

iMEAT[®] GIORNALE

Anno 8 - n. 39
MAGGIO/GIUGNO 2020



14 Come sono cambiate le abitudini alimentari durante il lockdown?



16 Carne rossa, un alimento prezioso. Ma deve essere di qualità



22 Osteria di Fornio, la tradizione è servita



24 La sicurezza alimentare al tempo del Covid-19



3 DOSSIER

La macelleria durante il lockdown per Covid-19: ne parlano i diretti interessati

Meno preparati cotti, più tagli di carne da cucinare

THE TRUE TASTE OF ITALY

IL VERO GUSTO ITALIANO



the true taste of Italy



Headquarters and plant
Via Europa, 15/17/19 - I-20863 Concorezzo (MB)

Logistic centre
Via G. Galilei, 3 - I-20875 Burago di Molgora (MB)

Phone +39 039.6042822 - Fax +39 039.6042824 - Quality Control Fax +39 039.6042834

www.europrodotti.it - info@europrodotti.it

La macelleria durante il lockdown per Covid-19: ne parlano i diretti interessati

Meno preparati cotti, più tagli di carne da cucinare

di Maristella Pastura

E innegabile che l'emergenza sanitaria causata dal Covid-19 abbia condizionato ognuno di noi, dalla vita privata, mai così limitata nei confini di casa, a quella lavorativa anch'essa molto

spesso circoscritta nelle mura domestiche.

Nulla è stato normale: anche per quelle attività che erogavano prodotti e servizi di primissima necessità, tempistiche e metodologie di lavoro sono state "rivedute e corrette".

Come hanno affrontato i macellai italiani questa situazione inaspettata quanto difficile? Hanno risposto alla domanda i diretti interessati: dal Veneto alla Sicilia è emerso un quadro chiaro e pressoché unanime circa le norme di sicurezza ed igiene,

lo spostamento degli acquisti, l'evoluzione del servizio, l'oscillazione dei prezzi, i supporti istituzionali.

L'indagine è stata condotta all'inizio della fase 2 quindi i commenti sono prevalentemente riferiti al periodo di lockdown totale.

FABIO BENATO - Macelleria Bovina Benato Fabio - Lozzo Atesino (Padova)

Ho chiuso circa quattro giorni a metà marzo, poi ho ripreso a lavorare adottando la modalità di ordinazione con ritiro su chiamata, quindi l'affluenza è cambiata ed abbiamo potuto tutelare tutti, sia il cliente che noi stessi. Tanti sono ancora un po' scettici nell'ordinare prima e ritirare poi, tanti altri invece l'hanno ritenuta una formula valida che ha permesso di evitare l'attesa in coda fuori dal negozio. Abbiamo continuato con la modalità di chiusura al pubblico fino dopo Pasqua. Ora stiamo lavorando normalmente, con due persone alla volta con guanti, mascherine, gel etc., con una sanificazione ancor più profonda per un'ulteriore garanzia di sicurezza. Insomma, abbiamo dovuto fare degli acquisti non programmati...

Come sempre nei periodi delle festività ci sono degli aumenti, in questo frangente sono stati un

po' più alti perchè la materia prima scarseggiava rispetto alla domanda. Parecchi articoli non arrivavano, li consegnavano in quantità ridotta o cambiando la modalità, per esempio non più frazionata ma in quantità intere.

Il cliente ha prevalentemente ordinato per una sorta di ricordo, il macinato per ragù, le polpette, le fettine di maiale e di manzo, gli hamburger, il pezzo da fare bollito o arrosto. Noi siamo una macelleria classica, anche se facciamo trovare qualcosa di pronto da cucinare, ma in questo periodo abbiamo lavorato sulla ricerca di novità: abbiamo messo su facebook delle nuove ricette stimolando il cliente a provare gusti nuovi rispetto alla solita fettina.

A livello governativo, ritengo che le problematiche siano state tante e assolutamente imprevedute. Qualche aiuto c'è stato, tuttavia c'è stata confu-



sione e disomogeneità nel diramare le norme, lasciando troppo spesso ad interpretazioni che hanno disorientato. Dobbiamo lavorare con più tranquillità, in modalità chiara e potendo usufruire di un buon servizio. Usciremo da questo periodo sani, ma malati psicologicamente, stressati, senza soldi e pieni di plastica da smaltire!

FRANCESCO CAMASSA - Macelleria Camassa - Grottaglie (Taranto)

E cambiato tanto! Sin dal primo giorno mi sono impegnato a garantire una sorta di integrità dei miei ragazzi, che non mi hanno mai detto di no, e dei clienti posizionando un dosatore automatico di gel all'ingresso, con mascherine usa e getta per i clienti che non ne erano provvisti e guanti. Abbiamo ridotto gli orari di lavoro chiudendo alle 18 ma con l'apertura continuata affinché la gente non si accalcasse e potesse far la spesa durante tutta la giornata. Per le forniture in esterno, fin dal primo giorno mi sono bloccato perché l'operatore delle spedizioni non mi garantiva la consegna dalla Puglia al nord o in centro Italia in 24 ore. Ovviamente il mio bacino di utenza per la prima



fase è stato solo la mia cittadina in quanto da fuori nessuno poteva arrivare: essendo la mia azienda impostata su un tipo di carne al top, il mio bacino di utenza per il 50% proviene da fuori, quindi ho cercato di accontentare i clienti-amici nel raggio solo di 20 km grazie anche ad un collega che mi ha dato appoggio sulle consegne. I miei clienti per la carne frollata arrivano anche da 150-200 km, quindi per oltre due mesi ho preferito tenere le bistecche in cella a riposo, per non generare stress tali da condizionare la corretta frollatura. Dalla seconda

fase ho subito cominciato a ricevere le prenotazioni da tanti clienti anche di passaggio.

Comunque i tagli canonici al mio banco non mancano mai, ed il lavoro tradizionale mi ha consentito di andare avanti. Ho sospeso la parte di ristorazione e gastronomia da asporto, perché il mio valore reale rimane la carne cruda e voglio mantenere la mia identità di macellaio. La professionalità infatti paga e proprio in momenti come questo è indispensabile. A differenza di prima, si sono vendute tantissime bistecche da tenere in casa, sia di maiale che di pollo e di vitello, ed un ritorno agli spezzatini, ai ragù, ai cibi di una volta perché costretti a passare le domeniche in casa. Ma credo che a fine anno tutto tornerà alla normalità.

Non ho fatto richiesta dei 600 euro perché sono sempre rimasto aperto e poi perché volevo dare disponibilità ad altra gente che ne aveva davvero bisogno... Quanto agli aumenti, ce ne sono stati dovuti però all'aumento delle spese.

STEFANO CASELLA - Macelleria dell'Edera - Ponticella (Bologna)

I 99% dei macellai sono rimasti aperti, attivando tutte le procedure, dalla gestione dei flussi al distanziamento, con un afflusso superiore a quello normale e file all'esterno del negozio. Oggi le altre aperture vivono su quanto sperimentato alcune categorie come la nostra nei due mesi precedenti.

Personalmente ho operato solo in negozio. La zona era delimitata e ho avuto un afflusso di persone notevole, anche perché molti non erano abituati a stare in casa e mangiare lì sette giorni su sette: già alle 6,30 di mattina avevo dieci persone in fila che attendevano l'apertura. Siamo riusciti ad operare rispettando le distanze, senza problemi per le mascherine, con il posizionamento immediato del plexiglass alla cassa etc.

Ora si comincia a notare un ritorno alla normalità, anche se la cartina al tornasole ci dirà qualcosa fra tre mesi, soprattutto se continuano a non arrivare soldi alle famiglie, e non si immettono risorse sul



mercato. Purtroppo le attività che erano abituate a vivere con la cassa sono in grande difficoltà. Le banche sono state pronte ad attivare le procedure, ma i cavilli burocratici rallentano i flussi.

Lavorare nel periodo iniziale della pandemia è stato davvero difficile. Ora si vive alla giornata, si lavora in maniera anomala perché non si capisce che cosa succederà in futuro. Il governo non si è

confrontato con le varie categorie, tra chi legifera e chi opera c'è troppa distanza, c'è una mancanza di sinergia tra una parte e l'altra. Abbiamo dimostrato che se c'è volontà le cose le possiamo fare: il ponte Morandi insegna, dovrebbe diventare routine e non l'eccezionalità.

Abbiamo assorbito gli aumenti ed in virtù del riallineamento dei mercati tutto è tornato normale. Da un lato abbiamo venduto di più, ma è mancata la grossa fetta dell'horeca che ha creato degli sbilanciamenti.

Negli acquisti sono sparite le cose un po' frivole, si è andati su prodotti solidi e di sostanza, più hamburger, più macinato, più ragù da fare in casa...I nuovi clienti hanno capito la nostra professionalità e qualità, la differenza tra noi e altri canali distributivi, ciò favorirà il loro ritorno e quello di clienti giovani che non erano mai entrati in negozio. Dobbiamo cogliere nelle cose negative la parte positiva da far fruttare guardando avanti.

Maurizio Arosio, presidente Federcarni, risponde ad alcune domande

In programma iniziative di promozione per il prossimo autunno

“Fortunatamente, o sfortunatamente dipende dai punti di vista, quella della macelleria è stata un'attività che ha potuto stare aperta. Va da sé che, potendo continuare a lavorare, la maggior parte dei problemi economici si sono potuti contenere.” Così esordisce Maurizio Arosio, presidente di Federcarni, al quale abbiamo chiesto un parere istituzionale sulla situazione Covid-19 in rapporto al settore della macelleria al dettaglio. “Per questa ragione, come Federazione ci siamo limitati a scrivere una lettera di incoraggiamento con uno spirito aggregativo e di partecipazione - prosegue - lasciando tranquilli gli associati fortemente impegnati a gestire il lavoro in una situazione del tutto eccezionale.”

Quale sviluppo hanno avuto le attività degli associati sul territorio italiano?

La stragrande maggioranza è stata aperta nonostante la ristorazione si fosse fermata. C'è stata infatti una concentrazione sull'attività tradizionale: la gente è stata bloccata in casa ed è tornata un po' alle origini in fatto di cibo e cucina.

Avete realizzato o sono in fase di programmazione delle iniziative

da un punto di vista istituzionale?

Ci scontreremo prossimamente con l'aspetto economico, con un impoverimento generale. Per questo stiamo programmando delle iniziative di promozione articolate con una certa uniformità territoriale, come per esempio i pacchi a prezzi scontatissimi. Alcune province lo stanno già facendo, ma vorremmo organizzare qualcosa di più generalizzato. Ci siamo attivati sui nostri blog e su facebook con l'hashtag “Carne sana e salute” e con suggerimenti sull'utilizzo ottimale dei prodotti, principalmente della carne, ovvero su come risparmiare utilizzando al meglio gli alimenti e limitare lo spreco. Fare economia attraverso il non spreco.

Entro quanto pensate di attivare la promozione con i pacchi scontati?

L'estate è un periodo che stravolge un po' tutto, la gente si sposta e quello che succedeva in città succederà prossimamente in posti di vacanza. Quindi ora non è il momento migliore per avviare l'iniziativa anche perché dobbiamo prendere contatto con tante realtà e situazioni diverse. Ragionevolmente partirà verso settembre anche perché proprio in quel periodo emergerà il vero risultato economico dopo quello che è successo. Si tratta di

capire quante persone riusciranno a riprendere il lavoro nella normalità, quante non lo potranno fare, quanti soldi resteranno nelle tasche. Adesso è ancora un po' prematuro.

Con la pandemia il delivery è diventato una formula molto gettonata anche in macelleria: potrà consolidarsi in futuro?

Abbiamo già un tipo di clientela che vuole i prodotti a casa e, in questa situazione, si è sovradimensionato questo servizio vista la difficoltà a servire le persone nei tempi e nelle modalità richieste dalle norme. Molti hanno preferito tenere aperto solo mezza giornata e l'altra mezza dedicarla alla preparazione dei servizi e alla consegna a domicilio. Normalmente e per la tipologia dei nostri prodotti, la gente compra molto di più se vede la merce: lo prova il fatto che in questo periodo le preparazioni sono quasi sparite, un po' perché la gente cucinava a casa, un po' perché, mancando la comunicazione visiva, ci si è orientati verso altri prodotti. Nel nostro settore, quella Amazon non è una modalità molto sviluppata, inoltre spedire una bistecca o un taglio di carne al di fuori magari della cerchia del proprio negozio è ben diverso che spedire un pacchetto di chiodi



in una scatola. Refrigerazione, sicurezza e quant'altro non aiutano.

Ci potrà essere una eventuale selezione delle attività?

Si tratta di capire se e quanto i nuovi clienti, che in momenti critici e di paura cercano la faccia conosciuta e responsabile dietro il banco, torneranno alle precedenti abitudini di acquisto nella grande distribuzione. È difficile dirlo ora, perché sono tanti gli aspetti tra loro concatenati: il vantaggio economico, l'opportunità di non fare doppie file, il tempo che prima c'era e ora non c'è più perché si torna al lavoro e i ragazzi a scuola, la dimensione diversa del cibo a casa, il ritorno nelle mense o al panino. Penso che non ci sarà un grandissimo cambiamento rispetto

GIUSEPPE CINGOLANI - Qualità e Amore - Carni & Food - Villa Musone-Loreto (Ancona)



La politica come la macelleria non è un giochino e quindi va gestita da persone competenti. I nostri governanti dovrebbero guardare le perdite di ognuno di noi e coprirle tal quali. La gente seria dovrebbe essere sostenuta, visto che lo Stato la conosce perfettamente.

Ciò premesso, noi ci siamo dedicati alla macelleria che con gli asporti di carne cruda e cotta ha fatto un buon lavoro, ma a livello di budget aziendale abbiamo perso una bella fetta di fatturato vista la chiusura della ristorazione. Se la famiglia torna ad avere un potere d'acquisto, l'economia riparte e ripartono tutti i settori...ma la situazione è davvero difficile. Se l'Italia fosse stata la mia azienda mi sarei buttato sul plasma dando addirittura un incentivo a chi lo donava!

Tornando alla mia attività, in gennaio e febbraio, nella seconda e più recente macelleria, abbiamo fatto il 40% in più rispetto allo scorso anno, la gente cominciava a conoscerci... poi è scoppiata la pandemia. Ora viviamo alla giornata, con la speranza che questa situazione determini una

selezione. L'unica soluzione è non creare allarmismi e abbassare i toni perché, ora, siamo pronti per affrontare la malattia. D'altra parte non possiamo pensare di non ammalarci più.

Sosteniamo il lavoro della macelleria con la pubblicità attraverso i social e on line, abbiamo due furgoni, a Pasqua abbiamo fatto 500 pasti d'asporto, facciamo pacchi famiglia da 20-25 euro e proponiamo un menu d'asporto, è un sopravvivere che non dà utile. Abbiamo aperto il ristorante con 20-25 rispetto ai 60 di prima, facendo il 50% di sconto, con un'autocertificazione che consenta a parenti ed amici di stare vicini per ricreare un po' di normalità.

