Carni & CONSUMI
SUPPLEMENTO A SALUMI&CONSUMI
ANNO 15 - NUMERO 10 - OTTOBRE 2022
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

FIORANI®
IL FUTURO ALLE ORIGINI

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

FILIERA BENESSERE ANIMALE FIORANI

FBA, Filiera Benessere Animale, significa solo carne suina italiana, allevata senza l'uso di antibiotici negli ultimi 120 giorni, in allevamenti che garantiscono il benessere animale sul 100% della filiera.
Una proposta di valore, non solo di servizio.

Il benessere parte dalle scelte consapevoli

Tagliata di Coppa FIORANI®
Suino marinato
FBA FILIERA BENESSERE ANIMALE
ORIGINE ITALIA
IT-142-053
senza glutine
250 g e
APERTURA FACILITATA

TAGLIATA DI COPPA

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@turbo.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.

FIORANI®
IL FUTURO ALLE ORIGINI

Filiera Benessere Animale

Cosa significa il marchio FBA, Filiera Benessere Animale:

- suini italiani allevati senza uso di antibiotici negli ultimi 120 giorni
- allevamenti a filiera corta con minore densità
- spazi adeguati in tutte le fasi dell'allevamento
- allevamenti con elevati standard di biosicurezza
- animali allevati con piani nutrizionali personalizzati per ogni fase della crescita
- mangimi sicuri, sostenibili e certificati
- benessere animale sul 100% della filiera controllato e certificato dal DQA (Dipartimento Qualità Agroalimentare)

FBA FILIERA BENESSERE ANIMALE

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

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

seguici su:

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

Carni & CONSUMI

SUPPLEMENTO A SALUMI&CONSUMI
ANNO 15 - NUMERO 10 - OTTOBRE 2022
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

Editore: Edizioni Turbo Srl - Palazzo di Vetro Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB) - Tel. +39 0362 6004634 - Fax. +39.0362.600616 - e-mail: info@tespi.net - Periodico mensile - Registrazione al Tribunale di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008
Poste Italiane SpA - Spedizione Abbonamento Postale D.L. 353/2003 - Conv. in L. 46/2004 Art. 1 Comma 1 - LOMI - Stampa: Ingraphi - Senegno (MB) - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Rosetto per la restituzione a mittente previo pagamento resi.

GUIDA BUYER

SPECIALE CARNE BIOLOGICA

Continua il trend di sviluppo nella filiera zootecnica e, in modo particolare, in quella avicola. Persistono alcune criticità, ma i player sono fiduciosi nelle potenzialità di crescita del settore. Legate, perlopiù, al tema della salute e del benessere animale. Le proposte delle aziende.

da pagina VIII a pagina XIII

MERCATO

Settore bovino: equilibrio precario

La congiuntura economica cambia le dinamiche internazionali del comparto. L'Italia vive un momento delicato: l'aumento del prezzo dei mangimi mette a dura prova la zootecnia e l'inflazione contrae la domanda di acquisto. La fotografia di Ismea.

alle pagine VI e VII

ATTUALITÀ

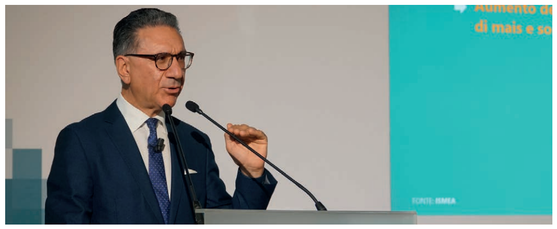
Telecamere nei macelli? La Spagna dice sì

Una legge obbliga all'installazione dei dispositivi di video-sorveglianza. Con l'obiettivo di evitare i maltrattamenti degli animali prima di essere uccisi. Il commento di Ciwf e Animal Law Italia.

a pagina V

ZOOM

L'avicolo nella morsa dei prezzi



La bassa redditività mette ko il settore. Confagricoltura Verona lancia l'allarme: "La filiera non può sopravvivere". E Unaitalia interviene: "Per gestire questa situazione serve una collaborazione con la distribuzione".

a pagina XIV

turbo by tespi mediagroup

Svizzera, bocciata l'iniziativa per abolire gli allevamenti intensivi

In Svizzera l'allevamento intensivo non sarà vietato. È stata infatti bocciata l'iniziativa che domenica 25 settembre ha portato i cittadini a votare al referendum per l'abolizione degli allevamenti intensivi. Il 62,86% dei votanti (la partecipazione al voto a livello nazionale è stata del 51,6%) si è dichiarato contrario all'iniziativa promossa dalle associazioni ambientaliste, che da anni stanno cercando di inserire la tutela degli animali nella Costituzione svizzera. La proposta richiedeva al governo di stabilire regole più rigorose per il benessere degli animali e per la loro macellazione, tra cui l'imposizione di requisiti minimi per l'alloggio, l'assistenza sanitaria, l'accesso all'aria aperta, la significativa riduzione del numero massimo di capi per superficie. Ma se per i promotori dell'iniziativa il risultato, oltre a essere una sconfitta, è stata un'occasione mancata per il Paese, per gli oppositori rappresenta la dimostrazione che esiste fiducia nei confronti del sistema allevatoriale svizzero, già particolarmente severo e rispettoso in tema di benessere animale. Il governo si era da subito detto contrario alla proposta, affermando che le modifiche richieste avrebbero violato gli accordi commerciali e aumentato i costi di investimento e i prezzi dei generi alimentari al consumo.

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 15 - numero 10 - Ottobre 2022
Stampa: Ingraph - Seregno
Prezzo di una copia 2,00 euro -
arretrati 9,00 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 60,00 euro
via ordinaria.

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

Copyright Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte della rivista può essere riprodotta in qualsiasi forma o rielaborata con l'uso di sistemi elettronici, o riprodotta, o diffusa, senza l'autorizzazione scritta dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non vengono restituiti. La redazione ha verificato il copyright delle immagini pubblicate. Nel caso in cui ciò non sia stato possibile, l'editore è a disposizione degli aventi diritto per regolare eventuali spettanze. L'editore si riserva di respingere e non pubblicare comunicazioni non conformi alla linea editoriale della società.

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

Questo numero è stato chiuso
in redazione l'8 settembre 2022

VALORI DI AMMONIACA ALTI IN UNO STABILIMENTO FILENI

L'eurodeputata Eleonora Evi presenta un'interrogazione alla Commissione Ue

Eleonora Evi (eurodeputata e candidata Alleanza Verdi Sinistra), in una nota stampa, segnala che ad agosto l'Arpa – Agenzia regionale per la protezione ambientale – ha registrato in uno stabilimento di Fileni, a Ripa Bianca (Jesi), valori di ammoniaca molto più alti rispetto a quanto registrato in precedenza. Questi valori, a suo dire, rappresentano "un livello di inquinamento altissimo". La Evi ricorda poi che il gruppo Fileni (specializzato nell'allevamento avicolo) possiede anche lo stabilimento di Monteroberto (An): si tratta di un impianto che in un primo momento non aveva ottenuto il provvedimento autorizzativo dal Consiglio di Stato, ma per il quale "la Regione Marche ha deciso comunque di concedere un nuovo ciclo di allevamento e ha cercato di sanare la situazione tramite una variante al Piano regolatore comunale senza l'avvio di un nuovo procedimento unico con riesame dell'Aia (Autorizzazione integrata ambientale, ndr)". Per queste ragioni, l'eurodeputata ha presentato un'interrogazione parlamentare alla Commissione Ue in cui chiede sia un approfondimento sui possibili danni all'uomo causati dagli alti valori di ammoniaca sia una verifica sull'autorizzazione rilasciata dalla Regione Marche, per capire se sia compatibile con le misure previste dalle direttive Ue.

La risposta dell'azienda: "Affermazione completamente infondata"

Riceviamo e pubblichiamo la risposta di Fileni in merito all'interrogazione presentata dall'eurodeputata Eleonora Evi alla Commissione Ue. "In merito alle emissioni di ammoniaca è importante sapere che non esiste un limite di legge, né deliberato a livello nazionale né a livello europeo, per i valori di ammoniaca nell'aria. Esiste un'unica indicazione guida dell'Organizzazione Mondiale della Sanità che propone, ma non obbliga, il rispetto di un valore medio giornaliero per l'ammoniaca pari a 270 µg/m3, il quale risulta – come rilevato dall'ARPAM – sempre ampiamente rispettato presso l'allevamento di Ripa Bianca, anche nel mese di agosto. Peraltro, nessuna presenza anormale di emissioni di ammoniaca è stata rilevata dalle Autorità competenti e l'affermazione di rilevanti emissioni di tale sostanza è completamente infondata. Per quanto riguarda il diverso tema relativo all'allevamento di Monteroberto, si tratta di una situazione puramente burocratica e non riferibile a negligenze o comportamenti scorretti del Gruppo. L'allevamento, infatti, opera dal 2020 con tutte le necessarie autorizzazioni e nel pieno rispetto di tutte le normative previste. La sentenza del Consiglio di Stato ha evidenziato unicamente una discordanza urbanistica tra il Piano Territoriale di Coordinamento della Provincia di Ancona e il Piano Regolatore Generale del Comune, la cui risoluzione è prerogativa degli enti territoriali, attraverso una delibera ad hoc. Nessuna violazione della specifica disciplina ambientale, applicabile all'insediamento, è riscontrabile. Fileni, con oltre 2.000 dipendenti e un indotto di circa 1.500 lavoratori, è da sempre attento al territorio e al rispetto delle leggi vigenti, e ribadisce la sua piena disponibilità a un dialogo aperto con i cittadini e le istituzioni".

