

L'INDUSTRIA DELLE  
**CARNI** E DEI  
**SALUMI**

**ASSEMBLEA ASSICA 2024:  
A BOLOGNA PER DISEGNARE  
IL FUTURO DEL SETTORE**

Poste Italiane - Spedizione in abbonamento postale DL 353/2003 (conv. in L.27/02/2004 n°46) art.1, comma 1, DCB Milano € 1,81



**/ PRIMO PIANO**

Salumi italiani: scarsa redditività, aumento dei costi e peste suina africana gettano ombre sul futuro

**/ ATTUALITÀ**

Cambio al vertice di ISIT: Cristiano Ludovici è il nuovo Presidente

**/ NORMATIVA**

Norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale: modificato Reg. (CE) n. 853/2004



# SOMMARIO



**03. PRIMO PIANO**  
Assemblea ASSICA 2024: a Bologna per disegnare il futuro del settore

**05.** Salumi italiani: scarsa redditività, aumento dei costi e Peste Suina Africana gettano ombre sul futuro

**06.** Aumento della produzione: +0,7% in quantità, +7,2% in valore

**06.** ASSICA: Lorenzo Beretta nominato alla guida dell'Associazione

**07.** Cambio al vertice di ISIT: Cristiano Ludovici è il nuovo Presidente

**07. LIBRO DEL MESE**  
Salumi italiani - Manuale per la gestione delle problematiche di produzione

**08. ATTUALITÀ**  
Tavola rotonda "La filiera suinicola a confronto con le istituzioni per gestire la PSA"

**08.** Tavolo Agrindustria: il punto interministeriale sulla PSA



**10. NORMATIVA**  
Norme specifiche in materia di igiene per gli alimenti di origine animale

**11. ATTUALITÀ**  
Da Toscana e Umbria i salumi italiani arrivano negli USA

**12.** A New York la candidatura della cucina italiana a patrimonio UNESCO

**13.** I salumi italiani alla conquista dei college inglesi: primo evento a Cardiff

**14.** Formazione nel food: la ricerca Uila tra realtà e aspettative



**14. ATTUALITÀ**  
Corso di formazione export USA del Ministero della salute e IZS di Lombardia ed Emilia-Romagna

**16. EXPORT**  
Verso la smaterializzazione delle procedure doganali

**17. PRODOTTI TUTELATI**  
Apre a Firenze il primo store targato Mortadella Bologna IGP

**17. NOTIZIE BREVI**  
Prodotti DOP-IGP: il 93% nascono in Comuni sotto i 5.000 abitanti

**18. PRODOTTI TUTELATI**  
Ricerca, sostenibile, elegante: tutti pazzi per lo "chic nic"

**18.** Nicola Martelli alla presidenza del Consorzio del Prosciutto di San Daniele



**19.** Il Vento del Tour de France anima la 16° edizione del premio Coppa d'Oro

**19.** Alessandro Utini confermato Presidente del Consorzio del Prosciutto di Parma

**20.** Vacanze 2024, 7 turisti su 10 cercano esperienze autentiche da local

**20.** DOP e IGP. Campioni di qualità

**21. CARNI SOSTENIBILI**  
Il giro del mondo con i piatti a base di carne

**22. ATTUALITÀ**  
Assalzo, un 2023 positivo: sale la produzione, cresce l'occupazione

**23. INTERVISTE IMPOSSIBILI**  
La Nduia di Federico II



LUGLIO 2024 N° 7



**DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE**  
Milanofiori, Strada 4 Palazzo Q8  
20089 Rozzano (MI)  
Tel. +39 02 8925901 (6 linee)  
assicaservice@assicaservice.it  
www.assica.it

**DIRETTORE RESPONSABILE**  
Davide Calderone

**COORDINAMENTO REDAZIONALE**  
Tiziana Formisano

**REDAZIONE**  
Andrea Aiolfi  
Giada Battaglia  
Loredana Biscione  
Silvia Bucci  
Augusto Cosimi  
Giovanni Facchini  
Laura Falasconi  
Cristiano Costantino Loddo  
Monica Malvasi  
Fabio Onano  
Giovannibattista Pallavicini

Francesca Senna  
Michele Spangaro  
Stefania Turco

**REGISTRATO PRESSO**  
il Tribunale di Milano  
in data 24 gennaio 1951  
con n. 2242

Chiuso in tipografia il  
**11 Luglio 2024**

**GESTIONE EDITORIALE, COMMERCIALE E AMMINISTRATIVA**

QUINE SRL



**REDAZIONE**  
Chiara Scelsi e Diletta Gaggia  
redazione.food@quine.it

**DIRETTORE COMMERCIALE**  
Costantino Cialfi  
c.cialfi@lswr.it  
Tel. 3466705086

**TRAFFICO**  
Ornella Foletti  
ornella.foletti@quine.it

**GRAFICA E IMPAGINAZIONE**  
Life sh.p.k.

**PRODUZIONE**  
Antonio Iovene  
a.iovene@lswr.it

**STAMPA**  
TIPOLOGRAFIA PAGANI  
Passirano (BS)

**IMMAGINI**  
Shutterstock



# ASSEMBLEA ASSICA 2024: A BOLOGNA PER DISEGNARE IL FUTURO DEL SETTORE

Sfide e prospettive nello scenario globale al centro dell'incontro annuale dell'Associazione