Ma non ci fermiamo: abbiamo un progetto per aprire a Pasqua del prossimo anno un ristorante di carne sul mare, ma occorre avere un minimo di tranquillità per continuare ad investire e arrivare abbastanza velocemente alla normalità.

I prezzi sono stati un po' altalenanti ma senza eccessi, nel nostro settore la merce è ancora tanta e poi mangiamo meno.

a prima, anche se è difficile immaginare che cosa faranno i consumatori tornando alla normalità.

Come giudica i vari provvedimenti e le normative adottate?

Ragionare su 60 milioni di persone che si sono trovati praticamente in un film di fantascienza non è certo cosa facile. Sono state fatte probabilmente cose inutili e non ne sono state fatte alcune utili. Pensare di far ragionare tutti nello stesso modo è

pressochè impossibile, le manifestazioni di questi due giorni ne sono la testimonianza.

C'è stata sinergia tra Istituzioni e categorie produttive e/o commerciali?

Da parte di Confcommercio, che ha i rapporti con le Istituzioni, ho ricevuto dai 10 ai 12 messaggi giornalieri su ogni nuova decisione. Essendo le nostre attività aperte, non c'è stata necessità di approfonditi confronti e

CARLO FERRANDO - Macelleria Da Carlo - Genova

L'attività nostra non comprende preparazioni cotte, ma solo crudo e il pronto cuoci. La lavorazione al banco è rimasta invariata anzi è aumentata molto, in quanto la gente riusciva a venire lo stesso. Ma abbiamo anche aumentato le consegne a domicilio. Avendo la vendita on line, sono quasi quintuplicati gli ordini sul sito internet, una salvezza in quanto sul fronte della ristorazione abbiamo avuto il blocco totale.

Ci siamo organizzati con contenitori isotermitici e uno scooter attrezzato per evadere la consegna in 20 minuti-mezz'ora. Addirittura ho assunto un'altra persona e ci stiamo organizzando per essere ancor più veloci sia nel carico del sito che nella preparazione.

Tanta gente ha scoperto la nostra qualità e sta mantenendo gli acquisti. Riaffattarsi, per alcuni, ha significato adottare un sistema più performante rispetto a prima, quindi non tutti i mali vengono per nuocere.

Sono sempre attento a posizionare l'attività un gradino più sopra lo standard offrendo qualcosa in più, spesso

svincolato dal lavoro tradizionale. Vedo che da un po' di anni si va verso la ricerca della qualità e, non essendo il mio competitor il supermercato, devo dare un valore aggiunto superiore anche in termini di servizio, fidelizzando il cliente soprattutto nei momenti allarmanti o come quello attuale. Se faccio un tramezzino di carne uso la stessa carne della fettina che vendo al banco, non gli scarti!

Vista la forte richiesta di frollato e di tagli barbecue e on line, abbiamo deciso di rendere il pronto cuoci più basilari e pratici, sia per noi che per il cliente, ed inserito delle referenze diverse, più da banco, come fettine, spezzatini, petto di pollo, per la spesa di tutti i giorni. Con la seconda fase le abbiamo tolte perché sono tornati ad acquistare in negozio.

Purtroppo però, se non riprende tutto, la favola finisce anche per noi. Servono meno parole e più fatti poiché anche nel piccolo c'è stato un esborso aggiuntivo per mascherine, totem per il gel, sanificazione, corso formativo, guanti... io me lo posso permettere ma qualcuno non ce la fa. E qualcuno ha preso i 600 euro senza avere davvero dei problemi!



sono state fatte scelte di tipo scientifico e non politico, come ad esempio il numero di accessi in negozio. D'altra parte, chi non si occupa di associazione e non ne fa parte non sa ciò che viene realizzato. Le categorie che erano aperte hanno avuto ciò che poteva loro servire in quella condizione, per le altre ci sono stati i 600 euro. Comunque è sempre difficile scegliere ciò che può essere utile e sempre bisogna ragionare con i mezzi economici a disposizione.

Continuerete a organizzare le gare dei giovani macellai?

L'intenzione è quella di riuscire a fare, da settembre a marzo del prossimo anno, almeno altre 5 gare in luoghi protetti, che alcune aziende ci metteranno a disposizione, per arrivare alla finale effettuata su 8-9 selezioni alla prossima fiera iMEAT. L'aspetto legato ai giovani è diventato la base del nostro lavoro volto a rivitalizzare la categoria proprio partendo dall'età.

MARA LABELLA - Macelleria Labella Mara - Sermoneta (Latina)

Ci siamo adeguati subito alle normative del Governo. I primi tempi c'è stata un po' di paura, ma poi ci siamo attivati sia per il benessere del cliente che nostro. È cambiato tantissimo il modo di mangiare: prima erano gettonatissimi i preparati, invece in questo periodo la gente ha preferito la bistecca, la fettina, lo spezzatino, il macinato. Quindi si è trasformato anche il nostro modo di lavorare.

In generale ci è mancato il contatto con le persone e la serenità abituale nello svolgere il lavoro, a volte con la paura che qualcuno facesse il colpo di tosse!

Però abbiamo lavorato di più rispetto a periodi normali ed abbiamo aggiunto personale, anche se avrei preferito lavorare di meno e non dovermi rapportare a questa pandemia. Sanifichiamo ogni giorno e usiamo il vaporizzatore apposito ogni 10



persone che entrano in negozio. In questa situazione abbiamo incentivato il servizio a domicilio con il nostro furgone, sempre nel rispetto delle normative di sicurezza, facendo consegne anche

per piccolissime spese. Abbiamo fatto qualche piatto d'asporto, tanta beneficenza per le famiglie bisognose, pacchi famiglia e aderito ai buoni pasto.

Pensavamo che quest'anno l'abbacchio non si vendesse, soprattutto a Pasqua, invece negli ultimi giorni c'è stato un boom di richieste mentre sono andati meno i prodotti per le grigliate.

Ci sono stati ritocchi sul maiale e sul pollo, ma abbiamo lasciato i prezzi al consumo invariati. Non c'è stata speculazione in quanto l'aumento è stato determinato dal fatto che nelle aziende mancava personale per cui sono stati adottati turni di notte con costi superiori.

Nonostante la situazione non fosse facile per nessuno, alcune decisioni non sono state corrette: certo, se venisse fatto tutto ciò che stanno promettendo...il Governo deve aiutare noi commercianti.

CLAUDIO LIMBERTI - Ristomacelleria Rosso 27 - Vercelli

Pensavamo succedesse solo nei film di fantascienza. Nella ristorazione avevamo notato già a inizio marzo un po' di flessione, quindi ancor prima delle direttive abbiamo sospeso questa attività. Abbiamo creato un profilo whatsapp business con l'elenco prodotti e prezzi, i clienti hanno potuto prenotare e ci siamo attivati per la

sicuro ci hanno preferito con consegna su appuntamento. La macelleria è stata aperta con orario ridotto, ma siamo riusciti a lavorare tutti, facendo qualche ora in meno ciascuno, in massima sicurezza.

Essendo a casa, le persone hanno cucinato di più: piatti pronti cotti a bassa temperatura oppure vasettame per ragù pronti e altro si sono un po' fermati, mentre tagli tipo arrosti, bolliti, carne trita sono stati molto richiesti.

Non ci sono stati aumenti da parte nostra, nonostante qualche impennata dei prezzi soprattutto nel periodo pasquale. Abbiamo invece cercato di sostenere l'economia locale acquistando prodotti della zona.

Purtroppo la politica non vive la vita reale: l'errore più grosso è stato quel-

lo di non chiedere a chi opera sul campo. Noi macellai sanifichiamo da tantissimi anni e siamo già strutturati per lavorare in assoluta sicurezza, ma c'è stata molta improvvisazione. Penso che ci vorrà un anno per tornare su livelli di stabilità accettabili; per la ristorazione è tutto da valutare, anche perché occorrerà verificare se il consumatore sarà disposto a recarsi al ristorante.



consegna a domicilio solo con pagamento da remoto.

Ancora non abbiamo attivato la ristorazione e la caffetteria, con la perdita recuperata in parte dalla macelleria dove abbiamo visto clienti che non ci conoscevano o ci conoscevano solo di nome: tanti sono tornati, tanti che andavano nei supermercati vedendo che l'accesso al nostro negozio era più

FRANCESCO MAIORANO - Maiorano Carni - Battipaglia (Salerno)

Il lavoro in se e per sé è aumentato soprattutto i primi quindici giorni quando le restrizioni erano molto severe. Si è vissuto un clima di alta tensione, ma man mano che i giorni passavano e seguendo le linee guida tracciate dal Governo, siamo riusciti ad inquadrare il lavoro soprattutto rispetto alla sicurezza. Siamo già abituati ad operare in massima igiene, agli interventi di routine abbiamo aggiunto con ditte autorizzate una sanificazione straordinaria con nebulizzatore. La mascherina lo strumento in più, anche se noi la usiamo abitualmente.

Credo che tutta la filiera alimentare non abbia avuto serie ripercussioni dalla pandemia, fatta eccezione forse per le zone rosse che hanno dovuto tener chiuso.

I clienti hanno preferito elaborare a casa la carne; per un certo periodo sono state introvabili le farine doppio 00, la manitoba, quelle per pizze e il lievito fresco. Questa situazione ci ha reso più consapevoli del fatto che a casa si possono fare tante cose, anche se tornando alla normalità si tornerà ad avere meno tempo.

C'è stato un tentativo di ritoccare i prezzi che è durato qualche giorno ed alla fine è tutto rientrato.

Personalmente ho accettato i buoni spesa accreditando un 10% di sconto: su una spesa di 50 euro ne defalco 5 che rimangono sul buono per acquistare altri prodotti purché ovviamente di prima necessità.

Gli aiuti teoricamente ci sono, ma praticamente non si vedono, le iniziative sono belle, ma i soldi non arrivano, i 600 euro sono stati dati a tutti, ma alcuni non ne avevano bisogno. Come Unione macellai abbiamo devoluto il bonus ai commercianti obbligatoriamente chiusi. Il provvedimento doveva essere più equilibrato e la decisione riguardante i 1.000 euro di maggior dati solo a chi ha avuto un calo del 33% rispetto al 2019 andava fatta fin dall'inizio.

Purtroppo la coperta è corta, la tiri da una parte e ti scopri dall'altra, indipendentemente dal colore politico. Ciò che mi preoccupa maggiormente è che siamo diventati un Paese appetibile per Russia, America, Cina...arriveranno, compreranno, faranno buoni affari!



SERGIO MOTTA - Ristorante Macelleria Motta - Inzago (Milano)

Linizio è stato un boom, tutti venivano a fare la spesa per mettersi in casa delle scorte. Poi con il lockdown ci ha un po' disorientati non sapendo bene cosa fare: stare aperti o stare a casa per non ammalarci.

Abbiamo molti clienti che abitano lontano per cui abbiamo riattivato il servizio a domicilio, già operativo dal 1963 su richiesta dei clienti più abbienti, oppure di qualcuno che abitava lontano o non riusciva a venire in negozio, oppure di ristoranti. In questo periodo abbiamo fatto solo le consegne a domicilio ai privati essendo mancato il mio ristorante e l'horeca. Col negozio vuoto, siamo stati ugualmente indaffarati a preparare la carne da consegnare con un picco massimo nella settimana di Pasqua con consegne fino a tarda sera. Come macelleria, dunque, non abbiamo avuto defaillance, ma è manca-

to il supporto del ristorante, con le lunghe cotture e l'utilizzo di tanti tagli che il macellaio non riesce a vendere e che la massaia non sa elaborare. La pandemia ha fatto tornare la voglia di cucinare, tuttavia credo che il benessere farà tornare le persone al ristorante che penso di riaprire a breve con le dovute precauzioni.

Abbiamo le nostre stalle, non dipendiamo da fornitori e dall'eventuale altalenare dei prezzi. La settimana di Pasqua c'è stata un'impennata sui tagli più richiesti, ma non c'è stata speculazione.

Penso che la pandemia colpirà coloro che non si sanno gestire: non vorrei essere nei panni di quelli che aspettano l'incasso per pagare il fornitore!



SALVATORE PATORNO - Patorno Macelleria & RistoGrill - Palermo

Siamo in un momento di stallo per quanto riguarda la ristorazione e la gastronomia. In macelleria abbiamo lavorato, anche con l'asporto. Tutto però è ancora lento forse perché la gente ha riscoperto il gusto di cucinare a casa e alcuni valori che negli anni si erano un po' persi, favorendo il lavoro del banco carni che non è stato penalizzato. Oggi, con la fase 2, abbiamo avuto il primo cliente a pranzo: vediamo se è di buon auspicio. Abbiamo separato i tavoli, accettato solo prenotazioni ed applicato le nuove regole compresa quella di registrare il nome e cognome del cliente da conservare per un certo periodo. Fortunatamente il mio pane quotidiano è la macelleria, la ristorazione è il fiore all'occhiello della mia attività. Spero che tutti i colleghi della ristorazione possano riprendersi anche per dare continuità di lavoro ai loro dipendenti. L'unica difficoltà che abbiamo avuto in negozio sono stati i turni per l'attesa, tra persone comprensive e altre che non capivano la necessità di far entrare due clienti alla volta. Prenotazioni e con le consegne a domicilio sono state veramente tante: ho lavorato inizialmente con una piattaforma per noi però troppo cara anche se è servita come



pubblicità. Mio figlio ha creato un sito nostro ed ora stiamo lavorando direttamente, quindi non tutti i mali vengono per nuocere!

Sono periodi brutti e stressanti e noi piccoli commercianti ci sentiamo abbandonati, nonostante siamo quelli che portano avanti l'economia e mettono in moto tutto, le pensioni, gli stipendi, i consumi... Pur essendo risparmiatori, se non entrano soldi, anche quelli messi da parte finiscono quindi non saranno pochi i commercianti che, non avendo un'attività florida, decideranno di non riaprire. Qualità, serietà e professionalità sono i nostri tre punti fermi che, anche in questo periodo, ci hanno dato ritorni soddisfacenti. Lo Stato? non lo so...

ALBERTO ROSSI - Macelleria e gastronomia Alberto - Arezzo

Essendo rappresentante regionale mi confronto con i colleghi e, a livello di categoria, c'è stato un comportamento omogeneo. Noi abbiamo adottato le norme di sicurezza forse al di sopra di quelle emanate dal Ministero perché, a differenza di altri settori, siamo abituati a tenere un comportamento di igiene e sanificazione costanti; a seconda della metratura del negozio, abbiamo ridotto il ricevimento dei clienti. Immediatamente abbiamo attivato un servizio a domicilio, in parte dedicato alle persone anziane e a quelli che erano fuori comune ed abbiamo abituato i clienti ad ordinare la spesa, per ridurre il più possibile la loro permanenza in negozio. Tutto sommato il lavoro è stato positivo, il rallentamento è dipeso dalla chiusura dei ristoranti ed alla sospensione di eventi di catering. Tutto sommato siamo una categoria che si è salvata: pur senza aiuti, abbiamo onorato tutti i pagamenti e cercato di gestire l'azienda al meglio. Per i prezzi

c'è stato qualche ritocco viste le problematiche di produzione, la riduzione di personale e le turna-



zioni, ma come accordo di categoria i nostri sono rimasti invariati.