Aviaria: nuovo focolaio a Treviso. 700 capi da abbattere

Un focolaio di influenza aviaria ad alta patogenicità è stato registrato dall'Istituto Zooprofilattico delle Venezie in un allevamento avicolo nel territorio comunale di Silea, in provincia di Treviso. Alla luce dei risultati, l'Ulss 2 Marca Trevigiana ha emanato l'ordinanza di abbattimento dei 700 capi allevati. È inoltre in corso di predisposizione un'ordinanza del Presidente della Regione, Luca Zaia, per l'attuazione di varie misure di sicurezza nella zona di protezione (entro tre chilometri dal focolaio) e in quella di sorveglianza (fino a 10 chilometri). L'Unità di crisi della Regione Veneto ha già fatto appello ai proprietari di allevamenti, anche a quelli piccoli o familiari che si trovano nei 10 chilometri dal focolaio, di segnalare immediatamente l'eventuale verificarsi di mortalità anomala ai veterinari dell'Ulss.

Filiera bovina: Assocarni organizza un simposio internazionale per la difesa del settore

Nella foto, alcuni ospiti dell'evento. Da sinistra: Anne Mottet – Livestock Development Officer, Fao; Miki Ben Dor – ricercatore in nutrizione e diete ancestrali, dipartimento di Archeologia, Tel Aviv University; il moderatore Andrea Bertaglio – giornalista ambientale; Frederic Leroy – professore di Scienza dell'alimentazione, Vrije Universiteit Brussel.

È necessario un approccio scientifico, e non più ideologico, per affrontare le questioni riguardanti gli impatti ambientali della carne. 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. 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. "In Italia, il settore dell'allevamento bovino è già net zero per quel che riguarda i gas climalteranti", spiega Giuseppe 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". Insieme a Pulina, scienziati e ricercatori hanno presentato nuovi studi 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. Interessante la fotografia del settore zootecnico bovino in Italia scattata nel corso del convegno: la filiera rappresenta più del 4% del fatturato del comparto agroalimentare italiano, per un valore di oltre sei miliardi di euro, e vede coinvolti più di 230mila addetti in oltre 135mila aziende attive in tutte le regioni.

di Margherita Luisetto

Telecamere nei macelli? La Spagna dice sì

Una legge obbliga all'installazione dei dispositivi di video-sorveglianza. Con l'obiettivo di evitare i maltrattamenti degli animali prima di essere uccisi. Il commento di Ciwf e Animal Law Italia.

Svolta nel segno del benessere animale in Spagna. Con un decreto legge approvato dal Consiglio dei ministri, il governo spagnolo obbliga tutti i macelli a installare le telecamere di sorveglianza. Ma anche a salvare le immagini per 30 giorni e a consentire ai servizi di ispezione di accedervi. Tutte le strutture - sono circa 2.800 le aziende coinvolte a fronte di una macellazione annuale di 900 milioni di capi, di cui oltre 800 avicoli -, devono ora dotarsi di telecamere, indipendentemente dalle dimensioni: ai macelli più grandi viene concesso un anno di tempo a partire dalla pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale dello Stato, ai piccoli (quelli in cui vengono macellati al massimo 2mila capi di bestiame all'anno) due anni. "Saremo i primi nell'Unione Europea ad avere sistemi di video-sorveglianza obbligatori nei macelli", ha commentato con soddisfazione il ministro spagnolo del Consumo, Alberto Carlos Garzón Espinosa, economista e leader della Sinistra Unita, che da anni stava lavorando al progetto. "Questa norma pone la Spagna all'avanguardia in Europa in questo campo", ha aggiunto. "E, oltre a garantire il benessere degli animali durante il loro passaggio attraverso i macelli, migliora anche le garanzie di sicurezza alimentare per i consumatori". I sistemi di videosorveglianza serviranno dunque a garantire che gli animali non vengano maltrattati prima di essere uccisi. Per questo, secondo quanto fanno sapere dal ministero spagnolo, le telecamere dovranno coprire sia gli impianti in cui si trovano gli animali vivi - comprese le aree di scarico e i corridoi di trasporto -, sia le aree in cui gli animali vengono storditi e dissanguati. Rafael Escudero, segretario generale del ministero dei Consumi, ha spiegato che anche lo Stato si è impegnato con particolare attenzione all'elaborazione del decreto legge, definendo la nuova norma 'un sigillo di qualità' e un primo passo verso l'istituzione di un organismo di ispezione indipendente dal macello. "Finora solo tre nazioni nel mondo hanno approvato un regolamento come questo. Prima l'Inghilterra, poi Israele e infine la Scozia", ha spiegato Guillermo Moreno, direttore dell'associazione Equalia in un'intervista al quotidiano spagnolo El Paìs. Equalia, ricordiamo, è l'Ong spagnola impegnata nel benessere degli animali destinati al consumo alimentare. Negli ultimi anni ha diffuso immagini di telecamere nascoste dai macelli denunciando diverse 'irregolarità' nel trattamento degli animali avviati alla soppressione.

COMPASSION IN WORD FARMING: "ANCHE L'ITALIA DEVE AFFRONTARE QUESTO TEMA"

Il commento di Elisa Bianco, responsabile del settore alimentare per l'Italia per Compassion in World Farming (organizzazione internazionale impegnata per il benessere e protezione degli animali da allevamento), e Alessandro Ricciuti, presidente di Animal Law Italia (associazione no-profit che promuove l'avanzamento della tutela legale degli animali e la diffusione di una cultura favorevole al rispetto delle leggi esistenti).

Cosa rappresenta il decreto legge spagnolo?
È un passo avanti significativo, soprattutto se pensiamo che la Spagna è il primo Paese dell'Ue a sviluppare una legislazione che richiede l'installazione di telecamere a circuito chiuso nei macelli. Anche se il decreto presenta alcuni punti deboli (come l'obbligo di revisione periodica delle immagini assegnato principalmente agli operatori del macello invece che al servizio veterinario ufficiale), si tratta di una legge importante sia perché contribuirà a migliorare gli standard di benessere degli animali al momento della macellazione, sia perché aiuterà a garantire il rispetto delle norme di sicurezza alimentare.

A che punto siamo in Italia?
Per quanto riguarda il piano politico, a oggi in Italia la questione non è ancora stata affrontata, ma crediamo che sia arrivato il momento, anche alla luce dell'interesse da parte di veterinari e consumatori, emerso già nel 2018 in occasione di un convegno istituzionale organizzato da Animal Law Italia, CIWF e Legambiente. In Spagna la proposta di legge ha accelerato l'iter di approvazione quando diverse aziende alimentari e associazioni di categoria si sono posizionate a favore della campagna. Ci troviamo davanti a uno scenario nuovo: la Spagna, un Paese storicamente noto per essere un forte oppositore delle iniziative a favore del benessere animale, sta compiendo passi in avanti più rapidamente dell'Italia, come dimostra non solo l'approvazione di questa nuova legge, ma anche i molti supermercati spagnoli già impegnati a favore del benessere dei polli, una tematica che nel nostro Paese stenta ancora a decollare.

di Giovanna Grassi

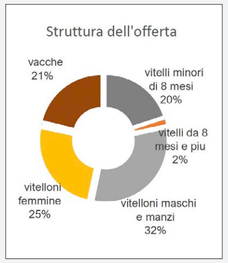
Settore bovino: equilibrio precario

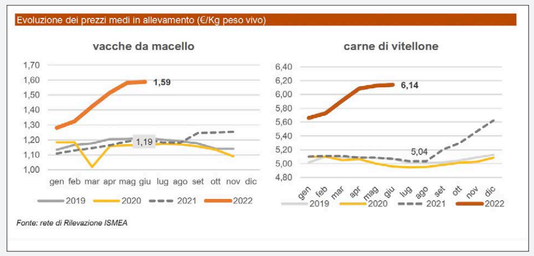
La congiuntura economica cambia le dinamiche internazionali del comparto. L'Italia vive un momento delicato: l'aumento del prezzo dei mangimi mette a dura prova la zootecnia e l'inflazione contrae la domanda di acquisto. La fotografia di Ismea.