/ GIOVANNI FACCHINI

“Questa Assemblea – che noi tutti stiamo contribuendo a concretizzare – costituisce una prova della forza dell'incontro e del confronto. È, infatti, la dimostrazione della forte consapevolezza del valore del comparto. È anche simbolo della tenacia con la quale il settore della salumeria italiana punta al futuro e abbraccia le sfide del cambiamento, concentrandosi sulla visione dell'avvenire”. Con queste parole, in una sala gremita di pubblico, l'appena **eletto Presidente di ASSICA Lorenzo Beretta** ha rotto il brusio preparatorio, tipico di ogni congresso, iniziando il suo discorso inaugurale – il primo da massima carica dell'Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi – mettendo sin da subito l'accento sui concetti più importanti per il settore fra presupposti e obiettivi. Del resto, lo stesso titolo scelto per **l'Assemblea pubblica di ASSICA andata in scena lo scorso 18 giugno a Bologna** – Dallo scenario globale alle sfide del settore: quali prospettive per la salumeria italiana? – ha deliberatamente posto in rilievo l'esigenza di ragionare e **riflettere su alcuni interrogativi cruciali per il comparto**. Porsi le domande giuste è necessario per lavorare sulle risposte più adeguate. E allora, proprio per questo, il convegno si è articolato in tre diversi momenti, avvitati attorno al desiderio di tracciare le linee guida dell'orizzonte da seguire. Non solo **l'analisi oggettiva della situazione del settore** ma anche la voglia di alzare lo sguardo oltre le emergenze per mantenere una **visione di sviluppo**. Questo è del resto uno degli intenti strategici della campagna europea targata ASSICA “Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY” attraverso la quale è stato promosso l'incontro. A iniziare, come si diceva, il neoeletto Presidente ASSICA il quale, dopo aver ottenuto l'unanime fiducia degli associati durante l'Assemblea privata svoltasi nella stessa mattinata del 18 giugno, si è concentrato **sull'attuale dilemma del settore: la Peste suina africana** o, meglio, la sua eradicazione e **la sostenibilità economica** del comparto o, meglio ancora, la gestione del forte incremento dei costi industriali e della materia prima (nazionale ed estera). “La lotta alla PSA necessita un fondamentale cambiamento nell'approccio, visti i risultati insufficienti ottenuti fino ad ora. Servono ingenti risorse, stanziamenti e programmi concreti; chiediamo certezze operative, non proclami. È impensabile che, dopo tanti anni di investimenti e impegni per lo sviluppo dei mercati esteri, da parte di tutti gli attori della filiera, aziende e Istituzioni in primis, siamo costretti a osservare inermi la perdita di interi mercati in Paesi asiatici e centro e nord-americani, che amano i nostri Salumi e ne apprezzano la grande qualità”,



così Beretta sulla PSA. L'intervento è poi proseguito soffermandosi sul tema della sostenibilità economica: “I costi industriali crescenti, la perdita del potere di acquisto di buona parte delle famiglie italiane hanno portato i consumatori a rivolgersi a categorie di prodotti più economici. Un danno enorme per i consumi interni che già da anni non brillano e che ora stanno regredendo. Dobbiamo avere la forza di essere uniti per permettere ai consumatori di apprezzare il reale valore delle nostre produzioni: non dobbiamo essere noi stessi ad avallare fenomeni speculativi al ribasso”. Terminato lo speech del Presidente è stata la volta del **keynote speaker**, ovvero il **prof. Paolo**



Paolo Magri, AD e Chair del Comitato Scientifico dell'ISPI

**Magri**, Amministratore Delegato e Chair del Comitato Scientifico dell'ISPI (Istituto per gli Studi di Politica Internazionale) nonché docente di Relazioni Internazionali all'Università Bocconi di Milano. L'esperto è stato infatti chiamato per ricostruire un **outlook geopolitico connesso allo scenario socioeconomico globale** e ai conseguenti **impatti per il business**. Fra i tanti spunti preziosi condivisi da Magri, c'è sicuramente l'evidenziazione delle **cinque grandi transizioni in atto – green, digitale, demografica, economica e monetaria** – le

quali convivono nelle agende delle imprese (e della società) assieme alle crisi che hanno caratterizzato o stanno caratterizzando l'attualità, dal Covid ai conflitti. Appunto significativo in termini di politiche commerciali internazionali è stato inoltre la lettura dello strumento dei dazi. Il prof. Magri ha infatti sottolineato come questi diventino spesso un escamotage politico per disincentivare l'ingresso di prodotti provenienti dall'estero senza considerare l'importanza di relazioni commerciali di respiro globale sane e proficue. Dopo aver completato la ricognizione sugli scenari internazionali e i loro influssi intrinseci sul business, la bussola del convegno ha puntato dritta sul settore, con lo spirito di dare voce agli altri sistemi rappresentativi