Ora si tratta di capire come ripartire e tornare a guadagnare. Si faranno i conti con la situazione economica e con la diminuzione del potere d'acquisto nonostante la voglia di fare. Per ora, la pandemia ha fatto riscoprire il piacere di fare delle cose in casa e forse ci si organizzerà per incontrarsi di più tra le mura domestiche.

Attualmente il lavoro delle preparazioni si è ridotto circa della metà a favore delle carni fresche, in prima battuta le carni bianche, seguendo un trend di moda. Ho rivisto qualche cliente del passato e anche gente nuova che ha preferito fare spesa da noi anziché sostare per ore davanti al supermercato. Abbiamo regalato le mascherine ai clienti che non le avevano, siamo stati presenti nel sociale con varie iniziative. La nostra categoria ha lavorato sempre, per altre attività vedo tempi piuttosto difficili.



Ombra e luce

Il momento "Coronavirus" sta evolvendo, sembra che dalle tenebre siamo passati ad un'ombra e che in alcuni momenti si intraveda qualche attimo di luce.

Tutto è ancora difficile e, se escludiamo la nostra categoria, e poche altre, parlare di luce è impossibile.

Oggi noi possiamo iniziare a fare un bilancio dei mesi passati, considerandoci fortunati per aver potuto lavorare, non dimenticando però che questo "lavorare" è costato, in termini di scelte, moltissimo.

Apro esponendo chi lavora con me, i loro e miei familiari, me stesso ad un rischio apparso subito molto alto? Oppure chiudo, sacrifico guadagno, il loro e il mio, quello delle loro e della mia famiglia, e mi proteggerò? Onestamente la risposta io ancora non ce l'ho, e sinceramente credo che qualunque sia la scelta fatta, è stata legittima e umana.

Ma quasi tutti i miei colleghi, hanno voluto coinvolgere in questa scelta la qualità della vita dei propri clienti. Non hanno voluto abbandonare all'isolamento le persone che conoscono nel quotidiano lavoro di sempre.

È prevalso il valore sociale, la riconoscenza, l'amicizia. E adesso che abbiamo visto la rassegnazione alla paura nelle persone, possiamo capire quanto sia stato importante accettare il rischio ed esserci.

Ora ho la certezza di quanto sia aumentata la stima e l'affetto, per i macellai, nei consumatori: questo è il nostro vero patrimonio accumulato in questi mesi tristi.

A nome di tutti vi ringrazio.

Come dicevo all'inizio, parlando di ombre e luce, è il momento di pensare al futuro, cercando di immaginare quale potrà essere.

La scena è drammatica, questo Paese subirà gli effetti delle difficoltà economiche del tanto lavoro mancato. I costi che lo Stato, le Regioni e i Comuni hanno affrontato verranno al pettine, togliendo potere economico alla maggior parte degli Italiani.

Ancora una volta dovremo essere bravi ad affrontare la situazione, studiando sistemi che rendano economica la qualità che ci contraddistingue.

Differenziarci dalla GDO con il valore aggiunto della presenza, della costanza e ancora una volta della vicinanza.

Alcune Associazioni Provinciali stanno proponendo offerte per sostenere chi più ha subito i primi effetti della "chiusura", anche FederCarni vuole farsi portavoce di questa che sarà una necessità già nel breve periodo.

Prepareremo tutti insieme delle proposte che i macellai Italiani potranno accettare, con offerte mirate di qualità, con una campagna di comunicazione che spieghi, ad esempio, quanto possa essere ridotto lo spreco con l'aiuto dei macellai e quanto l'esperienza nel nostro lavoro ci consentirà di dare sempre il meglio ma con una forte attenzione ai costi.

Dateci la vostra attenzione e i vostri consigli. Sostenendoci con la presenza attiva e la partecipazione alle iniziative che insieme decideremo.

E ancora una volta i nostri consumatori ce ne renderanno merito. Sicuro! ■

Maurizio Arosio, Presidente FederCarni

Sondaggio tra i macellai italiani

Come è stata affrontata la situazione generatasi dall'emergenza sanitaria da Covid-19? Quali le iniziative messe in campo? Quali i prodotti maggiormente richiesti?

UN SONDAGGIO RIVOLTO AI MACELLAI ITALIANI

È realizzato dal nostro periodico iMEAT Giornale in collaborazione con FederCarni e Edizioni Pubblicità Italia, contiene queste ad altre sintetiche domande alle quali è semplicissimo rispondere.

INVITIAMO I NOSTRI LETTORI A PARTECIPARE

Pochi minuti da dedicare alle risposte ci permetteranno di realizzare una fotografia della macelleria al dettaglio chiamata ad operare con modalità differenti e servizi inediti oppure ulteriormente potenziati rispetto alla normalità.

Il sondaggio è disponibile sul sito www.imeat.it e diffuso attraverso i social media delle tre realtà differenziate operative nel settore.

RISULTATI DEL SONDAGGIO

Ciò che emergerà dal sondaggio, che resterà aperto fino a metà luglio, sarà reso noto su iMEAT Giornale e sui diversi canali social. ■



NON SOLO
BUONO

IL CARCIOFO CHE FA LA DIFFERENZA



**Aggiungi alle carni un valore in più:
LA DIFFERENZA.**



- *Per rendere anche la carne sempre nuova e stagionale.*
- *Per dare servizio ai consumatori con piatti completi di pietanza e contorno.*
 - *Per integrare la carne con la fibra dei carciofi.*
- *Per offrire la garanzia dei migliori carciofi italiani 100%.*



Greci Specialità per la Ristorazione

Via Traversante Ravadese, 58 • 43122 Ravadese • Parma • Tel. 0521.606411

i pronto e cuoci di Thomas



macelleriaartee gusto@greci.it

Nasce il portale iMEAT WEB BUSINESS

Creare una piattaforma di dialogo dedicata alla community della filiera carne.

È l'obiettivo che si pone l'iniziativa iMEAT Web Business promossa dalla nostra società Ecod, organizzatrice della fiera iMEAT ed editrice dei periodici specializzati iMEAT Giornale ed Ingegneria Alimentare.

Il nuovo concept comunicativo tende ad intercettare i nuovi bisogni delle aziende, sia fornitori che clienti, assecondando i trend relativi al settore produttivo e al mercato del consumo.

PROMUOVERE I PRODOTTI

Il nuovo portale è stato infatti concepito per promuovere i prodotti delle aziende fornitrici di macellerie, gastronomie, agriturismi e ristoranti specializzati nel settore carneo, delineando un percorso di avvicinamento alla settima edizione della fiera iMEAT del 2021.

Il sito si rivolge a coloro che già conoscono la fiera iMEAT, ma anche ai potenziali e futuri visita-

tori che potranno avere aggiornamenti costanti sui prodotti e le novità delle aziende fornitrici, sia espositrici che non.

prodotti alimentari di eccellenza; la terza focalizzata sulle carni di altissima qualità.



AREE TEMATICHE

iMEAT Web Business si colloca a metà tra una fiera virtuale ed un catalogo ragionato: riproponendo il percorso espositivo della fiera, è suddiviso in tre aree merceologiche, una dedicata ad attrezzature, ingredienti e accessori; la seconda riservata ai

NAVIGAZIONE SEMPLICE

Il portale è stato strutturato per permettere al visitatore virtuale una ricerca semplice e intuitiva: all'interno di ciascuna area è stato predisposto un elenco di sotto-settori con notizie specifiche e schede prodotto delle aziende.

COMMUNITY NEWS

Inoltre è stato predisposto lo spazio "Community News" dedicato alle notizie ed informazioni riguardanti tutta la community per creare un momento informativo di ampio respiro.

iMEAT Web Business diventerà operativo a luglio ed accompagnerà costantemente gli attori della filiera carne attraverso un percorso dialettico-virtuale di dialogo e confronto in vista dell'incontro reale e concreto della prossima primavera: la fiera iMEAT preventivata nel mese di marzo 2021 nei padiglioni di ModenaFiere. ■





Segreteria organizzativa ECOD Srl Unipersonale
Tel. +39 0331 518056 - info@imeat.it - www.imeat.it

Promosso da



Unica fiera in Italia dedicata al negozio di macelleria,
gastronomia e ristorazione specializzata

iMEAT[®]

by **ECOD**

INNOVAZIONE NEL COMPARTO CARNE

SETTIMA EDIZIONE
ModenaFiere

MARZO
2021

www.imeat.it

Seguici su Facebook
Forum iMEAT



Per informazioni info@imeat.it - tel. 0331518056



Installato, con altre attrezzature, da Coldar nella macelleria di Marco Malvestio

Un banco refrigerato “tailor made” al Lido di Venezia

“La mia attività è nel posto dove sono nato e che amo di più al mondo: qui c'è il mio lavoro e tutta la mia vita.” Lo afferma con convinzione Marco Malvestio che incalza: “Per me l'isola del Lido di Venezia è una realtà fantastica con tante potenzialità ancora inesprese e non sfruttate adeguatamente.” Un vero amore per il luogo e per l'attività che il macellaio veneziano fa trasparire più volte nel corso dell'intervista. Il suo è un piccolo negozio fortemente ancorato alla tradizione pur essendo proiettato all'innovazione, che è stato oggetto di tre ristrutturazioni: la più recente risale alla fine di febbraio, poco prima che il mondo cadesse nelle maglie della pandemia che però, a detta di Marco, “non ha avuto ripercussioni negative sul lavoro.” Anzi, ha sollecitato la curiosità della clientela, consolidata ma anche nuova, che ha apprezzato il nuovo look.

Dal 1949 nella stessa location: su cosa è stata focalizzata la recentissima ristrutturazione?

Essendo un'attività portata avanti da tre generazioni, ho voluto mantenere la stessa ubicazione nel segno di una collaudata tradizione, fattore che credo sia stato strategico per il successo del negozio. La location, seppur piccola, ha una funzionalità al 100% delle sue possibilità di produzione. Dal 1949 quando il papà ha aperto il negozio sono state fatte ristrutturazioni a piccoli passi. Il primo banco frigorifero, costruito nelle Carceri a Venezia, era con le ghiacciaie; poi è stato sostituito con un banco più moderno a funzionamento elettrico; circa 20 anni fa abbiamo rifatto piastrelle, muri, pavimentazione sostituendo le celle in muratura con quelle a pannelli. Qualche anno fa, alla fiera iMEAT ho conosciuto Coldar, mi sono innamorato del loro banco e, come dice il proverbio “batti il ferro intanto che è caldo”, mi sono convinto a dare un'impronta



nuova al negozio. Con Davide e Daniele Zandegù abbiamo cominciato a lavorare sul progetto e, con l'intervento di un mio architetto, siamo riusciti a conciliare la parte operativa con quella estetica. Con ditte del posto e grazie all'impegno dello staff Coldar abbiamo rispettato i tempi stabiliti, inaugurando il negozio pochi giorni prima che scoppiasse l'emergenza sanitaria.

L'ubicazione è certamente un aspetto di rilievo...

Il Lido è una lingua di terra lunga 13 km e larga in alcuni punti forse 500 metri o anche meno, quindi siamo tutti vicini al mare, ma anche alla laguna. La macelleria è nella zona considerata il centro commerciale dell'isola, con tutti i negozi di quartiere

concentrati, dove chi frequenta il Lido inevitabilmente viene a fare la spesa.

Come è suddiviso lo spazio all'interno del negozio?

Il negozio non è stato cambiato nulla in termini di disposizione perché, nel corso degli anni, abbiamo constatato che così com'era strutturato risultava perfettamente funzionale e ottimizzato. Abbiamo invece sostituito tutte le attrezzature sviluppando molto l'area del cotto. Il negozio si compone di un piccolo laboratorio, di una cella frigorifera, di un banco di esposizione e di un angolo dedicato alla cucina. Abbiamo raddoppiato la parte cotta occupando il banco in precedenza destinato agli affettati, ora posizionati in un murale.

Quali motivazioni l'hanno indotta a scegliere Coldar?

Faccio il macellaio da quando avevo vent'anni, cioè appena dopo il diploma, e mi sono sempre orientato verso prodotti qualitativamente elevati, andando a guardare nel loro “cuore”, non valutando soltanto l'aspetto estetico. Visto come produce e come è organizzata, è stato inevitabile scegliere Coldar. Anche perché questa azienda costruisce un banco frigorifero come un sarto cuce un vestito, lo fa esattamente su misura intendendo con ciò la mia misura fisica, l'altezza... insomma un'attrezzatura davvero personalizzata, con tutte le difficoltà che comporta lavorare l'acciaio e il vetro. Sono davvero dei grandi professionisti.

E i risultati?

Coldar ha realizzato il banco, il retrobanco e il murale. La qualità del freddo e del mantenimento dei





prodotti non ha nulla a che vedere con il banco che avevo prima, pur essendo anche quello di buona qualità: inevitabile che la tecnologia si sia evoluta in vent'anni con un risultato assai soddisfacente. Inoltre, la disposizione squadrata dei banchi frigoriferi è stata soddisfacente poiché dà una visione molto più profonda ed ampia rispetto alle reali dimensioni. Anche le luci a led proiettano un'intensità luminosa che fa risaltare i colori della carne.

Qual è il punto di forza del negozio oltre alla qualità dei prodotti?

Avendo una parte del banco calda posso esporre e vendere lì e produrre in un altro spazio del negozio. C'è una richiesta esponenziale di caldo e, personalmente, l'ho sempre sostenuto e realizzato da più di vent'anni. Grazie a mio papà che aveva creato una zona ad hoc separata dal resto, siamo stati la prima macelleria ad avere l'autorizzazione sanitaria per cucinare. Questa attività rappresenta una grande fetta del lavoro, tanto che posso dire di essere impegnato nella cucina e di non fare più il macellaio tradizionalmente inteso! Tutto è a base di carne: il cliente ha la possibilità di scegliere nel banco il taglio di carne, il pollo o il coniglio, che cuciniamo secondo la sua richiesta e che ritira pronto da mettere in tavola. Un'attività impegnativa che, tuttavia, dà molte soddisfazioni.

Quali sono le caratteristiche che richiede al fornitore di attrezzature e arredamento?

Innanzitutto il prodotto deve essere di qualità, se è tale già si riducono i problemi. La professionalità si vede nel rispetto dei tempi e nella tempestività di intervento di fronte ad un'esigenza o ad un inconveniente. Fortunatamente non abbiamo avuto problemi, ma sono certo che con Davide qualsiasi cosa sarebbe affrontata al meglio. Ovviamente tutto ciò ha un prezzo, ma bisogna sempre investire guardando al futuro.

È importante avere un partner capace di inter-



pretare le necessità di personalizzazione?

