



Be-ef The Future: il futuro della carne bovina passa da qui

Un momento per condividere idee sul futuro della carne, un futuro più sostenibile a tutti i livelli della filiera produttiva: *Be-ef The Future*, evento organizzato da SUGAR PLUS (sugarplus.it), brand

della multinazionale ED&F MAN, dopo l'annullamento forzato lo scorso anno legato al contenimento sanitario della pandemia da Covid-19, è finalmente andato in scena giovedì 23 giugno, negli spazi della

Cantina Monteci (www.monteci.it), sita lungo le rive del fiume Adige, nel comune di Pescantina, in provincia di Verona. *Be-ef The Future* è nato dal desiderio «di condividere liberamente pensieri, atteggiamenti



Gli speaker intervenuti a Be-ef The Future portando tutta la propria esperienza e professionalità sul palco: Giuseppe Pulina, Riccardo Bari, Giuliano Marchesin, Elisa Guizzo, Andrea Bertaglio, Placido Massella, Francesco Camassa, Carlo Angelo Sgoifo Rossi, Fulvio Fortunati e Alberto Cucchi. L'evento organizzato da Sugar Plus era alla sua prima edizione. Il format, con speech all'americana, è stato molto apprezzato dai presenti.

e visioni future per accendere in noi idee per sbloccare il vero valore della carne italiana» ha dichiarato. **RICCARDO BARI**, del team Sugar Plus mangimi liquidi e moderatore dell'evento. «Vogliamo scuotere il mondo della carne ed essere portatori di un cambiamento positivo. Il tema di questa edizione ad esempio è la *sostenibilità*, una parola che è sulla bocca di tutti. **Per noi di SUGAR PLUS sostenibilità vuol dire creare le condizioni per garantire un futuro alla carne italiana.** Noi vogliamo riconoscere il vero valore alla filiera per portare il nostro lavoro, la nostra visione nel futuro».

Beef Talk: un format innovativo con idee innovative condivise per dare nuova linfa al settore

Nove speaker, scelti dal mondo dell'università e della ricerca, dall'area della comunicazione di settore, dal circuito degli allevamenti virtuosi e dalle macellerie artigiane più importanti d'Italia, coi loro *speech* hanno condiviso coi presenti le loro visioni sul futuro della carne italiana. I punti essenziali di ogni singolo intervento li trovate nei box nelle pagine seguenti. Di seguito, invece, trovate una breve presentazione dei relatori:

- 1. Fulvio Fortunati**, amministratore unico di *IN.CON.TRA. Srl*, lavora da più di 40 anni nel settore del commercio internazionale della carne e del bestiame. Ha ricoperto dal 2009 al 2014 il ruolo di coordinatore del comitato dei giovani operatori nell'ambito delle carni e del bestiame per l'Italia, affinando la sua conoscenza con la partecipazione a 20 congressi della carne in tutto il mondo. Dal 2014 è vicepresidente e consigliere di UNICEB, l'organizzazione italiana che cura e tutela gli interessi della filiera delle carni, dell'allevamento e del bestiame sino alla sua trasformazione e commercializzazione;
- 2. Giuliano Marchesin** è direttore generale di *UNICARVE-Associazione produttori carni bovine del Tri-veneto*, un punto di riferimento per la zootecnia bovina da carne

a livello regionale, nazionale ed europeo. Il motto di UNICARVE è *"Aggregare gli allevatori, valorizzare le produzioni zootecniche e dare un 'nome' alla carne bovina"*;

- 3. Placido Massella**, titolare del brand *Mr. Beefy!*, è un allevatore di bovini di razza Aberdeen Angus. La sua azienda si trova a Mozzecane e i suoi pascoli si estendono verso territori limitrofi al Lago di Garda fino alla dorsale del Monte Baldo. Nella sua azienda gli animali vengono allevati in modo naturale, alimentati da tutto ciò che il terreno può offrire;
- 4. Giuseppe Pulina**, PhD, è professore ordinario di Etica e Sostenibilità degli allevamenti presso l'Università di Sassari e presidente dell'associazione *Carni Sostenibili*. È anche docente di Etica della Ricerca per il Dottorato di Ricerca e prorettore alla Ricerca dell'Università di Sassari, autore di oltre 370 pubblicazioni scientifiche e tecniche, delle quali 98 repertorate in *SCOPUS* e ha un h-index di 29. È accademico ordinario dei Georgofili, corrispondente dell'Accademia Nazionale di Agricoltura di Bologna e onorario di quella di Pesaro-Urbino, nonché presidente onorario dell'associazione per la Scienza e le Produzioni Animali;
- 5. Carlo Angelo Sgoifo Rossi**, professore dell'Università degli studi di Milano-Dipartimento di Medicina veterinaria e Scienze animali. Autore di oltre 350 pubblicazioni a carattere scientifico e divulgativo. Ha collaborato con l'Università del Nebraska, il *Consorzio di Ricerca Filiera Carni* di Messina e l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia. Ricercatore a livello mondiale di nutrizione e benessere dei ruminanti, sottolinea come nei prossimi anni il settore zootecnico sarà chiamato a sfamare l'intero pianeta. Grandissimo appassionato di carne, da sempre studia come i bovini vengono allevati nel mondo;
- 6. Alberto Cucchi**, classe 1990 e