del comparto, IVSI e ISIT. A verticalizzare dunque gli interventi sulle dinamiche legate alla salumeria italiana è stata per prima **Marella Levoni, Presidente IVSI** dallo scorso aprile. Con un brillante incipit narrativo, Levoni ha ricostruito l'immagine di una cena fra amici, scolpendo a chiare e intuitive lettere il ruolo da protagonista che i salumi ricoprono quando si tratta di convivialità e ricerca del buono nonché il forte valore rappresentativo dei prodotti di salumeria. Da qui la Presidente – che raccoglie la nutrita eredità del past president Francesco Pizzagalli – è partita per rimarcare che “l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani vive di due anime, due missioni, una edonistica e una razionale o, per meglio dire, la promozione e la comunicazione dei prodotti di salumeria da un lato e dall'altro l'internazionalizzazione e la formazione”. Levoni ha proseguito nel racconto, sottolineando che “IVSI è molto attivo e attento ad affiancare le imprese nell'articolato percorso di innovazione e sviluppo, offrendo alle aziende consorziate percorsi formativi incentrati sullo sviluppo sostenibile e – pilastro di questa presidenza – sulla comprensione e le opportunità connesse all'intelligenza artificiale”. La Presidente dell'Istituto aggiunge ancora che “grazie ai densi rapporti con ICE e alle attività promosse tramite i progetti europei, l'Istituto è in prima linea per



Marella Levoni, Presidente dell'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani (IVSI)





Cristiano Ludovici, Presidente dell'Istituto Salumi Italiani Tutelati (ISIT)

continuare ad affermare il valore dei prodotti della salumeria italiana oltre i confini nazionali. Valorizzare vuol dire dare valore e noi per primi dobbiamo crederlo e non dimenticarlo, creando ricchezza sia all'esterno che all'interno, inspessendo il dialogo lungo la filiera". Questo lo spunto che Levoni sceglie di lasciare al pubblico allontanandosi dal podio.

Nelle ore che hanno preceduto l'Assemblea pubblica di ASSICA, un'ulteriore presidenza è stata rinnovata: **Cristiano Ludovici è infatti stato eletto nuovo Presidente dell'Istituto Salumi Italiani Tutelati (ISIT)**.

Proprio in questa veste Ludovici è intervenuto durante il convegno aperto a tutti gli stakeholders dell'Associazione, raccogliendo l'invito della conduttrice Rai Federica De Denaro, incaricata di moderare l'incontro. "Durante il mio mandato intenderò prodigarmi per il bene del settore nel segno della continuità e naturale prosecuzione di quanto tracciato dal Presidente Lorenzo Beretta nei suoi tre mandati che hanno preceduto il mio avvicendamento",

ha dichiarato Ludovici, il quale ha anche aggiunto che: "la collaborazione e la sinergia tra ASSICA, IVSI e ISIT attraverso una sempre più consolidata regia unica, capace di valorizzare le peculiarità di ciascun'Ente deve essere il mantra che guida il nostro operato. Accanto a questo, resterà chiaramente saldo e deciso l'impegno di ISIT verso le produzioni tutelate, ponendo grande attenzione, in particolare, alla necessaria implementazione a livello nazionale del nuovo regolamento europeo sulle Indicazioni Geografiche recentemente entrato in vigore che riconosce sempre maggiori poteri e ruoli ai Consorzi di Tutela". Ludovici ha concluso l'intervento con una parola chiave, in grado di significare il sistema delle produzioni DOP e IGP: rispetto: per le regole, per i prodotti, per le persone e i territori a cui le singole produzioni sono indissolubilmente connesse.

Vivace e significativa dell'attenzione del Governo rispetto ai temi cari al settore: questi i connotati che meglio si prestano a identificare la tavola rotonda che - grazie al contributo di **relatori istituzionali** capaci di interventi risoluti e ricchi di contenuti - ha seguito gli interventi dei Presidenti ASSICA, IVSI e ISIT, offrendo pragmatici spunti di riflessione. Infatti, in ogni intervento **sono stati precisati i tanti dossier su cui le varie declinazioni governative stanno insistendo per il settore suinicolo**: dal tavolo agroindustria al Ministero delle Imprese e del Made in Italy alla battaglia al Nutriscore, dal sostegno alla filiera sulla PSA dal MASAF al ruolo di promozione, difesa e salvaguardia attiva del valore dei nostri prodotti messo in atto con la rete diplomatica del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale al

costante presidio veterinario e dei mercati esteri per il superamento di barriere non tariffarie da parte del Ministero della Salute. A trattare tali argomenti nel panel costruito per animare la tavola rotonda: **Giacomo Vigna**, Divisione XIII. Agroindustria, industrie culturali e creative, industria del turismo (**Ministero delle Imprese e del Made in Italy**), **Sergio Marchi**, Capo Segreteria del Ministro (**Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste**), **Ugo Della Marta**, Direttore Generale per l'Igiene e la Sicurezza degli Alimenti e la Nutrizione (**Ministero della Salute**), **Ambasciatore Fabrizio Lobasso**, Vice Direttore Generale per la Promozione del Sistema Paese e Direttore centrale per l'internazionalizzazione Economica (**Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**). La prospettiva diretta del settore è stata invece portata nella tavola rotonda dal Presidente Beretta. Significativo dunque