La possibilità di personalizzazione è stata per me determinante. Davide mi ha fatto scoprire parecchi particolari da conciliare con le mie esigenze di lavoro che hanno portato ad una soluzione condivisa e soddisfacente.

Come ha reagito la clientela?

Il feedback è stato più che soddisfacente. Oltre a quelli fidelizzati, abbiamo visto nuovi clienti mossi dalla curiosità del negozio nuovo e, nonostante il Covid, abbiamo lavorato sempre su elevati standard. Sono state tante le prenotazioni, ma anche i clienti venuti direttamente in negozio. Ritengo che il servizio abbia una sua importanza e, dopo tanti anni, i clienti se lo aspettano.

Quanto la sua attività è legata al territorio?

Innamorato del posto e del lavoro, la mia politica di rifornimento è il più possibile a km 0. Abbiamo allevatori fidati che operano adottando un'alimentazione controllata, mantenendo i capi in spazi adeguati nel rispetto del benessere animale. Sono

sempre alla ricerca del meglio! Per esempio, nei cotti utilizzo solo verdure e aromi freschi. Il consumatore è sempre più preparato e disposto a pagare di più per la buona qualità con la consapevolezza di mangiare sano. Anche perché l'alimentazione è l'unico aspetto che ognuno di noi può gestire direttamente.

Come vede il macellaio del futuro?

Crede che non ci sia una regola valida per tutta l'Italia. Ogni zona deve capire come impostare il negozio in base alla clientela ed alle sue aspettative. Personalmente sono ancora legato alla tradizione ed alla macelleria classica, tuttavia ho sviluppato molto il cotto visto che dispongo della struttura adatta e delle necessarie autorizzazioni. Il macellaio del futuro non deve acquistare i preparati come polpettone, hamburger, spiedini già pronti ed uguali a quelli che si trovano al supermercato. Dobbiamo invece ritornare ad una certa competenza e preparazione, aspirando con costanza al massimo della qualità ed affidabilità. ■



Coldar
1957
Frigoriferi

Tel: +39 049 9000950
info@coldar.it www.coldar.com

Nessuna prova che il cibo sia fonte o mezzo di trasmissione

L'EFSA (European Food Safety Authority) monitora con attenzione la situazione relativa all'evolversi dell'epidemia di Covid-19 che sta interessando pressochè il mondo intero. Attualmente non ci sono prove che il cibo sia fonte o via di trasmissione probabile del virus. Come ha spiegato Marta Hugas, direttore scientifico dell'EFSA: "Le esperienze fatte con precedenti focolai epidemici riconducibili ai coronavirus, come il coronavirus della sindrome respiratoria acuta grave (SARS-CoV) e il coronavirus della sindrome respiratoria mediorientale (MERS-CoV), evidenziano che non si è verificata trasmissione tramite il consumo di cibi. Al momento non ci sono prove che il coronavirus sia diverso in nessun modo".

Il Centro europeo per la prevenzione e il controllo delle malattie (ECDC) ha affermato che il virus si diffonde da persona a persona, principalmente tramite goccioline respiratorie che le persone emanano quando starnutiscono, tossiscono o espirano. Scienziati ed Enti di tutto il mondo stanno monitorando la diffusione del virus e non si registrano segnalazioni di trasmissione tramite il cibo. Per tale motivo l'EFSA non è attualmente coinvolta nella risposta ai focolai epidemici di Covid-19. Sta tuttavia controllando la letteratura scientifica per eventuali nuove e pertinenti informazioni.

Il MISE rinvia le norme per le etichette alimentari

Il Ministero dello Sviluppo Economico ha accordato deroghe per tutto il 2020 vista la difficoltà delle imprese alimentari a rispettare i nuovi obblighi di etichettatura nell'attuale situazione di emergenza epidemiologica da Covid-19. La pandemia infatti ha determinato un generale rallentamento nella produzione, ma anche nella fornitura degli imballaggi destinati alle imprese alimentari che, per contro, sono state chiamate a mantenere inalterati i livelli produttivi. Con l'obiettivo di ovviare a queste problematiche, il MISE ha accordato alle imprese del settore alimentare la possibilità di utilizzare le etichette e gli imballaggi ordinati prima della recente normativa europea e nazionale in materia di origine degli alimenti.

Il MISE ha altresì autorizzato, previa informazione al Ministero della Salute, lo smaltimento, entro il 2020, delle scorte di imballaggi ed etichette che risultino nella disponibilità delle imprese a seguito di contratti stipulati prima del 1 aprile, data di applicazione del regolamento dell'Unione n. 2018/775, nonché prima della data di pubblicazione dei decreti di proroga dei decreti nazionali in materia di indicazione obbligatoria in etichetta dell'origine del grano nella pasta, del riso, del pomodoro e del latte, in corso di adozione.

Le misure di temporaneo differimento dell'applicazione del regolamento UE n. 2018/775 hanno il placet della Commissione Europea.



Grazie ad una filiera 100% italiana

La rivincita della macelleria a marchio

Lo stravolgimento economico e sociale derivato dalle misure di contenimento della pandemia non ha risparmiato nessuno, ma il significato di stravolgimento va letto in senso più ampio di come istintivamente lo si immagini, analizzandolo in tutte le sue sfumature, comprese quelle positive.

Il settore primario, nel quale rientra la produzione

di generi alimentari, non si è fermato. I ritmi delle produzioni agricole e zootecniche seguono quelli della natura e non possono attenersi alle disposizioni di un qualsiasi decreto, ancorchè a firma di una delle più alte cariche dello Stato. Qualcosa è cambiato, però, nel modo in cui sono arrivati sulle tavole dei consumatori e nel modo in cui questi ultimi li hanno accolti.

L'acquisto della carne si è sempre distinto da quello di altri generi alimentari per una maggior attenzione alla filiera produttiva individuando spesso volte nell'ultimo anello della catena il fiduciario al quale delegare la scelta. La figura del macellaio è da sempre quella che guida nell'acquisto del taglio di carne più adatto alle esigenze culinarie espresse dal cliente, conquistando i gradi da "macellaio di fiducia" una volta consolidata la sua capacità nel soddisfarlo appieno. Non è un caso che talvolta il pane venga acquistato al volo dove è stato comodo trovare parcheggio mentre la stessa casualità non venga concessa nell'acquisto di una bistecca.

Anche la refezione scolastica e aziendale si dimostra altrettanto prudente e da diversi anni in molti comuni del Piemonte, ma anche delle regioni vicine, si è indirizzata su carne bovina di produzione locale assicurata da una certificazione di origine e la scelta è caduta su quella del Fassone di Razza Piemontese certificata da Coalvi.

La chiusura improvvisa e perentoria di tutte le scuole e di tutte le fabbriche, si è portata dietro, inevitabilmente, la sospensione del servizio di mensa interrompendo bruscamente il flusso di





carne che questo generava. Nel bimestre marzo-aprile è venuto a crollare un commercio che in anni normali vedeva transitare 68.000 kg di carne derivati da quasi 200 capi macellati che, tuttavia, nel sistema di certificazione, non hanno lasciato un vuoto.

Il motivo è semplice: tutte le macellerie a marchio Coalvi hanno compensato la frenata della ristorazione collettiva con un'impennata delle vendite al dettaglio tradizionale raggiungendo dei volumi che in molti casi sono raddoppiati.

Probabilmente chi ha sempre mangiato carne in mensa non si è mai preoccupato della sua origine, accontentandosi del fatto che fosse buona. È difficile, dunque, che sia andato alla ricerca dello stesso prodotto, con la stessa certificazione (probabilmente a lui persino ignota). È ben più probabile l'effetto di richiamo dato da un marchio che rimanda a una filiera 100% italiana, che vede gli animali nascere e crescere nella stessa cascina, nelle mani di uno stesso allevatore. È altrettanto probabile il richiamo di una carne che, per caratteristica genetica della Razza, è particolarmente magra ma, al tempo stesso, tenera, la cui qualità è esaltata da una gestione zootecnica lontana dal concetto di intensivizzazione.



Al risultato eccezionale di molte di queste macellerie ha contribuito senz'altro il servizio di consegna a domicilio, offerto in passato in via del tutto eccezionale ed evoluto a complemento determinante nel consolidare il rapporto con i vecchi clienti e nel conquistarne di nuovi. Anche in questo passaggio sono emersi i 35 anni di esperienza dell'organizzazione Coalvi prontamente intervenuta a fornire l'assistenza tecnica e sanitaria per gestire al meglio il trasporto di un prodotto delicato come la carne, fornendo le istruzioni operative e provvedendo a integrare con le procedure del caso il manuale di autocontrollo delle singole macellerie. La dotazione, poi, di borse termiche

personalizzate con il marchio ha contribuito a mantenere l'immagine anche al di fuori del negozio, giungendo a casa del cliente con il solito confortante vestito.

Oggi il Consorzio di Tutela della Razza Piemontese conta 1.400 allevamenti associati dai quali escono ogni anno circa 20.000 capi scortati dalla certificazione di origine, diretti ai 70 stabilimenti, tra macelli e laboratori di sezionamento accreditati, e approdare con la carne in 260 punti vendita a marchio Coalvi. Se non sono numeri così piccoli, considerato che stiamo parlando di una razza autoctona italiana, una ragione ci deve pur essere. ■

IL VERO FASSONE DI RAZZA PIEMONTESE SI AFFIDA A COALVI PER GARANTIRE LA SUA ORIGINE

Il vero "Fasòn" (che si legge *fasùn*) nasce in Piemonte e si riferisce ai bovini di Razza Piemontese con il caratteristico sviluppo del posteriore. Oggi è stato tradotto in "Fassone" ed è stato normato da un apposito disciplinare al quale gli allevatori del circuito Coalvi si stanno adeguando. Per il Fassone di Razza Piemontese Coalvi è garanzia di origine; per Coalvi è rispetto di una tradizione che sta assumendo i contorni di una leggenda, da valorizzare e da difendere dalle imitazioni.



Coalvi



Questionario OERSA (Osservatorio sulle Eccedenze, sui Recuperi e sugli Sprechi Alimentari) del CREA Alimenti e Nutrizione

Come sono cambiate le abitudini alimentari durante il lockdown?

In aumento il consumo di alimenti sani e la sperimentazione di nuovi cibi e nuove ricette – Gestione più attenta del cibo per contenere gli sprechi

Il lockdown ha inciso radicalmente sulle nostre scelte e sui nostri comportamenti. Ma, oltre ad impastare di più, come sono cambiate le abitudini alimentari? Per rispondere a queste domande l'OERSA (Osservatorio sulle Eccedenze, sui Recuperi e sugli Sprechi Alimentari) del CREA Alimenti e Nutrizione ha condotto un'indagine nazionale, mediante un questionario appositamente messo a punto, con l'intento di documentare ed analizzare i mutamenti intercorsi nell'alimentazione quotidiana durante la quarantena.

IL CAMPIONE

Hanno risposto circa 2900 persone, provenienti da tutte le regioni di Italia, di cui il 75% costituito da femmine e il 25% da maschi. L'85% vive in famiglia e, di questi, il 22% con bambini di meno di 12 anni, mentre l'11% vive da solo. La fascia di età più rappresentata è quella di 30-49 (38,6%) e 50-69 (36%) anni. I giovani tra i 18 e i 29 anni sono il 24%. Gli intervistati sono caratterizzati da un elevato livello di istruzione - il 68% è laureato e il 28,5% diplomato - e da una scarsa aderenza alla dieta mediterranea per il 60%.

I RISULTATI

Durante la quarantena, gli intervistati hanno dichiarato di aver aumentato il consumo di alimenti sani: verdura (il 33%), frutta (il 29%), legumi (il 26,5%), acqua (il 22%), olio extravergine d'oliva (il 21,5%). Ma parallelamente, ben il 44,5% ha ammesso di aver mangiato più dolci e il 16% di aver



bevuto più vino. Questo periodo è stato, inoltre, l'occasione per sperimentare nuovi cibi (40%) e nuove ricette (31%), migliorando le proprie abitudini alimentari (24%) e maturando abitudini ecosostenibili (fare la raccolta differenziata 86%, conservare e consumare alcuni alimenti acquistati in eccesso 83%, oppure mangiare tutto, inclusi gli avanzi 80%).

Il 44% degli intervistati, infine, è aumentato di peso per il maggiore apporto calorico, correlato ad una minore attività fisica, che ha riguardato il 53% del campione. Dato che viene confermato dall'esigenza di mettersi a dieta, espressa in oltre il 37% dei casi.

IL COMMENTO

"Pur con i limiti di un questionario auto-riferito e con un campione opportunistico - ha spiegato Laura Rossi, ricercatrice CREA Alimenti e Nutrizione e coordinatrice OERSA - si può osservare che le limitazioni imposte dalla quarantena non hanno avuto effetti totalmente negativi sulla ali-





Cambiamenti alimentari e di stile di vita durante la quarantena



Questo periodo è stato anche l'occasione per sperimentare **nuovi alimenti (40%)** e **nuove ricette (31%)**



Maturare abitudini ecosostenibili come fare la **raccolta differenziata (86%)**, come **conservare e consumare alcuni alimenti** acquistati in eccesso **(83%)** oppure mangiare tutto incluso gli **avanzi (80%)**



La quarantena ha rappresentato un'occasione per migliorare la distribuzione dell'energia assunta nell'arco della giornata facendo più **spuntini (20,5%)** e per quanti ritengono un miglioramento delle proprie **abitudini alimentari (24%)**

mentazione e sullo stile di vita del campione in esame. A fronte dell'aumento di comfort food (dolci), abbiamo però anche maggiori quantità di frutta, verdura e soprattutto legumi. Si tratta in realtà di dati che sono in linea con quelli sulla spesa degli italiani nel primo trimestre del 2020. E che indicano che il tempo trascorso in cucina è stato orientato alla preparazione di piatti con ingredienti salutari. Tutto ciò ha favorito momenti di convivialità e di condivisione del pasto e ha portato inevitabilmente - complice l'assenza di attività fisica - ad un impatto sul percezione del

peso." "Più in generale - ha continuato Rossi - si conferma l'attenzione degli italiani ad una gestione attenta del cibo che va da evitare gli sprechi all'impegno nel fare la raccolta differenziata. L'approvvigionamento di cibo non sembra essere stato un problema e l'attitudine alla spesa si è rivolta anche verso alimenti nuovi, con un occhio fisso ai costi troppo alti. I bambini sono stati più coinvolti nelle attività della cucina, mentre per gli anziani si evidenzia una percezione di difficoltà nel fare la spesa." ■

La spesa online sta diventando un'abitudine



Innegabilmente lo stile di vita, in seguito alla pandemia, ha subito un cambiamento che non ci vorrà tanto tempo per capire se diventerà un'abitudine consolidata. Il canale online per il settore del largo consumo ha conosciuto fin dall'inizio di marzo un'impennata significativa.