Fulvio Fortunati, urge un nuovo modello nel settore, pena il suo tracollo

«Ringrazio Sugar Plus per aver organizzato questo incontro perché urge fare importanti riflessioni. La prima riguarda la produzione: a questo proposito dobbiamo ricordare che per anni l'Italia e l'Europa hanno avuto una produzione in eccesso. Di conseguenza, c'era un intervento pubblico che ritirava la carne, veniva stoccata in frigoriferi e poi svenudata o regalata ad altri Paesi. Oggi non è più così: siamo entrati in un mercato caratterizzato da scarsità di prodotto. Secondo elemento, il commercio: la Cina sta aumentando la capacità di spesa in modo elevato e sta acquistando moltissima carne in Sud America, che non porta più stock in Europa. Di conseguenza c'è stata una scarsità di prodotto e i prezzi sono aumentati. La logistica, i container, sono passati da un costo di 6.000 a 20.000 dollari e la carne di importazione costa molto più della nostra. La distribuzione chiede sempre più certificazioni, con un aumento dei costi e della complessità di gestione. Il nostro partner commerciale, sia esso un distributore, un macello, un sezionatore, deve investire milioni di euro per dare un servizio a chi poi compera la carne. Perché? Perché la carne non viene più venduta come un tempo: se anni fa la carne era la *bistecca*, oggi è l'*hamburger*.

I dati parlano chiaro: noi Italiani siamo bravi, facciamo prodotti di qualità, ma tra poco non ci saranno più né vacche né allevatori. Ricordiamo che l'Italia è il primo mercato per spesa alimentare, col 14% del reddito che va in questa direzione (il secondo Paese in Europa è la Germania, con un 7-8%). Da non trascurare anche un altro fattore: negli ultimi 20 anni il potere d'acquisto degli Italiani non è aumentato, contrariamente al resto dell'Europa. Le vendite aumentano nei discount e la Grande Distribuzione è in testa alle classifiche per margine per metro quadrato con bilanci faraonici. Io non voglio criticare nessuno perché noi avremo bisogno dell'industriale così come del distributore e di tutti però in economia è il prezzo finale che determina il prezzo iniziale. Io penso che a questo punto serva esporre un nuovo modello, come funziona già nell'industria, dove ho un costo della materia prima, della manodopera e un margine. Questo dovrà essere un sistema di lavoro futuro che dovremo introdurre anche noi.

Concludendo, dovremo cercare di trovare una grande mediazione con l'industriale e con la GDO, spiegando di più e meglio tutto quello che facciamo e sottolineando che il nostro è un settore essenziale. Se mancherà la produzione italiana tutti i nostri partner che hanno in piedi delle filiere non troveranno il controllo che trovano a casa nostra perché nessuno potrà dare quel livello di garanzia, di trasparenza e affidabilità che abbiamo noi».



Giuliano Marchesin, aiutati che il ciel ti aiuta... a sviluppare il PCBN



«Ad agosto saranno 68 ed è esattamente dal 2004 che lavoro per la zootecnia bovina da carne italiana! Prima come direttore AP UNICARVE, poi alla direzione della OP UNICARVE, riconosciuta dalla Regione Veneto, e quindi della AOP Italia Zootecnica, del Consorzio Sigillo Italiano e della OI Intercarneitalia, queste ultime tre riconosciute dal MIPAAF. Ho un sogno nel cassetto, aggregare tutte le produzioni zootecniche (bovini, suini, lattiero-caseario, ovicaprini, avicunicoli, ittico e miele) con il marchio ombrello Consorzio Sigillo Italiano e un motto, "Aiutati che il ciel ti aiuta... a sviluppare il Piano Carni Bovine Nazionale".

Il Piano Carni Bovine Nazionale si fonda su tre pilastri: il primo è il Sistema di Qualità Nazionale Zootecnia – SQNZ (DM 4/3/2011) con Disciplinari approvati da MIPAAF e Commissione EU e il marchio ombrello per tutte le produzioni Consorzio Sigillo Italiano. Il secondo pilastro è la produzione di ristalli da carne 100% italiani, raggiungibile aumentando le vacche nutrici autoctone e coinvolgendo gli allevatori di vacche da latte per ottenere ristalli incroci da carne. Il terzo pilastro è l'Interprofessione della carne bovina OI Intercarneitalia, per realizzare attività di filiera e sostenere progetti condivisi con l'applicazione dell'*erga omnes*.