riprendere alcuni dei passaggi più pregnanti dei vari interventi: Vigna, primo fra gli istituzionali a intervenire, ribadendo l'impegno nell'ascolto attivo dei temi cari ad ASSICA quale cardine del Made in Italy, ha dichiarato che: "Rispetto al tema PSA abbiamo cercato di immaginare, sul fronte export, come superare determinate criticità come quella del personale di cui le strutture competenti si devono dotare per affrontare la questione a livello internazionale. Proprio per questo il tavolo agroindustria intende lavorare con i decisori politici per trovare una copertura di bilancio appropriata dato il bisogno di politiche attive in grado di rafforzare gli organici e riuscire ad aiutarci ad esportare di più. In questa direzione anche la legge per il Made in Italy, che difende le filiere e mira ad aiutare l'export combattendo l'italian sounding nonché una riforma di prossima emanazione focalizzata sulla semplificazione dell'accesso agli incentivi". Vigna aggiunge poi che "non possiamo permettere di avere delle etichettature sui prodotti alimentari

che sostengano posizioni preconcepite facendo disinformazione e non informazione al consumatore come invece ci si propone di fare con sistemi come il Nutrinform Battery. Possiamo dimostrare che c'è un'alternativa fondata scientificamente, che promuove la dieta mediterranea e tutela la libera scelta del consumatore. In ultimo sottolineo la prossima entrata in vigore del nuovo e aggiornato decreto salumi". In continuità con queste parole, il dott. Marchi aggiunge che "la sfida è innanzitutto di carattere culturale e noi riteniamo che l'Italia non si debba battere sul piano della qualità dei propri prodotti, che rappresentano invece un asset da difendere. In tal senso, il nuovo regolamento sulle Indicazioni Geografiche è un risultato fondamentale. Bisogna infatti difendere concretamente il modello italiano, la corretta informazione al consumatore e il nostro PIL. Rispetto alla PSA, sicuramente l'eradicazione non è ancora com-

piuta, ma la struttura commissariale è stata recentemente potenziata e il Commissario Caputo è affiancato da 3 vicecommissari con delle competenze specifiche. Inoltre, nel decreto agricoltura abbiamo previsto l'impiego dei militari e dell'esercito per supportare chi è già impegnato sul campo nell'eradicazione. Questi si sommano alla spesa per la biosicurezza e i ristori per le imprese suinicole colpite dalle conseguenze del fenomeno, arrivate a 35 milioni". La parola viene dunque passata al dott. Della Marta il quale, proseguendo con la trattazione del tema Peste suina africana, interviene dicendo che: "Purtroppo, esistono barriere tariffarie e dazi, ma poi esistono anche barriere non tariffarie, utilizzate a volte per

difendere giustamente i propri confini nazionali, altre volte per proteggere la propria economia e non solo la sanità dei propri suini. In tale scenario siamo riusciti comunque a conservare immutati i rapporti con 2 Paesi importantissimi per il settore, come la Francia e la Germania grazie al principio della regionalizzazione. Abbiamo conservato anche i rapporti con gli Stati Uniti e ripreso le relazioni commerciali con il Giappone che aveva chiuso immediatamente a seguito dell'insorgenza del primo caso di PSA. Abbiamo ancora aperto il mercato con il Canada e probabilmente la situazione si evolverà in senso positivo, per cui riusciremo anche a esportare prodotti a più bassa stagionatura. La Cina invece pone interrogativi più delicati rispetto ai quali il Ministero della Salute gioca un ruolo importante in quanto la maggior parte di queste barriere sono di tipo veterinario". Chiude il giro di interventi l'Ambasciatore Lobasso, il quale ha arricchito la schiera di interventi sottolineando che: "Le aperture di mercati non solo europei, ma anche extraeuropei sono sicuramente segnali positivi anche se l'italian sounding è una tematica temibile, da combattere con elementi premianti quali la produttività, il duro lavoro, la qualità dei prodotti, la circolarità, la sostenibilità che alla lunga prevalgono sulle imitazioni. Il Ministero degli esteri è impegnato su varie attività promozionali attraverso l'ICE, le Ambasciate, i Consolati e le Camere di Commercio, attuando quella diplomazia ibrida che mette insieme istituzionale e non istituzionale verso l'obiettivo della promozione dell'interesse nazionale. Esempio cristallino di questo è senza dubbio la Settimana della Cucina Italiana nel Mondo".





# SALUMI ITALIANI: SCARSA REDDITIVITÀ, AUMENTO DEI COSTI E PESTE SUINA AFRICANA GETTANO OMBRE SUL FUTURO

/ LAURA FALASCONI

**D**urante l'Assemblea annuale di ASSICA (Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi aderente a Confindustria), sono stati presentati i dati economici del settore per l'anno 2023: anno con una contenuta crescita dello 0,7% in quantità nella produzione dei salumi, dopo la flessione registrata nel 2022, attestandosi a 1,151 milioni di tonnellate da 1,143 dell'anno precedente 2022.

In crescita del 7,2% il valore della produzione, salito a circa 9.168 milioni di euro da 8.553 milioni del 2022, spinto dall'alta inflazione e dagli ingenti aumenti dei costi aziendali, in particolare della materia prima carne.

