiuta a far rivivere realtà produttive locali quasi dimenticate. Operando all'interno di un settore molto dinamico siamo sempre al passo con le novità, accogliendo le necessità dei consumatori moderni e i cambi nelle abitudini d'acquisto. In linea con tutto questo stiamo studiando un nuovo tipo di ricetta per l'hamburger di Manzetta D'Abruzzo e abbiamo rinnovato il packaging della nostra gamma di hamburger premium".
I plus degli hamburger di Centro Carne
"La linea di hamburger vanta molteplici plus. La materia prima è di qualità: siamo una delle poche aziende che offrono hamburger realizzati con il 95% circa di carne di Vitellone Bianco Igp dell'Appennino Centrale. Le referenze sono a peso fisso: questo agevola il consumatore nell'acquisto, essendo sia il prodotto che il prezzo standard. Abbiamo ridotto gli sprechi di imballaggio: grazie all'uso del confezionamento in skin andremo ad eliminare vassoio e fascetta, sostituendo il tutto con il cartoncino, e ridurremo le dimensioni del pack. Grazie al QRCode, poi, è possibile conoscere la nostra storia, i prodotti e l'azienda. Un'ulteriore caratteristica è la Clean label: gli hamburger sono privi di conservanti e additivi artificiali, c'è solo l'aggiunta dei correttori di acidità. In ultimo, ma non per importanza, è il gusto: proponiamo referenze dal vero e proprio sapore della carne - che contraddistingue la nostra linea di hamburger di razze pregiate -, a quelli con un sapore più speziato, fino a un gusto 'mainstream', adatto al palato di tutti, soprattutto dei bambini".
La distribuzione
Gd e ristorazione.

"Il settore della carne è molto dinamico su tutti i fronti. Oggi è fondamentale l'innovazione, sia in termini di prodotto che di packaging; la naturalezza, con prodotti sempre più sani, privi di additivi e conservanti; e la sostenibilità ambientale. Per il consumatore resta importante la materia prima di qualità: compra meno ma meglio, seleziona più attentamente i prodotti, sceglie le clean label, prodotti sani e che apportino beneficio; ma non solo. Il Covid19 ha portato in luce i vecchi valori, ha permesso di apprezzare le piccole cose e soprattutto l'importanza dello stare bene, fisicamente ma anche mentalmente. Pertanto il consumatore va alla ricerca dei cosiddetti 'comfort food', che non per forza equivale a dire 'junk food'. Anzi, la sfida di oggi è proprio quella di creare prodotti sani e gustosi, che possano soddisfare quelle voglie improvvise che contraddistinguono un po' tutti, anche i meno golosi. Decisiva, poi, l'italianità: i prodotti made in Italy, a km0, sono tornati letteralmente in voga".

Maxi Burger Marchigiana 200 G Vs Skin
Hamburger di scottona marchigiana. Connubio perfetto tra territorio, tradizione e gusto. Preparato solo con tagli selezionati di una carne bovina caratterizzata da una particolare marezzatura che rende la sua grana gustosa, saporita e succulenta.
Ingredienti
Carne bovina "Igp Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale" Razza Marchigiana 93%, acqua, fibra vegetale, amido di patata, sale, farina di riso, destrosio, estratto vegetale, aromi, spezie, antiossidanti: E301.
Peso medio/pezzature
200 g.
Caratteristiche
Dopo una selezione della materia prima, anteriori e pance, la carne è sottoposta a una scrupolosa denervatura. Senza allergeni e senza glutine. Il prodotto finito e confezionato è sottoposto al controllo automatizzato sul peso e sull'eventuale presenza di corpi estranei grazie a un sistema automatico di ispezione x-ray.
Confezionamento
Sottovuoto in skin.
Tempi di scadenza
15 gg.
Certificazioni
IFS Food; Bio.

segue

DELICATESSE

www.delicatesse.it / www.lacarneintavola.com

Stefania Bianchi,
direttore del personale e marketing

"La produzione e vendita di prodotti a base di carne bovina è molto aumentata negli ultimi anni, tanto che l'impatto sul fatturato totale è cresciuto del 17% in dieci anni. Siamo sempre stati forti nella lavorazione del tacchino ma nell'ultimo periodo, in cui siamo stati contattati da diverse grandi realtà italiane per i progetti più disparati, la maggior parte delle richieste hanno riguardato lavorazioni a base di carne di manzo e vitello. Che siano arrosti, ripieni o carni semilavorate a completamento di altre ricette, il bovino si dimostra attualmente la carne più trasversale nelle scelte dei nostri clienti".

