

La bottega della carne

Supplemento al numero 11/2016 di **Unioneinforma**
Direttore responsabile: Marco Barbieri
Redazione: Federico Sozzani
Impaginazione: Santa Santacesaria
Editore: Promo.Ter Unione
Sede e amministrazione: corso Venezia 47/49 - 20121 Milano
Stampa: Graphiti Industria Grafica via Newton 12 - Pero (Milano)



www.federcarni.com

Dicembre 2016
Anno 6 - Numero 3

Trimestrale di Federcarni

Napoli: "Tutti sì alla carne"



Il consumo della carne rossa all'interno di un'alimentazione sana ed equilibrata è stato il tema del convegno "Tutti sì alla carne" tenutosi a Napoli (nella sala Capri dell'hotel Le Cheminee) patrocinato da Federcarni, la Federazione nazionale dei macellai.

dell'iniziativa è stato quello di informare il pubblico sulla sicurezza delle carni rosse italiane vendute nella macelleria di fiducia e comunicare i valori della qualità e del rispetto dell'ambiente, che sono una priorità per Federcarni come eccellenza del comparto food Made in Italy.

Obiettivo

segue a pag. 3

Da Federcarni presto un progetto di comunicazione che deve coinvolgere tutti i macellai

Nessuno è così forte da poter farcela da solo ma nessuno è così debole da non poter aiutare

Obiettivo: diffondere ai consumatori una corretta informazione sulla carne combattendo pregiudizi e false notizie. Grande attenzione verso i giovani e gli strumenti di comunicazione social

Quando, nello scorrere della nostra attività, incontriamo una difficoltà, fiscale o burocratica, cerchiamo di risolverla contattando un esperto deputato a tale argomento. Ma quando la difficoltà non è concreta, fisica, quando ci si trova ad essere sopraffatti da un

una moda - ed è un po' il tema che si affronta in questo numero del giornale con il contributo di un importante convegno svoltosi a Napoli (a fianco) e altro - non sappiamo come affrontarla. Oggi il fenomeno mediatico dell'essere vegetariano o vegano influenza, nonostante sia una minoranza, le scelte del modo di pensare o da

segue a pag. 14

consumato



Maurizio Arosio, presidente Federcarni



3341221523

Questo è il numero per collegarti con Federcarni

In Calabria antiche botteghe delle carni "gourmet della tradizione"

A pagina 6

Terremoto: concretezza e solidarietà



Missione ad Amatrice di una delegazione della Confcommercio di Ferrara (con il vicepresidente regionale Federcarni Alberto Succi) per selezionare produzioni tipiche da vendere in macellerie e negozi alimentari. Con Amatrice, sulle tavole dei ferraresi, anche le prelibatezze di Norcia. E i macellai di Siena hanno portato carne fresca al campo di Cascia.

A pag. 9



300kg
Salami
Tradizionali
in 20 giorni!

IL MINI SALUMIFICIO

BREVETTATO PIÙ PICCOLO AL MONDO!

Il brevetto Stagionello® è l'unico stagionatore prodotto al 100% in Italia. La sua speciale tecnologia permette di trasformare in totale sicurezza le carni, garantendo la produzione di un'ampia varietà di salumi secondo la tradizione italiana. È dotato del Sicur Food Control® un dispositivo e metodo di controllo per la gestione e la trasformazione di alimenti, in un ambiente chiuso, fisso o mobile. Sicur Food Control® è il brevetto N°1408549 riconosciuto dal Ministero dello Sviluppo Economico. Una tecnologia unica al mondo ed inimitabile.

Scienza, tradizione, sicurezza, controllo, innovazione... tutte le risposte al problema del mangiare sano in un unico brevetto.

Convegno patrocinato da Federcarni e organizzato dallo Studio legale Timbone

segue da pag. 1

L'evento è stato definito "Assemblea libera" coinvolgendo, oltre alla stessa Federazione, tutti gli operatori del settore ivi compresi grossisti, allevatori, ed industriali: per cercare insieme, con forza, un unico progetto e per risolvere il tema della "carne" oggi oggetto di malevole campagne pubblicitarie. Basta, infatti, un'errata o superficiale informazione per creare scompiglio: notizie distorte, allarmismi apocalittici, teoremi complottistici tra social e dintorni, smentite e rilanci ancora più drammatici. "Siamo in un'epoca - rileva l'avvocato Domenico Timbone consulente legale nazionale di Federcarni (lo Studio legale Timbone ha organizzato l'evento di Napoli) - in cui le informazioni ci 'arrivano addosso', ma occorre prestare sempre attenzione al grado di sensazionalismo che potrebbe compromettere il senso e soprattutto la verità della noti-

Napoli: "Tutti sì alla carne"

Obiettivo: informare il pubblico sulla sicurezza delle carni rosse italiane vendute nella macelleria di fiducia e comunicare i valori della qualità e del rispetto dell'ambiente

zia". Nel suo intervento Timbone ha abbracciato gli argomenti di interesse per la salute dei consumatori e per gli operatori del settore ponendo l'accento sull'importanza di canalizzare gli sforzi e fare rete per affrontare le sfide che attendono la categoria. Durante il convegno è intervenuto Maurizio Arosio,

presidente nazionale di Federcarni, che ha effettuato un focus sulle problematiche e le iniziative a tutela della categoria, l'impegno concreto dei macellai a difesa della salute e contro la disinformazione con la scelta della trasparenza e del dialogo con la comunità scientifica. A seguirne è intervenuto Francesco

D'Agostino, esperto di marketing e innovazione digitale, che ha parlato di cosa accade nel mercato delle carni e di cosa fare concretamente per tornare a competere. Ancora, il nutrizionista Gianluca Esposito ha informato sui rischi per la salute delle persone derivanti dal consumo di carne rossa con le indicazioni dell'Agenzia per la ricerca sul cancro, oltre che del ruolo dei commercianti per una corretta informazione del consumatore. Con vari grossisti, allevatori e industriali campani, dal Veneto è intervenuto Carlo Vicentini, della Vicentini Carni

Spa, il quale - oltre a condividere l'obiettivo alla base del convegno - ha indicato, quale guida per il progetto filiera: rintracciabilità e sicurezza alimentare adottate dalla sua azienda. E' stato dato spazio anche al penalista Fabio Russo, esperto di tematiche del settore alimentare, che ha articolato il proprio intervento sul sistema normativo italiano e l'importanza che regole severe hanno nel produrre e commercializzare, poi, prodotti di eccellenza. E' intervenuto inoltre il presidente di Federcarni Napoli e provincia Pietro Pepe ("La domanda di tutela e l'impegno sul territorio"). "Da questo incontro - tira le somme l'avvocato Timbone - si è potuto appurare che c'è voglia di cambiamento, di informazione; e di prendere coscienza della qualità del prodotto carne. Oltre ad aver

capito che, sulla qualità, bisogna informare correttamente i consumatori".



In queste pagine pubblichiamo i contributi di Francesco D'Agostino, Gianluca Esposito e Francesca Vicentini (responsabile controllo qualità Vicentini Carni Spa)



Francesco D'Agostino*

Perché in Italia si consuma sempre meno carne?

"Sarà decisivo d'ora in poi non sottovalutare internet e i new media, così come occorrerà studiare i fenomeni sociali, osservare le tendenze e tenere conto degli stili di vita, dal momento che il consumo di carne, al pari di quello di altri beni, è influenzato dai mutati stili di vita, che influiscono in ultima analisi sulle abitudini alimentari".

