CARNI
&CONSUMI

SUPPLEMENTO N.1 A SALUMI & CONSUMI
ANNO 16 - NUMERO 9 - SETTEMBRE 2023
DIRETTORE RESPONSABILE: ANGELO FRIGERIO

GUIDA BUYER

Speciale elaborati di carne fresca

Il segmento è in espansione. Merito di alcune caratteristiche delle referenze: alto valore di servizio, praticità e versatilità. I player sono impegnati in ricerca e sviluppo per offrire novità, garantire sicurezza e semplificare la vita dei consumatori. Alcune proposte delle aziende.

da pagina VI a pagina XIII

ZOOM

Il secco 'NO' dell'Italia sulla carne coltivata

Il Senato ha approvato il Ddl che vieta produzione e commercializzazione di cibi, bevande e mangimi realizzati a partire da colture cellulari. In molti plaudono. Ma c'è anche chi vede solo una mera posizione ideologica.

a pagina V

DISTRIBUZIONE

"La buona carne fidelizza il cliente al negozio"

Codè Crai Ovest punta sulla macelleria di qualità. Focus sull'offerta di bovino piemontese e garonnese, prodotti già pronti e attenzione all'origine della materia prima. Intervista a Luigi Tammaro, responsabile acquisti.

a pagina IV

TECNOLOGIE

a pagina XIV

Macchine packaging: "L'unione fa la forza"

2022 un altro anno record per il settore, con il fatturato totale che sale a 8 miliardi e mezzo. I dati presentati da Ucima. Le parole del suo presidente, Riccardo Cavanna. E l'intervento del numero uno di Confindustria, Carlo Bonomi (con stoccata a Timmermans).

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.

Il Parlamento Ue esclude i bovini dalla direttiva emissioni industriali. Il plauso di Assocarni

Il Parlamento europeo ha votato no alla proposta della Commissione Ue che prevedeva di includere gli allevamenti bovini nel campo di applicazione della direttiva sulle emissioni industriali.
"La maggioranza dei parlamentari ha compreso il grande valore della filiera bovina nei suoi aspetti di circolarità, di presidio del territorio da parte dell'allevatore, di impegno del settore nel produrre di più con meno risorse e del suo costante contributo alla sicurezza alimentare, evitando di dover dipendere in futuro da paesi terzi e da standard di produzione lontani dai modelli europei", si legge in un comunicato di Assocarni. "Ci auguriamo che la Commissione Ue, durante il trilogo (Commissione, Consiglio e Parlamento) ritiri la sua proposta per tener conto delle decisioni del consesso che più di tutti rappresenta la democrazia europea".

Usa, il numero di bovini da carne a quota 29,4 milioni. Mai così basso negli ultimi 50 anni

Continua a soffrire la filiera della zootecnia da carne negli Stati Uniti, principalmente a causa della siccità che limita le potenzialità dei pascoli americani. La mandria di bovini da carne è a quota 29,4 milioni di capi, ovvero il punto più basso degli ultimi 52 anni. Nell'ultimo anno, spiega il dipartimento dell'Agricoltura degli Usa, il numero di capi di bovini da carne è diminuito del 2,6%. Le aziende del settore, vista la scarsità di materia prima, sono costrette a sostenere costi maggiori: "I prossimi due o tre anni saranno un bagno di sangue per i margini dei packer", ha dichiarato alla Reuters Rich Nelson, chief strategist di Allendale. Intanto gli allevatori si stanno organizzando per invertire il trend, portando all'ingrasso 1,68 milioni di capi a giugno, in aumento del 3% rispetto al 2022. I tempi per la ricostituzione delle mandrie, però, saranno piuttosto lunghi, quindi per il momento il mercato americano dovrà far fronte a un aumento dei costi di produzione per hamburger e carne bovina.

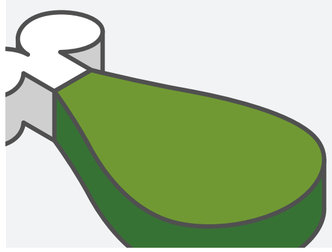
Peste suina africana: il Vietnam approva l'uso dei primi vaccini. Tasso di efficacia del 95%

Il governo vietnamita ha approvato a fine luglio l'uso domestico e commerciale di due vaccini contro la peste suina africana (Psa). Dopo lo stop alla sperimentazione – avvenuto lo scorso anno in seguito al decesso di dozzine di maiali a cui era stato inoculato il medicinale - il Paese è ora abilitato a produrre il vaccino Navet-ASFvac (sviluppato dalla società Navetco Central Veterinary Medicine sulla base di una ricerca del Dipartimento dell'Agricoltura Usa), e l'Avac Asf Live (sviluppato da Avac Vietnam Jsc). Come riferisce l'agenzia di stampa Reuters, più di 650mila dosi di vaccini sono state testate su allevamenti di maiali in 40 province del Vietnam, con un tasso di efficacia, a detta del governo, del 95%. I due prodotti saranno venduti sul mercato interno ma, con buone probabilità, potrebbero anche essere esportati.

Meatless Farm sull'orlo della bancarotta

di Andrea Dusio

Meatless Farm, l'azienda britannica di carne vegetale fondata nel 2016 dall'imprenditore danese Morten Toft Bech, potrebbe rischiare il fallimento. Come riportato da The Grocer, lo scorso giugno è stata infatti depositata la notifica dell'intenzione di nominare degli amministratori che gestiscano la fase di grave difficoltà finanziaria, dopo che il tentativo di reperire nuovi fondi è andato a vuoto. Tutti i dipendenti della sede centrale di Leeds sono stati licenziati. Solo qualche settimana prima, la società aveva avvertito gli azionisti di dover affrontare perdite milionarie e di essere impegnata a trovare un acquirente per evitare l'amministrazione controllata. L'azienda ha raccolto a oggi oltre 40 milioni di sterline di finanziamenti, con l'ultimo round chiuso nel 2021 tramite crowdfunding. Anche se manca al momento un annuncio ufficiale, i prodotti del marchio non si trovano più nei supermercati e in altri partner di vendita al dettaglio. A maggio, l'azienda britannica aveva annunciato il lancio di quattro nuovi prodotti, tra cui "La prima pasta a base vegetale ripiena di carne del Regno Unito", secondo quanto descritto, e aveva presentato "la prima Automated Plant Machine (APM) in Uk", un distributore automatico che distribuisce gratuitamente alimenti a base vegetale. La gamma di prodotti a base vegetale di Meatless Farm, realizzati principalmente con proteine di pisello (come la controparte statunitense Beyond Meat) e proteine di riso, comprendeva carne macinata, polpette per hamburger, salsicce Chipolata, bistecche, petti di pollo, polpette e una serie di piatti pronti. I prodotti del marchio si trovavano in diversi supermercati UK, tra cui Sainsbury's, Morrisons e Co-op. Negli Usa, l'azienda aveva siglato un accordo di distribuzione con oltre 600 negozi Whole Foods. L'azienda vantava un'offerta dedicata al foodservice per i partner della ristorazione e, nel 2019, si era assicurata un posto a livello nazionale nei menu della catena di pub britannici Wetherspoons, che contava 900 locali.
Il direttore commerciale dell'azienda, Tim Offer, ha annunciato di essere alla ricerca di un nuovo ruolo in un post sui social media, scrivendo: "Purtroppo il mio tempo alla Meatless Farm è giunto al termine. Dopo 10 mesi fantastici alla guida di un team di vendita talentuoso e molto impegnato, l'azienda ha purtroppo licenziato tutti i suoi collaboratori". In un'intervista rilasciata a Business Leader nel marzo 2023, Toft Bech aveva dichiarato che le vendite di Meatless Farms nel 2022 erano aumentate del 30% rispetto all'anno precedente e che l'azienda sperava di chiudere un round di finanziamento da 35 milioni di sterline. Alla domanda se la bolla vegana stesse per scoppiare, aveva risposto: "È chiaro che il movimento a base vegetale è qui per restare. Nell'ultimo anno Meatless farm ha registrato una crescita a due cifre grazie alla maggiore innovazione e alla domanda dei consumatori, nonostante le continue sfide poste dalla crisi del costo della vita e dalla pandemia di coronavirus".



Aviaria: tra aprile e giugno 2023 calano i casi tra i polli. I più colpiti sono gli uccelli selvatici

Tra aprile e giugno, nell'Ue, il virus dell'influenza aviaria ad alta patogenicità (Hpai) si è attenuato nel pollame, ma ha continuato a circolare ampiamente tra gli uccelli marini. A riferirlo è l'ultimo rapporto 'Avian influenza overview April – June 2023' pubblicato dall'Efsa, l'Autorità europea per la sicurezza alimentare, insieme al Centro europeo per la prevenzione e il controllo delle malattie (Ecdc) e al laboratorio di riferimento dell'Ue (Eurl).
Tra il 29 aprile e il 23 giugno 2023, la maggior parte dei focolai di influenza aviaria ad alta patogenicità (Hpai) AH5N1 nel pollame si è concentrata nel sud-ovest della Francia (85 casi), Uk (3), Repubblica Ceca (2), Germania (2) e Polonia (1). I focolai negli uccelli selvatici (gabbiani e uccelli marini) sono stati segnalati nei vari Paesi dell'Ue, dalle zone più settentrionali della Norvegia fino alle coste del Mediterraneo. Complessivamente, quasi 980mila uccelli sono morti o sono stati abbattuti: il 66% in Francia, il 19% nel Regno Unito e il 7% in Germania.
Per quanto riguarda i mammiferi, la maggior parte di quelli colpiti dall'Hpai caccia e si nutre di uccelli selvatici: tra il 10 e il 30 giugno il virus A(H5N1) è stato infatti identificato in 24 gatti e in un caracal in Polonia. Secondo l'Ecdc, per la popolazione umana il rischio di infezione rimane basso, mentre è valutato da basso a moderato per le persone esposte professionalmente a uccelli o mammiferi infetti.