I plus delle referenze di Delicatesse

"L'aumento delle richieste di prodotti a base di manzo ad un'azienda come la nostra dipende dall'impegno che essa richiede per essere cucinata a dovere. Il plus delle nostre proposte a base di carne di bovino è infatti la componente di servizio al ristoratore. Possiamo infatti garantire risultati come fatti al ristorante ma con tempi di preparazione molto ridotti e certezza del risultato finale, sia per quanto riguarda la replicabilità del gusto che per le rese e i cali peso. La carne bovina consente inoltre un'ampiezza di ricette che ci permette di spaziare moltissimo nelle nostre proposte. A tal proposito stanno riscontrando interesse le carni cotte sottovuoto che stiamo proponendo ai Cash & Carry: in pratica la versione "più in grande" della Carne in Tavola, rivolta direttamente ai ristoratori e agli operatori di settore. Noi ci facciamo carico dei tempi di cottura prolungati, rispolverando ricette della tradizione, lunghe da preparare e difficili da proporre nel contesto del pasto veloce. Questa tipologia di carne affianca molteplici plus ad un minus importante: il prezzo. L'aumento è costante e non sempre è semplice farselo riconoscere dai clienti".

La distribuzione

Offrendo un prodotto trasversale, l'azienda distribuisce su tutti i canali, incontrando le necessità di industria, Gdo, Cash & Carry, Ho.Re.Ca., grossisti e tutte le realtà del food service.

"Il settore della carne di bovino è in crescita perché questa materia prima risulta più difficile da lavorare partendo dal taglio crudo e quindi aumenta sempre di più la richiesta del semilavorato. Ciò che abbiamo potuto notare è che nell'alternanza delle stagioni primavera-estate e autunno-inverno, possono cambiare le proposte (in estate sono certamente più apprezzati roast beef e carpaccio, mentre in inverno il brasato o uno spezzatino) ma non cambiano i volumi, che si mantengono piuttosto stabili".

Reale di vitello arrosto

Reale di vitello dorato in forno e cotto lentamente a bassa temperatura. L'arrosto nella versione più semplice.

Ingredienti

Reale di vitello (85%), acqua, sale, antiossidante: acido ascorbico, aromi naturali.

Peso medio/pezzature

500 g / 1 Kg / 2 Kg.

Caratteristiche

La carne, grazie alla cottura sottovuoto, mantiene al suo interno tutti gli elementi nutritivi e rimane morbida e ricca di sapore, senza che vengano aggiunti oli o grassi con evidenti benefici per la salute. Il prodotto può essere conservato a lungo in frigorifero poiché la cottura sottovuoto elimina il rischio di ricontaminazione durante la conservazione.

Confezionamento

Sottovuoto con film multistrato di poliammide-polietilene.

Tempi di scadenza

60 gg garantiti.

Certificazioni

BRC Food.

FIORANI&C. S.P.A.

www.fioraniec.com

Valeria Fiorani,
responsabile marketing

L'offerta

"La produzione dello stabilimento Fiorani di Piacenza è interamente dedicata alla carne fresca di bovino e di vitello. Forti del know-how nel settore da quattro generazioni, presso la sede piacentina disossiamo, lavoriamo e commercializziamo, direttamente o conto terzi, tagli anatomici sottovuoto, porzionati, hamburger e macinati di pura carne, prodotti a base di carne e prodotti elaborati, in atm o skin. Disponiamo di un team di ricerca e sviluppo che lavora senza sosta sia per migliorare le performance dei prodotti in assortimento, sia per studiare nuove referenze in grado di soddisfare una domanda di consumo dinamica e in evoluzione. A luglio 2021 ad esempio, gli hamburger Fiorani in skin sono stati protagonisti di una rivisitazione significativa in termini di peso, confezionamento, verso pack più ridotti e sostenibili, e in termini di processo produttivo, ora a bassa pressione, per conferire agli hamburger maggiore succosità e morbidezza. Questa estate abbiamo lanciato più di sei referenze, l'Hamburger Fiorani Razza Piemontese e altre cinque in private label".