Confrontiamo ora come viene venduta la carne in Italia rispetto a come vendiamo il vino: l'allevatore alleva i bovini e li vende a macellatori e commercianti; il macellatore acquista i bovini dall'allevatore e vende la carne senza marchio a GDO, DO e NT; GDO, DO e NT acquistano la carne dai macellatori e la rivendendo con la propria MDD. Il risultato: abbiamo circa 1.390.000 di bovini allevati in Italia che coprono il 52% della richiesta di carne nel nostro Paese. Nel caso del vino, invece, il viticoltore produce l'uva, imbottiglia il vino e lo vende a GDO, DO e NT con l'etichetta! GDO, DO e NT acquistano le bottiglie di vino e le rivendono con l'etichetta del produttore. I numeri? Circa 49.091.000 di ettolitri prodotti in Italia che coprono il 200% della richiesta di vino in Italia. Il mio obiettivo è quindi **mettere la carne "in bottiglia" con l'etichetta!**

I vantaggi? Con informazioni chiare e l'uso del claim di certificazione Consorzio Sigillo Italiano, affiancabile alla Marca Del Distributore, il consumatore è più stimolato ed acquista con più serenità e aumenta la "voglia" di acquisto. Con questo sistema di comunicazione, velocizziamo la scelta e, quindi, facilitiamo l'acquisto. Un esempio concreto di ciò che dico? I Supermercati Il Gigante hanno inserito la carne con il logo Consorzio Sigillo Italiano in oltre 50 punti vendita ad inizio novembre 2019. Nel periodo di *lockdown* hanno ottenuto un +15% di vendita della carne con il logo Consorzio Sigillo Italiano nei loro punti vendita!

I grandi brand della pelletteria chiedono la sostenibilità ambientale, sociale ed economica degli allevamenti dei bovini, per certificare le pelli. Il Disciplinare Allevamenti Sostenibili è lo strumento che certifica tutti i parametri della sostenibilità di allevamento: in ambiente protetto e sostenibile; con rispetto del benessere animale; con assenza di parassiti; con clima controllato; con alimentazione certificata di qualità; con acqua di abbeverata pulita; con il controllo e gestione dei reflui; con assenza di antibiotici; con il rispetto delle condizioni di lavoro degli addetti, ecc...

Infine, chiediamo anche di rendere obbligatoria la tracciabilità della carne nella ristorazione. In Francia è dal 2002 che la ristorazione ha l'obbligo di esporre la tracciabilità della carne nella ristorazione con le seguenti informazioni: il Paese di nascita del bovino, il Paese di allevamento, il Paese di macellazione. Obiettivo del Consorzio Sigillo Italiano è fare accordi con la ristorazione per garantire la tracciabilità delle carni a marchio presenti nei menù e sviluppare attività di valorizzazione, informazione e promozione delle produzioni certificate».

Placido Massella, Mr Beefy, dallo stress alla felicità

La storia di Placido Massella (*in foto con la moglie e la figlia*) è una di quelle che iniziano talmente bene che sembra che il destino sarà sempre a favore. Nasce in una famiglia di allevatori e fin da piccolo si dedica con passione ed energia all'allevamento: l'azienda di famiglia va bene e Placido vede già il suo futuro roseo. Nel 1990 decide di aprire la sua azienda agricola, che continua ad andare molto bene: la produzione in quegli anni è al massimo e Placido sogna che la sua azienda diventi il miglior allevamento di bovini d'Europa. Ma, senza preavviso, qualcosa stava per cambiare mettendo in crisi l'azienda: i suoi bovini, che venivano trasferiti dall'allevamento originario al suo, si ammalavano e morivano. In quegli anni il bilancio dell'azienda è disastroso: le perdite di fatturato sono enormi e nessun veterinario riesce ad aiutare i bovini.