SALUMI &CONSUMI

Direttore Responsabile: ANGELO FRIGERIO
Editore: Edizioni Turbo S.r.l.by Tespi Mediagroup
Palazzo di Vetro - Corso della Resistenza, 23 - 20821 Meda (MB)
Tel. +39 0362 600463/4 - e-mail: info@tespi.net
Periodico mensile
Registrazione al Tribunale di Milano n. 27 del 10 gennaio 2008.
Edizioni Turbo Srl n° iscrizione ROC11158 del 21 aprile 2005.
Poste Italiane SPA - Spedizione abbonamento postale D.L. 353/2003 - Conv. in Legge 46/2004 - Art. 1 Comma 1 - LO/MI
Periodico mensile - Anno 16 - numero 9 - Settembre 2023
Stampa: Ingraph - Seregno
Prezzo di una copia 2,00 euro - arretrati 9,00 euro + spese postali
Abbonamento annuale per l'Italia 60,00 euro via ordinaria.

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

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

Questo numero è stato chiuso in redazione il 4 settembre 2023

Carne coltivata: in Svizzera avviata la richiesta di autorizzazione alla vendita

La Svizzera si prepara ad essere il primo Paese in Europa ad autorizzare la vendita al pubblico della carne coltivata. L'azienda israeliana Aleph Farms, specializzata nella nell'agricoltura cellulare, ha infatti presentato una richiesta di approvazione all'Ufficio federale svizzero per la sicurezza alimentare e veterinaria (Usav) per la commercializzazione dei prodotti di carne coltivata 'Aleph Cuts' sul mercato elvetico. L'iniziativa è stata intrapresa insieme a Migros, tra le principali catene operanti in Svizzera, che dal 2019 investe nell'azienda israeliana.
Secondo Tristan Cerf, portavoce di Migros, le bistecche di manzo coltivato potranno essere disponibili nei loro supermercati non prima del 2030 per via dell'alto costo di vendita al dettaglio. In un primo momento, sempre che le autorità svizzere lo consentano, il prodotto sarà commercializzato nel settore dell'alta gastronomia.

La Danimarca vieta l'allevamento dei polli a rapido accrescimento

Decisione storica per il governo danese: il Paese abbandonerà l'approvvigionamento di polli a rapido accrescimento per tutti gli enti e le mense pubbliche, promettendo di sostenere il divieto di allevamento di queste razze a livello europeo. L'impegno del governo si articola in quattro punti: istituire un gruppo di lavoro che faccia luce sulle problematiche di benessere animale in relazione alla produzione di polli da carne in Danimarca; supportare l'eliminazione graduale della produzione di polli da carne a rapido accrescimento a livello europeo; lanciare una campagna nell'ambito dell'Etichettatura di Benessere Animale che contribuisca a promuovere la domanda di polli da carne a lento accrescimento; l'abbandono graduale da parte del governo danese degli acquisti di polli appartenenti a razze a rapido accrescimento. Con questa mossa, il governo danese vuole rispondere alle evidenze scientifiche che dimostrano come le genetiche con un rapido tasso di crescita soffrano problematiche di salute che compromettono il loro benessere. Le Ong per la protezione degli animali in tutta Europa – tra cui Essere Animali in Italia – si battono da anni per mettere al bando le razze a crescita rapida nella legislazione Ue e promuovono l'adozione dello European Chicken Commitment da parte delle aziende coinvolte nella vendita e distribuzione di carne di pollo. "Come sta accadendo in altri Paesi europei, dalla Danimarca alla Spagna, ci auguriamo di vedere presto anche in Italia un impegno forte da parte delle istituzioni e dei supermercati", sottolinea Elisa Bianco, responsabile Corporate engagement di Essere Animali, "per garantire ai polli e ai cittadini quei miglioramenti di sostenibilità e benessere animale che non possono più essere rimandati".

Stop alle denominazioni 'burger' vegetali: per Unione Italiana Food metterà a rischio il settore

"Il divieto di denominazioni che si ispirano a ricettazioni e preparazioni alimentari utilizzate anche per la carne o il pesce, o a terminologie della macelleria, salumeria e pescheria, metterà a rischio un comparto in continua crescita (+10% nel 2021) e aziende che operano in questo settore da decenni, offrendo prodotti sani, naturali e sostenibili". È questo l'allarme lanciato dal settore 'prodotti a base vegetale' di Unione italiana food (l'associazione di rappresentanza dell'alimentare che riunisce 20 categorie merceologiche) in seguito all'approvazione da parte del Senato del Ddl contro il cibo sintetico che include anche il divieto dell'utilizzo della denominazione 'carne' per prodotti trasformati contenenti proteine vegetali, limitando quindi il 'meat sounding'.
"Non si può cambiare nome a prodotti che esistono da trent'anni", spiegano dall'associazione, in un'intervista pubblicata da Il Sole 24 Ore. "Così si confondono 20 milioni di italiani che li consumano consapevolmente. Le nostre etichette permettono al consumatore di reperire e scegliere facilmente sugli scaffali, senza rischi di confusione, i prodotti che intende portare in tavola: il divieto finirà, invece, per generare confusione e disorientamento. […] Sarebbe giusto continuare semplicemente a denominare i prodotti a base vegetale per come il consumatore è abituato a identificarli".

di Margherita Luisetto

“La buona carne fidelizza il cliente al negozio”

Codè Crai Ovest punta sulla macelleria di qualità. Focus sull’offerta di bovino piemontese e garonnese, prodotti già pronti e attenzione all’origine della materia prima. Intervista a Luigi Tammaro, responsabile acquisti.

220 soci fra Piemonte, Liguria, Valle d’Aosta e Lombardia. 330 punti vendita in continua espansione con format studiati per soddisfare le esigenze dei clienti: la propensione per le metrature medio-piccole (dai 200 mq ai 1.300 mq), infatti, permette ai negozi di adattarsi perfettamente ai territori in cui sono inseriti. Qualità al giusto prezzo e valorizzazione delle eccellenze locali, con filiere controllate e garantite. Tutto ciò, ma non solo, è Codè Crai Ovest, Ce.di del gruppo Crai per l’Italia nord-ovest. Dove la macelleria ha un peso importante ed è caratterizzata da una qualità attentamente selezionata e riconosciuta dalla clientela, compresa quella più esigente. “Come per tutte le categorie di prodotto, anche per il settore della carne il nostro maggiore impegno è offrire prodotti di qualità al giusto prezzo”, sottolinea Luigi Tammaro, responsabile acquisti di Codè Crai. “La sezione macelleria è strategica e fondamentale perché, se la carne è buona, fidelizza il cliente al negozio”.

Luigi Tammaro

Banco tradizionale e self-service. Come interpreta Codè Crai i due format?

All’interno dei punti vendita il banco macelleria rappresenta sicuramente un valore aggiunto, soprattutto in Piemonte, dove esiste ancora un vero e proprio culto per la carne. Nel 40% dei nostri negozi, quindi, il banco servito è ancora presente, soprattutto in quelli con dimensioni più ridotte. In tutti, comunque, abbiamo inserito un espositore murale organizzato, completo e in linea con i moderni trend.

Qual è la filosofia alla base dell’offerta?

Puntiamo sulla carne di una qualità medio-alta dando particolare attenzione alla carne di bovino, dove si può realmente vedere l’eccellenza dell’offerta. Per il pollo e il suino il cliente finale non percepisce perfettamente le differenze qualitative, guarda più che altro al prezzo - soprattutto per carne di maiale - e acquista spinto da aspetti legati alla salute e al benessere - in riferimento alla carne avicola. Sul fronte del bovino, trattiamo per lo più carne di Garonnese Bleu d’Aquitaine - tra le razze francesi è quella con la qualità più alta - di animali nati in Francia e portati in Italia a sei mesi, quindi allevati nel nostro Paese. In svariati punti vendita proponiamo anche la carne Piemontese, in alcuni casi certificata Coalvi. Per entrambe le razze (Garonnese e Piemontese) gestiamo sia il maschio che la femmina.

Quali sono i vostri principali fornitori?

Attraverso tre fornitori copriamo il 90% della nostra offerta: Valcarni, Map e Macello Piemonte Nord. Tutti trattano allevamenti di bovini Garonnese di alta qualità.

Sul fronte delle Mdd, su quali referenze punta maggiormente Codè Crai?

Anche per i prodotti a marchio del distributore, la carne di bovino è quella su cui si focalizza la nostra attenzione. Il prodotto Mdd è realizzato per noi da Valcarni, che confeziona il prodotto anche già in vaschetta. La proposta comprende sia le carni di razza piemontese, che rappresentano la fascia premium, sia le carni di razza francese, con le quali andiamo a coprire la ‘pancia’ del mercato col prodotto a marchio ‘Scelto per te’.

Quali caratteristiche devono avere i prodotti Mdd?

Stiamo attenti, prima di ogni altra cosa, alla materia prima. In questo senso, la selezione del fornitore è fondamentale. Il nostro fornitore vanta allevamenti sostenibili, non intensivi, dove il benessere animale è una prerogativa imprescindibile e la qualità del nutrimento è fondamentale al fine di ottenere una carne buona e salutare. Visitiamo questi allevamenti regolarmente e ne constatiamo l’accuratezza e le buone pratiche.

Come sta evolvendo l’offerta della macelleria?