I plus delle referenze Fiorani

"I plus che accomunano tutte le nostre referenze di bovino sono l'orientamento verso prodotti di alta qualità ad un prezzo accessibile; la capacità di processare grandi volumi in qualsiasi reparto, anche just-in-time, mantenendo invariati gli standard di prodotto in termini qualitativi e di evasione; la dotazione tecnologica all'avanguardia, per la quale siamo in grado di massimizzare la valorizzazione della merce e al contempo assicurare un alto livello di servizio, ad esempio possiamo offrire il peso fisso di hamburger, macinati e porzionati atp o skin; la possibilità di attingere, tramite la partecipazione del Gruppo Inalca, a tutte le filiere e ad approvvigionamenti illimitati. Disponiamo di tutte le tecnologie di confezionamento presenti sul mercato ad oggi e la nostra mission è una costante ricerca verso "il massimo livello servizio al consumatore con il minore impatto in termini di sostenibilità".

La distribuzione

I principali interlocutori di Fiorani sono la Gdo, i discount, l'Ho.Re.Ca e l'industria.

"Il settore della carne bovina è in grande cambiamento e occorre monitorare con grande attenzione il mercato. Abbiamo sempre meno persone che durante la settimana scelgono di preparare un bollito, per stili di vita differenti rispetto ai genitori, ma molti più clienti che consumano una tartare, comoda e con pochi grassi. La Tagliata di bovino Marinata in skin ad esempio è stato un prodotto di successo per portare in tavola una porzione di carne buona, tenera ed accessibile. Abbiamo di fronte un consumatore desideroso di fare un'esperienza gustativa appagante, con una propensione alla spesa accorta ed oculata, che odia gli sprechi in frigorifero. Il consumatore oggi si sofferma più tempo a leggere le etichette, è maggiormente interessato alle caratteristiche nutrizionali del prodotto ed è sensibile alle tematiche ambientali e di servizio, esempio la vita utile del suo acquisto".

Hamburger Razza Piemontese

Indubbiamente una delle eccellenze italiane, la razza piemontese vanta una carne molto magra, ma allo stesso tempo tenera e saporita.

Ingredienti

Carne di bovino (razza Piemontese) 92%, acqua, fiocchi di patate, sale iodato (sale, iodato di potassio 0,007%), aceto tamponato, barbabietola, estratti di piante aromatiche e spezie, pepe nero.

Peso medio/pezzature

200 g.

Caratteristiche

Fatto con ingredienti naturali, senza aromi e senza aromi naturali aggiunti, senza glutine, tenero e succoso (prodotto a bassa pressione).

Confezionamento

Sottovuoto skin.

Tempi di scadenza

15 gg.

Certificazioni

Spiga barrata con AIC, FSC, Aticelca.

CAPPONI & SPOLAOR

www.capponispolaor.it

Lorenzo Fiorin,
direttore commerciale

L'offerta

"La nostra proposta di prodotti bovini è incentrata essenzialmente sulla produzione di Roast Beef sia di fesa che di sottofesa, realizzato utilizzando selezionatissimi tagli di vitellone di razza Limousine".

I plus delle referenze di Capponi & Spolaor

"Da sempre, tradizionalmente, lavoriamo questi prodotti con l'impegno di rispettare le caratteristiche organolettiche della materia prima originale, con l'intento di trasferire ai nostri clienti un livello qualitativo di altissimo livello. Il processo produttivo vede impegnati i nostri mastri macellai a preparare i tagli di carne eliminando tutte quelle presenze fibrose esterne che risulterebbero sgradevoli. Il tutto viene sapientemente aromatizzato seguendo la ricetta tradizionale originale ideata da Rita ed Oliviero".

La distribuzione

L'azienda collabora con alcuni dei principali gruppi distributivi italiani ma opera trasversalmente in tutti i canali, normal trade e ristorazione compresi.