Secondo l'elaborazione di Coldiretti su dati Ismea/Nielsen, nel 2015 in Italia si è verificato un vero e proprio crollo negli acquisti di carne: -9% per la carne fresca di maiale, -6% per la carne fresca di bovino, -1% per la carne fresca di pollo e tacchino. Un dato simbolico deve fare riflettere: la carne, che rappresentava la prima voce di spesa alimentare per le famiglie italiane, per la prima volta nel 2015 ha perso questo primato slittando al secondo posto dietro l'ortofrutta. L'ultimo rapporto sui consumi di carne bovina diffuso da Ismea ad agosto 2016 parla chiaro: dopo un netto -6% in spesa e volumi nel 2015, anche il 2016 vede una contrazione nel primo semestre pari al 5,8% in volumi e al 5,5% in spesa, sebbene con una flessione attenuata a maggio e giugno (-2,4% rispetto allo stesso periodo del 2015). Non va meglio per le carni suine che nei primi 6 mesi

del 2016 lasciano sul terreno il 7% in volumi rispetto allo stesso periodo del 2015, mentre le carni cunicole registrano un -6,8% e quelle avicole un -2,6% (consumi carne bovina: vedi grafico a pagina 4).

Perché diminuisce il consumo di carne?

Per prima cosa occorre sgomberare il campo da equivoci: l'Italia non è l'Europa, non è la Cina, non è gli Usa. Molte considerazioni, che assumono rilevanza oltre i confini nazionali, rischiano di portarci fuori strada e hanno scarsissima attinenza con la realtà italiana, in particolare con quella dei macellai. Proviamo a fare chiarezza. Negli ultimi anni gli esperti

hanno individuato fenomeni che certamente incidono sul consumo di carne e con i quali abbiamo fatto e/o faremo i conti nel prossimo futuro. Alcuni di questi fenomeni non riguardano strettamente il nostro Paese: tra questi rientra l'incremento demografico in Europa, che si accompagnerà nei prossimi anni ad un aumento complessivo del consumo di carne nei paesi Ue. Per quanto concerne, invece, il fabbisogno a livello mondiale, la Fao stima che lo stesso porterà nei prossimi anni a un aumento della produzione di carne. Tutto molto interessante in teoria, un po' meno nella pratica. Facciamo, allora, un piccolo passo verso il problema guardando dentro il portafoglio

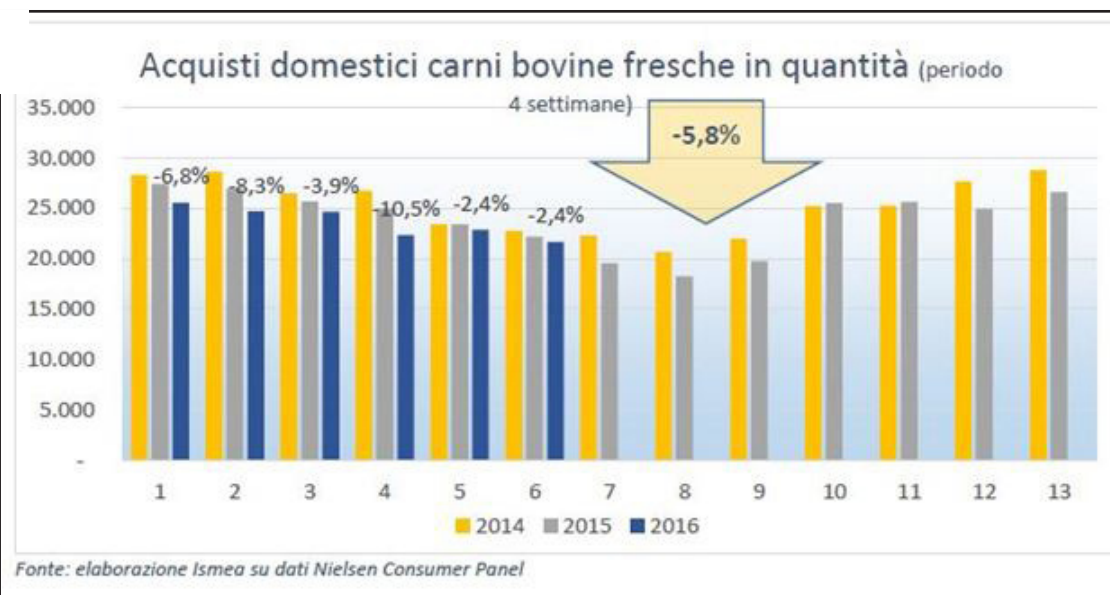
degli italiani. Tra i fenomeni che hanno incidenza anche in Italia, va citato l'andamento dell'economia: la crisi spinge le famiglie a basso reddito ad acquistare prodotti meno costosi tra cui il pollo, che non a caso fino al 2015 ha comunque tenuto il passo. Secondo il mensile Food, la carne di pollo nel periodo 2007-2013, dunque in piena crisi, ha registrato un +25% e le carni avicole in generale un +9% (dati Unaitalia). Basta la crisi, dunque, a spiegare perché si mangia meno carne? Decisamente no. Crisi economica, flussi migratori, incremento demografico e fabbisogno mondiale sono senza dubbio argomenti interessanti per i governi e gli economisti, ma allo stesso tempo costituiscono aspetti di scarso impatto pratico sulla vita dei macellai e delle loro impre-

se. I macellai devono chiedersi cosa spinge i consumatori italiani ad avvicinarsi alla carne e cosa, invece, li spinge ad allontanarsi. La risposta più plausibile a questa domanda è che il consumo di carne in Italia varia in ragione di fenomeni socio-culturali. Da un'elaborazione ancora di Coldiretti su dati Eurispes, in un solo anno - dal 2014 al 2015 - gli italiani che non mangiano carne e si dichiarano vegetariani o vegani sono aumentati del 35% fino a rappresentare l'8% dell'intera popolazione. Nell'ottobre 2015 lo Iarc (International Agency for Research of Cancer), l'Agenzia dell'Oms (Organizzazione mondiale della sanità) che si occupa di ricerca sul cancro e di categorizzare le sostanze cance-

segue a pag. 4

segue da pag. 3

rogene, ha inserito la carne rossa nel gruppo 2A delle sostanze probabilmente cancerogene e le carni rosse lavorate (salumi e insaccati) nel gruppo 1 delle sostanze sicuramente cancerogene. Cosa ciò significhi in termini scientifici lo ha spiegato bene il dottor Gianluca Esposito nell'incontro di Napoli. In estrema sintesi: no, non significa sic et simpliciter che la carne rossa faccia venire il cancro, (sebbene non sia questo che hanno raccontato i media e hanno capito i consumatori). Purtroppo per noi, il significato del report IARC è stato travisato e da allora si è abbattuto sulla carne rossa un vero e proprio tsunami, complice un'informazione superficiale che fagocita tutto, senza prestare attenzione alle fonti e alimentando le bufale (nel senso di notizie false o fuorvianti) a suon di condivisioni sulle piattaforme social. Ho avuto il piacere di prendere parte agli ultimi due direttivi di Federcarni e, da osservatore privilegiato, ho potuto tastare il polso della categoria proprio sul tema dell'informazione. Ebbene, la prima cosa che ho percepito è stato un comprensibilissi-