Continua ad aumentare la richiesta dei prodotti già pronti, anche se il prezzo è ovviamente più alto rispetto al semplice pezzo di carne. I consumatori stanno cambiando: se prima cucinavano arrosti, brasati e bolliti, oggi le nuove generazioni hanno gusti diversi ma soprattutto nuove modalità di vivere la cucina. Per i giovani la ‘carne’ è: tagliata, hamburger, battuta al coltello o macinata da mangiare cruda, carpaccio, fettina, petto di pollo e costine di maiale. Contemporaneamente però, sta aumentando la richiesta di tagli un po’ desueti, soprattutto grazie ai programmi televisivi di cucina, come la coda, la guancia e le ribs. I banchi macelleria che stanno tenendo questo passo, quindi, - con prodotti pronti al consumo e tagli particolari e un po’ di nicchia -, sono quelli che registrano le performance migliori.

Come vengono recepiti gli aumenti dei prezzi della carne?

Paradossalmente il consumatore percepisce come cara una fettina di coscia venduta, ad esempio, a 19,90 al chilo. Tuttavia, non si preoccupa di acquistare un hamburger in skin da 150 grammi a 4,99, arrivando a pagarlo 30 euro al chilo. È una situazione che segue un po’ da vicino il trend che vede i consumatori allarmati dall’aumento dei prezzi nei supermercati ma, allo stesso tempo, non rinunciano a mangiare fuori casa.

Come valuta la filiera della carne oggi?

Faccio questo lavoro da 30 anni e posso affermare che da quando c’è stato il problema della ‘mucca pazza’, l’attenzione sulla carne rossa è diventata altissima. La sicurezza alimentare è ai massimi livelli, verificata e acclarata: le aziende che lavorano la carne rispettano tutti i sistemi di pulizia e di qualità, i campionamenti sono precisi e la velocità di correzione è immediata ogni qualvolta si presenti un problema. Salvo rari casi, ovviamente.

Cosa deve fare oggi la macelleria per conquistare il cliente?

Abbiamo spesso l’illusione che il cliente finale capisca tutto quello che conosciamo noi addetti. In realtà il macellaio o l’insegna deve comunicare e trasmettere il proprio sapere. Se si ha la presunzione che tutti i clienti finali conoscano le differenze tra carni piemontesi e uno chavrolet è sbagliato. Lo stesso discorso vale anche per la sostenibilità e il benessere animale. Il cliente dovrà capire che se c’è un aumento di prezzo sul prodotto è anche per questo motivo.

Come si immagina il futuro della macelleria?

Il futuro è il confezionato, soprattutto in skin. Bisogna tenere presente, poi, che è sempre più difficile trovare macellai: si tratta di un lavoro che richiede molta professionalità e sacrificio. È sempre più frequente, quindi, affidarsi ad aziende che fanno anche il confezionamento. Da parte nostra, comunque, organizziamo dei corsi al fine di rendere sempre più strategico il banco o il frigo della carne. A luglio, ad esempio, si è svolto un corso specifico proprio per la realizzazione di preparati.

Cosa ne pensa dei sostituti della carne plant based?

Non possono essere paragonati in alcun modo alle carni e dovrebbero usare un altro nome per identificarli. Secondo la nostra esperienza, poi, non vanno esposti vicino alla macelleria: il consumatore che è alla ricerca di prodotti vegani non si avvicina al settore della carne. Dicono essere un mercato in crescita. Ma attenzione: sembra cresciuto in maniera esponenziale solo perché è partito da zero. Inoltre, per capire il vero successo, bisogna vedere quale fatturato va a togliere al mercato della carne.

di Margherita Luisetto

Il secco ‘NO’ dell’Italia sulla carne coltivata

Il Senato ha approvato il Ddl che vieta produzione e commercializzazione di cibi, bevande e mangimi realizzati a partire da colture cellulari. In molti plaudono. Ma c’è anche chi vede solo una mera posizione ideologica.

L’Italia ha deciso: si opporrà in ogni modo alla produzione e alla commercializzazione della carne coltivata nel Paese. Il disegno di legge presentato nei mesi scorsi dal ministro del Masaf, Francesco Lollobrigida, volto a contrastare in Italia cibi, bevande e mangimi realizzati a partire da colture cellulari o da tessuti animali - già approvato dal Consiglio dei ministri lo scorso marzo - è stato approvato a luglio anche dal Senato. 93 i voti favorevoli al Ddl (tutta la maggioranza e Italia Viva), 28 i contrari (esponenti di Verdi e Sinistra Italia, Movimento 5 Stelle e Gruppo Misto) e 33 gli astenuti (alcuni membri del Partito Democratico e Azione).

Per gli operatori del settore alimentare e del comparto mangimi che violano questi divieti è prevista, oltre alla confisca della mercanzia, una sanzione amministrativa pecuniaria da un minimo di 10mila euro fino a un massimo di 60mila euro o del 10% del fatturato totale annuo realizzato nell’ultimo esercizio quando tale importo è superiore a 60mila euro. È prevista anche la chiusura dello stabilimento di produzione da uno a tre anni, e per lo stesso periodo gli imprenditori sanzionati non potranno accedere a contributi, finanziamenti o agevolazioni da parte dello Stato, da enti pubblici o dall’Ue.

Il provvedimento, inoltre, decreta anche il divieto dell’utilizzo della denominazione ‘carne’ per prodotti trasformati contenenti proteine vegetali: arriva dunque un freno al ‘meat sounding’ nel segno di un’operazione trasparenza per acquisti consapevoli. Obiettivo: tutelare il patrimonio zootecnico nazionale, riconoscendo il suo valore culturale, socio-economico e ambientale, assicurando al contempo un elevato livello di tutela della salute umana e degli interessi dei cittadini-consumatori.

ALCUNE REAZIONI CONTRASTANTI

Francesco Lollobrigida, ministro del Masaf: “Il Disegno di legge ci pone all’avanguardia nel mondo. Siamo il primo Paese a vietare la commercializzazione, importazione e produzione di cibo sintetico”.

Gian Marco Centinaio, senatore Lega Nord: “Il Senato ha fatto il primo passo contro la carne coltivata. La ricerca può anche fare progressi, ma noi difenderemo sempre i sapori, le proprietà e i piatti che solo la carne dei nostri allevamenti garantisce, non certo quella prodotta in laboratorio”.

Luca De Carlo, presidente Commissione Agricoltura: “Questo provvedimento non solo è giusto e doveroso, ma è fondamentale perché contiene la visione che questo Governo intende diffondere sul futuro della nostra Nazione. Una visione che tutela le diversità e le caratteristiche dei territori, che proprio il cibo in primis rappresenta, perché il legame tra cibo e cultura in Italia è inscindibile”.

Ylenia Zambito, senatrice Pd: “Mentre tutto il mondo potrà elaborare dati e fare ricerca, l’Italia dice un secco no ideologico. Lo facciamo in nome della difesa del Made in Italy. Mi sento di dire che forse è esattamente il contrario: distruggiamo completamente la possibilità di far nascere un’imprenditoria italiana nel settore”.

Essere Animali, associazione per i diritti animali: “Esprimiamo profonda preoccupazione per una decisione che rappresenta un freno alla possibilità di sviluppare e commercializzare un prodotto che non proviene dagli allevamenti intensivi, non richiede l’uso di antibiotici e altri farmaci, né produce tonnellate di deiezioni estremamente inquinanti. Tutte problematiche che invece sono legate al settore zootecnico, che con questo Ddl viene apertamente favorito a scapito di altre produzioni come quello delle proteine a base vegetale (con l’introduzione del divieto per l’uso di termini come ‘burger’ e similari) e a base di carne coltivata”.

di Giovanna Grassi

Speciale elaborati di carne fresca

Il segmento è in espansione. Merito di alcune caratteristiche dei prodotti: alto valore di servizio, praticità e versatilità. I player sono impegnati in ricerca e sviluppo per offrire novità, garantire sicurezza e semplificare la vita dei consumatori. Alcune proposte delle aziende.

È sufficiente guardare gli spazi che occupano nei frigo della grande distribuzione per capire che il settore degli elaborati di carne fresca è un mercato in grande espansione. Ai consumatori piace sempre più acquistare un prodotto di facile utilizzo, da preparare in pochi minuti, ma nello stesso tempo fresco e salutare. Questi prodotti, quindi, racchiudono in sé molteplici valori aggiunti. Vediamone i principali.

Innanzitutto, si tratta di prodotti in linea con il benessere e la salute: la carne, in una dieta corretta ed equilibrata, fa bene. Vanta, infatti, una ricchezza di nutrienti essenziali (più biodisponibili rispetto ad altre fonti alimentari), come proteine ad alto valore biologico, acidi grassi e una varietà di micronutrienti indispensabili per una salute ottimale. La materia prima è sempre più di qualità: l'origine, il benessere degli animali in allevamento e l'alimentazione del bestiame, indicati in etichetta, sono elementi che determinano le proprietà del prodotto finale. Gli elaborati freschi, non dimentichiamo, garantiscono una serie di plus vincenti in un mondo di consumatori abituati ad avere poco tempo da riservare alla cucina: sono pratici, perché richiedono una preparazione veloce, ma anche comodi, perché già porzionati e confezionati in vaschette in atm o in skin che ne allungano la shelf life in frigorifero; e sono versatili, perché si adattano con successo alle cucine più disparate, da quelle più 'healty' a quelle più 'ricche'. Consapevoli del grande potenziale degli elaborati, le aziende continuano ad essere impegnate in attività di ricerca e sviluppo per mettere a punto nuove referenze, al fine di semplificare la vita in cucina dei consumatori, senza mai rinunciare alla salute e al benessere.