"Pur uscendo da un periodo particolarmente penalizzante per questa tipologia di prodotto, dovuto soprattutto al quasi totale fermo di alcuni canali distributivi, non avere modificato nulla nella nostra ricettazione ed avere mantenuto costante la qualità del nostro prodotto, si è rivelato essere premiante, con performance di vendita in lenta ma costante crescita. Anche grazie alla recente acquisizione di nuovi clienti mai come oggi in cerca di prodotti dall'elevato contenuto qualitativo e di servizio."

Roastbeef

Arrosto della tradizione inglese di fesa e sottofesa di vitellone francese.

Ingredienti

Fesa di vitellone, sale, destrosio, fruttosio, antiossidante: E301, stabilizzante: E451, spezie e aromi naturali.

Peso medio/pezzature

4 Kg (metà)

Caratteristiche

Fesa di vitellone magra, fresca non congelata accuratamente rifilata a mano, salata e cotta in rete con la tipica succulenta cottura all'inglese.

Confezionamento

In sacchetti di alluminio, sottovuoto.

Tempi di scadenza

60 gg.

Certificazioni

IFS.

segue

GAVAZZA 1913

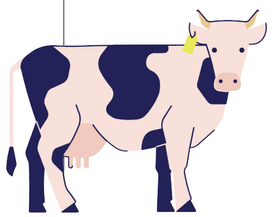
www.gavazza1913.it

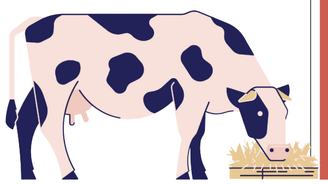
Enrico Gavazza,
legale rappresentante della Gavazza 1913

L'offerta
"Macelliamo e lavoriamo carni da bovini di qualità, solo femmine scottone e castrati, allevati in piccole stalle (quasi tutte producono solo per noi) a non più di un'ora e mezza di distanza dall'azienda. Trattiamo Giovenca Maturata, Angus allevato in Piemonte, Bufalo allevato in Piemonte, Limousine e Piemontese. Da questi bovini produciamo fiorentine, costate, tomahawk (frollati a seconda della richiesta), salsiccia bovina fresca e stagionata, salami bovini crudi, manzo cotto, bresaole e naturalmente battute e hamburger".
I plus delle referenze di Gavazza 1913
"Provenendo da piccoli allevamenti, gli animali sono seguiti in maniera costante dal contadino, così come da noi, durante le fasi di trasporto, macellazione e lavorazione. Per quel che riguarda battute, salsiccia e hamburger, la nostra azienda da sempre non utilizza alcun tipo di conservanti se non quello naturale (sale)".
La distribuzione
"Distribuiamo questi prodotti attraverso diversi canali: i nostri punti vendita, la consegna a domicilio, e i nostri clienti (aziende di ristorazione, ristoranti, macellerie)".

"Il consumo delle carni di qualità è in continua e vertiginosa ascesa, sempre più consumatori richiedono prodotti particolari, che restituiscano esperienze sensoriali gustative sensazionali, che riusciamo a garantire con l'alta qualità delle nostre carni e con la cura che applichiamo alla loro selezione e lavorazione".

Hamburger di Bufalo allevato in Piemonte
La linea "Solo Bufalo" annovera i migliori tagli provenienti da carne di bufalo allevato in Piemonte. Ogni capo è seguito passo dopo passo durante la fase della crescita fino alla macellazione, restituendo tale costanza in un prodotto finale che si contraddistingue sia in termini di gusto che qualità.
Ingredienti
Carne di Bufalo allevato in Piemonte 99%, sale naturale 1%.
Peso medio/pezzature
Diametro 120 mm - peso 180 g.
Caratteristiche
La carne di Bufalo è notoriamente magra, non presenta grasso di infiltrazione e quindi molto leggera e con un gusto leggermente più dolce rispetto a quella bovina; è inoltre ricca di ferro, oltreché importante fonte di Vitamine B6 e B12.
Confezionamento
Sottovuoto in Darfresh.
Tempi di scadenza
21 gg.