«La vita è strana, imprevedibile, imponderabile. Arriva il momento in cui pensi di avere tutto sotto controllo, di essere finalmente arrivato dove desideravi, quando all'improvviso tutto cambia senza che tu possa evitarlo. Conducevo i miei allevamenti di bovini con la frusta alla mano e le briglie ben salde, controllando ogni costo, massimizzando i profitti. Sognavo di diventare il più grande allevatore in Europa, il più innovativo, il più performante. Improvvisamente tutto cambiò. I miei animali non stavano al passo, faticavano, si ammalavano, morivano. Sembrava mi dicessero "così non ci stiamo". 25 novembre 2014, ore 18:12, la svolta. Uno scambio di e-mail mi ha portato Oltreoceano a consultarmi con Temple Grandin e a capire che la causa di tutto ciò era lo stress: il distacco dalle madri, gli spostamenti nelle aziende, il cambio di alimentazione... traumi continui, sofferenze letali. Questo percorso, quasi spirituale, mi ha spinto a fermarmi, a riflettere, a decidere di spalancare le porte del cambiamento. Perché soffrivo anch'io. Sono passato all'allevamento di razza Black Angus creando un ambiente dove oggi i miei bovini possono crescere, pascolare liberamente e stare insieme. **La mia carne deve essere "ricca di felicità" e non più "carica di stress"**».

I consigli che nascono da questa sua esperienza? «Non dare niente per scontato: resta sempre con la mente aperta e non farti trovare impreparato. Segui l'istinto ed esplora nuove strade. Cambia: devi essere in grado di modificare il tuo punto di vista, la tua strategia e il tuo modus operandi. Non ti abbattere e impara da ogni esperienza che fai».



Giuseppe Pulina: metano, bovini e rock 'n roll

Il titolo e quindi il tema della presentazione del prof. Giuseppe Pulina, tra i primi 1.000 top animal scientist al mondo della "World's Top 2% Scientists List", è stato "Metano, bovini e rock 'n roll", una lezione che ha catturato l'attenzione e l'interesse di tutti i partecipanti.

Le emissioni di gas serra da parte dei grandi erbivori non sono un fenomeno di questi tempi. Anzi. Il prof. Pulina ha fatto un po' di chiarezza su questo tema, rivelando un aspetto non da poco: se eliminassimo tutti gli allevamenti e gli animali fossero liberi di pascolare in natura, il loro contributo ai gas serra sarebbe esattamente lo stesso.

Sembra paradossale che in un mondo dove ogni giorno vengono scaricate in atmosfera migliaia di tonnellate di gas ad effetto serra provenienti da automobili, aerei, navi, centrali energetiche, fabbriche, discariche, risaie, ecc... si voglia dare la colpa dell'effetto serra e dei cambiamenti climatici alle flatulenze degli animali erbivori in allevamento, fenomeno del tutto naturale e dalle origini antichissime. Basti pensare ai grandi sauropodi che sono vissuti per

un tempo lunghissimo, oltre 120 milioni di anni nelle ere geologiche del Mesozoico (Giurassico e Cretaceo da 190 a 65 milioni di anni fa): erano gli animali terrestri più imponenti mai apparsi sulla terra, ricordati proprio per il loro gigantismo. Potevano infatti raggiungere il peso di circa 100 tonnellate (*Argentinosaurus*), una lunghezza fino a 40 metri ed un'altezza di circa 20 metri. Anche loro erbivori come i nostri ruminanti odierni, generavano metano in quantità tali da contribuire al riscaldamento globale avvenuto in quell'era.

Sotto il profilo digestivo, è indubbio che nei grandi sauropodi albergasse un microbioma in grado di fermentare la fibra e rendere così disponibili i nutrienti indispensabili alla vita dell'animale. Il processo orale consisteva nel brucare e ingerire enormi quantità di biomasse, generando importanti quantità di metano della stessa dimensione di quella totale attuale e da 6 a 12 volte superiore alla metanogenesi pregastrica globale stimata dalla FAO per gli odierni ruminanti domestici.

Se per paradosso si eliminassero tutti gli animali domestici e le terre da loro occupate venissero restituite alla presenza naturale di erbivori selvatici, la condizione di emissioni enteriche non cambierebbe sostanzialmente.

Per questo motivo, se è vero che le emissioni enteriche dei ruminanti oggi contribuiscono per una parte, questa però non è sostanziale e non è tale da giustificare l'accanimento contro il settore zootecnico, che anzi è vitale per l'agricoltura, per il paesaggio e la biodiversità. Specialmente poi nei Paesi con una zootecnia all'avanguardia, il contributo degli allevamenti va solamente dal 2 all'8 %, con l'Italia ad appena il 3%. Sono altre le attività davvero colpevoli su cui bisognerà concentrarsi, come i trasporti e il settore energetico, per cui i cambiamenti dovranno riguardare principalmente la conversione dai combustibili fossili verso l'utilizzo di energia 100% rinnovabile. Basti pensare ad esempio che solamente le perdite di gas dovute all'estrazione del petrolio emettono ogni anno tredici milioni di tonnellate di metano in atmosfera, corrispondente al doppio di quello rilasciato ogni anno dalle vacche allevate in tutto il mondo (fonte: "Emissioni di metano degli erbivori? Ci sono da sempre", Carni Sostenibili, www.carnisostenibili.it).