SALUMIFICIO DI GENGA

www.salumificiodigenga.it

Giacomo Polli, titolare

Il Salumificio di Genga propone, nella gamma degli elaborati freschi, la 'Salsiccia fresca' e la 'Salsiccia fresca confezionata in Atp', entrambe gluten free certificate dall'Associazione italiana celiachia (Spiga Barrata). "La Salsiccia fresca confezionata in Atp, lanciata sul mercato recentemente, ci permette di allungare del 50% la shelf life di un prodotto altamente deperibile come la 'Salsiccia fresca', che per legge deve essere senza conservanti", sottolinea Giacomo Polli. I due prodotti incidono intorno al 10% a volume e a valore sulla produzione aziendale.

Le caratteristiche

"Le caratteristiche che contraddistinguono la nostra 'Salsiccia fresca' sono diverse: dalla ricettazione, che segue fedelmente la tradizione del nostro territorio - le Marche -, alla garanzia dell'utilizzo di sola carne di suino di origine 100% Italia. Non meno importante è l'assenza di conservanti, che ci permette di denominarla 'Salsiccia Fresca'. La nostra Salsiccia Fresca è inoltre certificata dall'Aic tramite il marchio Spiga Barrata che garantisce la totale assenza di glutine in tutte le fasi di lavorazione del prodotto. Garantiamo, inoltre, l'assenza di allergeni".

Canali di vendita: Gdo e Horeca.

Salsiccia fresca confezionata in Atp

La Salsiccia fresca è prodotta esclusivamente con tagli scelti di suino, nel rispetto di una ricetta antica e semplice.
Il termine 'fresca' sta a indicare una salsiccia prodotta senza conservanti. È posta in una vaschetta alimentare e sigillata in atmosfera protettiva, per garantire una maggiore conservabilità.

Ingredienti
Carne di suino, sale, destrosio, aromi naturali, saccarosio, antiossidante: E300; correttore di acidità: E262. Budello naturale di suino
Caratteristiche
Carne proveniente da suini nati, allevati e macellati in Italia. Prodotto senza glutine, certificato Aic.
Confezionamento
Confezionato x 4 in vaschetta con atmosfera protetta.
Peso medio/pezzatura
0,400 gr.

"Viviamo un momento storico in cui l'attenzione del cliente è sempre più focalizzata verso un prodotto il più naturale possibile, dove sull'etichetta non compaiano conservanti, percentuali di acqua e conseguenti fibre o addensanti. Queste caratteristiche sono riscontrabili nei nostri prodotti, che infatti registrano un aumento di richieste, sia in Gdo che nel canale Horeca".

CENTRO CARNI COMPANY

www.centrocarnicompany.com

Raffaele Pilotto, socio e direttore commerciale e marketing

Centro Carni Company presenta il polpettone di vitello Rolly Con il marchio You&Meat, per ampliare la propira gamma, presente sul mercato retail dal 2015. L'azienda produce anche altri tipi di elaborati di carne, sia di bovino adulto che vitello, surgelati, dedicati ai prodotti istituzionali marchiati Centro Carni Company, come polpette e macinati. "Dopo il lancio, lo scorso aprile, del polpettone Rolly, stiamo ora lavorando ala presentazione di nuove referenze, sempre firmate You&Meat", spiega Raffaele Pilotto. "I nostri prodotti sono gourmet e ricettati, con un'alta percentuale di carne. Inoltre, sono certificati Aic e per policy aziendale abbiamo scelto di non introdurre allergeni conosciuti nelle ricettazioni, proprio per dare la possibilità a tutti, anche a chi ha intolleranze, di assaporare senza problemi i nostri prodotti". L'azienda ha una capacità produttiva di 20mila kg/giorno di preparati, per i marchi Unika, Centro Carni Company e You&Meat. La gamma di referenze You&Meat, in particolare, nel 2022 ha registrato circa 460mila chili di prodotto.

Canali di distribuzione: retail.

Polpettone di vitello Rolly

Preparazione di carne macinata di vitello. Polpettone composto al 90% da carne di vitello senza glutine. Il classico 'piatto della nonna' all'insegna della convivialità e dell'easy to cook.

Ingredienti
Carne macinata di vitello 90%, acqua, fiocchi di patata, fibre vegetali da agrumi, pisello e carota, farina di riso, sale, aromi naturali, antiossidante: ascorbato di sodio, pepe bianco.
Caratteristiche
Senza glutine.
Peso medio/pezzatura
600 gr.
Packaging
Atm.

"La carne è molto presente nella dieta del consumatore. Vediamo una tendenza positiva e allo stesso tempo un consumatore più attento alla qualità, alla provenienza della carne, ma anche alle caratteristiche organolettiche del prodotto (si pensi alla marezzatura, al dry aged e ad altri elementi che hanno conquistato il cuore dei meat lovers)".

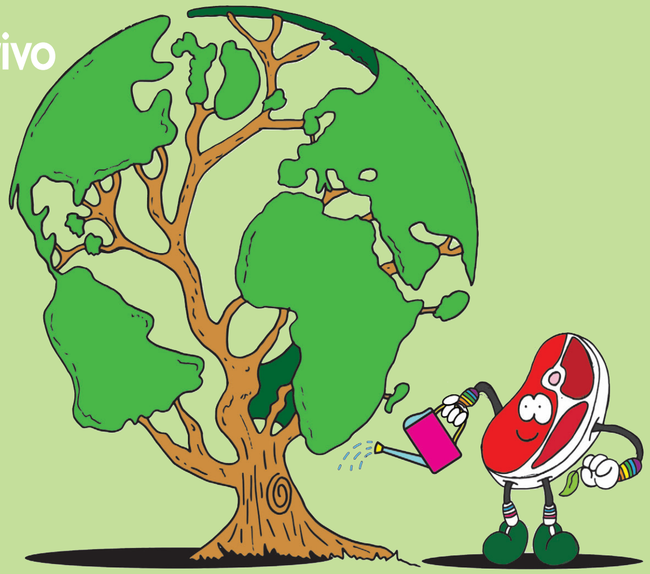
segue

FIORANI®
IL FUTURO ALLE ORIGINI

La Cultura del Cibo
patrimonio di ogni tempo

FIORANI si impegna quotidianamente per introdurre e per promuovere pratiche virtuose, nei processi produttivi come nella vita aziendale e nel tessuto sociale a cui appartiene. Crediamo che sia importante ogni piccolo gesto a favore del benessere delle persone, delle comunità e dell'ambiente.

Ecco qualche idea per un aperitivo veloce e pratico da preparare, anche per celiaci.
Dorati, non fritti.



Fiorani soddisfa tutti i gusti! Scopri tutti i prodotti e le nostre ricette sul sito www.fioraniec.com
FIORANI&C. S.P.A. - VIA COPPALATI N. 52 - 29122 PIACENZA (PC) - P.IVA 01410740334 TEL. +39 (0)523-596111 - marketing.fiorani@fiorani.net

CENTRO CARNE

www.centrocarne.com

Claudia Corradetti, responsabile marketing

Centro Carne può contare su un catalogo di prodotti elaborati ampio, caratterizzato da una buona varietà di referenze. "Per ciascuna 'famiglia' di prodotti, abbiamo diverse varianti, caratterizzate per razza, formato o ricettazione", sottolinea Claudia Corradetti. "Tralasciando il comparto burger, il reparto elaborati si compone quindi di tartare, polpettine, triti e tutta una serie di prodotti marinati e precotti che, negli ultimi tempi, stanno ottenendo delle ottime performance. Tra gli ultimi nati della famiglia Centro Carne, segnaliamo la tagliata marinata precotta, una monoporzione da rigenerare in piastra in pochissimi minuti e già condita. Stiamo anche lavorando per ampliare il comparto dei surgelati e stiamo studiando delle novità interessanti". Come fanno sapere dall'azienda, l'incidenza a volume di queste referenze è di circa il 10%, maggiore invece il suo valore, intorno al 13%. "Ad oggi le carni bovine e suine confezionate fanno ancora da padrone nel nostro fatturato, anche per la tipologia di clienti che serviamo. Tuttavia, il reparto elaborati sta crescendo molto rapidamente ed è sicuramente il futuro. Mentre i banchi macelleria stanno diminuendo sempre di più. È probabile che tra un paio di anni porzionati ed elaborati saranno protagonsti all'interno dei vari punti vendita".

Le caratteristiche

Due elementi chiave che caratterizzano i prodotti Centro Carne sono la 'qualità' e la 'carne'. "Indubbiamente il nostro focus è sulla qualità, garantita al giusto prezzo. Per quanto concerne la carne, poi, utilizziamo solo carni selezionate e il prodotto che proponiamo, seppur elaborato, valorizza al meglio la materia prima. La cura dei dettagli è sicuramente un ulteriore plus che caratterizza i nostri prodotti: prestiamo meticolosa attenzione a tutte le fasi produttive fino alla consegna al cliente, per dare quel quid in più che riesca a differenziarci sul mercato".

Canali di vendita: Gdo e ristorazione.

"Anche se il canale principale è la Gdo, la ristorazione si sta avvicinando sempre più a queste referenze. Il motivo? Principalmente per la difficoltà nel trovare figure professionali specializzate, per ottimizzare le tempistiche e ottenere sempre lo stesso risultato. La differenza, poi, la farà il prodotto: noi puntiamo sulla qualità per offrire un prodotto simile all''Home made' del consumatore, capace di ricordare le ricette di casa".

Tartare di Romagnola 160 gr

Tartare di carne sceltissima di Romagnola.
Caratteristiche
Pronta in pochi minuti, basta solo ossigenare e condire con olio evo, sale a scaglie e pepe nero. Oltre al plus della materia prima e dell'attenta lavorazione, la tartare Centro Carne viene confezionata a bassa pressione, preservando tutto il buono della consistenza.
Peso medio/pezzatura
Peso fisso 160 gr.
Packaging
Skin pack.
Shelf life
15 gg.