Secondo il monitoraggio di GfK-Growth from Knowledge, che viene effettuato settimanalmente, il 37% delle famiglie italiane che hanno fatto la spesa online nelle ultime settimane di quarantena forzata non avevano mai fatto acquisti sul web di beni di consumo confezionati. La crescita è stata così repentina, che la domanda ha superato l'offerta. Il 19% delle famiglie avrebbe voluto fare la spesa online ma non ci è riuscito. Le liste d'attesa per la prenotazione della spesa online hanno richiesto talvolta anche diversi giorni.

Nel primi tre mesi dell'anno la spesa online, è cresciuta di +4,6 punti rispetto allo stesso periodo del 2019. La crescita più significativa si è avuta nel mese di marzo. Per molti si è trattato del primo esperimento assoluto di spesa online. ■

L'INNOVAZIONE CHE ama LA TRADIZIONE



la vera tartare in pochi minuti

SCOPRI QUALI SONO LE CARATTERISTICHE DEL NOSTRO PRODOTTO, CHIAMACI PER UNA DIMOSTRAZIONE GRATUITA E SENZA IMPEGNO

Frazione San Lorenzo 59/B 12023 Caraglio (CN) - Italia +39 3404016536 - +39 3288158580 - info@adsimpleproject.com





Ne parla Giorgio Donegani, esperto di nutrizione

Carne rossa, un alimento prezioso. Ma deve essere di qualità

Il noto esperto di nutrizione ha svelato i benefici che il consumo di carne rossa apporta alla salute e il suo contributo per il rafforzamento del sistema immunitario

Insieme a Bord Bia, ente governativo irlandese dedicato allo sviluppo dei mercati di esportazione dei prodotti alimentari, il noto tecnologo alimentare ha redatto una serie di regole sul consumo della carne bovina, i suoi valori nutrizionali e i benefici per la salute con un particolare riferimento alla carne irlandese, che si distingue grazie al fatto di essere allevata al pascolo in un territorio ricco di erba fresca.

VALORI NUTRIZIONALI

“Per prima cosa la carne bovina presenta un alto valore nutritivo ed è un alimento prezioso: il manzo contiene mediamente oltre il 20% di proteine di alto valore biologico (ricche cioè di tutti gli aminoacidi che servono per la costruzione e il ricambio dei tessuti dell'organismo) e fornisce ferro in elevata quantità, e soprattutto in una forma chimica chiamata 'eme' molto più assimilabile del ferro 'non eme' presente nei vegetali - afferma Donegani.” Anche potassio e magnesio, entrambi importanti per la contrazione muscolare, sono



che si pensa - spiega Donegani - anche nella carne sono presenti gli importanti acidi grassi Omega 3, ma la loro concentrazione dipende molto dalle modalità di allevamento. In particolare gli animali allevati al pascolo danno una carne che contiene fino a 5 volte più Omega 3 di quella proveniente da animali allevati in stalla”. E proprio in questo caso la carne irlandese è senza dubbio una garanzia: gli animali vengono allevati al pascolo, con un'alimentazione a base di erba per oltre il 95% della loro dieta. Basta pensare che l'Irlanda conta una superficie agricola di circa 5 milioni di ettari, di cui oltre l'80% viene utilizzato per il pascolo. Una tradizione, quella dell'allevamento, che ha permesso di perfezionare le tecniche e selezionare le migliori razze per la produzione di carne.

CARNE ROSSA E DIETA, A CIASCUNO I SUOI BENEFICI

Per quanto riguarda i benefici per la salute, la carne rossa è particolarmente indicata in tutte le diete (incluse quelle dimagranti): l'alto apporto proteico garantisce alla carne rossa un elevato potere saziante, così che non solo risulta preziosa per chi voglia mantenere un'alimentazione completa e bilanciata, ma anche per chi deve seguire diete mirate alla perdita e al controllo del peso. In particolare è da consigliare la carne di animali allevati al pascolo, perché come detto è più magra e con una componente grassa di migliore qualità.

BENEFICI PER DONNE IN GRAVIDANZA, BAMBINI E ANZIANI

Donegani spiega anche che i pregi nutritivi della carne di manzo, validi per tutti, sono particolarmente importanti per le future mamme: “In gravidanza, infatti, cresce il fabbisogno di proteine (bisogna assumerne 6 grammi in più ogni giorno) e aumenta anche la necessità di ferro, indispensabile per l'ossigenazione del sangue materno e per la costituzione di quello del piccolo. La carne di manzo non solo è ricca di proteine nobili, ma apporta anche notevoli quantità di ferro. Per quanto riguarda le vitamine, poi, la vitamina B12, risulta ancora più importante in gravidanza, in quanto la sua carenza nella dieta della mamma può provocare danni neurologici nel feto.”

Buona per la mamma, la carne è altrettanto importante per la crescita dei bambini. Facilmente digeribile, fornisce loro tutti gli aminoacidi essenziali che servono per la costruzione dei nuovi tessuti e sostiene le necessità di ferro, particolarmente abbondanti durante la crescita, evitando

“La carne del bestiame allevato al pascolo presenta una quota di grassi inferiore rispetto a quella degli animali allevati in stalla - spiega Donegani -. Esattamente come avviene in Irlanda, dove gli animali possono godere di una lunga stagione al pascolo, alimentandosi con l'erba fresca, quell'erba che è un elemento tipico del paesaggio irlandese e che, oltre a dare alla carne un profumo e un gusto inconfondibili, assicura effettivamente anche specifiche qualità nutrizionali. L'erba, infatti, contiene naturalmente betacarotene, un potente antiossidante, che poi ritroviamo nella carne degli animali allevati al pascolo in dose addirittura 8 volte maggiore di quella che si ha nella carne proveniente da allevamento tradizionale in stalla. Non solo, il betacarotene è ricco di Vitamina A, molto utile per rafforzare il sistema immunitario, per la vista e la salute degli occhi. Per questo, sempre con riferimento ai micronutrienti, la carne da pascolo risulta 5 volte più ricca di Vitamina A e Vitamina E.”

LE GARANZIE DELL'ALLEVAMENTO AL PASCOLO

La carne di manzo contiene poca acqua e vanta perciò un'alta concentrazione di sostanze nutritive. Il manzo contiene anche una quota elevata di ferro e ha una spiccata azione antianemica. Senza dimenticare che, per la sua composizione, il manzo presenta un sapore intenso e una consistenza compatta e pastosa, che possono dare grandissime soddisfazioni in cucina. “A differenza di quello



presenti in buona quantità, così come le vitamine del gruppo B, tra le quali riveste particolare importanza la vitamina B12, che è assente nei vegetali. Per quanto riguarda i grassi, la loro presenza varia in media dal 2% al 10% a seconda dei tagli e la loro qualità dipende molto dal tipo di allevamento.

L'IMPEGNO DI BORD BIA

Nel 2019 le esportazioni dell'industria food&beverage irlandese sono arrivate a quota 13 miliardi di euro, con una crescita di quasi il 67% dal 2010. L'Italia è un mercato importante, con esportazioni del valore di 314 milioni di euro nel 2019; è il quarto mercato più importante per l'export di manzo irlandese in Europa con scambi valutati, per l'anno scorso, a 176 milioni di euro. L'impegno di Bord Bia è volto a promuovere il successo dell'industria food&beverage e dell'orticoltura irlandese attraverso servizi di informazione mirati, promozione e sviluppo dei mercati.





il rischio di anemia. Per gli anziani poi, questo alimento non è solo adatto ma addirittura prezioso: con l'avanzare dell'età, infatti, il tessuto muscolare tende a diminuire sino a rischiare uno stato di vera e propria sarcopenia se non si contrasta questa tendenza con un'adeguata alimentazione e un giusto livello di attività fisica. La carne di manzo, grazie alla quantità e alla qualità delle proteine che fornisce, aiuta efficacemente a mantenere la forza e l'efficienza muscolare nell'età avanzata.

Questo alimento è particolarmente indicato, inoltre, anche per chi pratica sport grazie al suo contenuto proteico di alto valore biologico. In particolare il pregio della carne rossa si manifesta soprattutto nelle fasi di recupero dopo l'attività fisica. "Lo sport, infatti, sottopone l'organismo a uno stress che deve essere adeguatamente com-

IL KNOW-HOW DI DONEGANI

Già docente presso diversi atenei, Giorgio Donegani tiene periodicamente seminari sull'educazione alimentare presso l'Università degli Studi di Milano, corso di laurea magistrale in Alimentazione e Nutrizione umana. È consulente per l'educazione alimentare di enti pubblici e aziende del settore. Come membro del comitato tecnico scientifico "Scuola e cibo" del MIUR, ha partecipato alla redazione delle Linee Guida per l'Educazione Alimentare nella Scuola Italiana. Co-fondatore nel 2011 della Fondazione Italiana per l'Educazione Alimentare ne è stato Presidente e Direttore scientifico. È relatore in convegni a livello nazionale e internazionale, partecipa come esperto di sicurezza alimentare e sana alimentazione a varie trasmissioni televisive, svolge un'intensa attività di divulgazione scientifica sui temi della sicurezza alimentare, della merceologia degli alimenti e dell'alimentazione. È autore di oltre 30 libri sui temi dell'alimentazione.

pensato se si vogliono sfruttare in pieno i benefici dell'attività fisica. La carne fornisce all'organismo tutti gli aminoacidi che servono a ricostruire le cellule danneggiate nello sforzo e a ripristinare e aumentare la massa muscolare. Grazie al conte-

nuto di ferro e vitamina B12, aiuta poi a reintegrare la giusta presenza di globuli rossi nel sangue, scompensata soprattutto negli sport di lunga durata come le maratone – sottolinea ancora l'esperto."



ESSENZIALE PER UNA CARNE DI QUALITÀ IL BENESSERE DELL'ANIMALE

È noto che il benessere dell'animale incide in maniera positiva sulle proprietà nutritive e organolettiche della carne. "Un giusto consumo di carne rossa è certamente d'aiuto al mantenimento dello stato di salute, l'importante però è rendersi conto che la carne rossa non è tutta uguale: le sue caratteristiche organolettiche e il suo profilo nutritivo sono tanto migliori quanto è maggiore l'attenzione al benessere animale nell'allevamento. Sotto questo punto di vista, la carne irlandese di animali allevati al pascolo, nel rispetto dei loro ritmi naturali, offre certamente i più alti livelli di qualità e salubrità – conclude Giorgio Donegani." ■

Alimentazione durante l'emergenza

La pandemia di Covid-19 ha cambiato notevolmente le abitudini facendo riscoprire una dimensione diversa del vissuto quotidiano e costringendo tutti, in pochissimo tempo, a riadattare lo stile di vita.

Il Ministero della Salute sottolinea l'importanza di adottare un'alimentazione varia e bilanciata per garantire un apporto completo di tutte le sostanze necessarie al buon funzionamento dell'organismo. Ogni giorno/settimana vanno assunti cibi tenendo conto dei diversi gruppi alimentari: cereali, legumi, tuberi, frutta e ortaggi, carne, pesce e uova, latte e derivati. Pertanto, è opportuno ricorrere alla combinazione di alimenti diversi, ciascuno dei quali apporti energia e specifici nutrienti.

Il fatto di essere costretti a stare di più in casa è una buona occasione per modificare in meglio le abitudini alimentari, limitare gli eccessi e i comportamenti alimentari errati che possono influire negativamente sulla salute. Tra le tante opportunità si è fatta largo quella di riservare più tempo alla preparazione dei pasti con la sperimentazione di nuove ricette o il recupero di quelle della tradizione con la possibilità di miscelare al meglio gli alimenti bilanciandone il consumo nell'arco della giornata.

Potendo pranzare a casa, è possibile fare scelte più in linea con le raccomandazioni nutrizionali nazionali e internazionali, evitando di mangiare di corsa magari un panino o uno snack alternativo al pasto, privilegiando invece un'alimentazione che comprenda una grande varietà di cibi che forniscano le adeguate quantità di proteine e acidi grassi essenziali necessari per una buona salute.

Non fa eccezione la carne che, con più tempo a disposizione, può diventare protagonista di deliziosi piatti: ai macellai il compito di stuzzicare l'appetito con preparati pronti a cuocere oppure suggerendo agli "chef casalinghi" nuove sperimentazioni in un'ottica di collaborazione sempre più stretta rispetto a quanto non fosse prima dell'arrivo del Covid-19. Il cambiamento dei consumi in atto infatti, a detta di molti esperti, e quindi il modo di approcciare la nutrizione è destinato a consolidarsi anche quando questo critico momento sarà solo un brutto ricordo.

La dieta Mediterranea riduce il rischio di calcoli renali

Secondo un recente studio pubblicato su American Journal of Clinical Nutrition, seguire la dieta Mediterranea proteggerebbe dalla formazione di calcoli renali. Le 3 diverse coorti, dalle quali sono stati ricavati i dati, hanno evidenziato che la maggiore aderenza alla dieta Mediterranea si è associata significativamente ad un ridotto rischio di sviluppo di calcoli. Dei vari gruppi alimentari, elevati consumi di cereali integrati e frutta, così come moderati consumi di alcol, sono risultati associati a un ridotto rischio di formazione dei calcoli.

Anche in questo caso, deve comunque prevalere il buon senso: l'equilibrato consumo di alimenti non può essere ottenuto se non si aggiungono adeguate quantità di proteine animali, nella fattispecie pesce e varie tipologie di carne senza esclusione di quella rossa.

“Italia” ovvero “Bel Paese che vai”

Dopo una breve pausa, riprendiamo i nostri viaggi virtuali nel mondo italiano della macelleria partendo da Verona per volare - sempre virtualmente - a Foggia. Grazie al contributo del nostro partner di viaggio, la società Criocabin, abbiamo avuto modo di conoscere due realtà diverse sia per approccio strategico e sia per radicamento territoriale. I due macellai, nell'illustrarci le peculiari caratteristiche delle loro attività, sono stati concordi su un aspetto: l'innovazione in campo tecnologico è diventata un fattore determinante nel negozio di macelleria che vuole stare al passo con i nuovi trend di consumo. Soprattutto in momenti di altissima criticità come l'attuale (il servizio è stato preparato all'inizio della fase 2 dell'emergenza sanitaria) che hanno sollecitato questi professionisti della carne a mettere in campo nuove formule, come il delivery e il take away.

Nel nuovo negozio della Fasoli Carni

Tecnologia d'avanguardia al servizio della visibilità

I suoi inizi risalgono ad una cinquantina d'anni fa, quando è stata aperta la macelleria, successivamente è stato aggiunto il macello tuttora operativo, poi negli anni '70 è stata acquistata l'azienda agricola. Oggi la Fasoli Carni di Ronco all'Adige (Verona) può considerarsi un'azienda a ciclo completo, con un controllo diretto e, soprattutto, con la “visibilità trasparente” di chi ci mette ogni giorno la faccia.

“Quando abbiamo rinnovato il negozio - ci spiega Paolo Rossi, uno dei soci dell'azienda - ampliandolo da 40 mq all'odierna superficie di circa 70 mq era inevitabile ottenere migliori performance sia in termini strutturali che di apparecchiature e di servizio. Ma ciò su cui abbiamo puntato senza deroghe è stata la visibilità, ovvero far vedere tutta la lavorazione senza ‘nascondersi dietro un angolo’ nel fare i preparati o il taglio della carne. Facciamo tutto a vista in modo tale che il cliente si renda conto dove nasce sia il pezzo grande di carne che quello piccolo...”