mo sentimento di rabbia verso l'Oms e i giornalisti. D'accordo, l'Oms ci ha messo del suo e la stampa ha perso la credibilità di un tempo, ma il vero problema è che il settore carni nel suo insieme, inclusi i macellai, si è fatto trovare impreparato, nonostante un evento di così forte impatto mediatico ci fosse già stato ai tempi di mucca pazza. Un tema correlato e nient'affatto secondario per la categoria è quello dell'approccio alla comunicazione. Non basta informare correttamente i consumatori perché essi decidano razionalmente cosa sia giusto fare: se, infatti, fosse sufficiente fornir-

re una corretta informazione, il tabacco non farebbe un milione di morti all'anno né l'alcol 600mila vittime. Ribattere colpo su colpo nella speranza che i consumatori si affezionino a una querelle scientifica è una strategia sbagliata perché non porta risultati; presidiare i luoghi in cui si formano le opinioni è invece un ingrediente fondamentale della strategia vincente, la quale tuttavia non può consistere unicamente nella partecipazione al dibattito pubblico. Sarà decisivo d'ora in poi non sottovalutare internet e i new media, così come occorrerà studiare i fenomeni sociali, osservare le tenden-

ze e tenere conto degli stili di vita, dal momento che il consumo di carne, al pari di quello di altri beni, è influenzato dai mutati stili di vita, che influiscono in ultima analisi sulle abitudini alimentari. L'auspicio è che il settore carni si doti di uno staff in grado di gestire le crisi e di relazionarsi con i media e le istituzioni politiche, economiche e scientifiche, nonché di parlare direttamente ai consumatori, che prima di essere tali, sono persone. Se in futuro ciò sarà possibile e opportuno farlo di concerto con gli altri soggetti coinvolti nella filiera, è una questione che esula dalle mie competenze.

In conclusione: nonostante le difficoltà, sono convinto che i macellai possano giocare un ruolo chiave nella ripresa del settore. A patto che firmino virtualmente un patto di rinnovato entusiasmo e solidarietà; patto che si traduca in una condivisione reale delle esperienze e delle conoscenze che, sappiamo, esse- re di eccellente livello soprattutto in alcune realtà virtuose.

La valorizzazione della figura del macellaio è un obiettivo irrinunciabile. Parimenti, occorre una grande partecipazione dalla base che si realizza tipicamente in 3 forme: dedicando un po' del proprio tempo a una causa in cui si crede, versando una piccola quota per portare avanti i progetti in comune, dando il proprio supporto e delega piena a chi si è distinto e si distinguerà per impegno, capacità, onestà, determinazione e visione.

*Si occupa di marketing e innovazione digitale. Il sito web di Francesco D'Agostino è www.endelab.com

Ampia informazione sul corretto stile di vita e la conoscenza dei nostri prodotti (partendo da un'indagine che ci consenta di capire su dove focalizzare maggiormente il nostro impegno)



Vasco Tacconi

Una campagna per la carne sostenuta da tutti i soggetti della filiera

accettano un rifiuto preconcetto, quasi ideologico, nel rapporto nutritivo con la carne. Il conflitto fra queste due tendenze è caratterizzato dall'assenza di un dialogo approfondito, sia da un punto

di vista antropologico sia scientifico: un confronto fra sordi dove ognuno si ritiene portatore di verità. E' una duplice intransigenza che non si focalizza su una valutazione oggettiva del valore nutrizionale delle carni per i bisogni nella vita di oggi. Il cibo, infatti, deve essere analizzato in rapporto con la situazione sociale e culturale della società in cui viviamo

tenendo presenti il genere e l'età delle persone, così come le attività fisiche e intellettuali di ciascuno. Inoltre, non possiamo dimenticare che oggi nella nostra società non si mangia per sopravvivere, per fame, ma si vive anche per il piacere di mangiare. E' certo che in ogni comportamento umano - rispetto al cibo o a qualunque altro aspetto della vita - c'è qualcosa di vero, ma anche che ogni teorizzazione considera solo aspetti parziali, estremizzando le conseguenze e trascurando come la vita sia espressione di una pluralità di apporti, esaltata da una costante integrazione. Pensiamo, perciò, che qualunque progetto di comunica-

zione verso i consumatori, non solo debba essere articolato nel rispetto delle molteplici motivazioni di tutti, ma debba puntare a fornire informazioni utili per promuovere la conoscenza, il sapere. Conoscenza che permetta una visione critica dei problemi, cercando di evitare, così, comportamenti indotti e omologati fonte di sofferenza affannosa che trova sfogo e rifugio nell'irrazionalità frustrante oggi molto diffusa. Dobbiamo riattivare il rapporto dell'uomo con la natura ricordando che la necessità di nutrirci ci rende dipendenti sia dal regno animale sia da quello vegetale. Siamo, cioè, l'anello di una catena alimentare che vive e sopravvive a spese di altre forme di

vita. E' proprio passando da un'alimentazione a base di bacche e frutti, strettamente vegetariana, ad un'alimentazione onnivora, che include cioè anche le proteine nobili della carne, che abbiamo realizzato la nostra evoluzione: posizione eretta, ridimensionamento dell'apparato masticatorio con il conseguente aumento della massa cerebrale, uso della mano, invenzione del linguaggio, creazione di strumenti. Quest'evoluzione - ancora in atto - ha bisogno di equilibrio fra principi nutrizionali per rispondere alle complesse vicende della vita moderna e ostacolare l'insorgenza di intolleranze alimentari.

segue a pag. 7



Gianluca Esposito*

La carne rossa insostituibile alleata

semplicemente significa che contengono tutta la gamma di aminoacidi essenziali; quelli, cioè, che il nostro organismo è incapace di sintetizzare e necessitano di essere assunti con l'alimentazione. Le carni rosse sono anche ricche in contenuto di minerali rappresentando una delle più importanti fonti di ferro nella dieta mediterranea: essendo il



di grande importanza nel bambino, nella donna in

gravidanza e nello sportivo. Le carni rosse sono anche ricche in contenuto di vitamine idro e liposolubili, e tra queste è da evidenziare l'elevato contenuto di vitamina B12 presente esclusivamente negli alimenti di origine animale: precisando che chi non consuma le carni deve prevedere l'utilizzo di integratori di B12 o di cibi chimicamente addizionati. Ancora: la grande varietà di tipi carni rosse disponibili, insieme con i diversi tagli dello stesso animale, consente sia di avere un'alimentazione altamente variegata a livello di gusti

e sapori; sia, al macellaio ben informato, di consigliare il giusto taglio in base alle necessità, allo stato di salute e nutrizione oltre che alle preferenze del consumatore. Basti pensare alla preziosità di alcuni tipi di frattaglie o di tagli particolari in caso di malattia con associata malnutrizione. Le carni variano molto nel contenuto di nutrienti e nella digeribilità anche in base alla cottura. Essere in grado di consigliare e guidare il consumatore in queste scelte e soprattutto informarlo correttamente, può sicuramente contribuire a riqualificare questo nobile alimento contro le inutili ed esagerate recenti demonizzazioni.