"È un segmento in crescita. Le richieste sono soprattutto per prodotti 'healthy', di facile fruizione e sostenibili, sia in termini di materia prima che di packaging".

AMADORI

www.amadori.it

Il catalogo delle specialità crude Amadori è composto da una grande varietà di prodotti che si ispirano e al tempo stesso innovano la tradizione italiana. La categoria comprende: polpettine, salsicce, rollè, spiedini, arrosticini, fagottini e polpettoni. "Nella categoria elaborati pronti da cuocere abbiamo lanciato le Salsicce Pops, freschi e gustosi bocconcini a base di pollo, tacchino e suino 100% italiani", fanno sapere dall'azienda. "Le Salsicce Pops sono le prime salsicce 'giocose' sul mercato: un piatto stuzzicante, aperto a tante ricettazioni. Semplici da preparare e pronte in pochi minuti, sono ideali sia come seconda portata che come finger food".

Le caratteristiche

I prodotti Amadori sono realizzati con carni 100% italiane e da filiera agroalimentare controllata. Sono senza glutine, sono fonte di iodio e sono certificate Spiga Barrata Aic. Pronti in cinque minuti.

Canali di vendita: Gdo, Normal Trade.

Salsicce

Oltre alle Salsicce Pops, Amadori ha introdotto una serie di importanti innovazioni anche sulle altre salsicce in gamma, per rispondere in maniera puntuale alle richieste dei consumatori in quanto a gusto, benessere e contenuto di servizio.
Le Delicate: salsicce di solo pollo e tacchino 100% italiani, fonte di iodio e senza glutine certificate Spiga Barrata Aic, dal sapore delicato per andare incontro a chi non vuole rinunciare al gusto e al piacere a tavola nei formati da 400 gr e maxi da 2,4 Kg.
Le Salsicce con -50% di grassi: le salsicce con la minor percentuale di grassi sul mercato, nel nuovo formato da 400 gr. Gustose, saporite e con un tocco di leggerezza in più. Con carne di tacchino, pollo e suino 100% italiani, fonte di iodio, senza glutine, certificate Spiga Barrata AIC.
Le Classiche: best seller della categoria, si rinnovano col nuovo pack da 400 gr, un formato pensato per le famiglie di oggi, che si aggiunge al formato da 650 gr. A base di pollo, tacchino e suino 100% italiani, senza glutine, certificate Spiga Barrata Aic, fonte di iodio e niacina, ricche di proteine.
Packaging
Il packaging della linea, a partire da ottobre, sarà oggetto di un ulteriore upgrade, per essere sempre più vicini ai consumatori e all'ambiente, con il passaggio a vaschette con il 70% di plastica riciclata.

"L'andamento del segmento è in continua crescita. La categoria delle specialità crude pronte da cuocere registra nella prima metà dell'anno un +8%, con un +4% sul segmento salsicce rispetto allo stesso periodo del 2022 (Fonte: Volumi Nielsen DM weekX1561). Questi dati denotano quindi un aumento delle richieste dal mercato e la ricerca da parte dei consumatori di prodotti gustosi, ad alto contenuto di servizio, facili e veloci da preparare e che coniughino al tempo stesso tutti i benefici delle proteine buone delle carni bianche".

F.LLI GUERRIERO

www.guerrierosrl.it

Giacomo Rappo, responsabile commerciale

F.lli Guerriero - azienda di Villafranca Padovana (Pd) specializzata nella macellazione e lavorazione di carni suine da oltre 30 anni - vanta un catalogo composto da salsiccia, salamella e tastasale sia nella linea Selezione Oro, con carne 100% italiana, sia nella linea Amor Veneto, da suini nati, allevati e lavorati in Veneto. "La flessibilità nella produzione di questi prodotti è molto elevata. Pertanto sia la pezzatura, che può essere a peso fisso o variabile, che il confezionamento, che può variare dallo sfuso, al sottovuoto, all'atp (atmosfera protettiva), vengono contrattati di volta in volta con il cliente". Considerando la produzione del solo salumificio questi prodotti incidono per l'11% del venduto e il 19% della produzione a volume.

Le caratteristiche

"Le nostre salsicce, come anche la salamella e il tastasale, sono realizzate con carni freschissime di suini rigorosamente italiani macellati nella nostra azienda, miscelate in proporzione ben bilanciate con l'aggiunta di modiche quantità di sale e spezie, per offrire un prodotto di alta qualità dal sapore genuino e gustoso".

Canali di distribuzione

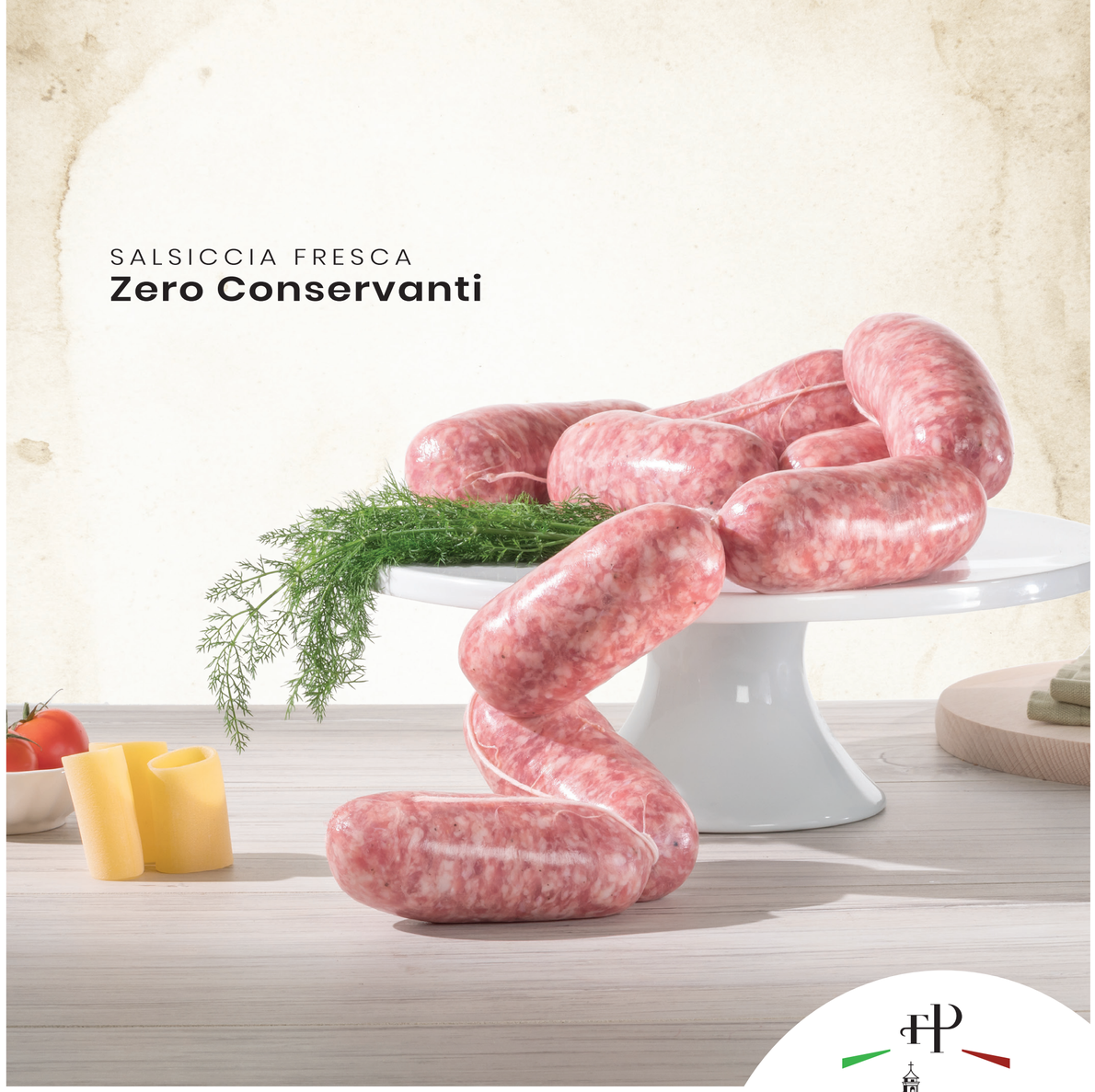
Grazie alla versatilità delle referenze, l'azienda commercializza questi prodotti attraverso tutti i canali, dal grossista, all'Horeca fino alla Gdo.

Salsiccia Amor Veneto 300 gr

La Salsiccia 'Amor Veneto' è realizzata con carni fresche di suino nate, allevate e lavorate in Veneto, sale e spezie, per non alterarne il sapore naturale.
Peso medio/pezzatura
Peso fisso e peso variabile su richiesta.
Packaging
Sfuso, sottovuoto, atp.

"La richiesta degli elaborati freschi è sempre crescente e sta trovando un forte apprezzamento nei consumatori. È un prodotto versatile, adatto ad ogni settore, nonostante ognuno abbia le proprie esigenze di confezionamento e pezzatura".

segue



Made in Genga

Una storia di famiglia, di una tradizione
e di un patrimonio produttivo

Lavoriamo ogni giorno con l'obiettivo di restituire
integri il carattere e l'anima di ingredienti genuini
e autentici affinchè ogni salume possa trasformarsi
in un'esperienza di gusto e bontà.