Un risultato ottenuto con il supporto tecnico-tecnologico di Criocabin: “Le apparecchiature di questa azienda ci hanno permesso di ottenere delle performance importanti sul mantenimento della carne in quanto la possiamo lasciare nel banco per un giorno o anche di più senza che presenti alterazioni - dice Rossi -. Ciò significa un risparmio di tempo, una riduzione del calo peso ed il mantenimento perfetto della carne anche a livello visivo.”

Il negozio è attrezzato con un banco di 8 metri, per metà del quale è stata adottata la nuova tecnologia G-Concept mentre per l'altra metà è stata mantenuta la ventilazione classica. È stato installato un verticale dedicato alla frollatura, dietro al bancone è stata posizionata una celletta a vista per i formaggi e gli affettati, un'altra cella a vista serve a mettere in bella mostra i quarti di carne e le costate intere. Ed infine una cucina rigorosamente a vista dove vengono preparati tra i dieci e i quindici piatti cotti. Il nostro macellaio sottolinea che la scelta della società di Praglia di Teolo è derivata dal confronto con alcuni colleghi soddisfatti di averla scelta e, prima ancora, dall'averla conosciuta alla fiera iMEAT qualche anno fa: “Successivamente ci siamo recati presso l'azienda dove abbiamo trovato un'efficiente organizzazione, una produzione di qualità e la predisposizione ad ascoltare le nostre esigenze per ottenere il risultato migliore, configurando in modo ottimale le apparecchiature sia sotto il profilo tecnologico che di posizionamento. D'altra parte, oggi la tecnologia è fondamentale e indispensabile per mantenere, ad esempio, la catena del freddo e la tracciabilità, ma è anche un



aiuto sotto l'aspetto lavorativo perché snellisce la lavorazione e velocizza i tempi.” Il verticale per la refrigerazione è indicativo di una tendenza che si sta affermando anche in Italia nel momento in cui un negozio punta all'innovazione sia tecnica che di prodotto.

E poi la visibilità, aspetto che, insieme alla nuova ambientazione, ha impressionato favorevolmente i clienti che vedono che cosa viene fatto dietro il banco, come è preparato un involtino oppure come si ottiene un taglio prendendo direttamente dalla cella la carne. “La visibilità è importante anche rispetto alla nostra materia prima: la carne è quella del nostro allevamento composto di femmine al di sotto dei 18 mesi, circa 2.000 capi, nutrite con un'alimentazione controllata per dare una qualità migliore alla carne. La nostra azienda agricola produce grano e mais ai quali aggiungiamo semi di lino per dare più forza e sapidità alla carne. Abbiamo pensato il negozio in modo da creare un fil rouge che collegasse in modo

trasparente tutte le nostre attività a km zero. Perché, anche per le altre carni, ci riforniamo da aziende operative nell'area veronese assolutamente allineate con i nostri standard.”

Una trasparenza che viene assicurata dalle specifiche



che mansioni dei soci che operano in sinergia: oltre a Paolo Rossi in negozio, Milvio Bozza si occupa del macello e della ristorazione mentre i fratelli Fasoli, Simone e Luca, gestiscono l'azienda agricola; a loro si aggiunge una decina di dipendenti.

Il nuovo negozio, aperto da novembre, è stata un'attrattiva anche nel periodo di lockdown: “Nonostante la ristorazione si sia fermata, abbiamo avuto un incremento delle vendite non solo dovuto al rinnovamento della nostra struttura commerciale, ma anche perché le persone hanno cucinato maggiormente a casa. Ritengo che ora sia il momento di fidelizzare molto di più i clienti e, nel contempo, di puntare ad ampliare l'offerta dei piatti cotti della nostra gastronomia - conclude Rossi che ci ricorda che da qualche tempo Fasoli Carni è entrata a far parte del Gold Butchers Club di Criocabin.” ■

La Boutique della carne di Antonio Chiappinelli

Contenuti innovativi per una innovativa risto-macelleria

È uno dei primi negozi, se non l'unico, a Foggia e nella sua provincia ad avere una struttura multifunzione. L'insegna è “Boutique della carne” ed è stato aperto nello scorso settembre da Antonio Chiappinelli: “La sua fisionomia armonizzata tra macelleria, gastronomia e braceria, l'abbinamento dei colori, l'arredamento, tutto è stato curato nel dettaglio in base ai gusti personali - esordisce il titolare - anche se non mi sono mai dimenticato dei clienti, delle loro esigenze e delle loro aspettative. Questo mix di componenti è stato recepito ed apprezzato dalla clientela: qualcuno addirittura mi ha sottolineato che, così com'è, la location potrebbe far bella figura anche in un contesto di tendenza.”

L'area supera di gran lunga i 100 mq: nella zona

vendita è stata creata una saletta che alla sera si trasforma in una piccola braceria cambiando modo, stile e atmosfera. Ma tutto avrebbe un valore relativo se non fosse suffragato dalla qualità della carne, in primis, e dalle apparecchiature innovative: il trasferimento nei nuovi locali ha comportato un totale rinnovamento, traghettando la precedente macelleria in una vera e propria risto-macelleria - formula non ancora tanto diffusa in Puglia nonostante la lunga tradizione delle bracerie singole - con esigenze di contenuti tecnologici più elevati.

Antonio proviene da una famiglia di macellai: “Già dalle scuole medie, d'estate mio padre mi portava



nella nostra macelleria a dare un aiuto. Nel tempo ho scoperto che il lavoro mi piaceva, quindi sono rimasto in negozio. Dopo un po' di anni ho fatto un'esperienza nel reparto macelleria della GDO, finché nel 2008 ho aperto la mia attività." Ad assisterlo la moglie, anche oggi attiva in negozio alla cassa. Oggi ci sono altre cinque persone operative nelle varie sezioni.

"Quando feci la prima ristrutturazione - racconta Antonio - volevo dotarmi di apparecchiature Criocabin, ma una serie di fattori dirottano la scelta altrove. Criocabin mi è rimasta sempre nella mente: grazie anche alla fiera iMEAT, ho potuto approfondire personalmente la conoscenza delle aziende e valutarne le differenze. Ma non ho avuto dubbi ed ho selezionato la tecnologia Criocabin. Ciò che mi ha spinto maggiormente verso questa azienda è stata l'innovazione a glicole, il nuovo sistema di refrigerazione di cui sono contentissimo e che ho scelto dopo aver valutato la refrigerazione classica, quella ventilata e la ventilata-statica. Siccome l'appetito vien mangiando, alla prima apparecchiatura se ne sono aggiunte anche altre."

Il macellaio sottolinea che il mantenimento della carne e del banco è completamente diverso da quello precedente: "Prima quando mettevo in esposizione dei tagli di costate, se nella giornata non ne avevo tagliata una, il giorno dopo dovevo eliminare la fetta davanti perché si era asciugata. Oggi questo eventuale intervento diventa necessario solo dopo due-tre giorni. Inoltre, con il banco precedente ero costretto, a chiusura del negozio nell'orario di pranzo, a coprire la carne con dei fogli per poterne preservare l'umidità: un'operazione che non ha più ragione d'essere in quanto il prodotto si mantiene inalterato. Per mia scelta ritiro buona parte della carne la sera, ma potrei lasciare il banco rifornito anche durante la notte senza che venga meno la freschezza dei prodotti. Lo abbiamo sperimentato nei periodi delle festività quando il tempo di lavoro non è mai sufficiente. Anche l'assistenza è un altro punto da non trascurare: il comportamento del fornitore di fronte ad un problema è fondamentale per valutare la sua reale efficienza e reattività."

Per Chiappinelli queste nuove tecnologie raggiungono il massimo della loro efficienza se abbinate ad una gestione generale attenta e performante. Rispetto a quando ha iniziato questo lavoro, la tecnologia è cambiata molto, permette di fare cose che in passato erano quasi impensabili, interviene in tutto il ciclo lavorativo, ne riduce i tempi e, di conseguenza, i costi; inoltre il prodotto si mantiene più a lungo con minori scarti: "È un risparmio non immediato, ma lo si vede nel tempo, a maggior ragione se la carne trattata è di ottima qualità. La nostra proposta è vasta e si orienta prevalentemente su carni pregiate italiane; sono associato a Coalvi e al Consorzio del Vitellone bianco, ma mi avvalgo anche di carni locali a due passi dal Gargano. Propongo anche selezioni estere, che oggi



sono molto di moda. Oltre al bovino trattiamo il maiale della zona della Lucania e il maiale nero mentre il pollame proviene da filiera controllata e,

recentemente, anche da un'azienda agricola padovana con un allevamento particolare. Produco salsicce, salami, pancette, coppe, filetti e, avendo la gastronomia e la cucina, propongo anche mortadelle, wuster, prosciutti cotti, però solo per vendita personale."

Tutte referenze che sono state apprezzate anche durante questo periodo di pandemia: "La macelleria non ha avuto contraccolpi in quanto il lockdown ha portato a utilizzare di più la cucina di casa riportando le persone alle ricette della tradizione. La braceria invece ha subito la chiusura forzata e mi sto chiedendo se non sia il caso di riaprire quando si tornerà alla normalità." Una più che comprensibile riflessione che nulla toglie alla lungimiranza di Antonio nell'aver dato vita alla ri-sto-macelleria "Boutique della carne"! ■

Si mangia con gli occhi!



ETHOS C, il murale refrigerato per la macelleria. Raddoppia lo spazio espositivo dei piatti pronti a cuocere, i preferiti dal tuo cliente.



#meatinginnovation

www.criocabin.com

CRIOCABIN
FRESH PRESENTATION



Osteria di Fornio, la tradizione è servita

Un locale storico, la sensibilità femminile in cucina, l'imprenditorialità di famiglia e un territorio straordinario sono gli ingredienti vincenti dell'Osteria di Fornio dove i piatti della tradizione emiliana diventano poesia e musica

di Marina Caccialanza

Il locale è storico, nel cuore dell'Emilia più sincera a pochi passi dalla città ma immerso nella campagna placida che circonda Fidenza, Salsomaggiore e Busseto per arrivare a Parma.

Fornio è una frazione antica, poche case, tranquillità e un punto fermo per la gente del posto e per i viaggiatori: l'Osteria di Fornio.

Racconta chef Cristina: "Ho imparato a cucinare per amore; nel 1996 dopo aver sposato Luca ho cominciato a lavorare con lui nel ristorante della sua famiglia, la Trattoria Giardinetto che mio suocero, ristoratore e macellaio, dirigeva sulla via Emilia, alle porte di Fidenza. Poi, nel 2005 abbiamo rilevato l'Osteria di Fornio, locale storico conosciuto dalla

conigli, un po' di selvaggina come il cinghiale e la lepre.

Uno dei piatti più richiesti in questa stagione è la faraona disossata e servita coi funghi prugnoli, carne che Cristina e Luca acquistano da un rivenditore di Salsomaggiore – Salsocarni della famiglia Toscani – specializzato in prodotti nostrani, pollame ruspante allevato a terra. "Cerco sempre – spiega Cristina – di

utilizzare materie prime locali di cui la zona è ricca, come i salumi. Nei miei piatti Prosciutto crudo di Parma e Culatello sono quasi sempre presenti. Per esempio faccio un gnocco di patate con Prosciutto e cipolla rossa di Parma, oppure ravioli col Culatello e la fonduta di Tosone. Cerco sempre di abbinare 3 o 4 prodotti del parmense: sono l'espressione migliore delle nostre radici e dello sviluppo agricolo e produttivo della regione".

I piatti di carne sono, insieme ai primi di pasta fresca, la caratteristica principale della cucina di Cristina Cerbi. In autunno sono le pappardelle di farina di castagne col ragù di cinghiale; in inverno il gambotto di maiale e la mariola. I bolliti di

maiale sono una particolarità della zona, un'area geografica dove la carne e gli insaccati di suino non possono mancare in un menu.

La mariola, per esempio, cotechino grosso macinato fine, delicato nella speziatura, che si mangia con diverse salse – rosse e verdi - e la mostarda, è uno dei piatti più ricercati e chef Cristina ha studiato un metodo di cottura che prevede la foratura del budello e numerose fasi di ricambio dell'acqua della lunga bollitura allo scopo di alleggerire il carico di grassi: "Alleggerire la tradizione non significa mortificarne l'identità ma proporla in maniera più comprensibile e apprezzabile mantenendone le specificità".

Poco utilizzo, invece, per la carne di



Chef Cristina Cerbi



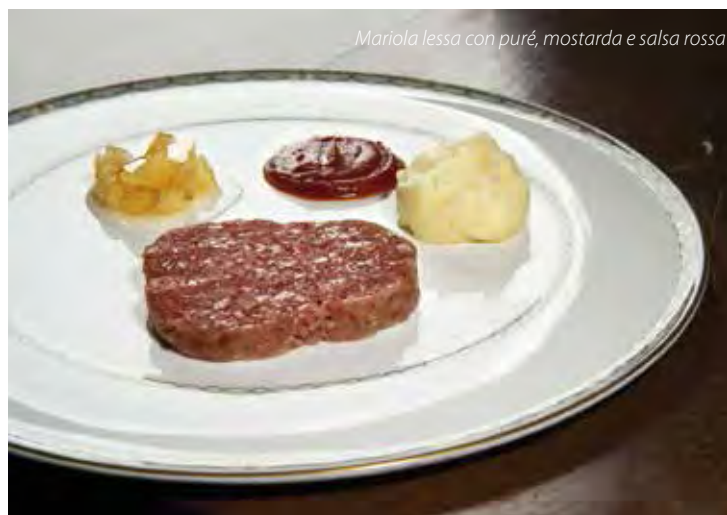
Pappardelle di castagne con ragù di cinghiale

Dal 2005 in cucina c'è una chef, Cristina Cerbi che, insieme al marito Luca Caraffini, terza generazione di una famiglia di ristoratori, porta avanti la tradizione emiliana con orgoglio e con sensibilità e cura di padrona di casa, in un luogo dove

gente del posto per la sua cucina tradizionale, ritrovo molto frequentato. Portiamo avanti da allora la filosofia del luogo: piatti tipici, cucina tipica emiliana, materie prime locali e stagionali e un pizzico di innovazione nel proporre questi valori aggiornati alle abitudini moderne. Non vogliamo rivisitare la cucina classica, non facciamo piatti gourmet, solo più curati nella presentazione, alleggeriti dove possibile per incontrare i gusti di un pubblico moderno. Manteniamo però quelle che sono le caratteristiche antiche tanto che spesso da noi vengono i giovani della zona per riscoprire piatti dimenticati, quelle preparazioni che a casa non si fanno più perché impegnative, lunghe. Per loro, è come una cucina etnica".