*nutrizionista

I consumo di carni rosse rappresenta sicuramente uno dei modi più adeguati per assumere un gran numero di nutrienti per noi necessari al mantenimento di un buono stato nutrizionale. Riguardo il contenuto proteico, le carni rosse sono ricche di proteine ad "alto valore biologico":

La sicurezza alimentare e l'igiene degli alimenti sono, oggi, un tema di primaria importanza per garantire un elevato livello di tutela della salute umana. A tal fine è stato costituito già nel 2002 il cosiddetto "pacchetto igiene": un corpo legislativo comprendente sei regolamenti comunitari (vedi box) che definiscono i requisiti necessari alla produzione di derrate per il consumo umano. Anche i mangimi somministrati agli animali devono essere ottenuti rispettando principi igienici specifici. A garanzia della sicurezza alimentare, ogni azienda del settore deve adottare un piano di autocontrollo in cui ogni fase viene accuratamente descritta in procedure e monitorata attraverso registrazioni elettroniche e cartacee. In questo modo si è in grado di ottimizzare la produzione igienica dall'arrivo della materia prima presso lo stabilimento, fino all'uscita del prodotto finito.

Nel caso delle carni, la materia prima è costituita dai bovini vivi condotti al macello che devono essere adeguatamente identificati a mezzo di marchi auricolari, del passaporto, del modello 4 e delle informazioni sulla catena alimentare. Questi documenti attestano le condizioni di salute degli animali e del luogo da cui essi provengono. Un altro aspetto fondamentale per ottenere carni di qualità, è quello di assicurare il benessere animale nell'accrescimento e, in particolare modo, nelle diciotto ore precedenti all'abbattimento, durante il trasporto e la movimentazione ai locali

di macellazione. Lo stress, infatti, comporta un consumo di glicogeno nei muscoli, causa di anomalie durante il processo di frollatura e le successive fasi di lavorazione e conservazione. Dopo l'introduzione dei capi nello stabilimento, ogni operazione dev'essere effettuata rispettando i massimi requisiti di igiene e sicurezza. Si presta molta attenzione alla coltelleria sterilizzata a 82° C e alle altre buone pratiche di lavorazione: come l'igiene del personale, la corretta movimentazione dei sottoprodotti, l'allontanamento tempestivo della sala di ogni potenziale contaminante quali pelle, sangue o scarto

Francesca Vicentini*



Sicurezza alimentare fondamentale per conquistare la fiducia del cliente

Le caratteristiche organolettiche non bastano più nella scelta degli animali: il consumatore è sempre più esigente nella richiesta di informazioni relative a come viene prodotto ciò che mangia. Allevare, produrre, commercializzare, mangiare: dall'inizio alla fine seguendo il cammino del benessere animale e umano

carne in qualunque punto della catena di distribuzione si trovi.

vedono ricerche di carica batterica totale, Enterobacteriaceae, tra cui E. Coli, Salmonella spp, Listeria monocytogenes e spore di anaerobi solfito riduttori. Le ricerche chimiche sono mirate ad individuare sostanze vietate nella produzione dei bovini tra cui beta-agonisti, residui di farmaci antibiotici, pesticidi e metalli pesanti. A supporto delle analisi interne si affiancano quelle effettuate dal Servizio Veterinario secondo il Piano Nazionale Residui emanato dal Ministero della Sanità. Ogni azione intrapresa nell'ambito della produzione ha come obiettivo finale la salute e la soddisfazione del consumatore. La trasparenza nei processi e la fornitura al mercato di un prodotto sicuro e di qualità sono gli strumenti base per poter conquistare la fiducia del cliente.

Regolamenti comunitari

Regolamento(CE) N.178/2002 che stabilisce i principi e i requisiti generali della legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e fissa procedure nel campo della sicurezza alimentare.

Regolamento (CE) N.852/2004 sull'igiene dei prodotti alimentari.

Regolamento (CE) N 853/2004 che stabilisce norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale.

Regolamento (CE) N 854/2004 che stabilisce norme specifiche per l'organizzazione dei controlli ufficiali sui prodotti di origine animale destinati al consumo umano.

Regolamento (CE) N.882/2004 relativo ai controlli ufficiali intesi a verificare la conformità alla normativa in materia di mangimi e di alimenti e alle norme sulla salute e sul benessere degli animali.

Regolamento (CE) N.183/2005 che stabilisce requisiti per l'igiene dei mangimi.

dell'ispezione post mortem, nonché al mantenimento della tracciabilità. Essa rappresenta uno strumento indispensabile che si avvale di etichette e certificati per identificare una carcassa o un taglio di

Al fine di verificare l'idoneità igienico-sanitaria dei prodotti e delle lavorazioni, devono essere prelevati e inviati ad un laboratorio certificato campioni in singola aliquota. Le analisi batteriologiche e chimiche effettuate devono rispettare i criteri richiesti dalla normativa vigente; pre-

* Responsabile controllo qualità Vicentini Carni Spa



La bottega della carne

A Crotone con Camera di Commercio e Confcommercio innovazione e cultura locale si incontrano e collaborano per un progetto che vede attiva protagonista l'Accademia Italiana Stagionello®

Federcarni torna in Calabria e le antiche botteghe delle carni diventano punti di riferimento per veri "gourmet della tradizione"

Piano di valorizzazione della professione di macellaio e dell'intero indotto culturale ed economico

Federcarni torna in Calabria. È con queste parole che si è concluso il primo incontro tra i rappresentanti delle istituzioni locali e tre esponenti di Federcarni – i consiglieri nazionali Augusto Muraro, Bruno Bulgarelli e Mara Labella (che è anche presidente Federcarni Lazio Sud), giunti d'intesa con il presidente nazionale Federcarni Maurizio Arosio. L'incontro si è svolto tra le mura della Camera di Commercio di Crotone. Intorno al tavolo dei lavori, con i tre delegati Federcarni, erano presenti il presidente della Camera di Commercio di Crotone Alfio Pugliese, il direttore di Confcommercio Crotone Giovanni Ferrarelli e il presidente dell'Accademia Italiana Stagionello® Alessandro Cuomo. Un progetto ambizioso, necessario al territorio, che vede l'inizio della fase della sua realizzazione nel breve termine e che mira all'attuazione di un piano di valorizzazione concreto e diretto della professione di macellaio e dell'intero indotto culturale ed economico che gira intorno ad essa. Nel progetto, la sottoscrizione di un Protocollo d'intesa tra le parti per concretizzare in maniera forte e definita l'impegno profuso dalla Camera di Commercio di Crotone e da Confcommercio nel valorizzare i prodotti tipici e tradizionali italiani; nella specializzazione delle botteghe delle carni, nella valorizzazione delle razze autoctone locali e italiane, nonché nell'attuazione di un programma di sviluppo del tessuto produttivo locale lega-

to alla lavorazione delle carni attraverso azioni di formazione didattica e mediante progetti di marketing territoriale. L'obiettivo è continuare a valorizzare la Calabria e le sue professioni attraverso l'organizzazione di eventi e attività formative. Formare e specializzare il professionista delle carni adeguando le sue competenze alle necessità richieste dalle attuali condizioni del

legati alle scienze dell'alimentazione, alle tecniche di produzione e alla gestione della qualità. "Un nuovo impegno - dichiara Alessandro Cuomo, direttore dell'Accademia - basato su antichi



mercato e dalle normative vigenti che regolamentano la professione. Un occhio di riguardo, poi, alla formazione e all'innovazione tecnologica degli addetti al settore. Da qui, infatti, parte il coinvolgimento dell'Accademia Italiana Stagionello®, già attiva a livello nazionale ed internazionale sul campo della formazione specialistica legata al settore carni e della produzione dei salumi. Corsi base professionalizzanti, corsi per esperti formatori, master e corsi di aggiornamento professionale. Un programma didattico nutrito e variegato, erogato presso aule innovative e tecnologicamente avanzate e condotto da maestri macellai ed esperti

valori, che porterà alla specializzazione di tanti piccoli produttori. Dando così una reale opportunità di innovarsi e trasformare le proprie attività. Immagino le botteghe macellerie del futuro trasformarsi in veri e propri 'gourmet della tradizione' specializzati sulle