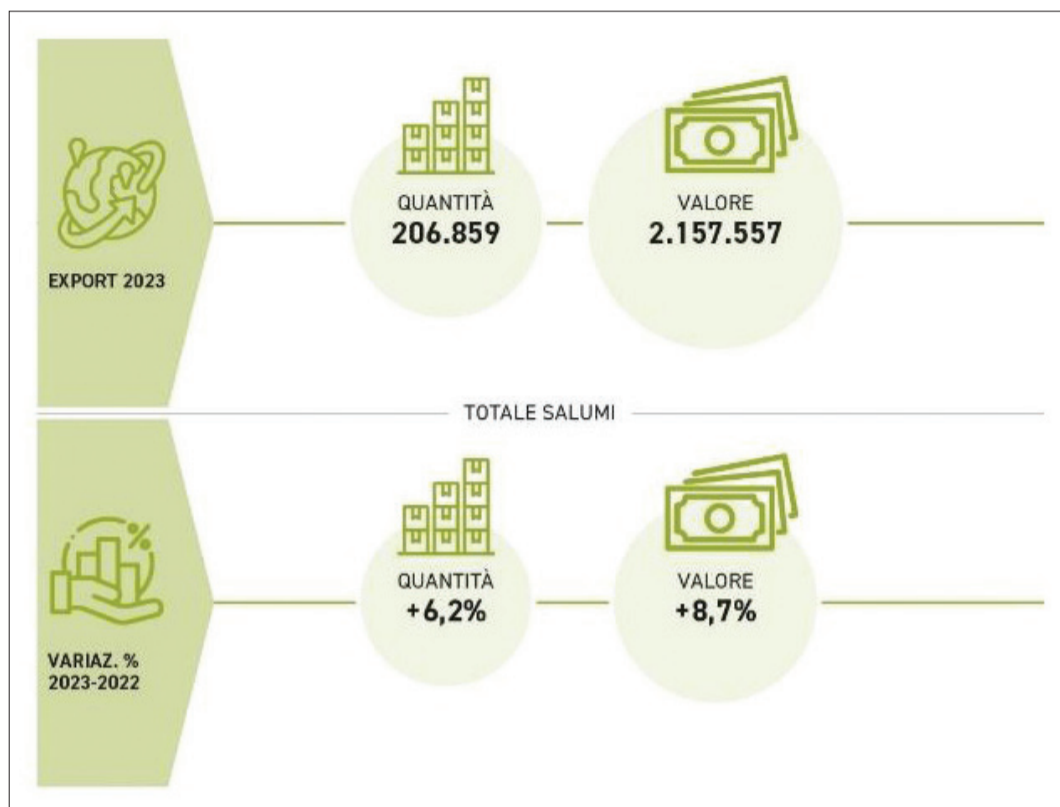
L'insieme delle produzioni del settore (comprese le lavorazioni dei grassi e delle carni bovine in scatola) ha presentato un fatturato di 9.498 milioni di euro, superiore (+6,6%) a quello del 2022 (8.907 milioni di euro).

“Il settore, non ancora ripresosi dai forti rincari delle commodity agricole e dagli alti prezzi dell'energia che avevano caratterizzato gran parte del 2022, nel 2023 ha dovuto affrontare i forti aumenti della materia prima, sia nazionale sia estera, e la diffusione della PSA sul territorio nazionale. Purtroppo, l'aumento dei casi riscontrati nel nostro Paese durante l'anno 2023 non solo ha pesato sull'export verso i Paesi Terzi, causando ulteriori chiusure e forti limitazioni adottate da alcuni Stati Extra UE, ma ha anche ostacolato la ripresa della produzione suinicola nazionale, comprimendo l'offerta di carne disponibile e spingendo verso l'alto i prezzi. I prezzi della materia prima, infatti, sono rimasti molto alti, e per alcuni tagli si sono raggiunti i valori più elevati mai registrati nella storia del nostro settore. E questo per tutto il 2023, a causa della bassa offerta di carni suine in Italia e in Europa. In conseguenza di ciò, oltre ad altri aumenti quali ad esempio i tassi di interesse, sono fortemente aumentati i costi di produzione, nonostante il ridimensionamento della bolletta energetica”, ha affermato il **Presidente Lorenzo Beretta**.

Ciononostante, il 2023 ha registrato anche un'importante crescita nell'export dei salumi italiani. Secondo i dati rilasciati da ISTAT, le spedizioni dei salumi italiani sono salite a quota 206.859 ton (+6,2%), raggiungendo l'importante traguardo dei 2.157,6 milioni di euro (+8,7%). Nel corso del 2023 hanno mostrato una crescita anche le importazioni di salumi, salite a 49.922 ton (+8,8%) per un valore di 296,3 milioni di euro (+16,4%).

Il saldo commerciale del settore è così salito a quota 1.861 milioni di euro, in aumento (+7,6%) rispetto al 2022. Le esportazioni del comparto, in termini di fatturato, hanno mostrato un passo più veloce sia rispetto a quello dell'industria alimentare (+6,6%) sia, soprattutto, a quello generale del Paese (+0,1%).