Nel menu dell'Osteria di Fornio, membro dell'Unione Ristoranti del Buon Ricordo, infatti, rivivono le tradizioni locali, per esempio il consumo di carni di animali da cortile, come la faraona, l'anatra, i galletti,

la buona tavola e l'ospitalità sono insite nel dna delle persone. Sapori della tradizione, ricette tramandate e riscoperte, l'anima di un territorio che nella ricchezza rurale fonda i suoi valori.



Mariola lessa con puré, mostarda e salsa rossa



Salame fritto al vino bianco

Cristina Cerbi, cuoca per amore, coccola i suoi clienti con passione e loro l'hanno ricambiata con affetto e fedeltà anche in questi mesi durante i quali l'asporto e il delivery hanno sostituito la convivialità di una tavolata. I piatti di carne sono stati il punto di forza perché: "Quando le materie prime sono buone, tutto riesce meglio e le carni sono tra quelle che meno di altre creano problemi nell'asporto: cucinate bene si mantengono perfettamente dal ristorante a casa".

L'Osteria di Fornio ha continuato a cucinare i suoi piatti straordinari e con la bella stagione, la riapertura e l'aiuto di un dehors invitante, i clienti torneranno a Fornio per gustare la tradizione emiliana e godere del sorriso di chef Cristina. ■

FOTO - © Ivano Zinelli Fotografo

bovino che non fa parte della cultura emiliana. Più utilizzato è l'agnello, non solo in primavera quando agnelli e capretti italiani fanno parte delle usanze pasquali, ma agnello dalla Francia e dalla Nuova Zelanda tutto l'anno per piatti gustosi come le costole cotte con aceto balsamico e olive taggiasche che ne attenuano il sapore selvatico. Cucinare la carne, ogni tipo di carne, nel modo corretto è importante secondo Cristina Cerbi che tiene a sottolineare: "Oggi esistono numerose tecniche innovative, sicuramente apprezzabili, come la

cottura a bassa temperatura, che offrono vantaggi indiscutibili ma ritengo che non possano essere la soluzione a ogni ricetta. Ogni materia prima, e la carne in particolare, ha bisogno del trattamento consona alle sue peculiarità. Ottenere morbidezza e tenerezza non è sempre indispensabile; qualche volta l'esperienza del cuoco ne esalta di più il gusto arrostando in padella, magari anche bruciacciando leggermente la superficie. In questo, i metodi tradizionali ci insegnano molto e dovremmo sempre tenerlo presente".



Gnocchi di patate con ragù di anatra battuto al coltello e tartufo



C'è un solo modo per garantire polli e maiali buoni, genuini e sicuri: rispettare il ciclo naturale delle cose, offrire loro un ambiente incontaminato, con cibi naturali e una vita sana.

Ecco perché da sempre li alleviamo con grande cura e attenzione, così da ottenere un prodotto di elevata qualità.





Linee guida OMS

La sicurezza alimentare al tempo del Covid-19

Cristina La Corte, Avvocato - Studio Gaetano Forte

Il 7 aprile 2020 l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha pubblicato le Linee guida, per le aziende alimentari, volte alla gestione del rischio conseguente alla pandemia da Covid-19 con lo scopo di garantire la sicurezza del prodotto e dei lavoratori che, in questo momento storico, continuano a svolgere una funzione essenziale. Il presupposto su cui si fondano le raccomandazioni dell'OMS è che l'industria alimentare dovrebbe disporre di sistemi di gestione della sicurezza alimentare (FSMS) basati sui principi dell'analisi dei pericoli e dei punti critici di controllo (HACCP) per gestire i rischi per la sicurezza alimentare e prevenire la contaminazione degli alimenti. I principi generali di igiene alimentare del Codex pongono solide basi per attuare i controlli chiave sull'igiene in tutta la catena di trasformazione, produzione e commercializzazione degli alimenti. Se un'azienda alimentare ha istituito un team FSMS e/o HACCP, i membri devono essere inclusi nelle discussioni per l'implementazione di nuove misure ed interventi per garantire la sicurezza alimentare e contrastare la trasmissione del coronavirus. Se un'azienda non ha istituito un team FSMS e/o HACCP, dovrebbe nominare una persona responsabile per valutare l'adozione di misure aggiuntive volte a garantire la sicurezza alimentare. Esiste ora un urgente obbligo per l'industria di garantire il rispetto delle misure per proteggere i lavoratori del settore alimentare dal Covid-19, per prevenire l'esposizione o la trasmissione del virus e rafforzare le pratiche di igiene degli alimenti. Lo scopo delle linee guida in esame è di evidenziare misure aggiuntive per mantenere l'integrità della catena alimentare e avere forniture alimentari adeguate e sicure per i consumatori.

Potenziale trasmissione di Covid-19 da alimenti

A tal proposito l'OMS sottolinea come sia altamente improbabile che le persone possano contrarre il Covid-19 da alimenti o imballaggi per alimenti. Finora, infatti, non ci sono prove di virus che causano la trasmissione di malattie respiratorie attraverso alimenti o imballaggi per alimenti. Per il diverso aspetto concernente la contaminazione delle superfici l'OMS evidenzia che ricerche recenti hanno rilevato che il virus può rimanere vitale fino a 72 ore su

plastica e acciaio inossidabile, fino a 4 ore su rame e fino a 24 ore su cartone. È pertanto di fondamentale importanza che l'industria alimentare rafforzi le misure di igiene e fornisca adeguata formazione e aggiornamenti sui principi di igiene degli alimenti per eliminare o ridurre il rischio che le superfici in cui gli alimenti sono manipolati, ed i materiali di imballaggio, vengano contaminati dal virus attraverso i lavoratori.

Lavoratori del settore alimentare: consapevolezza dei sintomi di Covid-19

È fondamentale che tutti i soggetti che operano nell'impresa alimentare siano consapevoli dei sintomi del contagio da Covid-19. L'OMS raccomanda a chi non si sente bene di stare a casa. Ai fini di questa guida, i lavoratori del settore ali-

mentare includono i soggetti che toccano direttamente il cibo e il personale che può toccare le superfici a contatto con gli alimenti o altre superfici dove vengono manipolati alimenti, come gli addetti alle pulizie, appaltatori di manutenzione, addetti alle consegne e ispettori alimentari. Gli operatori aziendali devono fornire una guida scritta per il personale sulla segnalazione di tali sintomi e sull'esclusione dalle politiche del lavoro. Il problema più importante è che il personale sia in grado di riconoscere tempestivamente i sintomi in modo da poter cercare cure mediche e test adeguati e ridurre così al minimo il rischio di infezione dei compagni di lavoro. Le Linee Guida indicano a tal fine i più comuni sintomi da Covid-19.

Operatori alimentari: prevenire la diffusione di Covid-19 nell'ambiente di lavoro

Il personale che lavora nei locali alimentari deve ricevere istruzioni scritte e formazione su come prevenire la diffusione di Covid-19. Sono indicate buone pratiche igieniche del personale, l'uso di guanti monouso, regole per il distanziamento fisico nell'ambiente di lavoro e di gestione dei casi di contagio nei luoghi di lavoro. Buone pratiche igieniche del personale:

- lavaggio delle mani con acqua e sapone per almeno 20 secondi;
- frequente uso di disinfettanti per le mani a base alcolica;
- igiene respiratoria (coprire la bocca e il naso quando si tossisce o starnutisce; smaltire fazzoletti o altri tessuti utilizzati e lavarsi le mani);
- frequente pulizia/disinfezione delle superfici di lavoro e dei punti di contatto come le maniglie delle porte;
- evitare il contatto ravvicinato con chiunque mostri sintomi di malattie respiratorie.

Trasporto e consegna dei generi alimentari

In quest'ambito l'obiettivo principale di eventuali misure igieniche supplementari è quello di mantenere il virus Covid-19 fuori dall'impresa alimentare. A tal fine i conducenti ed il personale addetto non devono lasciare i loro veicoli durante la consegna. I driver devono essere forniti di disinfettanti per le mani a base alcolica che devono utilizzare prima di passare i documenti di consegna al personale delle strutture alimentari. L'OMS incoraggia l'uso di contenitori e imballaggi monouso per evitare la necessità di pulizia di eventuali resi. Per i contenitori riutilizzabili, devono essere implementati adeguati protocolli di igiene. I conducenti che effettuano consegne presso locali alimentari devono essere consapevoli dei potenziali rischi connessi alla trasmissione del Covid-19. L'igiene delle mani, in combinazione con l'allontanamento fisico, è di fondamentale importanza. I conducenti devono garantire che tutti i contenitori di trasporto siano tenuti puliti e frequentemente disinfettati e che gli alimenti siano protetti da contaminazioni e separati da altre merci.

Locali alimentari al dettaglio

Durante la pandemia, il settore della vendita al



dettaglio di generi alimentari deve affrontare le sfide più impegnative per mantenere i più elevati standard di igiene, proteggere il personale dal rischio di infezione, mantenere le distanze fisiche e garantire forniture adeguate su base giornaliera. Misure come il lavaggio frequente delle mani,

l'uso di disinfettanti per le mani, l'uso di indumenti protettivi, una buona igiene respiratoria, sono prassi idonee a ridurre il rischio di diffusione.

I datori di lavoro dovrebbero sottolineare l'importanza di tali misure.

I lavoratori del settore alimentare devono essere consapevoli dei sintomi di Covid-19 per informare il loro datore di lavoro e consultare un medico.

Il mantenimento del distanziamento fisico nei locali alimentari al dettaglio è fondamentale per ridurre il rischio di trasmissione della malattia. Misure pratiche per i rivenditori.

- Regolamentazione del numero di clienti che entrano nel negozio al dettaglio per evitare il sovraffollamento.
 - Posizionamento di cartelli nei punti di ingresso per richiedere ai clienti di non entrare nel negozio in caso di malessere o sintomi Covid-19.
 - Gestione delle code in linea con la distanza fisica sia all'interno che all'esterno dei negozi.
 - Fornitura di disinfettanti per le mani, disinfettanti spray e salviette di carta usa e getta nei punti di ingresso del negozio.
 - Uso di marcature del pavimento all'interno del negozio al dettaglio per facilitare il rispetto del distanziamento fisico, in particolare nelle aree più affollate, come banchi assistiti e casse.
 - Fare annunci regolari per ricordare ai clienti di seguire tutti i consigli.
 - Introduzione di barriere in plexiglass a casse e banchi come ulteriore livello di protezione.
 - Incoraggiare l'uso di pagamenti senza contatto.
- È inoltre necessario, al fine di ridurre al minimo il rischio di trasmissione di Covid-19, identificare i punti di contatto elevato nei locali di vendita al dettaglio garantendo che vengano puliti e disinfettati regolarmente. Esempi di punti di contatto elevato sono i carrelli della spesa, le maniglie delle porte e le bilance per l'uso da parte del cliente.

Espositori alimentari aperti

Sebbene alcuni consumatori percepiscano il rischio di infezione da Covid-19 derivante da esposizioni di alimenti aperti, attualmente non ci sono prove scientifiche che suggeriscano che il cibo sia associato alla trasmissione del virus Covid-19. È importante mantenere buone pratiche igieniche intorno agli espositori di alimenti aperti, come insalate, espositori di prodotti freschi e prodotti da forno. L'OMS continuerà a monitorare attentamente la situazione per rilevare eventuali cambiamenti che potrebbero influenzare questa guida intermedia. Se dovessero cambiare dei fattori, l'OMS pubblicherà un ulteriore aggiornamento.

In caso contrario, questo documento di orientamento intermedio sarà vigente sino a 2 anni dopo la data di pubblicazione del 7 aprile 2020. ■





Tritacarne TCM

La macchina è studiata appositamente per la lavorazione di carne, grassi, formaggi, vegetali, ecc.

Soluzioni tecnico costruttive all'avanguardia supportate dall' utilizzo di utensili da taglio di alta qualità garantiscono un taglio netto per una migliore presentazione del prodotto finale.

Un ingegnoso sistema permette un rapido e completo smontaggio della protezione della tramoggia per una efficace e sicura pulizia

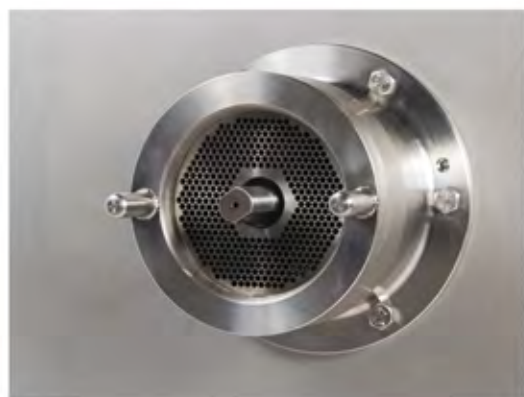
La possibilità di alimentare la tramoggia dal piano della macchina o direttamente dal tavolo di lavoro agevola il carico del prodotto da tritare.

Gruppo riduttore protetto da infiltrazioni grazie alla presenza di scarichi dei liquidi di lavaggio.

Superfici lisce e assenza di angoli vivi per una veloce ed efficace pulizia.

Omet Foodtech - Produttività Imbattibile

- Perfetta per piccole e medie imprese
- Possibilità di installare un efficiente dispositivo separatore di nervi e cartilagini



Omet
FOODTECH

Via Pancole 18 - 53036 Poggibonsi (SI) Italy - Tel. +39 0577 936693 - Fax +39 0577 9817777
info@omet-foodtech.it - www.omet-foodtech.it



Tradizione e genuinità sono fattori irrinunciabili per l'allevamento Cosaro

La pollanca, ovvero un'eccellenza avicola

Elisa Guizzo

Nel 1969 a Malo, piccolo comune della provincia di Vicenza nasce l'azienda Cosaro, Tarcisio e Giulietta sono le colonne portanti, nonché punti di riferimento per i figli: Daniela, Federico e Alberto. Daniela è la responsabile della qualità e della sicurezza in azienda, ma svolge anche il ruolo commerciale; Federico è dedicato alla produzione; Alberto invece si occupa della logistica.

I Cosaro hanno saputo tramutare l'allevamento di casa in un'azienda a conduzione famigliare, divenendo oggi uno dei marchi di riferimento per il pollo in Veneto e mantenendo un forte contatto con

il periodo invernale."

La pollanca è una gallina appartenente alla razza dei polli rossi che si distingue appunto per la colorazione rossastra delle piume. Sono allevate a terra, come del resto tutti gli altri avicoli dell'azienda Cosaro che razzolano in ampi spazi caratterizzati da una densità di 8/9 capi al metro quadro.

L'allevamento della pollanca dura 120 giorni, periodo entro il quale la gallina raggiunge appieno lo sviluppo fisiologico corrispondente alla prima deposizione delle uova, raggiungendo un peso vivo di 2/3 kg. L'alimentazione elude in maniera imperativa le farine animali essendo costituita esclusivamente da



è direttamente proporzionale alla loro crescita. Questo sistema di allevamento non prevede alcuna forzatura e rispetta il normale ciclo di crescita degli avicoli."