GOLDENFOOD

www.goldenfood.it

Francesco Calzoni,
responsabile ufficio qualità

L'offerta
Roast Beef all'Inglese, Carne salata, Arrosto di Vitello, Punta d'Anca all'Inglese, Black Angus all'Inglese e Golden Roast Beef sono le referenze a base di carne bovina realizzate da Goldenfood.
I plus delle referenze di Goldenfood
"L'intero ciclo di lavorazione viene eseguito a mano; dalla mondatura alla salatura fino alla legatura. Gli unici ingredienti utilizzati sono sale e aromi naturali, quali pepe e rosmarino. Peculiarità importante di tale prodotto è la tipologia di cottura: bassa temperatura per lungo tempo. L'ottimo risultato è garantito da una sonda che rileva in tempo reale la temperatura al cuore del prodotto (52°C); così facendo la carne risulterà tenera, succulenta, con un colore omogeneo su tutta la fetta e rispettosa dei criteri di sicurezza alimentare, senza conservanti e senza glutine".
La distribuzione
I prodotti realizzati da Goldenfood sono commercializzati attraverso Gdo e grossisti.

"I consumi per questo settore sono costanti, ma per quanto ci riguarda seguono una certa stagionalità. Nel periodo primavera – estate questi aumentano perché il consumatore cerca un prodotto già cotto e pronto al consumo che possa sostituire nel migliore dei modi un secondo piatto a base di carne cucinato in casa".

Punta d'anca all'Inglese
La punta d'anca è realizzata con fesa di bovino adulto. L'intero ciclo di lavorazione viene eseguito a mano; dalla mondatura alla salatura fino alla legatura. Gli unici ingredienti utilizzati sono il sale e agli aromi naturali, quali pepe e rosmarino. Il prodotto è cotto a bassa temperatura per lungo tempo - l'ottimo risultato è garantito da una sonda che rileva in tempo reale la temperatura al cuore del prodotto (52°C). Così facendo la carne risulterà tenera, succulenta, con un colore omogeneo su tutta la fetta e rispettosa dei criteri di sicurezza alimentare.
Ingredienti
Carne di bovino, sale, pepe, rosmarino. Senza glutine (marchio Spiga Barrata).
Caratteristiche
Aspetto: arrosto di fesa di bovino adulto con cottura tipica del Roast Beef. Colore: esternamente si presenta di colore marrone chiaro omogeneo; internamente rosa intenso e omogeneo. Sapore: gradevole, delicato e tipico sapore della carne rossa. Consistenza: morbida, tipica del Roast Beef.
Peso medio/pezzature
3 Kg circa.
Confezionamento
Sottovuoto.
Tempi di scadenza
Shelf life: 40 gg.
Certificazioni
Spiga Barrata

GLORIOSO

www.glorioso.it

Giuseppe Glorioso,
presidente

L'offerta
"Il mercato del bovino rappresenta il focus principale della nostra offerta. Proponiamo infatti sia i tagli di carne fresca, confezionati in sottovuoto, atm e skin, che i preparati tra i quali hamburger, tagliate e involtini. Recentemente abbiamo arricchito la linea degli hamburger con l'hamburger agli agrumi di Sicilia e il maxi-hamburger di manzo, e quella delle tagliate con la tagliata di manzo".
Le caratteristiche dei prodotti Glorioso
"Per gli hamburger agli agrumi di Sicilia abbiamo scelto solo carne di scottona italiana il cui sapore intenso bene si coniuga con la freschezza degli agrumi di Sicilia. Il maxi-hamburger di manzo è stato ideato per chi ama il gusto autentico e deciso della carne di castrato. Entrambe le referenze sono senza glutine e in confezione skin. Infine la tagliata di manzo è ottenuta dai tagli pregiati di controfiletto di castrato per offrire al consumatore un piatto dal sapore unico e prelibato".
La distribuzione
Gdo, normal trade e Ho.re.ca.

"Quello del bovino è un settore in continua crescita, si assiste a una riscoperta dei tagli pregiati di carne e dei preparati più in linea con le tendenze, come le specificità regionali o i piatti gourmet".

Hamburger agli agrumi di Sicilia
Sfiziosi hamburger di tenera e prelibata carne di scottona italiana, ai deliziosi agrumi di Sicilia. Un prodotto unico e gustoso dal tocco siciliano.
Ingredienti
Carne di bovino adulto scottona 77,5%, acqua, arancia disidratata (origine Sicilia) 3%, olio di semi di girasole, sale, fiocchi di patate, antiossidante: ascorbato di sodio, aromi naturali, fibre vegetali (patata, bambù, carota, plantago), spezie, olio essenziale di limone (origine Sicilia) 0,3%, aroma agrumi 0,05%, addensante: xantano, acidificante: acido citrico, conservante: sorbato di potassio.