“In un contesto, caratterizzato da un elevato grado di incertezza e da oggettive difficoltà burocratiche, il settore ha dato grande prova di resilienza, cercando nuovi mercati di sbocco e adeguando le produzioni alle necessarie procedure imposte dai Paesi che hanno subordinato la

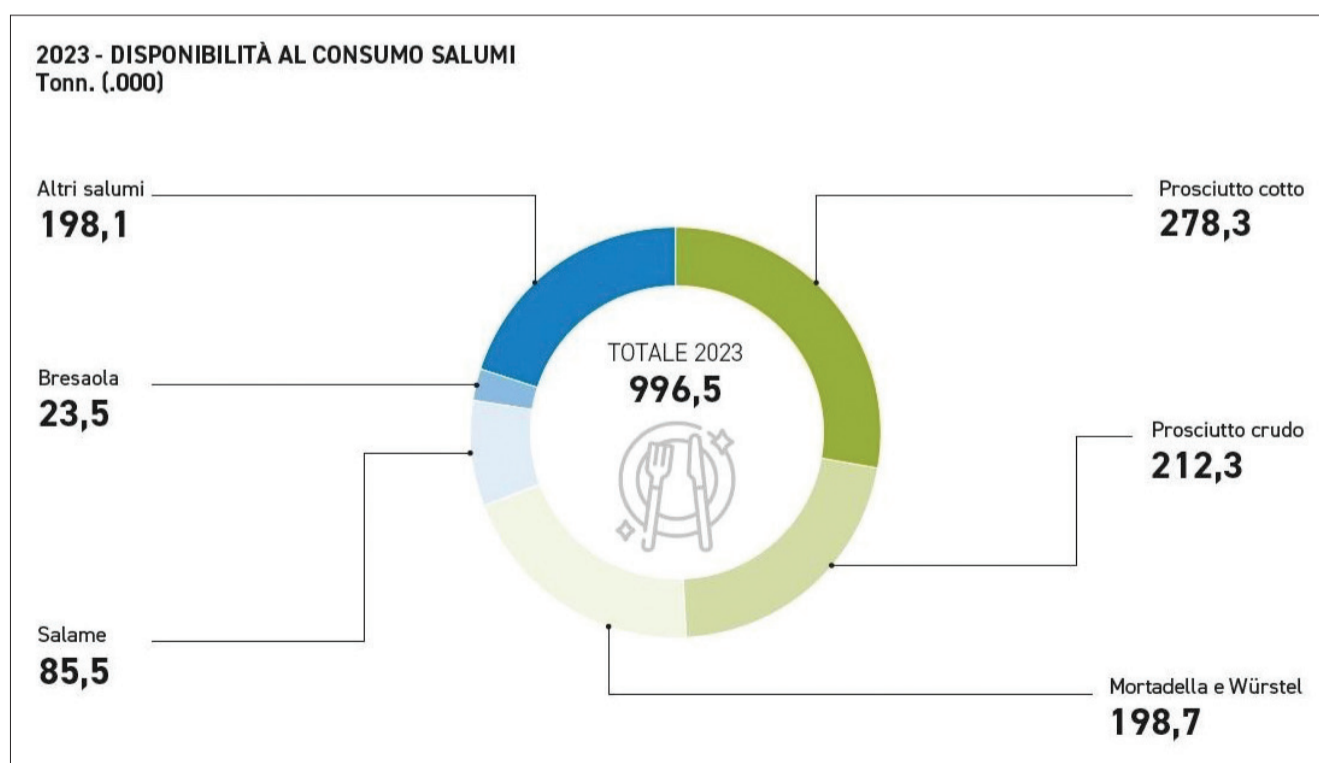


dalla flessione dei consumi di carne suina fresca (-3,3% per 11,3 kg).

“Per quanto riguarda i consumi interni, le famiglie italiane hanno dovuto fare i conti con un calo del potere d'acquisto, eroso dall'aumento dei prezzi, soprattutto di energia e generi alimentari, e dalla crescita del costo del denaro. Per far fronte quindi alla minor disponibilità di spesa, i consumatori sono stati particolarmente attenti al risparmio, modificando tipologia di prodotti comprati e canali di acquisto e prestando attenzione anche allo spreco. Purtroppo il 2024 si è aperto con un calo dei consumi in quantità e con un modesto incremento a valore, segno evidente che l'attuale situazione di alti costi non è sostenibile né per le imprese, né per i consumatori”, ha concluso Beretta.

possibilità di importare i salumi italiani a specifiche condizioni. Grande rispetto e grande plauso va dato a tutte le aziende che nonostante queste ulteriori difficoltà hanno continuato a ottenere successi e traguardi nei diversi mercati esteri e hanno permesso di ottenere questi risultati. Un grande lavoro, questo, che è proseguito con successo anche nel primo trimestre del 2024, ma che rischia di essere vanificato dall'avanzamento della PSA. Il ritrovamento di un cinghiale infetto nei territori delle colline non lontane da Parma a fine aprile, infatti, ha fatto scattare enormi limitazioni all'export verso Canada e USA, Paesi extra UE di grandi dimensioni, dove stavamo registrando le migliori performance di crescita degli ultimi anni per i prodotti a breve stagionatura”, ha proseguito il Presidente Beretta.