Carlo Angelo Sgoifo Rossi, tutelare l'eccellenza allevatoriale italiana

Ha concluso gli interventi della prima edizione di Be-ef the Future il prof. Carlo Angelo Sgoifo Rossi, ricordando che in sala, tra allevatori, operatori della filiera italiana delle carni, erano rappresentati oltre 800.000 bovini da carne! «Io sono un grandissimo appassionato di bovini da carne e ho lo stesso entusiasmo sia per un allevamento da pascolo che per uno super confinato, protetto e curato. Dobbiamo ricordare che l'intera filiera italiana è un'eccellenza». Secondo il prof. Sgoifo Rossi, c'è infatti la tendenza a dare valore solo all'allevamento al pascolo, facendo passare l'idea che l'allevamento confinato non sia una modalità d'eccellenza. «Il milione di capi d'allevamento confinato che danno una caratterizzazione al nostro territorio e che rappresentano la terza voce più importante del bilancio economico dell'intera Italia sono, ricordiamolo, un'eccellenza».

In seguito, il prof. Sgoifo Rossi ha affrontato il tema degli orientamenti impropri a livello di comunicazione, primo fra tutti l'assenza di antibiotici: «dove mettiamo la tutela dell'animale e la sua cura, concetti questi alla base del sistema produttivo? Un animale non decide di ammalarsi e non sa curarsi. Dal punto di vista etico perché mai io devo discriminarlo?». L'urgenza maggiore? **Aiutare gli allevatori italiani nel perseguimento della sostenibilità economica e ambientale per tutelare e proteggere quel patrimonio zootecnico italiano che oggi rischia tanto.** Rivolgendosi agli allevatori in sala ha detto: «voi fate un lavoro incredibile per 7-8-12 mesi e anche oltre con la linea vacca-vitello e poi alla fine il prodotto viene devastato perché alla macellazione non c'è quell'attenzione che invece serve. Non cerchiamo di fare la carne tenera esasperando il grasso, facciamo la giusta frollatura per non caricare sempre sulle spalle dell'allevatore il sistema per poter fare tenerezza. Lavoriamo invece per realizzare quella giusta tenerezza che caratterizza il nostro prodotto.

Abbiamo dei punti di forza incredibili, mai evidenziati abbastanza: **abbiamo dei tipi genetici che hanno un contenuto di collagene inferiore alle altre razze allevate nel mondo.** Ricordiamo che il collagene è ciò che conferisce la tenerezza alla carne e all'interno del collagene abbiamo una minor quantità del cosiddetto "collagene duro" che non riusciamo a masticare; abbiamo dei tipi genetici che hanno un minor contenuto di un enzima che si oppone alla minor trasformazione del muscolo in carne, la calpastatina. Poi abbiamo un ulteriore vantaggio: abbiamo degli allevamenti protetti e confortevoli con abbeveratoi, destratificatori meravigliosi, splendide lettiere o grigliato gommato. Questa grande tranquillità porta gli animali a condizioni meno stressogene che si trasformano in un miglioramento della qualità della carne. Concludendo, i punti fondamentali della mia visione sono i seguenti: **macellare l'animale all'età giusta, curare il corretto stato di ingrassamento, seguire la macellazione e la frollatura in maniera adeguata».**

Cosa manca in tutto ciò? «La sostenibilità economica: con il 35% in meno di foraggi aziendali e il raddoppio dei costi energetici. Nessuna prospettiva che i prezzi delle materie prime si abbassino. Come ne veniamo fuori? Con la qualificazione! La carne non ce la fanno qualificare: questa è una decisione di chi ha in mano il potere. Tutto il comparto deve essere compatto nel difendere il prodotto nazionale e nel valorizzare la carne italiana che fa parte di una filiera d'eccellenza».







Il **catering** ufficiale di Be-ef The Future è stato affidato a BBQ Grill, negozio on-line specializzato nella vendita di barbecue di Campiglia dei Berici, in provincia di Vicenza. Il butcher chef era Teo Villani, del nuovo ristorante Quintale in Franciacorta. Info: www.bbqgrill.it

Alberto Cucchi, la buona carne



«Diventare macellaio? Quella figura che si aggira tra celle frigorifere e banconi di marmo brandendo seghe e coltelli col camice sporco di sangue? Diciamolo chiaramente; Non era esattamente il mio sogno. Però capivo che se volevo restare a lavorare in famiglia era una grande opportunità; gestire una piccola parte della bottega contribuendo alla sua crescita poteva darmi molte soddisfazioni. Da lì è partito un percorso di formazione durato due anni che mi ha portato a scuola-bottega nelle migliori macellerie della regione e grazie al quale ho capito che non c'è un modo giusto o sbagliato di fare questo mestiere; ma c'è il proprio modo, la propria visione. Nel 2012, quando abbiamo inaugurato il nuovo negozio, io avevo ben presente la mia: **offrire carni buone, locali, responsabili ma soprattutto sostenibili.**