Peso medio/pezzature
200 g a confezione, otto confezioni per ogni cartone.
Caratteristiche
Hamburger teneri, succosi e sfiziosi, senza glutine, confezione salvafreschezza, carni di scottona italiana, agrumi di Sicilia, sapori di Sicilia.
Confezionamento
Salvafreschezza (skin), che migliora la tenerezza della carne, assicura lunghi tempi di conservazione e mantiene inalterati i valori organolettici e nutritivi del prodotto.
Tempi di scadenza
22 gg dalla data di produzione in confezione integra.
Certificazioni
BRC, IFS, FSC200.

fine

Carne bovina francese: passione e impegno al centro

Benessere animale, alimentazione vegetale e alto know-how degli operatori sono alla base dell'eccellenza della filiera. Che, a garanzia delle sue qualità, ha messo a punto il 'Patto per lo sviluppo sostenibile'. Interbev, associazione del settore, ne illustra le peculiarità.

La filiera bovina francese, primo produttore di carne bovina in Europa, vanta un patrimonio di 18,9 milioni di capi ed è un partner storico dell'Italia. Le esportazioni di carne bovina verso il Bel Paese, infatti, interessano oltre 69mila tonnellate all'anno. Con questi numeri, l'Italia è il primo cliente della Francia, rappresentando il 33% a valore e il 28% a volume delle esportazioni francesi di carne bovina sul mercato europeo (fonte: Eurostat - Elaboration Sopexa, 2019). Ma quali sono le caratteristiche di questa carne? "La Francia vanta 22 razze bovine, di cui 10 da carne - Aubrac, Bazadaise, Blanc bleu, Blonde d'Aquitaine, Charolaise, Gasconne, Limousine, Parthenaise, Rouge des prés e Salers - che, pur avendo ciascuna delle proprie peculiarità, sono accomunate dalla qualità e dalla finezza della loro carne", fanno sapere da Interbev, l'Associazione interprofessionale francese del bestiame e delle carni fondata nel 1979 su iniziativa delle organizzazioni rappresentative della filiera. "La loro unicità è il riflesso delle condizioni ambientali in cui gli animali sono allevati - dai verdi prati della Normandia, agli altipiani ventosi dell'Aubrac, fino ai pascoli dei Pirenei - ma anche del know-how degli allevatori e dell'impegno di tutta la filiera". La Francia, infatti, pur essendo un grande produttore di carne bovina vanta aziende dalle dimensioni ridotte, che contengono in media 60 vacche. Si tratta di allevamenti a misura d'uomo, spesso familiari, in cui è centrale anche la tipologia di alimentazione (che, per il 90% delle aziende, è autonoma): qui, infatti, gli ormoni e le farine animali sono stati banditi dal 1990 e i bovini mangiano esclusivamente vegetali, erba fresca, fieno, foraggi come mais, erba medica, cereali e colza, e integratori alimentari. "L'eccellenza che caratterizza l'allevamento, la si può ritrovare anche nei successivi passaggi della filiera. I macelli, ad esempio, che rappresentano un anello fondamentale della catena sanitaria, vantano un'altissima garanzia di sicurezza e di un know-how di qualità. La sistemazione e l'igiene dei locali, del materiale e dei metodi di lavori permettono di preparare le carcasse in condizioni ottimali, secondo le normative europee e con costanti autocontrolli ed esami batteriologici. Il know-how francese in materia di taglio è riconosciuto in tutto il mondo: dalla carcassa vengono selezionati e prelevati non meno di 34 tagli. Un taglio che, secondo una lunga tradizione della macelleria francese, viene eseguito secondo le linee anatomiche dell'animale in modo da esaltare pienamente il carattere unico di ogni muscolo, per rendere appieno il suo potenziale e ottenere un risultato ineguagliabile in termini di sapore e tenerezza della carne".