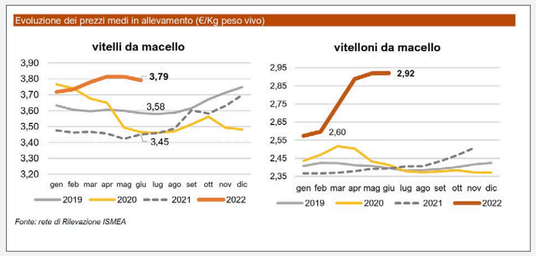
IL MERCATO ITALIANO

PRODUZIONE E ANDAMENTO DEI PREZZI

Secondo i dati delle macellazioni mensili dell'Anagrafe nazionale zootecnica, pubblicati da Ismea, nei primi cinque mesi del 2022, il numero dei capi macellati è cresciuto del 4,1% ma è diminuito il loro peso medio. È cambiata, inoltre, la composizione dell'offerta, che vede uno sbilanciamento verso i capi da riforma del ciclo latte avviati al macello (+14%), e un incremento delle macellazioni delle manze (+5,8%) in risposta alla domanda di carne di 'scottona'. Stabile il numero macellato di vitelloni maschi e dei vitelli con meno di otto mesi, mentre cresce quello di vitelli di età tra gli 8 e i 12 mesi. Come sottolinea Ismea, "il persistere di prezzi elevati nella produzione, in particolare per i mangimi, può portare a ulteriori macellazioni entro la fine dell'anno e a una nuova riduzione del peso delle carcasse, soprattutto nel processo di finissaggio, dove i costi dei mangimi pesano di più sulla redditività dell'azienda agricola a causa del limitato incremento marginale della fase finale di allevamento". Sul fronte dei prezzi, a partire da febbraio, i prezzi di tutti i bovini da macello hanno segnato un'impennata che si è tradotta a giugno in valori notevolmente superiori a quelli dei precedenti anni: il prezzo dei vitelloni da macello, ad esempio, a giugno ha raggiunto i 2,92 €/Kg (peso vivo - iva esclusa), il 22% in più rispetto alla media del triennio precedente (giugno '19-'20-'21). Anche il prezzo medio delle vacche da macello, malgrado la maggiore disponibilità, a giugno ha toccato 1,59 €/Kg, +33% rispetto alla media del triennio precedente.







IMPORT ED EXPORT

Nel primo trimestre 2022 sono stati importati in Italia 230mila capi bovini da allevamento. A volume, le importazioni segnano un +10% rispetto al trimestre precedente e +12% rispetto all'analogo periodo dell'anno prima. A valore, però, la dinamica di crescita è superiore: l'Italia ha sostenuto una spesa pari a +18% sul trimestre precedente e +33% su base annua.
Sul fronte delle carni, le importazioni del primo trimestre si collocano su livelli prossimi alla media degli ultimi anni. Sebbene sia decisamente poco incentivante il livello di prezzo del prodotto estero, lo scarso livello di auto-approvvigionamento rispetto alla domanda interna costringe a importare carni. Nello specifico, l'import di carni fresche è aumentato del +7,2% mentre quello di carni congelate del +4,7%. Per entrambe le tipologie l'aumento del prezzo medio si aggira attorno al +28%. Tra i principali Paesi fornitori di carni fresche bovine, la Polonia si conferma il principale partner, con una quota pari a quasi un quinto delle forniture totali, seguita dalla Francia. In aumento gli arrivi da Spagna, Germania e Belgio.

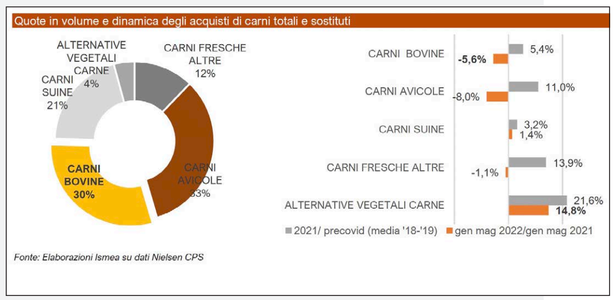
Principali Paesi fornitori di carni bovine fresche - volumi e dinamiche su base annua

	2020	2021	gen-mar 2021	gen-mar 2022	Var 2021/2020	Var gen-mar 22/gen-mar 21
Mondo	**302.062.338**	**292.072.808**	**66.592.125**	**71.419.450**	**-3,3%**	**7,2%**
Polonia	66.034.452	63.620.740	14.258.888	14.615.218	-3,7%	**2,5%**
Francia	59.753.525	56.684.365	13.669.921	13.161.192	-5,1%	**-3,7%**
Paesi Bassi	50.294.648	51.537.043	12.536.579	12.907.514	2,5%	**3,0%**
Spagna	29.646.907	33.373.298	7.358.752	9.827.087	12,6%	**33,5%**
Germania	23.503.112	20.906.670	4.419.336	5.053.631	-11,0%	**14,4%**
Irlanda	21.390.491	20.036.250	4.621.393	4.563.728	-6,3%	**-1,2%**
Belgio	9.226.059	9.774.986	2.385.170	2.891.771	5,9%	**21,2%**
Austria	9.145.123	8.039.213	1.940.380	1.794.273	-12,1%	**-7,5%**
Danimarca	7.073.136	7.894.270	1.676.821	2.068.666	11,6%	**23,4%**

Fonte: Elaborazione Ismea su dati Istat

GLI ACQUISTI DOMESTICI

Nei primi cinque mesi del 2022 la spesa di carne è aumentata del 3%, ma i volumi hanno registrato una contrazione del 4,6%. Come sottolinea Ismea, a sostenere l'incremento di spesa sono soprattutto le carni avicole che, con una spesa a +7,5% vedono però i volumi in contrazione dell'8% per compensare gli incrementi dei prezzi che hanno superato, per alcune referenze, il 16%. Sul fronte delle carni bovine la spesa è in linea con quella dello stesso periodo del 2021 ma i volumi sono in contrazione del 5,6%. Interessante notare l'incremento dei volumi venduti di prodotti alternativi alla carne a base vegetale, che sono arrivati a rappresentare il 4% della 'torta' delle carni.



Nel primo semestre del 2022 la produzione mondiale di carne bovina è, secondo le stime riportate da Ismea, 71,8 milioni di tonnellate. Il dato risulta pressoché invariato rispetto allo stesso anno. Ma in realtà le dinamiche e i commerci internazionali sono cambiati. Se Brasile, Australia e Argentina hanno registrato un calo produttivo, alcuni paesi asiatici, come India, Cina e Pakistan, ne hanno visto un decisivo aumento, che ha controbilanciato la produzione mondiale. Il settore vive un momento pieno di criticità, derivanti anche dalla situazione di crisi politica (che ha inciso sulla reperibilità delle materie prime, con un conseguente innalzamento dei costi) e dall'inflazione in corso. L'ultimo rapporto Ismea, "Bovino da carne - Tendenze e dinamiche recenti", fotografa e analizza il comparto, con una visione globale ed europea, e con un focus sull'Italia.

Il contesto globale…

Cala la produzione in Brasile, Australia e Argentina. In Brasile, le stime del 2022 vedono una diminuzione pari a 9,1 milioni di tonnellate (-6%) a causa della ricostruzione della mandria dopo che, l'anno scorso, per via della siccità, si era provveduto a un'eccezionale attività di macellazione. Sempre per permettere la ricostruzione della mandria, anche l'Australia prevede una diminuzione della produzione di carne. In Argentina, invece, il calo è dovuto all'impatto dell'introduzione del divieto di esportazione. In aumento, invece, la produzione in Usa e Canada, ma anche in Uruguay e Paraguay, grazie a una solida domanda a livello internazionale.

…ed Europeo

In Europa, l'inflazione e l'aumento dei prezzi dei mangimi incidono pesantemente sul comparto della carne bovina. I costi di produzione elevati preoccupano gli allevatori per il futuro e il primo effetto tangibile è la diminuzione del peso delle carcasse. Sul fronte produttivo, si conferma quindi la tendenza negativa degli ultimi tre anni, con un -21% nel primo semestre del 2022. I Paesi che registrano le contrazioni più evidenti sono Germania (-44% nel primo trimestre) e Spagna (-37%), ma anche Irlanda e Polonia. Cresce però l'export di carne bovina - nel primo trimestre 2022 è aumentato del 6% e si prevede un +4% nell'intero anno - che interessa soprattutto i mercati di alto valore, come Canada (+36%), Giappone (+61%), Uk (+32%) e Israele. Cala invece verso Bosnia Erzegovina, Filippine e Hong Kong.

Zootecnia a rischio redditività

Nel primo trimestre dell'anno i costi agricoli sono aumentati del 18,4%. Un aumento significativo, considerando che il 2021 si era già chiuso con un incremento del 6%. I dati pubblicati da Ismea, che sta monitorando da tempo l'impatto della crisi internazionale dei prezzi sulle singole voci di spesa nel settore primario nazionale, parlano chiaro. Nel comparto delle colture vegetali – dove pesano soprattutto i salari, i prodotti energetici, i fertilizzanti e le sementi – si registra nel primo trimestre 2022 un aggravio dei costi sostenuti dagli agricoltori del 20,4% su base annua. I rincari, guidati dagli incrementi record dell'energia (+50,6%) e dei fertilizzanti (+36,2%), hanno investito tutti i settori, risultando più accentuati nel caso delle coltivazioni industriali, dei semi oleosi e delle colture cerealicole, anche se il contestuale aumento dei prezzi di vendita ha protetto, per ora, le marginalità. In questa situazione di crisi, la zootecnia sta subendo gravi conseguenze. Nel primo trimestre del 2022, gli esborsi degli allevatori sono aumentati del 16,6% su base annua (+6,4% nel 2021), di riflesso agli incrementi dei prezzi degli animali da allevamento (+9,8%) e dei mangimi (+21%) oltre che dei prodotti energetici (+61,5%). La dinamica dei prezzi di vendita, inoltre, ha dimostrato di non essere sempre in grado di assorbire i maggiori costi, esponendo quindi gli allevatori all'erosione dei margini. Gli aumenti dei prezzi delle materie prime e la perdita di potere di acquisto dei consumatori potrebbe rilevarsi catastrofico per il settore.

di Margherita Luisetto

SPECIALE CARNE BIOLOGICA

Continua il trend di sviluppo nella filiera zootecnica e, in modo particolare, in quella avicola. Persistono alcune criticità, ma i player sono fiduciosi nelle potenzialità di crescita del settore. Legate, perlopiù, al tema della salute e del benessere animale. Le proposte delle aziende.