FEDERAZIONE NAZIONALE MACELLAI
FEDERCARNI

carni, dove sarà possibile degustare i prodotti e condividerne i valori per il tramite della formazione e dell'informazione direttamente trasmessa dall'espercente al consumatore. Sono fiducioso e soddisfatto per aver potuto iniziare questo percorso, nella mia terra di Calabria, e di aver cono-



sciuto professionisti disposti a lavorare insieme affinché questo progetto di formazione e innovazione prendesse il via in questa terra dalle mille risorse e opportunità". Federcarni in Calabria sta nascendo e con essa si riconferma l'impegno delle



istituzioni locali a voler mantenere intatte le antiche tradizioni nostrane. La volontà di voler valorizzare tali tradizioni che non si limitano ad essere uso e costume della popolazione, ma fanno parte dell'arte e degli antichi mestieri dell'intero territorio regionale e diventano eccellenze nazionali. "Le carni - dichiara Alfio Pugliese, presidente della Camera di Commercio di Crotone - sono tra i prodotti principe, come attestano anche le numerose ricette riprese dall'Ente camerale nei progetti di riscoperta della tradizione e promozione delle produzioni di qualità. La lavorazione delle carni rientra nel ricco e affascinante patrimonio culturale del nostro territorio e può fungere da attrattore per il turismo enogastronomico se ben valorizzata, grazie a soggetti competenti quali Federcarni, con strategie di innovazione e internazionalizzazione". Un'opportunità per innovare e rinnovarsi. Per formarsi e specializzarsi grazie alla guida di esperti e professionisti. Si attende, pertanto, lo sviluppo del piano di azione che in questo periodo pone il suo focus sulla diffusione delle informazioni agli addetti del settore e sul diretto coinvolgimento degli stessi mediante assemblee provinciali ed incontri organizzati dagli Enti preposti in collaborazione con Federcarni.

Lucio Tabarini presidente

Costituita Federcarni Umbria

Costituita Federcarni Umbria ed elette dall'assemblea le cariche sociali. Presidente è Lucio Tabarini (Perugia). Vicepresidenti: Cesare Lucaccioni (Città di Castello) e Giuseppe Santi (Orvieto). Il Consiglio di Federcarni Umbria è completato da Riccardo Farinelli, Valentino Gerbi, Alceo Pannacci, Paolo Roselletti (Perugia); Fabio Strappaghetti (Corciano); Giuseppe Fabbianelli (Guarda - Terni); Tiziano Tontoli (Assisi), Fabio Partenzi (Spoleto).



Incontro formativo-dimostrativo promosso da Federcarni e Confcommercio etnee con il supporto di numerosi sponsor

Catania e "Il macellaio gastronomo"

Organizzato da Federcarni e Confcommercio Catania, "Il macellaio gastronomo" è l'incontro formativo e dimostrativo rivolto agli operatori che si è svolto, nella città etnea, all'Airport Hotel. L'iniziativa è stata aperta dal presidente nazionale Federcarni Maurizio Arosio e dal presidente di Federcarni Catania, Carmelo D'Agata. Intenso il

programma: l'importanza di aderire all'associazione per il supporto sui problemi fiscali, amministrativi, sanitari con le ultime novità sulle autorizzazioni e i requisiti per la vendita di prodotti cotti nelle macellerie (a cura di Tony Reale, direttore di Federcarni Catania); le novità giudiziarie sui reati di frode in commercio: dalla multa alla reclusione (con l'avvocato Grazia Reale - Camera Penale di Catania);

i preparati a base di carne: innovazione, diversificazione e stile nella presentazione (con Mara Labella, presidente Federcarni Latina); il seminario teorico-pratico sul corretto utilizzo di additivi nel rispetto delle leggi (condotto da Benedetto Garozzo, responsabile della Fratelli Pagani per la Sicilia). E' seguita, poi, la presentazione degli sponsor: Consulting, Eurocryor/Epta,



Plasticconf Shop, Tu Si Bio, Prestito Si, Zanussi, Fratelli Pagani. L'iniziativa si è conclusa con preparazione, esposizione (su banchi Eurocryor) e degustazione dei prodotti a cura di:

Federcarni Latina (Mara Labella), Federcarni Agrigento (Gianni Giardina), Zanussi (con lo chef Peppe Pappalardo) e Fratelli Pagani (Antonio Fazio)

L'alternativa sarebbe il ricorso a integratori farmacologici che squilibrano la facoltà di assorbimento dell'organismo e il suo metabolismo. Comportamenti alimentari unilaterali senza assistenza medica generano squilibri che sono pericolosi per la salute. Il benessere e la salute sono generati, oltre che da una ragionevole attività fisica, da un'alimentazione sana ed equilibrata. Il cibo è gioia, piacere, socializzazione ma anche cura; il cibo nella sua valenza "nutraceutica". Queste considerazioni culturali non possono essere ignorate se vogliamo impostare una campagna d'informazione sul valore nutrizionale di tutti gli alimenti legato alle necessità di vita delle persone alle quali facciamo riferimento. Queste necessità non sono fisse nello scorrere della vita: un bambino, un giovane, un adulto e una

persona matura hanno esigenze diverse e la dieta alimentare deve essere non solo equilibrata, ma dinamica. Bisogna immettere nell'organismo tanti principi attivi che il metabolismo possa gestire in un processo di integrazione ed armonizzazione proprio della vita, non escluse le interferenze che ancora sfuggono alla conoscenza. La raccomandazione degli esperti è mangiare il giusto, variato e sano. Abbiamo pensato ad una campagna articolata sui rapporti con le persone, sostenuta da tutti i soggetti della filiera della carne. Si tratta non solo del ruolo della nostra attività produttiva o commerciale, ma innanzi tutto di svolgere un'azione attiva nella salvaguardia della salute e del benessere dei cittadini, in quanto consapevoli della necessità della

Una campagna per la carne ...

segue da pag. 4

carne nell'alimentazione umana. Nel nostro contesto di vendita resta fondamentale il rapporto personale di fiducia con i clienti. E' stato detto: dobbiamo sapere cosa vendiamo, avere la convinzione della qualità delle carni che commercializziamo in un ruolo che sia presidio alla salute ed al benessere della clientela e, più in generale, della società. Anche se hanno mostrato carenze di informazione che ne hanno limitato l'impatto sui comportamenti concreti delle persone coinvolte, le iniziative narrate dalle nostre associazioni hanno avuto un ruolo fondamentale suscettibile di innescare percorsi di conoscenza più impegnativi. Dobbiamo migliorare il mes-

saggio e sfruttare la presenza capillare sul territorio per supplire alle difficoltà nel

disporre di altri strumenti di comunicazione per tutta Italia. Auspichiamo una campagna articolata utilizzando le forme di comunicazione più efficaci in relazione a ogni situazione: scuola, radio, giornali, tv, web e social, dimostrazioni per clienti e giornalisti, corsi di cucina, promozioni gastronomiche di tagli delle carni meno richieste. Una recente indagine dell'Università di Firenze sulle macellerie tradizionali ha posto in evidenza proprio la mancanza di conoscenza dei tagli della carne, identificata in filetto, fiorentina e poco più. Sono le nuove generazioni quelle più disattenti agli elementi della tracciabilità e della qualità, (<https://sensorylabfirenze.com>).

wopress.com/tag/carne, email: lab.sensoriale@gesaf.unifi.it. Per iniziare potremmo, perciò, fare un'indagine conoscitiva attraverso la diffusione di un questionario, tipo quello proposto dall'Università di Firenze, che ci permetterebbe di conoscere meglio ciò su cui dedicare la nostra maggiore attenzione. Dobbiamo comunque escludere le crociate contro coloro che hanno posizioni diverse dalla nostra perché non abbiamo nemici da combattere, ma persone con le quali discutere alla ricerca della verità. Il dialogo, la comunicazione, l'informazione, la conoscenza, rappresentano sempre il trionfo della ragione e del buon senso che costituiscono l'humus di una convivenza civile e di una vita sana e libera da ideologismi preconfezionati.