Il logo di comunicazione della carne bovina francese in Italia, che evoca un timbro con all'interno un bovino stilizzato e i colori della bandiera francese, veicola il valore di certificazione di origine e di qualità del prodotto. Lo slogan, 'la nostra passione, il nostro impegno', sottolinea il lavoro di ogni attore impegnato nella filiera.

IL PATTO PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Da anni le aspettative e le domande della società e dei consumatori sull'allevamento e la produzione di carne sono in aumento. Per rispondere a queste necessità, nel 2015 Interbev ha istituito la commissione Enjeux Sociétaux, gruppi di lavoro che riuniscono esperti e professionisti che si occupano di questioni ambientali, di benessere e di nutrizione, attraverso ricerca, controllo, informazione e discussione. Nel 2017 ha avviato un'iniziativa collettiva di responsabilità sociale della filiera denominata 'Patto per un impegno sociale'. Un patto che mira al 'progresso' per progredire nei settori dell'ambiente, della società e del benessere animale, al 'futuro' adottando pratiche sempre più sostenibili, alla 'concertazione' per sviluppare un dialogo tra le parti interessate alle sfide su allevamenti e carne, alla 'trasparenza' e all''esperienza', condividendo le buone pratiche dei professionisti in tutte le fasi della filiera.

Tutela dell'ambiente e del territorio

Per ridurre l'impatto degli allevamenti, dal 2015 il progetto Life Beef Carbon si prefigge di ridurre del 15% (entro il 2025) le emissioni di gas ad effetto serra dell'industria della carne bovina in Francia, coinvolgendo anche Spagna, Italia e Irlanda.

Benessere, tutela e salute degli animali

Per la valutazione del benessere animale il settore ha adottato uno strumento condiviso: il Boviwell, un mezzo che ha lo scopo di rendere allevatori e specialisti più consapevoli del benessere animale, valutare gli allevamenti e individuare spazi di miglioramento e buone pratiche. L'obiettivo è diagnosticare il 100% degli allevamenti entro il 2025. A supporto della protezione animale, sono stati poi attivati criteri per la salvaguardia dei capi nei centri di raccolta e linee guida di tutela nei mattatoi.

Equa retribuzione su tutta la filiera

A sostegno del lavoro, Interbev ha redatto un vademecum sulle buone pratiche per sviluppare l'uso dei contratti in tutta la filiera, migliorare le condizioni lavorative e incentivare un'equa retribuzione per i produttori. Inoltre, sostiene il ricambio generazionale promuovendo delle attività che rendano più attraente il settore. Tra questi, alcuni premi dedicati a chef, macellai e operatori.

Prodotti alimentari di qualità, sani e sostenibili

Per rispondere alla necessità dei consumatori di mangiare 'meglio', la carne oltre ad essere gustosa è realizzata con metodi produttivi rispettosi di animali ed esseri umani, che tutelino l'ambiente, rispettino i requisiti di qualità sanitaria e tracciabilità. Per aiutare il consumatore a riconoscere la carne di qualità, sono stati creati dei loghi ufficiali. Il marchio Label Rouge, ad esempio, prevede condizioni di produzione più stringenti rispetto a quelle normali, a garanzia di eccellenza sia a livello di responsabilità sociale che a livello organolettico. Particolare rilevanza è data inoltre alle carni biologiche per le quali si prefiggono di raddoppiare la produzione certificata entro il 2023. Non meno importante, poi, l'attenzione verso un consumo bilanciato della carne: dal 2018 il comparto ha messo a disposizione il cosiddetto 'misuratore di porzione', uno strumento semplice da usare che tiene conto di età e costituzione del consumatore per stabilire le quantità appropriate del consumo di carne.

Fieravicola: il settore è proiettato verso il futuro

La 52esima edizione, andata in scena per la prima volta a Rimini, ha acceso il dibattito su temi cruciali. L'aumento inarrestabile dei prezzi delle materie prime, le sfide lanciate dal Green Deal e la sostenibilità. Buona la partecipazione: 7.500 visitatori e molti buyer esteri.