Cosa si intende per carne biologica?

Per poter essere definita biologica, la carne deve provenire da allevamenti che rispettano i disciplinari comunitari in materia. Le direttive europee prevedono il rispetto del ritmo naturale di crescita degli animali, il benessere animale e un'alimentazione costituita da prodotti di origine biologica, evitando Ogm o sostanze non naturali.

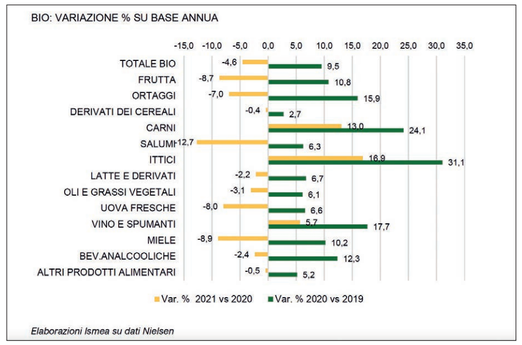
Negli ultimi 15 anni il settore del biologico è cresciuto a ritmi elevati guadagnando spazio nelle politiche agroalimentari, nelle strategie commerciali delle filiere agricole e tra i consumatori. Come riferisce Ismea, infatti, in Italia le superfici e le aziende bio sono cresciute del 40% e i consumi interni del 70% circa. In riferimento ai consumi, in particolare, nel 2020 il mercato nazionale del bio ha realizzato ottime performance (+9,5% sul 2019) sostenuto dalla propensione delle famiglie all'acquisto di alimenti genuini e dal confinamento domiciliare (in seguito alle misure anti Covid) che ha aumentato le occasioni di acquisto presso la Gd. Nel 2021, però, il valore del mercato al consumo di prodotti bio è stato di 3,38 miliardi di euro, segnando un -4,6% rispetto al 2020, mentre la quota in valore è rimasta stabile al 3,9%.

Le categorie di acquisto

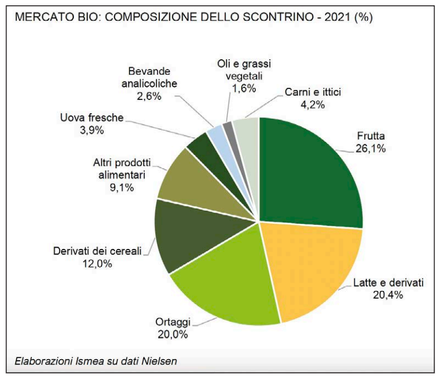
Entrando nello specifico delle categorie, nel 2021 gli acquisti di biologico si sono concentrati sui prodotti freschi e non trasformati. L'ortofrutta, in particolare, rappresenta il 46,1% del mercato bio totale, a cui segue la categoria del latte e dei formaggi (20,4%). Le carni biologiche (insieme agli ittici) coprono il 4,2% del totale. È interessante però vedere la variazione percentuale su base annua dei vari settori per capire le potenzialità del settore della carne. Mentre per quasi tutti i comparti, nel 2021, è stata registrata una contrazione delle vendite, la carne - insieme al settore ittico e a quello del vino - mantiene il trend di crescita dell'anno precedente: dopo un +24,1% del 2020 sul 2019, nel 2021 ha registrato infatti un +13%.

La distribuzione e i canali di vendita

A livello territoriale, il valore del mercato del bio è generato per il 62,7% nelle regioni del Nord Italia. Sul fronte dei canali, invece, gli italiani acquistano i prodotti biologici soprattutto nei super e negli ipermercati che vedono aumentare la loro quota sui restanti canali di vendita del +1%. Se si confrontano gli orientamenti con il settore agroalimentare nel suo insieme si evidenzia comunque la rappresentatività del canale dei negozi tradizionali (25,2%) che, per il bio, significa catene specializzate e negozi di prossimità. Continua a crescere il bio offerto dai discount che, dopo il +9,4% del 2020, resta l'unico canale in crescita anche nel 2021.



Elaborazioni Ismea su dati Nielsen



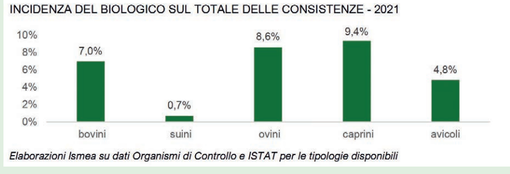
Elaborazioni Ismea su dati Nielsen

I DATI DELLA ZOOTECNIA

Nel 2021, in Italia, l'aumento dei capi negli allevamenti biologici è del +3% (rispetto al 2020) per i bovini, +0,5% per i suini, mentre è in diminuzione il contingente degli ovini e dei caprini, rispettivamente del -7,6% e del -5,3%. È positiva, invece, la tendenza per il comparto avicolo nel quale il pollame cresce del +20,6% superando i 5 milioni di capi. Se guardiamo alle consistenze, i più rilevanti in termini di incidenza del biologico sono caprini (9,4%), ovini (8,6%) e bovini (7%), mentre all'interno dell'allevamento suinicolo, il biologico incide ancora solo per lo 0,7% (dati Ismea).

Le criticità del comparto

La zootecnia biologica presenta alcune criticità nello sviluppo del biologico. Nell'ultimo triennio le consistenze dei bovini, suini, ovini e caprini mostrano livelli pressoché stabili, mentre il comparto degli avicoli (con particolare riferimento ai polli da carne e alle galline ovaiole) vanta una dinamica positiva più marcata, tanto da guadagnare ogni anno circa mezzo milione di capi. A rallentare la conversione degli allevamenti sono le difficoltà tecniche che la gestione del biologico comporta: dall'impossibilità di poter far uso di antibiotici alla difficile reperibilità e alto costo dei mangimi biologici, dalla richiesta altalenante del mercato agli alti oneri che comporta la riconversione delle strutture d'allevamento a un modello più estensivo.



Elaborazioni Ismea su dati Organismi di Controllo e ISTAT per le tipologie disponibili

FOCUS AVICOLO

Unaitalia: "Dimensione contenuta ma in costante crescita"

Oggi la produzione biologica della carne avicola rappresenta circa il 2,9% del totale (Fonte: Banca dati nazionale dell'Izs - Istituto zooprofilattico sperimentale di Teramo). Ne parliamo con Antonio Forlini, presidente di Unaitalia.

Qual è il trend in atto negli ultimi anni?

Il mercato del pollo biologico ha una dimensione ancora contenuta ma in costante crescita. Dal 2019 si continua a registrare, infatti, un trend crescente degli allevamenti alternativi e biologici. La produzione biologica di carne avicola italiana ha ormai conquistato una sua fetta di mercato: nel 2019 la quota della produzione bio si è attestata al 2% del totale, per arrivare, ad oggi, al 2,9%.

Quali sono le principali criticità nell'adottare un allevamento bio?

Soprattutto in questa fase storica le criticità sono comuni a tutta la filiera, qualunque sia il metodo di allevamento adottato: riguardano principalmente l'aumento dei costi dell'energia e soprattutto delle materie prime agricole per l'alimentazione degli animali che incide fortemente sul prezzo finale del prodotto. Per quanto riguarda il biologico c'è in più il requisito di aderire agli standard specifici del sistema, con i relativi costi che non sono comprimibili.

Esistono dei finanziamenti per la conversione al biologico?

I finanziamenti per la conversione al biologico sono principalmente quelli rivolti al settore agricolo in senso più ampio e finanziati in modo strutturale dall'Unione europea, per il tramite delle Regioni attraverso i Piani di sviluppo rurale. La strategia europea Farm to Fork prevede, inoltre, il raggiungimento dell'obiettivo complessivo di produzione da agricoltura biologica pari al 25% del totale. E anche il Pnrr (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza) in alcune delle sue misure prevede la possibilità di investire nel biologico, ad esempio attraverso i contratti di filiera.

FIORANI & C

www.fioraniec.com

Valeria Fiorani, responsabile marketing

Fiorani nasce come piattaforma di lavorazione della carne e copacker delle più importanti insegne operanti su territorio nazionale, produce referenze sia a marchio Fiorani che in private label. Per quanto riguarda l'ambito bio, Fiorani da molti anni è certificato operatore biologico e da un lato ha in essere alcuni progetti con le insegne partner, dall'altro ha in catalogo un Hamburger Bio, che arricchisce e completa la gamma degli hamburger con ricettazione classica.