Vasco Tacconi

www.paganichef.it

Gustosi
Cremosa Marinata
italiana che lascia
il segno



AWDgroup.it

GAMMA GUSTOSI PAGANI



Gustosi Pagani è la gamma completa di 11 marinate cremose, ognuna unica nel suo genere, in grado di dare alle Vostre preparazioni un tocco di saporita creatività che fa di ogni piatto, un piatto speciale.



Seguici su facebook

NOVITÀ 2016

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



Missione ad Amatrice di una delegazione della Confcommercio di Ferrara con il vicepresidente regionale Federcarni Alberto Succi per selezionare produzioni tipiche da vendere in macellerie e negozi alimentari

Sulle tavole dei ferraresi i prodotti di alta qualità dalle zone terremotate del Centro Italia

Un carico di prodotti ricco e solido è in arrivo da Accumoli e Amatrice, le aree terremotate del Centro Italia, per imbandire le tavole natalizie dei ferraresi. È stata una domenica speciale (il 13 novembre) quella che ha visto scendere nel Lazio una delegazione di Ascom Confcommercio Ferrara, guidata dal direttore generale Davide Urban, dal vicepresidente regionale Federcarni Alberto Succi e dal presidente provinciale dei dettaglianti alimentari (Fida) Mauro Campi, con la

Con Accumoli e Amatrice anche le prelibatezze di Norcia

missione di selezionare presso alcune aziende locali salumi e formaggi tipici della zona che potranno essere ordinati dalle macellerie e dai negozi di alimentari e acquistati, quindi, dai consumatori. Un modo concreto per sostenere le attività economiche dei paesi terremotati e, allo stesso tempo, provare specialità di riconosciuta qualità gastronomica, non spesso reperibili nel

Ferrarese. Sono stati il salumificio Sano, maggiore produttore italiano di guanciale e prosciutto Amatriciano Igp, e Petrucci Formaggi ad approvvigionare la delegazione ferrarese che è poi stata accolta dal sindaco di Amatrice Sergio Pirozzi, e da



Celso Cioni, direttore Confcommercio Aquila. I

prodotti, presto reperibili in alcune decine di negozi di Ferrara e provincia, da Cento a Comacchio, sono stati già presentati alla prova dell'assaggio, davanti ai primi commercianti interessati all'acquisto, a Borgo le Aie, 'Polo del Gusto' di Ascom Confcommercio Ferrara,

insieme ad altre prelibatezze originarie di Norcia e dintorni che ugualmente verranno proposte - mediante anche un apposito portale - nei negozi aderenti del territorio ferrarese. E che diventeranno, dunque, regali appetitosi quanto solidali per sostenere le attività commerciali e produttive del Centro Italia colpite dal sisma.



I macellai di Siena al campo di Cascia: carne fresca per i terremotati

I macellai di Siena aderenti a Federcarni-Confcommercio Siena, si sono recati al campo di Cascia dove hanno conse-

gnato partite di carne fresca per la popolazione colpita dal terremoto. La delegazione, composta dal presidente Pierfranco

Pandolfi, dal consigliere Andrea Cannoni e dal direttore Massimo Cerretani, è stata ricevuta dalle autorità cittadine.



Dynamic System Eurocryor: principio attivo della freschezza

Punto di incontro fra domanda e offerta, “il banco carne è la sintesi stessa del mestiere del Macellaio” (EAC - Associazione nazionale esperti assaggiatori di carni) ed elemento distintivo della sua professionalità. Al fine di supportare gli operatori del settore, Eurocryor ha concepito Dynamic System, una nuova tecnologia che cattura il freddo e garantisce una superlativa conservazione della carne. Nello specifico, l'innovativa soluzione permette di mantenere l'umidità a valori prossimi al 90%, senza l'utilizzo di umidificatori. I risultati sono notevoli: la merce può rimanere conservata all'interno del banco per più giorni, senza dover essere riposta nelle celle durante la notte, mantenendo inalterate le sue caratteristiche organolettiche ed estetiche.



tradizionale per la carne, che presenta un valore medio del 5-6%, ed un ritorno dell'investimento in tempi brevi. Anche a livello di impatto ambientale si constata una diminuzione dei consumi energetici di oltre il 20%, rispetto ad altri banchi attualmente presenti sul mercato ed un extra risparmio di acqua e di prodotti per la pulizia.

Per una gestione efficiente del punto vendita

Dynamic System garantisce benefici importanti anche dal punto di vista dell'operatore soprattutto



Una freschezza spettacolare

I vantaggi sono indubbi: innanzitutto Dynamic System assicura una riduzione della perdita di peso e massa del 96% in 24 ore, per un calo di peso medio di solo 0,12% rispetto ad un mobile



in termini di risparmio di tempo. Non dovendo immagazzinare la carne nelle celle frigorifere ogni sera, e non avendo la necessità di pulire il banco, quotidianamente, il suo lavoro si riduce, infatti, di 1 ora e mezza al giorno, con un'evidente ottimizzazione dei costi di gestione pari a oltre 9.000 euro l'anno.



Dai negozi specializzati agli store

Dai negozi specializzati alle moderne aree dedicate all'esposizione della carne negli store, l'adozione di soluzioni performanti dall'eccellente impatto visivo risulta di fondamentale importanza per massimizzare la vendita di questa tipologia di prodotti, rapidamente deperibili, ma dall'elevato ritorno economico. In tal senso, infatti, la tecnologia viene associata ad arredi in grado di valorizzare l'attrattività della merce attraverso presentazioni spettacolari che, oltre a favorire l'interazione con il cliente, ne stimolano i processi d'acquisto.



EUROCRYOR
eptarefrigeration

Scenografiche presentazioni

I banchi Panorama e Bistrot, realizzati anche con tecnologia Dynamic System, si caratterizzano per vetri dritti e pannelli serigrafati decorati, disponibili in più colori.

In particolare, Panorama permette di creare una serie di vetrine dalle infinite configurazioni, a garanzia della massima visibilità dei prodotti. Bistrot si distingue, invece, per le sue forme eleganti e la massima flessibilità, assicurata dal Window Opening System Bistrot che consente l'apertura del vetro frontale, per un migliore accesso al piano d'esposizione, semplificando le attività di merchandising e pulizia. Infine, entrambe le soluzioni possono essere abbinate a Torre, in configurazione lineare o ad angolo, per un'esposizione su più piani degli alimenti.