SALUMIFICIO di GENGA
Famiglia Polli

Lonza

Lonzino

Pancetta Arrotolata

GranPanciotto Frasassi

Il Guanciale

Salame Genga

Salumificio di Genga S.r.l. / Via Meleto 19/B
60040 Genga (AN) / + 39 0732.973357

info@salumificiodigenga.it
www.salumificiodigenga.it

FIORANI & C.

www.fioraniec.com

Valeria Fiorani, responsabile marketing

Il catalogo Fiorani è ricco sia di prodotti a base di carne che di prodotti elaborati freschi, perché segue attentamente le tendenze di consumo che stanno sempre più premiando questo segmento per la sua praticità. "Il consumatore vuole mangiar bene, ma ha sempre meno tempo da dedicare alla cucina, eccoci allora a studiare elaborati che semplifichino la vita dei nostri clienti, veloci e semplici da preparare, ricchi di gusto, ma sempre equilibrati dal punto di vista nutrizionale, con ricette leggere preparate con materia prima di grande qualità", spiega Valeria Fiorani. "Le nostre referenze sono in continua evoluzione, in linea con la filosofia aziendale che persegue il costante miglioramento". Concentrandosi sul mondo elaborati citiamo certamente l'ampia gamma di salsicce Linea Benessere Fiorani e gli spiedini di suino, come anche il rotolo di coppa di suino ripieno, il polpettone di vitello con Parmigiano Reggiano e l'assortimento degli involtini di coppa, di lonza e ora anche di vitello con ripieno di formaggio e pancetta.

Le caratteristiche

"I quattro plus che rappresentano i punti di forza essenziali della nostra azienda sono il costante monitoraggio dell'evoluzione sia del mercato e i suoi bisogni sia delle nuove scoperte tecnologico-produttive e di packging adatte a migliorare la nostra offerta di prodotti e servizi verso il consumatore; la partnership con il Gruppo Cremonini, ovvero la più importante realtà italiana del settore e fra le principali in Europa, grazie alla quale possiamo attingere ad ampie disponibilità di materia prima d'eccellenza, con la garanzia di filiere controllate e di qualità superiore; la nostra grande esperienza nella lavorazione delle carni e nella conoscenza dei materiali di packaging; la nostra ingente dotazione tecnologica che ci permette di processare grandi volumi anche in occasione di picchi di domanda anche just in time. Questi sono i punti di partenza imprescindibili a cui poi associamo un grande lavoro di ricerca e innovazione rispetto alla progettazione delle referenze, in modo da proporre ai nostri clienti prodotti che rispondano realmente alle loro esigenze: formati 'anti-spreco' adatti a nuclei familiari diversificati; ricette sane, ma veloci e semplici da preparare; packaging sostenibili; etichette sempre più dettagliate e di facile lettura, in modo da fornire informazioni utili ai consumatori circa valori nutrizionali, cottura, conservazione e smaltimento delle confezioni".

Canali di distribuzione: Grande Distribuzione Organizzata, industria, discount e settore Ho.re.ca. per cui l'azienda sta studiando ricettazioni ad hoc e formati particolari.

Involtino di vitello con formaggio e pancetta

Gli involtini Fiorani sono una soluzione per mettere tutti d'accordo a tavola, grazie alla tenerezza della carne di vitello unita al sapore rotondo del ripieno a base di formaggio. Con pochi giri in padella ecco pronto un secondo piatto appetitoso, un'alternativa alla monotonia della solita fettina di carne. È una ricetta ideale per tutte le occasioni, da provare anche in versione aperitivo, da servire a tocchetti per stupire gli ospiti.

Caratteristiche
Un secondo piatto pronto in pochi minuti molto sfizioso e pratico. A tagliato a tocchetti ideale anche per aperitivi rapidi e gustosi.

Ingredienti
Carne di vitello 82%, acqua, formaggio 3% (latte, fermenti lattici, sale, caglio microbico), fiocchi di patate, pancetta di suino 1%, olio di oliva extravergine, sale, aroma naturale, piante aromatiche, spezie, correttori di acidità: acetati di sodio, citrati di sodio; antiossidante: acido ascorbico.

Peso medio
250 g (6 pezzi).

Confezionamento
Confezione Atp.

Tempi di scadenza
7 gg.

"Ci sono grandi possibilità di sviluppo nel settore degli elaborati dato l'interesse sempre maggiore dei consumatori per questa categoria di prodotto, pratica, accessibile in termini di costo e gustosa. Fiorani, per questo, da tempo sta lavorando all'ideazione di referenze adatte ai nuovi stili di vita, perfezionando confezioni ed etichette con messaggi efficaci e chiari per il consumatore. I nostri investimenti coinvolgono vari livelli: processi produttivi, ricerca e sviluppo, sostenibilità e comunicazione".

MARTINI ALIMENTARE

www.martinialimentare.com/prodotti/summer-on-fire/

Gianni Ceccarelli, sales director

Martini Alimentare, attento alle tendenze del mercato, già da tempo ha inserito nel proprio catalogo proposte che soddisfano queste esigenze con una vasta gamma di prodotti a base di carne che offrono qualità, gusto e versatilità. "A questo segmento abbiamo dedicato la linea ready to cook 'Quando vuoi' che comprende gustosi piatti pronti da completare in pochi minuti come i Minispiedini, Bastoncini di pollo e altre interessanti ricette, e la linea Martini con spiedini, arrosti, cordon bleu e altre deliziose ricette. A questi, abbiamo aggiunto la limited edition 'Summer on fire' pensata per la cucina all'aperto e dedicata alle cotture alla griglia. Ogni prodotto è realizzato con cura, utilizzando ingredienti di alta qualità e seguendo rigorosi standard di produzione".

'Summer on fire'

'Summer on Fire' è la limited edition creata per tutti gli amanti del barbecue e della cucina alla griglia. La proposta comprende una varietà di specialità fatte con le migliori carni di suino e pollo 100% italiane, accompagnate da salse e marinature. Ci sono sei diverse proposte: Arrosticini Kansas, Arrosticini al ginepro, Mini filetti di pollo marinati, Tomahawk di pollo alle erbe aromatiche, Maxi Hamburger di suino al bacon, Bombette di suino con formaggio, tutte leggere, salutari e allo stesso tempo gustose e stuzzicanti. "'Summer on Fire' ha sempre un grande successo perché oltre ad essere squisita, rende la cucina all'aperto facile, veloce e piena di gusto".

Le caratteristiche

Le carni sono 100% italiane e gli ingredienti impiegati per le diverse ricette sono accuratamente selezionati. "Il grande assortimento e le ricette in linea con i gusti e le tendenze attuali sono un altro punto di forza delle nostre linee. Ed è proprio per andare incontro alle esigenze dei consumatori che abbiamo deciso di offrire piatti già ricettati e pronti per essere messi in tavola e altre preparazioni che possono essere completate con tocchi personali".

Canali di distribuzione: Gdo, negozi specializzati, normal trade e Horeca.

'Summer on fire'

Limited edition pensata per la stagione estiva e dedicata agli amanti della carne alla griglia e del barbecue. Salutare, leggera e gustosa la gamma prevede sei diverse proposte.

Ingredienti
Carne di pollo e suino.

Caratteristiche
Carne 100% italiana marinata e condita.

Peso medio/pezzatura
Da 180 gr a 450 gr.

Packaging
Top seal.

"Gli elaborati di carne offrono comodità e varietà ai consumatori. Nel corso degli anni è stata osservata una crescente richiesta di questi prodotti, in quanto molte persone ne apprezzano la praticità e la rapidità di preparazione. Nuovi stili di vita hanno portato a cercare proposte più in linea e gli elaborati di carne soddisfano questa esigenza. I consumatori sono attratti anche dalla varietà di sapori e gusti offerti dagli elaborati di carne. Per questo noi abbiamo tante proposte che consentono di provare nuovi sapori e, allo stesso tempo, aggiungono varietà al menù di tutti i giorni".

ALCAR UNO - FILIERA UNO

www.filierauno.it - www.alcaruno.it

Matteo Barbieri, divisione commerciale

Nella categoria degli elaborati freschi pronti, Alcar Uno vanta un'ampia gamma di prodotti macinati: ne fanno parte polpette e salsicce, insieme ad hamburger e mini hamburger. A queste referenze presto si aggiungeranno delle importanti novità: è previsto, infatti, a breve, l'inserimento a scaffale di una nuova linea con carni marinate pronte per la cottura a marchio Filiera Uno.

Le caratteristiche

"La nuova linea sarà caratterizzata da prodotti marinati a secco ideali per la cottura sottovuoto a bassa temperatura, per preservare al massimo le naturali caratteristiche della carne", spiega Matteo Barbieri, responsabile commerciale dell'azienda.

Canali di distribuzione: Gdo e Horeca.

Salsiccia

Salsiccia di Filiera Uno. Filiera Uno è una selezione delle migliori carni destinate alla preparazione dei tagli porzionati. Presso gli allevamenti di Alcar Uno, l'azienda cura direttamente ogni fase della crescita, dove l'alimentazione gioca un ruolo fondamentale: cereali nobili, fibre vegetali, sali minerali e vitamine, integrati prevalentemente da siero o latticello. Filiera Uno crede nei principi a tutela della cura del Benessere animale.

Ingredienti
Carne suina, sale, pepe, aromi naturali.

Caratteristiche
Carne naturalmente tenerissima.

Peso medio/pezzatura
80 gr.

Packaging
Skin pack.

"Il prodotto insaccato o marinato pronto da cuocere ha subito un forte aumento di richieste negli ultimi anni. L'obiettivo di Alcar Uno è quello di presidiare anche questo settore, proponendo sempre prodotti naturali e di alta qualità".

segue

FAST & FORTIS

Accoppiata vincente con i nuovi budelli collagenici edibili F-case
per salsiccia fresca e wurstel, resistenti all'insacco e teneri da masticare!