7.500 visitatori, una presenza qualificata di player e di buyer e un significativo numero di operatori esteri. La 52° edizione di Fieravicola, la kermesse dedicata a tutta la filiera avicola in scena a Rimini dal 7 al 9 settembre, si è conclusa quindi con un bilancio positivo. Molte le novità di quest'anno. A partire dalla location. Per la prima volta la kermesse ha avuto luogo nella città emiliana e si è svolta in contemporanea con Macfrut, la fiera internazionale dell'ortofrutta. Un incontro che, come fanno sapere dall'organizzazione, ha l'obiettivo di dar vita a un grande polo dell'agribusiness capace di attrarre espositori e visitatori da tutto il mondo. Sono stati tre i temi principali della nuova edizione di fieravicola: sostenibilità, innovazione e internazionalizzazione. Questioni sulle quali, nel corso della manifestazione, i player si sono confrontati con le istituzioni. Sul fronte dell'export, poi, l'International Poultry Forum - appuntamento di riferimento per il mondo avicolo dei paesi euroasiatici che viene organizzato da 27 anni - ha visto la presenza di oltre 80 buyer da Russia, Sud Africa e altri Paesi strategici, come Germania, Francia, Regno Unito, Danimarca e Svezia.

Secondo i dati forniti da Unaitalia, con il 35% delle quote di mercato a volume, le carni avicole rimangono le preferite e le più acquistate dagli italiani, seguite dalle carni bovine (33%) e dalle suine (21%). Il trend della spesa in aumento è confermato nel primo trimestre 2021: +1% sullo stesso periodo dell'anno precedente (dati Ismea). Merito della parziale conversione dei consumi fuori casa in consumi domestici, combinata al valore aggiunto dei prodotti. L'avicolo è infatti il settore zootecnico che più di tutti ha sviluppato la linea degli elaborati e dei confezionati, riuscendo nel 2020 quanto nel 2021 a dar maggior durabilità e flessibilità a una buona parte della produzione.

ALCUNI NUMERI DELLA FILIERA AVICOLA

5,7 MILIARDI DI EURO
Il fatturato nel 2020 (+3,8% sul 2019)

106%
Il tasso di autoapprovvigionamento

35%
La quota di mercato a volume della carne avicola nel settore carne

64MILA
Addetti totali

38.500
Allevatori

25.500
Addetti alla trasformazione

6MILA
Allevamenti professionali

Fonte: Unaitalia

ANTONIO FORLINI (UNAITALIA): "SETTORE AVICOLO IN BUONA SALUTE MA MINACCIATO SU PIÙ FRONTI"

"Rappresentiamo un settore in buona salute e che è stato in grado, in questi due anni, di interpretare le criticità e le sfide in maniera proattiva e resiliente" sottolinea Antonio Forlini, presidente di Unaitalia in occasione della fiera. "Tuttavia esistono delle gravi minacce. Permane una forte incertezza sul fronte della redditività, visto il rialzo vertiginoso dei prezzi delle materie prime, che non accenna ad arrestarsi. È necessario lavorare su dei meccanismi che, a livello internazionale, consentano di proteggere i beni alimentari di prima necessità dalle speculazioni finanziarie. A questo tema vanno ad aggiungersi le sfide legate al benessere animale e alla sostenibilità – sotto tutti i suoi aspetti, ambientale, economica, sociale e nutrizionale -, che il settore è pronto ad affrontare". Per rispondere ai bisogni del comparto, il sottosegretario alle Politiche agricole alimentari e forestali, Francesco Battistoni, ha annunciato un imminente tavolo sulla filiera avicola. "Il Mipaaf è vicino al settore avicolo: ci sono state in passato mancate interlocuzioni, ora è arrivato il momento di creare un tavolo di confronto tra tutti gli attori della filiera coinvolgendo anche Ismea e il Crea", fa sapere Battistoni.

La carne rosa magra

EAT PINK
OPAS

FIRMATO DAGLI AGRICOLTORI ITALIANI

pronta in 2 minuti

Perchè scegliere EatPink

Eat Pink, il marchio rosa di casa Opas, offre una linea di prodotti dal sapore e tenerezza inimitabili, sia freschi che pronti al consumo. Le referenze **ready to eat**, tutte a peso fisso, si distinguono per la praticità e velocità di riattivazione: **pochi minuti in microonde, al forno o in padella e il piatto è in tavola.**

EAT PINK OPAS

ORGANIZZAZIONE PRODOTTO ALLEVATORI SUINI

Scopri chi siamo su **eatpink.it** e sui nostri social