L'osservanza delle norme è garantito da un gruppo di controllo costituito dall'azienda Cosaro, dalla mangimistica Fanin e dal CSQA, società di certificazione presente nei settori dell'agroalimentare. Serietà, impegno e attenzione sono elementi imprescindibili che permettono di ottenere un alto livello di salute e benessere degli animali, fattori che rendono i prodotti Cosaro una vera nicchia nel mercato alimentare.

La carne della pollanca è saporita e nutriente, ottima per realizzare gustosi bolliti e succulenti preparazioni al forno.

Sotto l'aspetto nutrizionale si evince che in 100 grammi di parte edibile la pollanca ha una frazione proteica pari a 22,7 grammi contro i 21,6 grammi presenti nel Broiler; la quota lipidica invece è di 3,5 grammi nella pollanca, e di 2,8 grammi nel Broiler.

Uno studio meritevole di attenzione è stato quello condotto dal Dipartimento di biomedicina comparata dell'Università di Padova, diretto dal professor Enrico Novelli, che ha elaborato alcuni dei campioni provenienti dalle diverse razze allevate dall'azienda Cosaro. Sono state effettuate analisi nutrizionali, considerando l'aspetto stagionale per cui il campionamento è avvenuto in due momenti dell'anno ben distinti: estate e inverno. Dallo studio, è emerso un confronto di valori nutrizionali diversi su base stagionale.

La pollanca mostra non solo valori più alti di proteine, grassi ed energia rispetto ad altre razze allevate, ma mantiene tali valori anche nel periodo invernale, a differenza di quello estivo. L'etichetta dei prodotti Cosaro è un chiaro esempio di facile rintracciabilità, attraverso la quale si può identificare l'allevamento di provenienza e la data in cui l'animale è stato macellato.

Il principale canale di commercializzazione dell'azienda è la macelleria e ciò non può che avvalorare questa nobile e preziosa materia prima. Il macellaio è una figura professionale altamente formata che si è dovuta adattare alle nuove richieste di mercato, rappresentando l'anello di congiunzione tra gli allevatori e il consumatore. Questo rapporto ancestrale, tutt'ora vivo, è fondato sulla qualità: tra chi la costruisce, l'allevatore, e chi la percepisce, il consumatore, mentre il macellaio ha l'aureo dovere di narrare la qualità della carne.

I prodotti Cosaro, non possono chiedere di meglio! ■



il territorio, la tradizione e la genuinità, elemento di primaria importanza per la famiglia.

L'azienda alleva prodotti di alta qualità: il Broiler Vallugana, il Pollo rosso "collo nudo" caratterizzato, come dice il suo nome, dal collo sprovvisto di piumaggio, le faraone, le tacchine nere e le pollanche. Proprio queste ultime meritano un adeguato approfondimento. La famiglia Cosaro, infatti, è stata la prima a re-introdurre la pollanca, un prodotto tradizionalmente italiano: "Alleviamo 35.000 mila pollanche ogni anno - spiega Daniela Cosaro - la cui vendita si intensifica durante

vegetali: mais e soia integrata con sali minerali e vitamine.

L'azienda Cosaro ha stipulato in collaborazione con una società mangimistica locale, la Fanin spa, un protocollo di norme riguardanti l'allevamento e l'alimentazione degli avicoli cui si devono attenere tutti gli allevatori facenti parte delle socie dell'azienda Cosaro. Un esempio di norma che gli allevatori devono osservare riguarda la luce: "Se accendessimo le luci durante la notte, gli animali continuerebbero a mangiare e questo comporterebbe un loro rapido accrescimento - spiega Daniela - quindi la luce



Impegno costante nella sostenibilità ambientale e nel benessere animale

Laura Cenni, l'ambasciatrice della Razza Romagnola

Elisa Guizzo

Non capita tutti i giorni di incontrare una persona come Laura Cenni, una donna dall'animo sincero, pragmatico ed intrepido, un esempio di dedizione e passione che l'hanno portata ad essere un punto di riferimento per la zootecnia italiana. Laura, allevatrice di Razza Romagnola, si è aggiudicata lo scorso gennaio il premio di miglior allevatrice dell'anno 2019, per la categoria bovini da carne, riconoscimento che gli è stato assegnato dall'organizzazione di Fiera Agricola Verona e dall'Informatore Agrario, rivista specializzata del settore zootecnico.



L'impegno a perseguire una sostenibilità ambientale e un alto livello di benessere animale sono state le carte vincenti per Laura che ha dedicato questo premio a tutti gli allevatori Italiani!

Ci troviamo a Riolo Terme sull'Appennino Faentino e, dopo un susseguirsi di salite e discese, scorgo l'azienda Cenni, posta alla sommità della collina. Il paesaggio è mozzafiato e rimango ammutolita dall'incanto che mi regala.

UN ALLEVAMENTO A CICLO CHIUSO

Laura, insieme alle due figlie An-

gelica e Fabiana, gestisce l'allevamento a ciclo chiuso. "Quello che conta di più è la passione per questo lavoro - dice la secondogenita Angelica." Ed è proprio la passione a contraddistinguere la








Hamburger Tex-Mex

La linea NOVIT è ideale per hamburger e preparati a base di carne fresca macinata, completamente senza additivi!

VANTAGGI:

- Non contiene additivi
- Migliora il colore, e dona brillantezza e gusto alle preparazioni
- Aporta morbidezza e succosità ai prodotti
- Consente una conservazione duratura del prodotto finito preservandone le caratteristiche organolettiche

CREATIVITÀ PER LE VOSTRE PREPARAZIONI



Gustosi Pagani



Condimento e Decorazione



Mantenimento e Aromatizzazione



Panature e Fritture



Gastronomia Vegetale



FRATELLI PAGANI S.p.A.
via Ennio, 20 - 20137 Milano - Italia
tel. +39 02 5456785 (r.a.) - fax +39 02 55191476
fpagani@fratellipagani.it



Seguici su facebook



Scarica l'APP Pagani Chef

www.paganichef.it



famiglia Cenni che alleva un centinaio di capi: fattrici, manze, due tori e vitelli.

Il nome di tutti i vitelli nati nello stesso anno ha la stessa lettera iniziale che cambierà ogni anno in base all'ordine delle lettere dell'alfabeto italiano, secondo le norme tecniche dettate dal disciplinare del Libro Genealogico Nazionale delle razze: Marchigiana, Chianina, Romagnola, Maremmana e Podolica, istituito dall'A.N.A.B.I.C. (Associazione Nazionale Allevatori Bovini Italiani da Carne) che migliora la valorizzazione e la diffusione delle razze sopracitate. Ecco quindi, che tra le fattrici spiccano dei bellissimi nomi: Giselle, Ginevra, Isadora e Fucsia. Particolare attenzione, invece, la merita Dodo, il toro dell'azienda, esemplare maestoso e imponente che con aria vanitosa si lascia fotografare. Dodo è un toro pluripremiato, è stato incoronato per ben tre volte come campione di categoria alle fiere di Razza Romagnola: nel 2016 a Riolo Terme (RA), nel 2017 a Imola (BO) e nel 2019 a Bastia Umbra (PG). Ha vinto anche il titolo di campione assoluto tori senior: nel 2017 a Imola (BO) e nel 2019 a Bastia Umbra (PG). A tutt'oggi, Dodo è il campione assoluto tori senior di Razza Romagnola. L'allevamento di questi bovini prevede il pascolo per circa 7 mesi; nel periodo invernale invece gli animali rimangono in stalla. L'alimentazione, costituita da materie prime eccellenti, è a base di cereali, orzo, mais, favino, tutti di produzione propria: l'azienda infatti possiede un mulino per macinare i cereali destinati ai bovini. Non mancano i foraggi, anch'essi di produzione aziendale.

UNA RAZZA DALLE ORIGINI ANTICHE

La Razza Romagnola ha origini molto antiche, deriva dal *Bos Taurus Macrocerus*, un bovino originario delle grandi steppe dell'Europa Centro-Orientale. L'arrivo in Italia dei bovini antenati della Romagnola è databile intorno al IV secolo d.C. con l'invasione dei Longobardi guidati da Agilulfo. Oggi l'allevamento di tale Razza è diffuso principalmente nelle province di Bologna, Forlì-Cesena, Rimini, Ravenna, Pesaro e Firenze. Questo bovino è definito un utilizzatore di foraggi, par-

ticolaramente resistente ai climi avversi, elementi imprescindibili che lo rendono adatto ad ogni tipologia di pascolo. Dal punto di vista morfologico si distingue per avere un notevole sviluppo muscolare, ottima la conformazione del bacino e la robustezza degli arti, corti e robusti. Il mantello è grigio-chiaro, tendente al bianco, particolarmente nelle femmine con sfumature grigie in diverse parti del corpo. Le mucose e la cute sono nere, le corna sono a forma di lira nella femmina e di semiluna nel maschio. L'altezza è inferiore alla Chianina: le femmine arrivano mediamente a 1.50 cm al garrese e 7/8 quintali di peso vivo, i tori mediamente arrivano a 1.70 cm al garrese, con un peso vivo di 12/14 quintali. Originariamente la Razza Romagnola era a duplice attitudine, carne e lavoro: fino agli anni '50 infatti era considerata la vera ricchezza degli agricoltori, nel corso degli anni la selezione ha portato a migliorare la produzione di carne.

IL MARCHIO IGP

Dal punto di vista nutrizionale la carne di Razza

Romagnola è caratterizzata da un ridotto contenuto di grasso e da un'importante quantità di ferro e di proteine. La Razza Romagnola, così come la Chianina e la Marchigiana, vanta il marchio IGP "Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale" che certifica e garantisce la carne di queste tre razze bovine italiane.

Il termine "Vitellone" fa riferimento all'età dei bovini: tra i 12 e 24 mesi, "Bianco" invece si riferisce al colore del loro mantello, e infine "dell'Appennino Centrale" ne designa l'indicazione di origine, ovvero la zona dove Chianina, Marchigiana e Romagnola sono allevate da oltre 1500 anni.

Il Consorzio di Tutela "Vitellone Bianco dell'Appennino Centrale" costituito il 13/02/2003 e ufficialmente riconosciuto con DM n. 62187 del 29/03/2004 svolge attività di tutela, vigilanza e salvaguardia del marchio lungo tutta la filiera di produzione e di commercializzazione. La Razza Romagnola, vive oggi un momento delicato, non ha avuto la visibilità che merita, non è stata oggetto di una valorizzazione commerciale efficiente per garantirne la notorietà, come è invece il caso della famosa e indiscussa Chianina che è supportata da un'immagine simbolica, la Fiorentina, con cui ha creato un legame indissolubile.

La domanda, quindi, sorge spontanea: perché non è del tutto conosciuta la Razza Romagnola? La risposta è semplice: in Toscana sono state attivate vere e proprie azioni di marketing che hanno giocato a sfavore della Romagnola, i cui allevamenti, ad oggi si sono quasi del tutto dimezzati rispetto agli anni passati, complici non solo la poca attività di valorizzazione, ma anche il ricambio generazionale l'attività di frutticoltura che si è intensificata in queste aree.

Comunicare la qualità significa creare un'attività di promozione ed innalzare le aspettative dei consumatori. È doveroso pertanto intervenire con operazioni di valorizzazione mirate come, ad esempio, veri e propri percorsi degustativi che coinvolgano direttamente allevatori e consumatori perché, come dice Laura Cenni che la Razza Romagnola la porta nel cuore, "...gli allevatori sono i primi che devono tutelare i consumatori." ■





“La bontà è più facile da riconoscere che da definire”

(Wistan Hugh Auden)

Il “buono” si trova nelle cose semplici e fatte con amore!!!

I bovini **Chianini**, **Marchigiani** e **Romagnoli** nascono e vivono da sempre in questi territori dove i profumi dei nostri pascoli e la tradizione secolare dei nostri allevamenti, rendono le loro carni uniche al mondo.

PER CHI CERCA SOLTANTO COSE BUONE!



CONSORZIO DI TUTELA DEL VITELLONE
BIANCO DELL'APPENNINO CENTRALE
info@vitellonebianco.it | tel.: 075.60.79.257
www.vitellonebianco.it



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



Regione Toscana



Abbonamento
6 numeri annuali
€ 27,00

Per richieste: abbonamenti@ecod.it
tel. 0331 518056

Per richiedere le modalità di pagamento inviare una email a: abbonamenti@ecod.it

IMPORTANTE! PRIMA di effettuare il pagamento contattare l'ufficio abbonamenti per comunicare i dati per spedizione e fatturazione

Forum iMEAT



Seguici su
Facebook

iMEAT[®]

GIORNALE

iMEAT GIORNALE è un periodico bimestrale

ABBONAMENTO

6 numeri

€27

MODULO ABBONAMENTO iMEAT GIORNALE

Da inviare compilato al fax **0331424780** oppure alla e-mail abbonamenti@ecod.it
In alternativa inviare una e-mail indicando TUTTI i dati obbligatori

I DATI RICHIESTI SONO INDISPENSABILI PER IL CORRETTO RECAPITO DELLA RIVISTA E DELLA FATTURAZIONE

Abbonamento
6 numeri annuali:
€ 27,00

Nome*	Cognome*
Negozio/Azienda*	
Indirizzo*	N.*
Città e Provincia*	Cap*
Tel.*	e-mail*
P.IVA o C.F.*	
Codice univoco*	PEC*
Data*	Firma*

L'abbonamento può essere sottoscritto in qualsiasi giorno dell'anno e vale per i 6 numeri successivi.
L'abbonamento partirà a pagamento avvenuto.

*campi obbligatori

Per info e modalità di pagamento inviare una email a: abbonamenti@ecod.it

Carni bovine irlandesi

Gusto e qualità in armonia con la natura

Immensi prati verdi, morbide colline, aria pulita e piogge frequenti: l'Irlanda è il luogo ideale per l'allevamento di bovini.

L'alimentazione naturale a base di erba fresca e le tradizionali tecniche di allevamento al pascolo rendono le nostre carni naturalmente gustose e nutrienti, di prima qualità.

I nostri allevatori lavorano per valorizzare le risorse naturali di questa terra e preservare un ambiente incontaminato per le generazioni future.

Origin Green: in armonia con la natura.

Per maggiori informazioni: www.irishbeef.it



BORD BIA
IRISH FOOD BOARD



In armonia
con la natura



Nice to **meat** you.

G-Concept, sistema di refrigerazione con impianto a bordo a glicole, specifico per la carne.

Meno perdite di peso.

G-Concept non secca la carne.

Grazie alla ventilazione particolarmente contenuta e al controllo ottimale di umidità e temperatura, il calo di peso della carne è inferiore del 50% rispetto a un normale banco ventilato.

Il risparmio raggiunge mediamente **9.000** Euro all'anno.

Meno lavoro.

Sono finite le alzatoce al mattino per esporre la carne e il lavoro a fine giornata per riporla in cella.

Con **G-Concept** la carne può rimanere nel banco durante la notte senza nessun problema.

Si possono evitare annualmente fino a 720 ore lavorative per un risparmio di circa **14.400** Euro all'anno.