Siamo **distributori esclusivi** per l'italia

Fcase

FABIOS S.A.

FORTIS

Viale delle Nazioni 83 - 41122 MODENA
+39 059 951466 info@fortis-casings.com
www.fortis-casings.com

OCALAB.it

Ingriedienti & Co.

EUROPRODOTTI

www.europrodotti.it

Riccardo Allievi, international sales and head of marketing

Europrodotti è un importante player nel mercato nazionale e internazionale nella preparazione di aromi e ingredienti funzionali per l'industria alimentare, riferita in particolare agli insaccati e ai prodotti carnei. Dispone di una vasta gamma di aromi e ingredienti funzionali per la realizzazione dei preparati freschi a base di carne. "Sempre più spesso i consumatori sono alla ricerca di piatti gustosi, pratici e facili da preparare in una padella, su una piastra o alla griglia, come hamburger, polpette, salsicce - tutti prodotti preparati con carne macinata che rispondono perfettamente a queste esigenze", sottolinea Riccardo Allievi. "Per questo settore, Europrodotti offre soluzioni utili a caratterizzare i sapori, preparazioni aromatiche, studiate per esaltare la qualità di qualsiasi produzione a base di carne macinata, che permettono di ottenere omogeneità e compattezza e una presentazione ottimale. La linea Eurovigor, in tal senso, è la più indicata per queste preparazioni perché assicura la freschezza del prodotto finito".

I.T.ALI - INGREDIENTI E TECNOLOGIE ALIMENTARI

www.italisrl.com

Silvano Bedogni, direttore generale

I.T.Ali, l'azienda di Mancasale (Re) specializzata nella produzione di ingredienti e tecnologie alimentari, ha messo a punto importanti studi sulla shelf life per documentare, in condizioni pratiche, durante la lavorazione e lo stoccaggio, l'effetto di un sistema ottimizzato per la conservazione di elaborati freschi come, ad esempio, la salsiccia fresca. "Dal momento che un produttore non vuole che il suo marchio venga danneggiato da un deterioramento percepibile prima del raggiungimento della data di scadenza, è estremamente importante avere una valutazione affidabile della durata e proteggere il prodotto dal deterioramento microbico, sia mediante misure igieniche adeguate, sia tramite una tecnologia di conservazione adatta", sottolinea Silvano Bedogni, direttore generale dell'azienda. Il deterioramento microbico del cibo, infatti, porta normalmente a una variazione di colore, odore, sapore o consistenza.

Lo studio

Gli insaccati freschi di suino italiano, come la salsiccia fresca, sono alimenti altamente deperibili, con una durata di pochi giorni se conservati all'aria aperta a basse temperature. Il confezionamento in atmosfera modificata (Atm) è ampiamente utilizzato per aumentare la shelf-life della carne, conservata a basse temperature (la miscela di gas più comune per la vendita al dettaglio di carni fresche, contiene circa il 70% di ossigeno e il 30% di anidride carbonica). Per quanto riguarda la salsiccia di maiale fresca, è stato studiato l'effetto di diverse concentrazioni di ossigeno e anidride carbonica (Martinez et al. 2006) sulla shelf -life del prodotto. Gli studi hanno dimostrato che concentrazioni crescenti di anidride carbonica provocano ossidazione sia della mioglobina sia dei lipidi, mentre l'imballaggio privo di ossigeno provoca un aumento della conservazione in termini di colore e stabilità di odore. In contrasto con questi risultati, gli studi di Torrieri et al. (2011) hanno mostrato che il 20% di ossigeno e 70% di anidride carbonica hanno avuto il risultato migliore sulla conservabilità e l'accettabilità sensoriale. Il deterioramento dovuto alla flora microbica nelle carni, in condizioni aerobiche, è principalmente dovuto a specie quali Pseudomonas e altri batteri aerobici psicrotrofi. Senza ossigeno vi è una limitazione della flora. L'inibizione della crescita microbica dovuta agli estratti di spezie è principalmente diretta ai batteri Gram-positivi (ad esempio batteri lattici).

Le soluzioni

Come fanno sapere dall'azienda, è dunque consigliabile stabilire un procedimento basato su tre misure principali: 1) aggiunta di estratti di spezie; 2) ottimizzazione dell'atmosfera protettiva (Atm); 3) ottimizzazione della C-source (fonte di carbonio).

Le conclusioni

"L'aggiunta di estratti di spezie (5 g/Kg) ha avuto un impatto distinto sulla shelf-life. È stato verificato che la crescita totale della flora microbica, nonché dei batteri lattici, è stata ritardata in modo significativo fino al giorno 15, mentre i campioni di riferimento (standard) erano già alterati al giorno 8. Al giorno 15, tutti i campioni trattati con estratti di spezie non hanno mostrato alcun cambiamento significativo del colore. Si può pertanto confermare che l'estratto di spezie ha un impatto positivo sul colore. Il confronto tra la conta microbica totale e i batteri lattici conferma che il deterioramento dovuto alla flora microbica è dominato da batteri lattici psicrotrofi, come il Lactobacillus sakei o Leuconostoc sp., se l'atmosfera non contiene ossigeno. L'impatto della sorgente C (zuccheri) non risulta significativa, in quanto è principalmente contenuta dalla forte azione inibitrice degli estratti di spezie aggiunti. Tuttavia, riducendo il destrosio si ritarda la crescita della flora lattica".

FRATELLI PAGANI – PAGANI CHEF

www.fratellipagani.it – www.paganichef.it

Valentina Cardazzi, responsabile marketing dell'azienda

Fratelli Pagani produce e commercializza aromi e ingredienti esclusivi per l'industria alimentare, con una grande esperienza nella produzione di soluzioni per la lavorazione e trasformazione della carne. Nell'ampia gamma di proposte, l'azienda ha messo a punto 'Soluzioni Healthy': prodotti completamente naturali, tra cui ingredienti, aromi e miscele allergen-free, clean label, biologiche e concentrate per un dosaggio smart.

"Nello specifico, per la produzione di preparati a base di carne fresca, l'azienda dispone di una Gamma di esclusiva Marinate italiane, chiamata Gustosì, che ad oggi è composta da oltre 18 differenti gusti e aromatizzazioni. Ultima nata di questa linea è la Gustosì Cuor di Pistacchio, l'unica marinata al gusto pistacchio e senza allergeni studiata secondo i più recenti trend internazionali dell'Healthy Food. Offriamo inoltre molteplici soluzioni genuine per il condimento e la decorazione di elaborati, come le Linee Decor, Grill, Rub e panature oltre che a una vastissima serie di Aromi come il bbq, l'enhancer naturale, il tartufo, l'affumicato e le diverse intensità aromatiche di maiale, manzo o avicolo. Tra i più particolari, annoveriamo l'aroma Vino, Stagionato o Pollo arrosto". Come fanno sapere dall'azienda, i bestseller di questa linea, a partire dal mese di giugno, sono disponibili sul mercato, anche in nuovo packaging da 600 gr, comodo, pratico, salva freschezza e con tappo rotante con doppio foro. Oltre a questa novità, Fratelli Pagani offre un ampio raggio di soluzioni versatili per la lavorazione della carne fresca, con l'obiettivo di esaltare il colore della carne e assicurarne la freschezza per tutta la durata della shelf-life, tra cui le Linee Roxan, Novit e Noemix, oltre alla Linea di Colture Starter 'Mitfer'. "Il Mitfer Fresh, nel dettaglio, è appositamente studiato sia per grandi produzioni industriali, con un dosaggio per 100 Kg di carne, sia per piccoli lotti di produzione da 20 Kg".

fine

FORTIS

www.fortis-casings.com/it

Marco Benati, general manager

Fortis è fornitore di budella naturali e involucri per salumi da circa 30 anni. "Operiamo in un settore che negli anni si è evoluto in modo significativo e continua a farlo", sottolinea Marco Benati, general manager dell'azienda. "Per questo, anche il nostro lavoro è in trasformazione. Chi produce salumi oggi, infatti, fa parte di un mercato sempre più competitivo e selettivo, dove la tecnologia gioca un ruolo importantissimo e noi che forniamo il budello siamo coinvolti in tutte le problematiche che i nostri clienti affrontano quotidianamente nei loro processi produttivi e di vendita. Il budello, oltre ovviamente alla fase di insacco, partecipa attivamente alla fase di maturazione del prodotto che una volta stagionato viene confezionato, il tutto dettato da precise strategie commerciali e di marketing. Per i prodotti freschi è la stessa cosa (senza la fase della stagionatura ovviamente), ma tutte le esigenze di velocità ed economicità sono ancora più esasperate. Noi di Fortis abbiamo quindi deciso di non subire passivamente le richieste dei clienti - che ribaltano su di noi i singoli problemi, dalla produzione alla vendita - ma vogliamo avere un approccio attivo. Per questo motivo, pensiamo in anticipo, insieme al cliente, a tutti i passaggi, dalla natura del prodotto, al suo comportamento nelle varie fasi del processo produttivo, fino a come si deve presentare una volta confezionato". Solo così Fortis riesce a fare una scelta 'pensata e ponderata' del budello più indicato, lavorando in sinergia per arrivare alla soluzione migliore. "Una volta consegnata la merce, non possiamo pensare di considerare finito il nostro lavoro: dobbiamo dare di più, aiutare e cooperare affinché i nostri clienti raggiungano i loro obiettivi strategici, così che vendano di più e meglio. Questo ci permette di avere clienti sempre più affezionati e fidelizzati".