Spiega **William Pagani, Group Marketing Director di Epta**: *"La cura degli elementi visivi, la personalizzazione, unitamente alla massima qualità e freschezza dei prodotti, rappresentano valori imprescindibili su cui si basa questa nuova soluzione, accolta con entusiasmo dai clienti. Già dalle prime installazioni abbiamo raccolto riscontri molto positivi da parte degli operatori: conservazione ottimale della carne e stile e design eccellenti, consentono di trasformare anche i piccoli punti vendita in vere e proprie 'boutique', con notevoli benefici in termini di incremento delle vendite e riduzione dei costi di gestione"*.

www.eurocryor.com

Sindacato Macellai della provincia di Varese Premiate le storiche macellerie

Tutti insieme, con le proprie famiglie, a pranzo all'Istituto Falcone di Gallarate per ritrovarsi, con un forte spirito di appartenenza ad una categoria che non ha più i numeri di una volta, ma che

eccelle per professionalità, passione e specializzazione. E' l'evento organizzato dal Sindacato Macellai della provincia di Varese.

Prima del pranzo conviviale, il presidente Aldo Canuto ha voluto consegnare una targa di riconoscimento alle macellerie

storiche; ne sono state premiate una ventina, ma l'impegno del Sindacato varesino è quello di continuare la ricerca per non

dimenticare nessuno. Durante la cerimonia sono intervenuti anche Gianfranco Piran, rappresentante Federcarni per la provincia di Varese e l'assessore al Commercio di Gallarate Claudia Mazzetti.



La Festa di categoria dell'APM di Torino

Oltre duecento i partecipanti alla Festa di categoria dell'Associazione Provinciale Macellai (APM) di Torino, svoltasi nella sala adibita alle cerimonie dell'Hotel Atlantic a Borgaro Torinese.



“Una giornata conviviale che riunisce più generazioni di macellai: dai giovani che hanno appena intrapreso il mestiere, ai

Maestri Macellai che condividono l'esperienza di un'intera vita lavorativa” ha introdotto il presidente Lorenzo Lavarino. All'iniziativa sono intervenuti il presidente nazionale Federarni Maurizio Arosio e l'assessore al Commercio

Alberto Sacco, assessore al Commercio del Comune di Torino e il presidente dell'Associazione Macellai Lorenzo Lavarino

del Comune di Torino Alberto Sacco. Le aziende partner hanno avuto a disposizione un'area degustazione per far assaggiare e illustrare le peculiarità dei loro prodotti prima del

pranzo sociale. Al termine del convivio sono stati distribuiti omaggi ai partecipanti ed è stata tagliata la torta celebrativa del 70° anniversario di fondazione dell'Associazione torinese.

I Maestri macellai torinesi al Salone del Gusto 2016

A Torino in occasione del Salone del Gusto – Terra Madre (un Salone nuovo, completamente all'aperto, distribuito per tipologia di settori alimentari in varie zone della città), l'Associazione Provinciale Macellai di Torino ha allestito un banco

espositivo da Eugenio Allara e Maurizio Palladino per far conoscere al pubblico le preparazioni della macelleria (nello stand in piazzale Valdo Fusi).

La giornata inaugurale del Salone era stata caratterizzata dalla presenza di numerosi esponenti: fra di essi il

neoassessore al Commercio del Comune di Torino Alberto Sacco, il presidente di Ascom Torino e vicepresidente Confcommercio Maria Luisa Coppa e il presidente della Camera di Commercio di Torino Vincenzo Ilotte. I Maestri macellai dell'Associazione torinese Giovanni Giampaolo, Francesco Fava e Maurizio Palladino hanno mostrato in alcune lezioni-degustazioni aperte al pubblico le eccellenze della categoria distribuendo una varietà di assaggi: dal sushi di carne alla trippa impanata. Si è replicato con la partecipazione del presidente di Federarni Maurizio Arosio, che ha assistito alla lezione di battuta al coltello eseguita dal vicepresidente dell'Associazione Piercarlo Barberis. Invitata allo stand anche il sindaco di Torino Chiara Appendino, che si è soffermata a scoprire le iniziative

dell'Associazione Provinciale Macellai intrattenuta dal presidente Lorenzo Lavarino. Le varie degustazioni proposte dai Maestri Macellai Pino Puglisi, Cosimo Puppi, Claudio Vigna e Maurizio Palladino - con la collaborazione del cuoco Luca Bocca - hanno attratto un vasto

pubblico che ha apprezzato i piatti proposti.

Il successo ottenuto è stato frutto della grande passione che ha accompagnato il presidente Lavarino, il Consiglio dell'Associazione e tutti gli operatori intervenuti: dimostrando quanto sia valido il motto “l'unione fa la forza”.



Indicazioni nutrizionali: che fare?

In questi giorni (decorrenza 13 dicembre 2016) è entrato in vigore l'obbligo di indicazioni in etichetta della dichiarazione nutrizionale di cui all'art 9, paragrafo 1, lettera l) del Regolamento UE n 1169/2011.

Ma in quali casi non si applica l'obbligo di apposizione di tali indicazioni sui prodotti alimentari?

Innanzitutto affermiamo che, in linea di massima, non sono tenuti all'obbligo delle indicazioni nutrizionali i prodotti che non rispondono alla definizione di PREIMBALLATO di cui al paragrafo 2, lettera e) del regolamento Ue n. 1169/2011 (questi, appunto, non sono soggetti agli obblighi previsti dall'art.9 e 10 del regolamento Ue n 1169/2011). Sono invece fatte salve le indicazioni di cui all'art.44, par.1, lettera A 9 relative alle indicazioni delle

sostanze che provocano allergie ed intolleranze. Il Ministero dello Sviluppo economico, di concerto con quello della Salute, ha espresso questi concetti in una recentissima circolare in cui, tra l'altro, testualmente si afferma quanto segue.

Deroga per la fornitura diretta

La cessione di alimenti, senza l'intervento di intermediari, da parte del "fabbricante di piccole quantità di prodotti", direttamente al consumatore o "alle strutture locali di vendita al dettaglio che forniscono direttamente al consumatore finale" che ricomprendono, come chiarito nelle linee guida al regolamento 853/2004/CE, tutte le forme di somministrazione di alimenti (in questa categoria rientrano quindi tutti gli esercizi di vendita al dettaglio, ad

esempio macellerie, gastronomie, ecc ed anche le attività di somministrazione quali bar, trattorie, ristoranti...).



di Giovanni Pietro Pirola

Restano esclusi dalla deroga, pertanto, i prodotti preimballati (prima dicevansi confezionati!) venduti ad imprese che esercitano vendita all'ingrosso o che svolgono attività di

intermediazione commerciale quali, ad esempio, le centrali di acquisto.

Deroga per fabbricanti di piccole quantità di prodotti

Rientrano in tale definizione i produttori e i fornitori, comprese le imprese artigiane ed agricole, che rispettino i requisiti delle microimprese così come definite dall'art .2 della raccomandazione 2003/361/Ce della Commissione (in sostanza le imprese con fatturato fino a 2 milioni di euro annui e con massimo 10 dipendenti).