Faccio parte di quella generazione, forse la prima, cresciuta con gli effetti dei cambiamenti climatici sotto agli occhi e sicuramente anche per questo ho sempre avuto una particolare sensibilità a riguardo. Come sappiamo il settore agroalimentare e in particolare quello zootecnico ha un forte impatto su tutto questo. Non potevo far finta di niente. MARVIN HARRIS, famoso antropologo americano, ha detto. *"Una cosa diventa buona da mangiare quando è anche buona da pensare."* E quindi io come potevo offrire ai miei clienti una carne buona non venendo meno ai miei

ideali? Tutto parte dalla stalla, dal campo. Proprio per questo la prima cosa che faccio è visitare le aziende agricole con cui collaboro prediligendo il ciclo chiuso e macello interno. Più sono vicine meglio è. In questo modo posso vedere coi miei occhi come e dove vengono allevati gli animali ma soprattutto stringere rapporti sinceri e diretti con gli allevatori. Questo viaggiare, uscire dalla bottega, mi ha portato a conoscere anche diversi tipi di allevamento, tra cui il mio preferito: l'allevamento brado.

Da sempre lavoriamo gli animali interi e in osso. Questo mi permette di avere il pieno controllo su quello che offro in bottega e al tempo stesso sostenere piccoli allevatori valorizzandone al 100% il prodotto del loro lavoro. Indubbiamente questo metodo ha delle difficoltà, soprattutto come per gli animali bradi di prima, ci si ritrova ad avere chili di carne "difficile" da vendere. Difficile, ma non impossibile, perché come posso pensare ad un futuro sostenibile vendendo solo costate e fiorentine? **L'animale se è buono è buono tutto; dal naso alla coda.** Io però da macellaio devo avere la volontà e la capacità di interpretarne le potenzialità.

La RI-educazione alimentare è l'ultima e forse la più importante azione che porto avanti per offrire una "buona carne". Promuovere un consumo consapevole può sembrare un controsenso ma spiegare in modo trasparente che è impossibile avere sempre a disposizione tutti i tagli può portare, e lo speriamo tutti i giorni, ad una presa di coscienza per cui poi è il cliente che ti chiede "cosa c'è di buono oggi?" prima di scegliere cosa cucinare. Oggi nel mio banco macelleria potete trovare carni allevate in modo responsabile da allevatori italiani e tagli della nostra tradizione accostati a tagli internazionali ed è bellissimo vedere come anche in un piccolo paese di provincia come il mio ormai sia la normalità. Ricapitolando: filiera locale, benessere animale, dal naso alla coda e educazione alimentare. Questi sono i pilastri su cui si basa la "mia" macelleria, quello in cui credo. Penso fortemente che il settore abbia bisogno di una vera rivoluzione e che noi macellai essendo il punto di unione tra allevatori e consumatori abbiamo un ruolo fondamentale in tutto questo. Tutti sappiamo che le cose devono cambiare e mi piacerebbe che ognuno di noi, nel suo ruolo, oggi ne prendesse realmente consapevolezza. Per anni si è inseguito il "sogno americano" ma io nel cassetto ho il "sogno italiano", fatto di piccoli allevamenti che salvaguardino zone rurali e razze locali praticando un'agricoltura responsabile e di macellai che incentivino un consumo consapevole» (in foto, Alberto con il padre Luigi Cucchi).

Andrea Bertaglio, in difesa della carne

Giornalista *freelance* ambientale di grande esperienza, Andrea Bertaglio collabora col progetto *Carni Sostenibili*, ha partecipato alla revisione di uno studio sulla sostenibilità delle carni e dei salumi in Italia di cui il prof. Giuseppe Pulina è coautore e ha pubblicato il libro *"In difesa della carne"*, per le Edizioni Lindau, prendendo una posizione netta in favore delle proteine animali. Nel suo libro Bertaglio presenta il punto di vista degli allevatori, dei produttori e di chi segue una dieta onnivora, dando voce a chi non ha generalmente modo di dire la sua, né sulla stampa né all'interno dei salotti televisivi. L'obiettivo è stato appunto quello di ribaltare stereotipi e luoghi comuni e di dimostrare che il mondo dell'allevamento, nonostante i problemi e le storture da correggere, non è affatto così eco-insostenibile come lo si vorrebbe dipingere. **«La scelta che mi ha spinto a scriverlo — ha detto l'autore durante il suo speech — è stata a seguito dell'intervista fatta ad una pediatra che mi ha raccontato gli effetti sulla salute di bambini figli di coppie vegane».**