Con riferimento alle singole categorie di prodotti per il 2023, i consumi apparenti dei prosciutti crudi stagionati sono scesi a 212.300 ton (-3,4%); quelli di prosciutto cotto sono saliti a quota 278.300 ton (+0,8%). Sono risultati in aumento anche i consumi di salame, attestatisi a 85.500 ton (+0,8%), mentre sono risultati in calo quelli di mortadella e wurstel (-1,7% per 198.700 ton) penalizzati dal forte calo dei wurstel. La mortadella, infatti, ha registrato un aumento della disponibilità al consumo di circa il 2%. Hanno evidenziato un ridimensionamento anche i consumi di bresaola scesi a 23.500 ton dalle 24.000 dell'anno precedente (-2,0%), mentre sono aumentati quelli degli “altri salumi”, attestatisi a 198.100 ton. (+5,8%).



Nel complesso del 2023, la disponibilità totale al consumo nazionale di salumi è stata di 996,5 mila ton (+0,2%). Il consumo apparente pro-capite si è attestato intorno ai 16,7 kg, in linea con il 2022 (+0,2%). Considerando l'insieme dei salumi e delle carni suine fresche, il consumo apparente pro-capite è sceso a 28,1 kg (-1,2%), penalizzato

La struttura dei consumi interni ha così visto al primo posto sempre il prosciutto cotto, con una quota pari al 27,9% del totale dei salumi, seguito dal prosciutto crudo al 21,3%, da mortadella/wurstel al 19,9%, dal salame all'8,6% e dalla bresaola al 2,4%. Chiudono gli altri salumi al 19,9%.

## AUMENTO DELLA PRODUZIONE: +0,7% IN QUANTITÀ, +7,2% IN VALORE

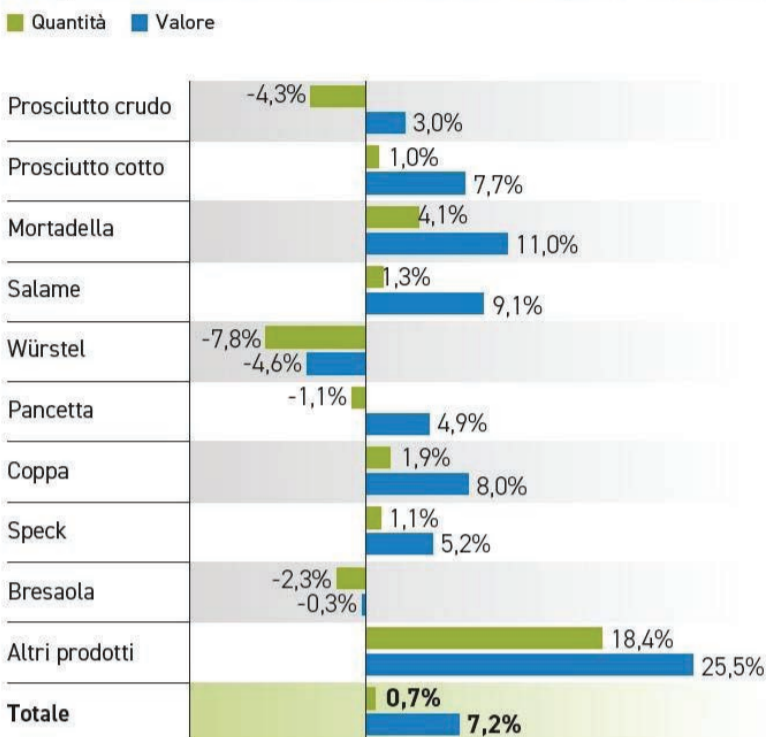
Valore della produzione salito a 9.168 milioni di euro

La produzione dei salumi italiani ha evidenziato nel 2023 una contenuta crescita in quantità e ha chiuso i dodici mesi attestandosi a **1,151 milioni di tonnellate** da 1,143 dell'anno precedente (+0,7%). In robusto aumento è risultato il valore della produzione salito a **circa 9.168 milioni di euro** (+7,2%) da 8.553 milioni del 2022, spinto dall'inflazione e dagli aumenti dei costi di produzione, in particolare della materia prima.

In merito ai singoli salumi, nel 2023, la produzione di prosciutti crudi stagionati ha evidenziato una consistente flessione a volume, dopo quella più contenuta del 2022, attestandosi a 266.600 ton (-4,3%) ma una crescita a valore (+3%) per un totale di circa 2.402 milioni di euro. La flessione dei prosciutti crudi è riconducibile sia alla minore domanda interna compressa dagli aumenti dei prezzi dovuti al forte incremento dei costi della materia prima sia alla flessione della domanda estera penalizzata dalle chiusure e limitazioni dovute alla PSA.

In aumento è risultata, invece, la produzione di **prosciutto cotto**, salita a 292.800 ton (+1,0%) per 2.280

2023/2022 - PRODUZIONE SALUMI VARIAZIONI % IN QUANTITÀ E VALORE



milioni di euro (+7,7%) grazie a una domanda interna che si è confermata solida e al buon risultato della domanda estera. La quota di prosciutti crudi e cotti, prodotti leader del settore, ha evidenziato un peggioramento sia in quantità sia in valore rispetto all'anno

precedente attestandosi al 48,6% dal 49,7% del 2022 per quanto riguarda i volumi e fermandosi a quota 51,1% dal 52% dell'anno precedente con riferimento ai fatturati.

Tendenza molto positiva anche per la produzione di **mortadella**, salita a 176.900 ton (+4,1%) per 866,3 milioni di euro (+11,0%), grazie al buon andamento sia della domanda interna sia di quella estera. In forte calo è risultata, invece, la produzione dei **wurstel**, scesi a quota 57.600 ton (-7,8%) per un valore di circa 191,2 milioni di euro (-4,6%).