La deroga del punto 19 dell'allegato V si applica agli alimenti oggetto di vendita diretta ai consumatori a "livello locale" da parte degli spacci aziendali. Per quanto riguarda il concetto di "LIVELLO LOCALE" cui la norma Ce

spesso si richiama, "deve essere definito in modo tale da garantire la presenza di un legame diretto tra l'Azienda di origine e il consumatore", dice la circolare, e ancora "E" pertanto esclusa una fornitura che preveda il trasporto sulle lunghe distanze e quindi in ambito nazionale". La circolare, riferisce, inoltre, che il livello locale può essere identificato "nel territorio della Provincia in cui insiste l'Azienda e nel territorio delle province contermini, ciò al fine di non penalizzare le aziende che si dovessero trovare al confine di una unità territoriale e che sarebbero quindi naturalmente portate a vendere i propri prodotti anche nel territorio amministrativo confinante". E il preincartato o incartato nell'esercizio di vendita? Tranquilli: non trattandosi di imballaggio vero e proprio, non soggiace all'obbligo dell'indicazione nutrizionale.

Nessuno è così forte da poter farcela da solo ma nessuno è così debole da non poter aiutare

segue da pag. 1

re o almeno una parte di esso. Lo influenza trasmettendo notizie senza un filtro di controllo: lo stesso Ministero della Salute è dovuto intervenire per ristabilire il giusto equilibrio tra la notizia e la realtà dei fatti.

Lo influenza con azioni dimostrative, spesso violente, quando piccolissimi gruppi di animalisti invadono attività commerciali e aggrediscono i clienti con slogan e con immagini, prese in un contesto staccato dalla realtà, che talvolta sono abusivamente condannati dalla legge.

Lo influenza terrorizzando i consumatori, legando il consumo della carne alla malattia che più ci spaventa, senza, però, avere nessuna dimostrazione scientifica di quanto affermano.

La comunicazione, specie nei giovani, segue percorsi diversi rispetto alla più tradizionale televisione o stampa: oggi Facebook e altri social media sono in grado

di amplificare, in pochi minuti, ogni tipo di messaggio, anche di quelli non esattamente "veri". Comunque la notizia - "bufala" che sia - girerà, si amplificherà sino al punto di diventare vera agli occhi del pubblico social.

Molti personaggi (giornalisti, attori ecc.) influenzano l'opinione pubblica con il loro modo di pensare, creando un effetto diffuso, strisciante.

Federarni ritiene necessario essere presente in questo nuovo mondo della comunicazione. Presente e attiva per poter dire la propria opinione, poter dire sapendo ascoltare coloro che per professione studiano ed esperimentano in modo scientifico il cibo. Non vogliamo, come altri fanno, essere i portatori della verità. Vogliamo essere coloro che ristabiliscono un equilibrio nelle scelte dei consumatori: specie di quelli più giovani. Non lasciandoli

A Ravenna il corso "Professione macellaio"

A Ravenna "Professione macellaio": un corso presso il laboratorio di Accademia del Gusto con Confcommercio Ravenna e Iscom Emilia Romagna (docente il presidente dei macellai ferraresi e vicepresidente Federarni dell'Emilia Romagna Alberto Succi). L'iniziativa è stata attuata per avvicinare i giovani (ma non solo) al mestiere di macellaio. Il corso - 100 ore teoriche e 100 di stage - ha permesso di acquisire tutte le conoscenze tecniche del settore. L'annuncio di "Professione macellaio" ha avuto ampia risonanza (la foto - Corelli - è tratta dall'articolo sul corso de *Il Resto del Carlino*)



soli a subire opinioni personali di altri, ma dando loro strumenti per essere liberi di scegliere.

A breve presenteremo un progetto di comunicazione molto interessante (vedi anche, in questo giornale, l'intervento di Vasco Tacconi n.d.r.), che vedrà coinvolti tutti i macellai italiani: un

progetto che non potrà esistere senza la partecipazione attiva di tutti i colleghi. Dobbiamo dimostrare di aver capito che non è solo il lavoro quotidiano nelle nostre botteghe a fare di noi degli imprenditori di successo, ma sempre di più è necessario capire ed affrontare quello che ci sta intor-

no, fuori dalla bottega. Questo passaggio, però, ce lo possiamo permettere solo stando assieme e lavorando insieme per il bene comune. Insieme si può.

Maurizio Arosio
presidente Federarni

A Sperlonga l'evento Federcarni Confcommercio Lazio Sud con il presidente Mara Labella

Sicurezza, qualità, servizi e innovazione L'appuntamento riuscito dei macellai di Latina

Nella splendida cornice della struttura del Laghetto Living di Sperlonga per la Festa del Macellaio si è tenuta la tavola rotonda Federcarni Confcommercio Lazio Sud, incentrata sulla sicurezza e la qualità dei prodotti della macellazione e della trasformazione per la commercializzazione. Una tavola rotonda sull'innovazione del settore macelleria e le opportunità di servizi e convenzioni offerte da Confcommercio Lazio Sud. Evento riuscito e partecipato che, per la prima volta, ha visto la presenza del prefetto di Latina Pierluigi Faloni. La giornata è stata condotta dal presidente Federcarni Confcommercio Lazio Sud Mara Labella; è intervenuto il presidente interprovinciale Confcommercio Lazio Sud Giovanni Acampora. "Confcommercio Lazio Sud, in quest'ultimo anno, ha messo in campo un ampio ventaglio di servizi e convenzioni: dal microcredito, alla formazione, alle politiche attive del lavoro; dalle convenzioni bancarie e quelle con Sia e altri enti; soprattutto ha riportato la volontà e la rappresentatività delle imprese al centro dell'attività associativa". All'iniziativa Federcarni Confcommercio Lazio Sud significative le presenze del Comune di Fondi con il presidente del Consiglio comunale Onorato De Santis e del

Comune di Cisterna con le consigliere Monica Marasca e Fabiola Ferraiuolo. Presenti anche quadri e dirigenti di Confcommercio Lazio Sud con il direttore generale Salvatore Di Cecca; hanno partecipato anche il presidente dell'Ascom territoriale di Fondi Enzo Di Lucia e il presidente Fida di Latina Francesco Somma. Sono intervenute con apposite relazioni la dottoressa Annarosa Centra (direttore



Mara Labella, presidente Federcarni Confcommercio Lazio Sud e il presidente onorario del Sindacato Augusto Muraro



UOC, Servizio Igiene Alimenti di O.A. - Asl di Latina) e la dottoressa Annarossana Fermani (responsabile territoriale Distretto Aprilia-Cisterna-Cori).

Il presidente di Federcarni Confcommercio Lazio Sud Mara Labella, nel conferire allo storico presidente del Sindacato, Augusto Muraro, la presidenza onoraria, ha affermato come il settore, dopo un periodo di difficoltà, stia riprendendo in modo positivo: "creatività e capacità di adeguarci ai nuovi stili di consumo e di vita dei

nostri clienti, sono le nostre leve d'azione". "In quest'esperienza di attività sindacale - ha proseguito - ho potuto verificare ancor di più le grandi capacità degli imprenditori del nostro settore. Con i servizi e le convenzioni di Confcommercio Lazio Sud, possiamo crescere ed innovare ancora di più".



Segreteria organizzativa Ecod sas
Tel. 0331 518056 - Fax 0331 424780
www.imeat.it

Promosso da



IMEAT® - QUINTA EDIZIONE

L'unico evento in Italia dedicato esclusivamente
al negozio di macelleria e gastronomia

iMEAT®

ModenaFiere

26-27 MARZO

www.imeat.it

Per informazioni info@imeat.it - tel. 0331518056