"Fiorani ha una grande capacità produttiva che copre diversi ambiti ed esigenze", spiega Valeria Fiorani. "Abbiamo tre impianti all'avanguardia: due dedicati alla lavorazione di prodotti a base di carni suine e uno dedicato alle carni bovine. Contiamo su un consolidato know-how sviluppato attraverso una lunga esperienza nel settore della lavorazione della carne che poggia anche sulla grande dotazione tecnologica, sulla conoscenza approfondita del settore e della materia prima. Tutto questo ci permette di processare ingenti volumi di prodotto in tempi rapidi per assicurare freschezza e rotazione e di proporre un catalogo di referenze ampio e variegato nel quale la gamma biologica, seppur con un'incidenza minoritaria, viene ritenuta strategica e di grande rilievo".

Innovazione e progetti

Fiorani è un'azienda fortemente votata all'innovazione, ed è costantemente impegnata nell'ideazione/ottimizzazione di prodotti nell'ottica di inseguire sempre il miglioramento del proprio catalogo e dei processi produttivi. "Sulle novità in arrivo non possiamo dare anticipazioni, possiamo però sottolineare la nostra consolidata attenzione verso la sostenibilità. Da qui nasce l'ultimo progetto FBA, Filiera Benessere Animale. Frutto di grande lavoro e impegno, è un progetto per il segmento del suino identificato con un nuovo logo ad hoc nato in partnership col Gruppo Inalca. Fiorani offre al suo pubblico una proposta di valore, non solo di servizio. Le referenze della Filiera Benessere Animale FBA garantiscono infatti ai consumatori approvvigionamenti di carne suina italiana, allevata senza l'uso di antibiotici negli ultimi 120 gg, 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) con un controllo del 100% dei soggetti in filiera. Altro ambito su cui lavora costantemente il nostro reparto Ricerca e Sviluppo è il packaging. Stiamo cercando di ridurre sempre di più i materiali impiegati, diminuirne il peso e garantirne la possibilità di riutilizzo post consumer".

I plus dei prodotti bio

"I nostri prodotti sono orientati a un'alimentazione sana, con corretti apporti nutrizionali e sono tutti senza glutine. Si caratterizzano per velocità di preparazione, comodità e versatilità. Inoltre, cerchiamo di fornire alto valore di servizio, anche attraverso le confezioni, progettate per essere pratiche, sicure e sostenibili. L'esperienza pluriennale nel settore e la nostra dotazione tecnologica ci permette di lavorare la materia prima a regola d'arte. Gli addetti del settore sanno che la lavorazione della carne biologica, per sua stessa natura, pone di fronte al rischio di ottenere un prodotto finale dalla consistenza asciutta. Questo risultato è scongiurato grazie alla capacità ed esperienza Fiorani, che realizza un hamburger Bio gustoso e succulento. I nostri plus dal punto di visto produttivo inoltre sono la capacità di garantire approvvigionamenti costanti e certi di materia prima di qualità grazie all'appartenenza al Gruppo Inalca, principale realtà italiana ed europea del settore; l'aggiornamento costante della dotazione tecnologica, per poter adottare le soluzioni più all'avanguardia nella produzione e confezionamento; la capacità di evasione degli ordini su tutto il territorio nazionale 'just in time'; l'impiego di linee produttive pensate per poter gestire ampi numeri di filiera, con tracciabilità sia per lotto che per singolo capo; la produzione interamente gluten free".

La distribuzione

I canali di riferimento di Fiorani sono la Gdo, i discount e il settore Ho.re.ca per cui l'azienda studia ricettazioni ad hoc e formati particolari.

HAMBURGER BIO FIORANI, G 200 SKIN

Oltre agli hamburger con ricettazione classica Fiorani ha in catalogo la versione Bio, un prodotto gustoso e ricco del valore aggiunto apportato dalla materia prima biologica. È una referenza pensata per i consumatori più sensibili all'ambiente, ai ritmi della natura, al benessere animale e alla qualità di ciò che si porta in tavola. Un hamburger che risulta gustoso e succulento grazie alla sapiente lavorazione della materia prima. L'hamburger biologico di Fiorani, è senza aromi né aromi naturali aggiunti e senza glutine. La referenza è disponibile nel formato da 200 gr in confezione skin, riciclabile nel rispetto della sostenibilità.

IL PUNTO SUL MERCATO

"Il biologico, se il prodotto è buono e il posizionamento di prezzo adeguato ma non eccessivo, è un trend in crescita, gli amanti della carne vogliono anche prodotti di qualità da animali nutriti nel modo più naturale possibile. I professionisti delle carni sono chiamati a lavorare sull'innovazione di prodotto. Crediamo che in questo senso oggi ci siano due grandi direttrici: la sostenibilità e la capacità di dialogo con le esigenze del consumatore. Fiorani sostiene la necessità di una transizione verso un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente. Il benessere è strettamente connesso a quello che mangiamo e Fiorani da tempo fa di questa consapevolezza un'importante linea guida del suo operato.

Sul fronte della Gdo, il bio è un ambito strategico. Si consideri che nell'ultimo rapporto pubblicato da Bio Bank, la banca dati che monitora il settore delle vendite del bio, negli ultimi dieci anni le vendite di prodotti biologici nei supermercati sono quasi quadruplicate arrivando a 2,2 miliardi di euro, mentre nel canale storico sono stabili dal 2012. Quindi in dieci anni gli scaffali della Gd in Italia sono diventati la forza motrice delle vendite del biologico. Occorre perciò che le grandi insegne ancora di più siano capaci di fare propri i temi chiave del biologico quali sostenibilità, natura e di puntare con coraggio sull'innovazione: nella Gdo il banco, più che lo scaffale, è ancora, in molti casi, composto da un assortimento tradizionale. Occorre evolversi verso prodotti vicini alle esigenze dei consumatori".

segue

AMADORI

www.amadori.it

Amadori propone già da qualche anno una linea di pollo biologico a marca, disponibile nei più ricercati tagli tradizionali e in gustose specialità crude, come hamburger e polpette.

"In coerenza con la mission del Gruppo, volta ad andare incontro ogni giorno all'evoluzione dei gusti e della cultura alimentare dei consumatori italiani, nello specifico verso chi sceglie un regime alimentare biologico, Amadori offre una gamma BIO completa, proveniente dalla propria filiera integrata, confermandosi leader del proprio comparto per differenziazione e qualità dell'offerta", spiegano dall'azienda.

Il pollo biologico Amadori è allevato all'aperto e senza uso di antibiotici, in strutture di nuova costruzione fra il Tavoliere delle Puglie e la Basilicata; libero di razzolare su vasti terreni, è alimentato con mangimi realizzati da legumi e cereali come grano, mais, sorgo e soia, provenienti da agricoltura biologica. Le più recenti novità della gamma BIO Amadori riguardano l'estensione del requisito di allevamento senza uso di antibiotici a tutti i prodotti e un rinnovato pack in plastica riciclata al 60%, che assicura anche maggiore shelf life al prodotto, grazie alla vaschetta in R-PET in LID termosaldato, più sicura e igienica. "Nel segno di innovazione, qualità, benessere e sostenibilità, Amadori si conferma leader per l'allevamento senza uso di antibiotici, requisito anche della filiera biologica dopo essere stato introdotto nel 2017 su tutta la filiera del pollo 'Il Campese' allevato all'aperto e, fra 2018 e 2019, in quella del pollo e tacchino Qualità 10+", sottolinea il Gruppo. La distribuzione della gamma BIO Amadori è adatta a tutti i formati di vendita: dai prodotti confezionati, come petto a fette, hamburger e polpette destinate alla Gdo, a prodotti dedicati per le macellerie e l'Horeca.

LA LINEA BIO AMADORI

Amadori offre una gamma bio completa, proveniente dalla propria filiera integrata. Il pollo, 100% italiano, è allevato all'aperto senza uso di antibiotici e alimentato con cereali e legumi provenienti da agricoltura biologica. Le vaschette sono in plastica riciclata al 60%.

BERVINI PRIMO

www.bervini.com

Andrea Pavesi, direttore acquisti

"La nostra linea SoloBio è composta da Hamburger Bio 180g, Roastbeef Bio, Tagliata Bio e Fettine Bio e tutti questi articoli vengono prodotti presso lo stabilimento di Ala Carni. Ad oggi la produzione della gamma biologica è marginale ma con una buona base per accrescerne il volume, nonostante nel breve termine non siano previsti nuovi lanci. La linea SoloBio nasce da un progetto legato al territorio e valorizza le eccellenze locali. La carne bio, infatti, proviene da una selezione di piccoli allevatori che hanno fatto del biologico una passione, mantenendo il prodotto controllato dall'allevamento al prodotto finito. La produzione è certificata in tutte le fasi del processo, seguendo i più stringenti standard internazionali, grazie al controllo qualità aziendale che vigila sulla corretta applicazione di tutte le normative vigenti. I terreni adibiti al pascolo per la produzione di carni bio non devono presentare residui di Ogm, fertilizzanti o sostanze chimiche inquinanti. Un'altra caratteristica di questa linea è la filiera naturale e corta, che vede l'assenza di antibiotici, pesticidi e di sostanze chimiche, e inoltre permette una maggiore flessibilità nell'approvvigionamento. I nostri prodotti bio vengono distribuiti attraverso la Gdo, sia su territorio nazionale che a livello europeo. In Italia, per quanto riguarda il bovino, il settore bio è molto complicato ed è ancora in cerca di uno suo spazio, mentre all'estero è stata riscontrata una risposta migliore".