Bertaglio ha poi sottolineato l'importanza e necessità della comunicazione, a tutti i livelli, strategica anche per un singolo allevatore magari restio o poco propenso ad aprire anche solo il sito web. «Se sullo smartphone fate una ricerca sommaria di carne o allevamenti i primi risultati sono tutti in linea con LAV, *Greenpeace* e annessi, che spesso trasmettono informazioni non corrette o peggio ancora false». **Come comunicare nella giusta maniera allora? «Come fanno i nostri detrattori: in modo emozionale, breve, immediato arrivando subito al punto».**

Andrea Bertaglio ha quindi dato qualche suggerimento per una corretta comunicazione, da fare o in prima persona sui vari canali digitali o investendo per raccontare il proprio lavoro in maniera uniforme.



Elisa Guizzo: la comunicazione è una delle armi più potenti che abbiamo a nostra disposizione, anche quando si tratta di carne



«Buongiorno a tutti, sono Elisa Guizzo e sono una *narratrice della carne*. **Che cos'è la carne per me? La mia missione di vita, amo raccontare la carne in ogni sua sfaccettatura.**

Tre anni fa ho realizzato *Di Gusto in Gusto*, un progetto che ha come protagonista la carne, la carne in un contesto di alimentazione sana. Prima di intraprendere tale progetto, ho appurato che mancava l'informazione sperimentando che c'erano grosse lacune in merito. DGIG quindi intende **educare al consumo carnivoro**. Se il cibo raccontato si ricorda meglio, mi sono chiesta, allora perché non farlo con la carne?

DGIG ha cominciato con le degustazioni di carne bovina nei ristoranti, facendoli diventare dei punti di informazione per il consumatore che partecipa a questi eventi. Abbiamo cura di scegliere gli allevamenti, di raccogliere tutte le informazioni relative all'allevamento degli animali, le materie prime di alimentazione, passando poi alle fasi successive che permettono di affinare la qualità, come la frollatura. DGIG regala un viaggio ad ogni commensale, un viaggio fatto di profumi e gusti: la cosiddetta analisi sensoriale della carne, portandolo dunque all'*ebrezza carnivora*.

Le caratteristiche organolettiche della carne sono le vere responsabili del patrimonio organolettico che permette di sviluppare la mappa sensoriale di chi assaggia: sì, perché ognuno di noi ha la propria mappa sensoriale fatta di ricordi, emozioni, ricordi, esperienze vissute. Ricordate: ogni tipologia di carne racconta una storia diversa ad ogni persona che incontra, e questa storia va identificata, ricercata, ma soprattutto raccontata.

Alle degustazioni affianco un'altra attività: la formazione per i tecnici di settore ma anche per gli appassionati, a coloro che vogliono sapere qualcosa in più e quindi poter toccare con mano questo settore spiegando loro l'aspetto chimico e qualitativo della carne.

Educare al consumo carnivoro significa creare un legame con gli attori di filiera che contribuiscono alla realizzazione della qualità: allevatori, macellai e consumatori.

L'allevatore è il cuore pulsante della nostra zootecnia, la spina dorsale del nostro sistema agricolo: badate bene che la possibilità di mangiare della carne buona e sicura è merito di un allevamento adeguato, di un bravo allevatore e delle scelte corrette che ha fatto. Il benessere animale è un'opportunità per l'allevatore: l'allevamento rappresenta un momento particolarmente importante durante il quale ogni evento, a partire dalla scelta alimentare fino alla pre-macellazione, contribuisce alla definizione delle peculiarità del prodotto finale. Produrre meglio costa meno.

Il macellaio è il canale intermedio tra l'allevatore e il consumatore, un tempo una figura professionale nobile ma che oggi soffre del ricambio generazionale, nessuno vuol fare questo mestiere perché ci si sporca. Questa figura è quella che vi può raccontare che cosa accade dietro le quinte nell'elaborazione del prodotto e che può educare il cliente. Il momento più delicato quindi è l'acquisto che evoca la modalità di percezione, quello che guida il cliente verso un prodotto piuttosto che un altro.

Il consumatore è l'ultimo anello, ma non per ordine di importanza, giudice finale della qualità nel piatto. Quanti clienti conoscono esattamente il sistema di allevamento, quanti sanno com'è fatto un animale? Ci troviamo di fronte ad un consumatore esigente, ma molte abitudini di consumo sono dettate spesso da convinzioni che hanno presupposti sbagliati, indiscutibili ma che contribuiscono comunque a creare una tendenza. Se poi aggiungiamo i mass media che hanno indottrinato il consumatore col dogma del "la carne fa male"...