Ma quali sono le principali difficoltà in questo settore? "Trovare marginalità e contenere i costi di produzione sono le due problematiche che stanno sempre più condizionando le scelte dei salumifici, e su questo argomento siamo in prima fila ad invitare i clienti a misurarci in termini di incidenza €/kg. I nostri prodotti, infatti, sono confezionati affinché possano essere sempre valutati in modo corretto, niente prove a campione, ma rese puntuali e controllo quotidiano del costo. Pertanto, niente prodotti sfusi in secchielli o cassette o contenitori difficili se non impossibili da valutare. Tutte le nostre merci sono confezionate in porzioni ben separate e di piccole dimensioni, facilmente controllabili attraverso il controllo del peso insaccato, secondo un principio di trasparenza totale".

Le novità

Fortis ha ampliato la propria gamma con un budello collagenico per salumi crudi e cotti: il polacco Fabios. "È ottimo per le salagioni e sta ottenendo un buon successo", sottolinea Benati. Alla stessa famiglia appartiene la linea per salsiccia fresca e wurstel, a marchio F-case. "Si tratta di un prodotto edibile che soddisfa la richiesta di un mercato sempre più orientato verso la standardizzazione e l'alta produttività. Le sue vendite stanno andando così bene che abbiamo ottenuto dal produttore la distribuzione esclusiva per l'Italia. Crediamo che la possibilità di offrire un assortimento maggiore, anche per noi che siamo nati e cresciuti con una spiccata e quasi integralista vocazione per il budello naturale, non rappresenti un tradimento ma, al contrario, un'apertura verso soluzioni alternative che i nostri clienti meritano di poter valutare".

di Federica Bartesaghi

Macchine packaging: “L’unione fa la forza”

2022 un altro anno record per il settore, con il fatturato totale che sale a 8 miliardi e mezzo. I dati presentati da Ucima. Le parole del suo presidente, Riccardo Cavanna. E l’intervento del numero uno di Confindustria, Carlo Bonomi (con stoccata a Timmermans).

“L’unione fa la forza”. Il motto di Ucima ben riflette i suoi obiettivi: lavorare in sinergia per consolidare la leadership italiana nel mercato mondiale delle macchine per il confezionamento e l’imballaggio. Una leadership in realtà condivisa con la Germania, ma che oggi vede nei competitor asiatici la sfida maggiore per la nostra industria. La ricetta vincente? Per Ucima, è rafforzare ancor più l’immagine del ‘brand Italia’ nel mondo - al pari di quanto già fatto da settori come l’alimentare o la moda - e creare filiere di approvvigionamento forti, laddove possibile condivise, affinché le turbolenze dei mercati mondiali non possano più mettere in difficoltà un’eccellenza indiscussa della nostra manifattura. Non solo, l’unione di intenti consentirebbe di fare massa critica sui quei tavoli, italiani ed europei, in cui si prendono le decisioni importanti, quelle capaci di determinare l’andamento futuro del comparto. Un esempio su tutti: la battaglia sul Regolamento Ue sugli imballaggi e i rifiuti da imballaggio.

Di questo e molto altro si è parlato a Baggiovara di Modena, lo scorso 10 luglio, in occasione dell’annuale Assemblea dei soci di Ucima, l’associazione nazionale che rappresenta ben 200 costruttori italiani di macchine per il confezionamento e l’imballaggio. Durante l’evento, che ha riunito associati, stampa, rappresentanti delle istituzioni e anche il presidente di Confindustria, Carlo Bonomi, sono stati presentati i dati contenuti nell’11esima Indagine statistica nazionale realizzata dal Centro Studi Mecs - Ucima, che ogni anno fotografa l’andamento del comparto. 616 le aziende censite, che contano oltre 37mila addetti.

Riccardo Cavanna

Fatturato 2022: è ancora record

Il settore delle macchine automatiche per il confezionamento e l’imballaggio segna un nuovo traguardo storico: nel 2022 il comparto ha registrato un fatturato pari a 8 miliardi e 537 milioni di euro, a +3,6% rispetto al precedente record del 2021. Se si considera il periodo 2019-2022, in quattro anni il giro d’affari del settore è cresciuto di circa mezzo miliardo.

Quello passato, a detta del presidente di Ucima, Riccardo Cavanna, è stato davvero “un anno straordinario”, nonostante “gli effetti devastanti” di pandemia, guerra e crisi degli approvvigionamenti che hanno determinato un forte rallentamento negli investimenti dei clienti, soprattutto del mondo food & beverage. “Il settore, però, si conferma resiliente”, aggiunge Cavanna, che vede nelle joint venture e nelle aggregazioni tra imprese una strada per crescere, dato che “maggiori dimensioni si traducono anche in un maggior raggio d’azione per essere competitivi sui mercati mondiali”. Dove, ricorda Cavanna, “un prodotto su quattro è confezionato con macchine italiane”.

La vocazione all’export delle aziende italiane trova conferma nei dati, con il fatturato estero che nel 2022 incide per il 77% sul totale, per un valore di 6,57 miliardi (+1,7% sul 2021). Il podio delle aree geografiche resta immutato: con 2,52 miliardi di ricavi l’Ue si conferma la principale area di destinazione delle macchine made in Italy e assorbe il 38,4% dell’export totale. Seguono l’Asia, con 1,23 miliardi di euro di giro d’affari (18,8%) e il Nord America, con 1,14 miliardi.

Il mercato interno segna a sua volta un notevole balzo, con una crescita del 10,6% rispetto al 2021, che porta i costruttori italiani a sfiorare i 2 miliardi tra le mura domestiche: 1,96 miliardi il consuntivo finale, con una percentuale sul fatturato totale pari al 23%.

E nel 2023? Secondo le indagini condotte dal Centro Studi Mecs - Ucima, il 47% delle aziende intervistate si attende un’ulteriore crescita. Il 41,7% prevede un proseguo di anno stabile mentre il 10,3% invece teme un calo.

I settori clienti e il fatturato per tipologia produttiva

Dal punto di vista dei settori clienti la suddivisione tra food & beverage e industrie non food è rispettivamente del 56,7% e del 43,3%. In dettaglio: nel 2022 il food risulta il primo settore cliente, assorbendo il 31,9% del fatturato totale con i suoi 2,72 miliardi. Il beverage si colloca al secondo posto: 24,8% del fatturato totale, un valore assoluto di 2,11 miliardi e una crescita di 8 punti percentuali. Terzo gradino del podio per il tissue e altro con 1,59 miliardi (18,6% del totale), in rialzo del 6%. Seguono il pharma, il cosmetico, il settore chimico e l’home care.

Guardando invece alle famiglie di macchine, quelle per il packaging primario si confermano trainanti con il 50,2% della distribuzione del fatturato (4,28 i miliardi), seguono il segmento del fine linea, del labelling e delle attrezzature ausiliarie (28,4%) e il packaging secondario, che assorbe il rimanente 21,4%.

Le sfide del comparto e il ruolo dell’associazionismo

L’intervista rilasciata dal presidente di Confindustria, Carlo Bonomi, è stato uno dei momenti clou dell’evento organizzato da Ucima. D’altronde, negli ultimi anni l’associazione modenese - che nel 2024 si prepara a spegnere 40 candeline - ha investito tempo, risorse ed energie per difendere gli interessi delle sue imprese ai tavoli ‘giusti’. Un esempio su tutti è quanto realizzato in pandemia, quando grazie anche all’impegno profuso in sede confindustriale le imprese del mondo packaging sono state inserite nell’elenco delle aziende ritenute necessarie e, per questo, hanno potuto continuare a lavorare. Un altro esempio virtuoso è la collaborazione instaurata con altre due associazioni di settore - Acimac (macchine e attrezzature per ceramica) e Amaplast (macchine e stampi per materie plastiche e gomma) - per trarre benefici trasversali agli associati dei tre settori. E proprio in occasione dell’Assemblea 2023 Cavanna annuncia l’adozione di un nuovo protocollo associativo “che sancisce il successo di questo modello virtuoso”.

Nonostante l’ottimo consuntivo, il 2023 presenta diverse incognite che rendono difficili e fare previsioni a lungo termine. “Per la seconda parte dell’anno”, sottolinea ancora Cavanna, “gli indicatori a nostra disposizione delineano un rallentamento della domanda globale”. A destare particolare preoccupazione sarebbero l’aumento dei tassi di interesse, l’incertezza che ancora insiste in alcune aree del mondo e la mancanza di nuove politiche di 4.0 oltre che, naturalmente, il nuovo Regolamento europeo degli imballaggi.

Sul tema si è espresso anche il presidente di Confindustria Carlo Bonomi, che ha sottolineato la mancanza di dati empirici sul fatto che il riuso sia migliore del riciclo, anche da un punto di vista dell’impatto ambientale. “Purtroppo”, afferma Bonomi, “noi abbiamo un commissario di nome Timmermans [vicepresidente della Commissione europea, ndr] che ha dimostrato di avere un approccio ideologico”. Industria, quella del riciclo, di cui tra l’altro l’Italia vanta la leadership assoluta su scala europea. Nel 2021 il nostro Paese ha avviato a riciclo più del 73% dei rifiuti da imballaggio, raggiungendo con largo anticipo l’obiettivo comunitario del 70% nel 2030.

EUROVISIONWEB 1T

GOLDEN FOOD

IL MONDO DEL ROAST BEEF

POLPA DI MANZO ROAST BEEF ALL'INGLESE

Sottofesa di bovino adulto

IT-111-006

100% NATURALE,
PRIVO *di conservanti,*
SENZA *glutine,*
SENZA *proteine del latte ed allergeni,* OGM *free.*

A marchio o in Private Label il ROAST BEEF GOLDENFOOD *è sempre un ottima scelta.*

Newww.goldenfood.it