SOLO BIO - HAMBURGER BIO 180 GR

Uno dei prodotti di punta della linea SoloBio, è l'Hamburger Bio 180gr, prodotto con carne 100% italiana. La filiera è controllata in modo capillare, dall'allevamento al prodotto finito. Gli articoli della linea SoloBio sono confezionati sottovuoto, con metodo skin pack, che permette al prodotto di proseguire la naturale maturazione della carne, esaltando le caratteristiche di gusto, tenerezza e succosità, garantendo il mantenimento della freschezza nel tempo; senza tralasciare la sostenibilità del packaging, realizzato utilizzando l'85% di plastica in meno rispetto ad una confezione in PET.

PROSUS

www.prosus.it

Cristiano Paiardi, responsabile vendite

Prosus - azienda specializzata nella produzione, macellazione e trasformazione di carne suina di origine 100% italiana - vanta a catalogo una linea di prodotti biologici composta da quattro referenze: braciole di coppa bio, lonza a fette bio, fettine di coppa bio e costine bio.

"La tracciabilità della filiera e la qualità del prodotto esclusivamente italiano rappresentano i punti di forza della nostra linea biologica", spiega Cristiano Paiardi. "I nostri prodotti, confezionati in Atm, raggiungono per l'80% la Gdo e per il restante 20% i grossisti".

IL PUNTO SUL MERCATO

"Il biologico è un settore difficile da gestire, soprattutto per i suoi costi elevati. Senza dubbio si differenzia sul mercato ma ritengo, che sia un settore ancora troppo di nicchia che non tutti i mercati nazionali attualmente sono in grado di recepire (infatti, si sviluppa soprattutto nel nord Italia). Per quanto riguarda la Gd, il bio viene valorizzato tramite promozioni spot, ma non viene particolarmente sostenuto se non attraverso alcune catene che hanno sposato il progetto bio. Tuttavia, sono certo che la sensibilizzazione al bio, con gli anni, prenderà sempre più piede. Ma ci vorrà tempo".

segue

COPPA A FETTE SUINO BIO

Le carni derivano dalla macellazione di suini biologici certificati nati, allevati, macellati e sezionati in Italia. Il prodotto è ottenuto dall'affettamento del taglio anatomico della coppa suina, previamente disossata e refilata. Confezionamento: Atm.

BONGENUS

www.bongenus.it

Gennaro Turano, titolare

Bongenus, realtà affermata per la produzione e commercializzazione di carni e salumi, con un controllo diretto sull'intera filiera, presenta una linea di carne bio in vaschetta skin a marchio 'San Marco Bio'. Ne fanno parte quattro referenze: 'Bovino adulto Fettine San Marco Bio skin gr 250/300', 'Bovino adulto Tagliata San Marco Bio skin gr 250/300', 'Bovino adulto Roastbeef San Marco Bio skin gr 250/300' e 'Bovino adulto Filetto San Marco Bio skin gr 200/250'.

"Abbiamo immesso questa linea sul mercato ad agosto 2022", esordisce Gennaro Turano, titolare di Bongenus. "La nostra carne biologica proviene da allevamenti che rispettano i disciplinari comunitari per la commercializzazione della carne bio. Rispettiamo il ritmo naturale di crescita degli animali, senza forzarli in alcun modo (come avviene invece con i metodi intensivi). Il benessere animale, la qualità assoluta dell'alimentazione e la sostenibilità ambientale sono i pilastri su cui si basa il nostro lavoro. Al nostro bestiame viene garantito un ampio spazio per muoversi e pascolare liberamente. Gli spazi coperti sono pensati in modo da rispondere alle loro esigenze specifiche. Il bestiame viene trasportato solo per brevi tragitti per non creare disagi e sofferenze. Ne risulta una carne bio meno grassa e dunque meno calorica rispetto alla carne convenzionale, con un maggior contenuto di grasso intramuscolare che dà più sapore alla carne. Avendo, inoltre, un basso tenore di acidi grassi saturi, il risultato pare essere benefico per la nostra salute". La carne bio San Marco è disponibile nella Gdo nazionale.

SAN MARCO - CARNE BIO

La linea San Marco Carne bio è composta da quattro referenze di bovino adulto, tutte confezionate in skinpack: le fettine da 250/300 gr, la tagliata da 250/300 gr, il roastbeef da 250/300 gr e il filetto da 200/250 gr.

DANISH CROWN

www.danishcrown.com

Viktor Bekesi, senior manager

"Danish Crown con il marchio 'Friland' è il più grande produttore di carne biologica al mondo" esordisce Viktor Bekesi, senior sales manager dell'azienda. "La nostra produzione biologica vanta oltre 20mila bovini e 170mila suini all'anno gestiti da circa 800 azienda agricole situate in Danimarca e Germania". Grazie a questa produzione, Danish Crown è quindi in grado di garantire un'offerta di carne biologica completa, dai tagli anatomici per l'industria al prodotto confezionato per il settore retail e food-service. "I plus dei nostri prodotti bio sono molteplici e hanno origine dall'allevamento. Ogni animale, infatti, nasce e viene allevato in capanne all'aperto; i suinetti, in particolare, restano con la scrofa almeno sette settimane dal parto; tutti gli animali hanno accesso illimitato ai pascoli e hanno libero accesso ad aree di riposo asciutte e riparate, godono di spazi almeno tre volte più ampi rispetto agli animali convenzionali, e il mangime è 100% biologico (privo di Ogm e senza l'uso di pesticidi e fertilizzanti)". Ad oggi Danish Crown propone due filiere, il 'biologico classico' e il 'biologico senza uso di antibiotici dalla nascita', e la sua distribuzione riguarda principalmente l'industria di trasformazione per la realizzazione di prodotti di salumeria destinata per lo più all'export verso gli Stati Uniti e i Paesi del nord Europa. Ma non manca una particolare attenzione anche verso il settore foodservice, che ricerca sempre più spesso tagli per la ristorazione, e verso il retail. In questo caso, dopo il successo ottenuto dalla linea Pure Pork - carne antibiotic free dalla nascita - in vaschette skin pack, Danish Crown è pronto per il lancio di una gamma di prodotti biologici, confezionati in vaschette skin pack da 250 grammi, che verrà distribuita nella Gd.

'FRILAND'

La produzione biologica di Danish Crown vanta oltre 20mila bovini e 170mila suini all'anno gestiti da circa 800 azienda agricole situate in Danimarca e Germania. Gli animali nascono e vengono allevati in capanne all'aperto; hanno accesso illimitato ai pascoli e hanno libero accesso ad aree di riposo asciutte e riparate: godono di spazi almeno tre volte più ampi rispetto agli animali convenzionali; il mangime è 100% biologico.

IL PUNTO SUL MERCATO

"In Italia oggi la carne bio è in crescita. I nostri clienti industriali producono ed esportano prodotti di salumeria di eccelsa qualità che ci invidiano in tutto il mondo. Purtroppo, però, sicuramente anche per motivi di disponibilità economica, la domanda di carne bio da consumo fresco è molto inferiore rispetto ai paesi del nord Europa. Per quanto riguarda nello specifico la Gd e la Do, il bio cresce molto in diversi settori (in primis nell'ortofrutta) ma meno nel comparto della carne. Pensiamo che il motivo sia quasi sicuramente legato all'alto costo del prodotto finale. Da parte nostra, tuttavia, crediamo che anche la carne fresca bio possa trovare il suo spazio nella grande distribuzione, e sarà nostro compito proporlo nel modo più adatto".

FILENI

www.fileni.it

Simone Santini, general manager - Cco

"La linea Fileni Bio racchiude tutta la nostra produzione biologica e comprende una vasta serie di referenze di carni bianche, carni rosse e uova. Dai prodotti sezionati agli elaborati crudi e cotti, la gamma Fileni Bio rappresenta una proposta completa, dedicata a chi non accetta compromessi e vuole portare a tavola solo il meglio, sia dal punto di vista della qualità che dal punto di vista dell'etica e della sostenibilità", spiega Simone Santini, general manager-Cco dell'azienda, che annuncia importanti novità a scaffale. "Da poche settimane abbiamo lanciato due nuovi prodotti biologici: l'hamburger di suino e il miniburger di suino e bovino. Si tratta di due riletture del concetto di hamburger che strizzano l'occhio a un target alla ricerca di un tocco gourmet anche nel segmento dei prodotti-servizio".

L'azienda lavora costantemente per massimizzare la distribuzione dei propri prodotti biologici, nella convinzione che il mercato sia pronto a sposare una filosofia dell'alimentazione più responsabile e sostenibile. "Ad oggi siamo distribuiti in Gd, Do e nel canale normal trade. Proponiamo inoltre le nostre referenze biologiche anche al canale della ristorazione e investiamo con decisione nello sviluppo della nostra presenza online all'interno dei principali e-grocery. Grande attenzione, infine, viene data anche sulla distribuzione all'estero".