Il consumatore cerca rassicurazioni quando si parla di carne ed è necessario ricostruire quel rapporto di fiducia tra produttore e consumatore sulla base di una migliore comunicazione. La comunicazione è cosa delicatissima e va fatta con la massima attenzione ma è l'arma più potente che abbiamo».

“nato col grembiule”. La sua visione è ben precisa: proporre nella sua macelleria di famiglia a Castrezato, in provincia di Brescia, solo carni scelte direttamente da lui, attraverso la collaborazione con allevamenti locali che condividono la sua stessa filosofia;

7. **Andrea Bertaglio**, laureato in sociologia e collaboratore de LA STAMPA, è convinto che non ci possano essere soluzioni ai problemi ecologici senza modificare il nostro stile di vita quotidiano. Negli ultimi anni si è dedicato allo studio dell’impatto ambientale, culturale e socioeconomico dell’industria alimentare, in particolare del settore zootecnico. Oggi si dedica alla produzione di documentari che raccontano le storie, i volti e le vite degli allevatori;
8. **Elisa Guizzo**, laureata in scienze e tecnologie alimentari all’Università di Padova, è consulente ed esperta di razze bovine, seleziona le migliori realtà zootecniche italiane in termini di alimentazione, tipo di allevamento e benessere animale. Ha realizzato “Di Gusto in Gusto – Buona carne non mente”, un progetto che la porta nei ristoranti a svolgere dei percorsi di degustazione di carne bovina volti a fornire un’educazione alimentare al consumo carnivoro;
9. **Francesco Camassa**, classe 1966, ha iniziato a lavorare in macelleria col padre a 13 anni e oggi porta avanti con onore questo grande e bellissimo lavoro. È presidente dell’Associazione Italiana Macellerie Artigiane, associazione che si spende per divulgare sempre di più quella che è la qualità delle carni, ed è capitano della Nazionale Italiana Macellai.



>> Link: www.beefthefuture.com

Francesco Camassa, responsabilità, preparazione e entusiasmo di un macellaio artigiano

Dopo aver portato all’attenzione dei presenti l’esperienza del proprio negozio e della sua gestione, Francesco Camassa ha parlato dei criteri di scelta che i consumatori utilizzano nell’acquisto della carne bovina. «Cosa vi viene subito in mente se vi chiedo di nominarmi uno smartphone, un’automobile di lusso o uno champagne prestigioso? Quasi certamente sempre i soliti marchi. E perché? La motivazione che si cela dietro a queste risposte sta in due fattori: una pubblicità costante ed efficace e un’alta qualità percepita. **La qualità percepita di un prodotto è il fattore che spinge un consumatore ad accettare**



di spendere di più rispetto a quanto aveva preventivato per quel determinato bene, perché il prodotto è riconosciuto come affidabile. Quando parliamo di acquisto di generi alimentari, dobbiamo ammettere che spesso siamo più attenti alle caratteristiche del telefono che ci mettiamo in tasca piuttosto che alla qualità del cibo che mettiamo nel piatto... Pasta, riso, farina, conserve alimentari, latte, snack dolci e salati, bevande: qui abbiamo moltissimi brand conosciuti con diversi livelli di qualità percepita e fasce di prezzo. Per quanto riguarda salumi e insaccati, lavorati a base di carne di maiale o pollo, troviamo molti brand conosciuti con diversi livelli di qualità percepita e fasce di prezzo. E per la carne bovina? Pochi brand, per lo più esteri, conosciuti solo da estimatori esperti.

Nella scelta d’acquisto della carne bovina i criteri principali di scelta sono prezzo e qualità. Il supermarket dove spendere di meno lo scelgo grazie ai volantini promozionali. Ma per scegliere la macelleria artigiana con la migliore qualità su cosa mi affido? Ed è qui che emerge la **professionalità del macellaio artigiano**. La filiera produttiva della carne bovina è un processo complesso che presenta numerosi fattori, tutti determinanti nell’ottenimento della qualità del prodotto finale. Razza, metodo di allevamento, alimentazione e benessere animale, età raggiunta dal capo, trasporto, abbattimento, macellazione, raffreddamento, sezionamento, stoccaggio, trasporto alla macelleria... E ancora consegna, controllo del prodotto, lavorazioni artigianale, presentazione sul bancone, vendita, trasporto a casa, cottura e consumo: di quali di tutti questi fattori il macellaio artigiano è direttamente responsabile nei confronti del cliente? Io dico che **il futuro del consumo della carne bovina in Italia passa dalla tradizionale professione del macellaio artigiano, che unisce le competenze storiche ereditate da secoli di mestiere con le moderne tecnologie, con l’applicazione di criteri scientifici sempre aggiornati e con l’apertura al mercato globale** che caratterizza la nostra epoca».