I plus della linea

"Fileni Bio è la punta di diamante della nostra offerta sotto tutti i punti di vista: i nostri animali vengono allevati all'aperto in Italia e sono alimentati con cereali e legumi biologici. Grazie agli ampi spazi per il razzolamento e per il pascolo, il benessere animale è assolutamente garantito. Ma la nostra attenzione prosegue lungo tutta la filiera e arriva a toccare anche il packaging. Tutti i prodotti Fileni Bio, infatti, sono confezionati nel pratico ecovassoio in cartoncino che è riciclabile nella raccolta della carta e che permette un risparmio di plastica del 90 % rispetto alla vaschetta tradizionale".

MAXI HAMBURGER DI BOVINO FILENI BIO

Il maxi hamburger di bovino Fileni Bio proviene da bovini quattro volte italiani (nati, allevati, macellati e sezionati in Italia) che crescono allo stato libero, lentamente, lasciati pascolare senza forzature e ospitati in stalle spaziose e areate. I prodotti Fileni Bio sono confezionati nell'ecovassoio, la nuova confezione Fileni che ruota intorno al concetto di sostenibilità e che permette di risparmiare oltre il 90% di plastica: è infatti realizzato in cartoncino certificato Pefc e Aticelca che proviene da foreste gestite in maniera responsabile.
Peso confezione: 180 gr circa.

IL PUNTO SUL MERCATO

"C'è grande interesse sul bio da parte del mercato: gli ultimi due anni di pandemia hanno contribuito molto ad acuire l'attenzione dei consumatori verso i temi del benessere e delle scelte di consumo consapevoli. In questo contesto, il biologico si pone come la risposta a molti dei nuovi bisogni degli shopper. Noi di Fileni crediamo da sempre nella necessità di raccontare il biologico in ogni suo aspetto. Per questo investiamo con decisione anche in progetti di trade marketing e di in store activation con teatralizzazione del punto vendita mediante extra display e attività a scaffale".

CENTRO CARNE

www.centrocarne.com

Claudia Corradetti, direttore marketing

Ancor prima che scoppiasse il trend del biologico Centro Carne aveva scelto di sviluppare una linea che abbracciasse questa filosofia. "Da sempre abbiamo voluto sviluppare prodotti che fossero sinonimo di qualità, così da poterci differenziare, per quanto possibile. Abbiamo pensato al biologico come una linea a sé comprensiva di diverse referenze. Partiamo dalla vendita della mezzena in osso, ai quarti, al taglio scompensato sottovuoto, fino al porzionato/trasformato sia skin che atm". Nello specifico, il mondo porzionati si compone di hamburger (200 g skin e 2x100 g skin), tagliata in atm e skin, costata in skin, trito in atm, fettine in atm. Ciascun pack, poi, è studiato nei minimi dettagli per poter racchiudere in breve l'essenza del prodotto, rendendolo riconoscibile visivamente tramite la scelta del colore verde, tipico dei prodotti bio. "I volumi dei nostri prodotti bio stanno crescendo, soprattutto nel sud Italia. Attualmente hanno un'incidenza del 5% sul totale della nostra produzione, considerando che disponiamo di una gamma di hamburger molto ampia. Ma contiamo che sia solo un inizio, soprattutto per la linea hamburger, e stiamo valutando anche altre referenze appartenenti al mondo dei macinati". In programma, infatti, ci sono altre novità per Cento Carne, sia sul fronte del prodotto che del packaging, sempre nel segno dell'innovazione.

I plus della linea

"I nostri prodotti sono super controllati. Selezioniamo e acquistiamo le mezzene intere, per poi lavorarle all'interno del nostro centro di trasformazione. Utilizziamo solo merce freschissima, disossata da noi e con tagli scelti ad hoc per ogni referenza. Inoltre, elemento importante dei nostri prodotti, è l'assenza di ogni tipo di allergene, anche da cross contamination".

IL PUNTO SUL MERCATO

"Nonostante siano passati diversi anni dall'inizio di questo trend, in Italia il bio non ha ancora preso del tutto piede. Si tratta perlopiù di una nicchia, che può avere un buon potenziale di crescita. Attualmente, all'interno dei canali della Gd e Do, si sta dando sempre più valore al biologico, ma non è trattato in egual misura su tutto il territorio e non è valorizzato allo stesso modo di molti altri prodotti. Quello che predomina, infatti, è il trend dei prodotti del territorio, a filiera corta e controllata. Non si tratta prettamente di prodotti biologici, ma di referenze che sposano la filosofia di carni di qualità, allevate in allevamenti estensivi, spesso allo stato brado/semi brado, nel rispetto del benessere animale. Il consumatore ormai è sempre più attento e più informato. Oggi i nostri acquirenti sanno ciò che acquistano e soprattutto leggono l'etichetta. Cercano una clean label, semplice e chiara, preferiscono prodotti a km0, a basso impatto ambientale e del territorio".

HAMBURGER PASSIONE BIO

Preparazione a base di carne di scottona bovino adulto. 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.

fine

di Margherita Luisetto

L'avicolo nella morsa dei prezzi

La bassa redditività mette ko il settore. Confagricoltura Verona lancia l'allarme: "La filiera non può sopravvivere". E Unaitalia interviene: "Per gestire questa situazione serve una collaborazione con la distribuzione"

"Il tacchino, che ai produttori viene pagato 30 centesimi al chilo, viene venduto nella Gdo a 12-15 euro al chilo. […] Per far sopravvivere la filiera qualcuno deve cedere qualcosa". La denuncia arriva a fine agosto da Diego Zoccante, presidente degli allevatori avicoli di Confagricoltura Verona. Che, in un'intervista pubblicata dal quotidiano L'Arena, spiega la difficile situazione in cui versa il comparto (il caldo intenso di questa estate ha costretto gli allevatori a rinfrescare continuamente gli stabili, causando costi energetici astronomici) e chiede alla Gdo una più equa distribuzione del valore. "A noi allevatori di tacchini sono riconosciuti 25-30 centesimi al chilo per animale vivo venduto. La quotazione della materia prima alla Borsa merci è di 2,10 euro per il tacchino vivo: il differenziale va all'azienda soccidante. […] Il prezzo del capo macellato ma ancora da sezionare però (richiesto da gastronomie e macellerie di vicinato) sale fino a 4,5 euro al chilo. […] La trasformazione, invece, è gestita dalla stessa impresa che collabora con l'allevatore per la crescita dei capi e che propone il prodotto in vaschetta alla Gdo", dove il cliente finale trova il petto a 12-15 euro al chilo e la coscia a 6-7 euro. "Alla Gd quindi diciamo: dateci 10 cent in più, ci basterebbero per avere un minimo guadagno", fa sapere Zoccante. "Non riusciamo più a lavorare con questi costi energetici. Inoltre, patiamo la concorrenza degli allevatori dei Paesi dell'Est che riescono a vendere a prezzi inferiori".

Un effetto domino rischia di bloccare la produzione

L'allarme lanciato da Confagricoltura è solo una delle tante voci che si stanno alzando tra gli operatori di questo settore. L'ultima assemblea generale Avec (l'associazione europea che riunisce tutte le rappresentanze nazionali del settore avicolo), organizzata il 9 settembre scorso a Riga (Lettonia), è stata l'occasione per fare il punto sulla situazione che imperversa sul comparto. "Gli operatori della filiera avicola europea stanno facendo fatica a mantenere i livelli di produzione a causa dei prezzi molto elevati di energia e mangimi. […] Si rischia lo stop produttivo", ha spiegato Paul Lopez, presidente uscente di Avec. "Si risente lungo tutta la filiera di un aumento senza precedenti dei costi dell'energia (soprattutto gas naturale, carburante ed elettricità), della Co2, degli imballaggi e della manodopera che minacciano la continuità della produzione. L'approvvigionamento di energia e gas, in particolare, è fondamentale per la fase di allevamento e per garantire il benessere degli animali" spiegano da Avec. "L'invasione russa dell'Ucraina ha anche comportato un aumento sostanziale dei prezzi dei mangimi, che rappresentano per il 70% il costo di produzione. Ciò ha portato alla situazione per cui le aziende, nelle prossime settimane, potrebbero essere costrette a interrompere la produzione piuttosto che correre il rischio di grosse perdite finanziarie. Ci sono enormi difficoltà a sostenere i rialzi dei costi lungo la filiera. È urgente il supporto delle istituzioni".

LA POSIZIONE DI UNAITALIA

Antonio Forlini, presidente di Unaitalia

Antonio Forlini, presidente dell'associazione di categoria che tutela e promuove le filiere agroalimentari italiane delle carni e delle uova, interviene su *Carni&Consumi* in merito al tema della redditività e alla situazione in cui si trova il settore.

Qual è il suo commento in merito al tema della redditività nel settore sollevato da Confagricoltura Verona?

Sicuramente il tema della redditività nel settore esiste e riguarda tutte le fasi della filiera, dall'allevamento alla trasformazione. Se gli allevatori patiscono maggiormente i rincari dei prezzi dell'energia, le aziende del comparto fanno i conti anche con i vertiginosi rincari dei prezzi delle materie prime agricole per l'alimentazione degli animali, che da sole rappresentano oltre il 60% del costo finale. Dopo l'esplosione del conflitto in Ucraina, la tendenza dei prezzi al rialzo ha subito un'impennata davvero ormai ingestibile: le nostre aziende da mesi stanno cercando di assorbire al loro interno i maggiori costi e sostenere per quanto possibile gli allevatori, ma gli aumenti dei costi arrivano fino al consumatore finale.

Quali reali rischi stanno correndo i produttori?

A preoccupare le nostre imprese sono non solo gli aumenti dei costi, ma anche il rischio concreto che intere filiere produttive possano essere costrette a fermarsi sotto il peso di rincari e incertezze nelle forniture, con un effetto domino sulle altre. Se ciò dovesse accadere nel settore agroalimentare significherebbe mettere a rischio l'approvvigionamento alimentare, oltre a gravi danni economici e occupazionali per tutto il settore. È necessario tutelare il diritto di accesso al cibo e sono necessari interventi immediati e decisi per frenare la spinta inflazionistica, a sostegno anche dei consumi affinché le famiglie durante il prossimo inverno non siano costrette a scegliere tra riscaldarsi e fare la spesa.

Come si potrebbe risolvere questa situazione e cosa si sta facendo per garantire una più equa distribuzione del valore?

Storicamente le marginalità sono sempre state molto compresse nel nostro settore anche per le intrinseche caratteristiche del modello produttivo (super fresco senza possibilità di fare stock), per questa ragione aumenti significativi dei costi non possono essere assorbiti oltre un certo limite, pena lavorare in perdita. Per gestire questa situazione serve una collaborazione con la fase della distribuzione affinché le marginalità siano spalmate in modo più omogeneo e venga riconosciuto il giusto valore lungo tutto il percorso, dall'allevamento alla tavola dei consumatori. Questo anche per evitare che aumentino ulteriormente i prezzi finali al dettaglio, con la conseguenza di precludere l'acquisto dei nostri prodotti soprattutto alle fasce più deboli della popolazione, per le quali carni bianche e uova sono le proteine nobili a un prezzo più che accessibile in rapporto alla qualità e alle caratteristiche nutrizionali.

CAPPONI & SPOLAOR
www.capponispolaor.it

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

Ingredienti
Fesa di vitellone, sale, destrosio, fruttosio, antiossidante: E301, stabilizzante: E451, spezie 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.

FIORANI&C.
www.fioraniec.com

TAGLIATA DI COPPA SUINO MARINATA FBA FIORANI
La tagliata di Coppa di suino marinata unisce la succulenza della carne di suino, 100% italiano, allo sprint di sapore della delicata marinatura dai sentori mediterranei. Il risultato è un taglio saporito e così tenero da sciogliersi in bocca. 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 gg di allevamento) e i più elevati standard di biosicurezza.

Ingredienti
Carne di suino (coppa) 88%, acqua, olio di semi di colza, olio di oliva, olio di karitè, sale, pomodoro, olive nere (contegono gluconato ferroso), origano, aglio, saccarosio, destrosio, correttori di acidità: acetati di sodio, citrati di sodio; antiossidante: acido ascorbico.
Peso medio/pezzature
250 g.
Caratteristiche
La tagliata di Coppa Fiorani completa, con tagliata di lonza, hamburger, loin ribs, tomahawk, la linea FBA Fiorani, caratterizzata da un packaging sostenibile e dal logo identificativo della Filiera Benessere Animale.
Confezionamento
Confezionamento Skin.
Tempi di scadenza
Shelf life 12 gg.

CENTRO CARNE
www.centrocarne.com

HAMBURGER 4.0 #BEYUORBURGER#
"Scegli chi vuoi essere": è il focus da cui nasce il prodotto. Il messaggio che l'azienda vuole dare è che il vero protagonista è il cliente, il quale sceglie il proprio mood. Hamburger ricettato, perfettamente bilanciato nel gusto, ma allo stesso tempo riconoscibile, unico ma soprattutto diverso. Innovativo in termini di tecnologia e pack: 180 g a bassa pressione, una modalità che permette di trattenere i succhi e conservarne la morbidezza come se fosse 'homemade'; skin pack cartoncino 18x18 certificato Fsc, interattivo (per la presenza del QrCode) e grafica accattivante.

Ingredienti
Carne di bovino adulto, aromi, mix di spezie che rendono il gusto unico e irripetibile.
Peso medio/pezzature
180 g.
Caratteristiche
Gusto unico, prodotto a bassa pressione, interattivo e sostenibile (in quanto è smart&small con cartoncino certificato Fsc). Appartiene al nuovo modo di comunicare dell'azienda, che sceglie di usare anche i social per raggiungere il consumatore.
Confezionamento
Skin s/v e messo su espositore da 10 pezzi auto espositivo logato.
Tempi di scadenza
20 gg.

GOLDENFOOD
www.goldenfood.it

PETTO DI POLLO NATURALE ALLA GRIGLIA
Petto di pollo grigliato e cotto in sottovuoto a bassa temperatura.

Ingredienti
Petto di pollo, acqua, sale, saccarosio, aromi naturali. Senza glutine (<20ppm).
Peso medio/pezzature
0,140 Kg.
Caratteristiche
Cotto e grigliato a bassa temperatura, senza glutine e conservanti, pronto da scaldare.
Confezionamento
Skin pack.
Tempi di scadenza
50 gg.

CENTRO CARNI COMPANY
www.centrocarnicompany.com/it

YOU&MEAT YOUR TASTY BURGER
La new entry della gamma You&Meat, Your Tasty Burger, creato in collaborazione con la rivista Sale&Pepe.

Ingredienti
Carne di bovino (96%), acqua, sale, pepe bianco, antiossidante: acido ascorbico. Senza glutine.
Peso medio/pezzature
200g/pz.
Caratteristiche
Burger creato in collaborazione con Sale&Pepe; la lista degli ingredienti è molto corta e c'è un'altissima percentuale di carne, che deriva da materia prima della Filiera aziendale.
Confezionamento
Skin pack, confezionato singolarmente.
Tempi di scadenza
Shelf life 21 gg (dalla data di produzione).

PIANETA ALIMENTARE
www.pianetalimentare.com

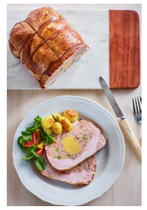
PASTRAMI
Prodotto con carne di bovino fresco. Dal colore rosa tipico della carne magra di bovino e bianco limitatamente alla parte grassa, dall'aroma delicato e dal sapore dolce.

Ingredienti
Carne di bovino, sale, saccarosio, destrosio, fibra alimentare, aromi, aroma di affumicatura, antiossidante (E301), conservante (E250), erbe aromatiche, spezie.
Peso medio/pezzature
2,75 Kg circa, due pezzi, cartone.
Caratteristiche
La qualità della materia prima è determinante per la buona riuscita del prodotto finito, pertanto, la carne è selezionata nella qualità e nel peso ed acquistata solo da allevamenti che ne garantiscono nella maniera più assoluta le caratteristiche necessarie. Dopo il confezionamento, il prodotto viene pastorizzato a 102°C per esaltarne le caratteristiche aromatiche, garantire la salubrità igienico-sanitaria e la conservazione.
Confezionamento
Sacco nylon/alluminio pastorizzabile.
Tempi di scadenza
90 gg dalla data di confezionamento.

DELICATESSE
www.delicatesse.it

POLLO RIPIENO
Pollo disossato, farcito con carne mista, uova, formaggio e verdura, legato a mano e cotto al forno.

Ingredienti
Pollo intero disossato (38%), uova, carne di tacchino (10%), carne di vitello (9%), petto di pollo (8%), pancetta di suino (4.5%), carne di suino (2%), lingua suina, carote, piselli, formaggio grattugiato (latte, sale, caglio, conservante: lisozima proteina dell'uovo), vino bianco, sale, erbe aromatiche, aromi. Antiossidante: ascorbato di sodio. Conservante: nitrito di sodio.



Peso medio/pezzature
2,5 Kg circa.
Caratteristiche
Questa ricercata ricetta che fa pensare immediatamente alla convivialità dei pranzi di festa mantiene ancora una lavorazione del tutto artigianale. La carne magra del pollo incontra un morbido e saporito ripieno. Pronto da far rinvenire a piacimento, intero in forno oppure porzionato in microonde. Prodotto senza glutine.
Confezionamento
Sottovuoto singolo. Cartone da cinque pezzi.
Tempi di scadenza
45 gg garantiti.

LENTI
www.lenti.it

ROASTBEEF ALL'INGLESE
Girello di bovino, delicatamente rosolato al forno e aromatizzato secondo le ricette originali di Attilio Lenti. Affettato e disponibile in pratiche vaschette. Da gustare con una delicata emulsione di olio e pepe. È senza glutine, senza latte e derivati, senza glutammato e polifosfati aggiunti, ed è senza ingredienti Ogm (e derivati).

Peso vaschetta
80 g.
Confezionamento
In vaschetta trasparente in atmosfera protettiva - dimensioni vaschetta 235x210x13 mm.

Cultura, Ricerca, Sapienza, Volontà.

CI VUOLE TEMPO
PER CREARE ATTIMI.

GOLDEN FOOD
life is Good

Newww! www.goldenfood.it