Nel 2023 è tornata a crescere la produzione di **speck** che si è attestata a quota 31.700 ton (+1,1%) per un valore di 357,4 milioni di euro (+5,2%). In buona crescita, poi, è risultata anche la produzione di salame, con 126.900 ton (+1,3%) per un valore di 1.267 milioni di euro (+9,1%). Un contributo positivo alla crescita della categoria è arrivato ancora dalla domanda estera oltretutto dal buon andamento dei consumi interni. In aumento anche la produzione di **coppa** con 39.400 ton (+1,9%) per 351,6 milioni di euro (+8,0%), mentre la **pancetta** ha chiuso l'anno in flessione a volume perchè ha visto la produzione fermarsi a quota 44.700 ton (-1,1%) per un valore di 248,1 milioni di euro (+4,9%). Infine, è risultata in calo la produzione di **bresaola** che ha chiuso l'anno con un -2,3% in quantità per 26.900 ton e un -0,3% in valore per 481,7 milioni di euro, penalizzata dalla flessione sia dei consumi interni sia della domanda estera.

## ASSICA: LORENZO BERETTA NOMINATO ALLA GUIDA DELL'ASSOCIAZIONE

/ TIZIANA FORMISANO

L'Assemblea di ASSICA è stata anche l'occasione per eleggere Lorenzo Beretta come Presidente dell'Associazione che raccoglie il testimone da Francesco Pizzagalli.

“Vorrei ringraziare tutti i nostri associati per la fiducia accordatami e i Presidenti che mi hanno preceduto: Francesco Pizzagalli, in primis, Pietro D'Angeli e Ruggero Lenti, per citare solo gli ultimi, che con il loro lavoro e la loro passione di questi anni mi hanno ispirato e sostenuto per questo importante ruolo. L'attuale contesto economico-sociale italiano e internazionale in cui il nostro settore si sta muovendo richiede il massimo impegno e il coinvolgimento di tutte le Aziende, impegno che proprio all'interno di ASSICA può dare frutti e risultati maggiori. Oggi più che mai abbiamo bisogno di avere una voce comune, unica e forte, per poter avere dalle Istituzioni risposte, certezze, interventi tempestivi di sostegno e, naturalmente, programmi definiti per il futuro”, ha affermato il neopresidente Lorenzo Beretta.

Tanti i temi caldi sui quali il Presidente si dovrà confrontare e sui quali il settore è chiamato a rispondere: il **forte incremento dei costi industriali** e della **materia prima** (nazionale ed estera) - che

perdurano dal 2022 - e **la PSA**, problematica iniziata a gennaio 2022, che non accenna a essere risolta, con gravissime ripercussioni sull'export dei nostri prodotti verso i Paesi terzi.

“La lotta alla PSA necessita di un fondamentale cambiamento nell'approccio, visti i risultati insufficienti ottenuti fino ad ora. Servono ingenti risorse, stanziamenti e programmi concreti; chiediamo certezze operative, non proclami. È impensabile che, dopo tanti anni di investimenti e impegni per lo sviluppo dei mercati esteri, da parte di tutti gli attori della filiera, aziende e Istituzioni in primis, siamo costretti a osservare inermi alla perdita di interi mercati in Paesi asiatici e centro e nord-americani, che amano i nostri Salumi e ne apprezzano la grande qualità”, ha proseguito Beretta.

I costi industriali crescenti, la perdita del potere di acquisto di buona parte delle famiglie italiane hanno portato i consumatori a rivolgersi a categorie di prodotti più economici. Un danno enorme per i consumi interni che già da anni non brillano e che ora stanno regredendo.

“Dobbiamo avere la forza di essere uniti per permettere ai consumatori di apprezzare il reale valore delle nostre produzioni: non dobbiamo essere noi stessi



ad avallare fenomeni speculativi al ribasso”, ha concluso il Presidente.

Lorenzo Beretta ha una ventennale esperienza in ambito Consortile e Associativo. Già Vicepresidente di ASSICA dal 2016, ha rivestito il ruolo di Presidente dell'Istituto Salumi Italiani Tutelati (ISIT) dal 2015 al 2024. Dal 2012 è anche Presidente del Consorzio Cacciatore Italiano. Laureato in Economia e Commercio, Beretta ha formato la sua esperienza lavorativa presso l'azienda di famiglia, la F.Ili Beretta S.p.A., svolgendo importanti ruoli anche in ambito internazionale. Oggi ricopre la carica di Direttore Commerciale e di Consigliere d'Amministrazione per il gruppo Beretta.



# CAMBIO AL VERTICE DI ISIT

Cristiano Ludovici è il nuovo Presidente per il triennio 2024-2027

/ LOREDANA BISCIONE

**C**ristiano Ludovici è il nuovo Presidente dell'Istituto Salumi Italiani Tutelati, Associazione che riunisce oggi 19 Consorzi di Tutela dei salumi DOP e IGP. A nominarlo l'Assemblea dei Consorziati che si è svolta a Bologna lo scorso 18 giugno. Amministratore delegato del Gruppo Alimentare Valtiberino, Ludovici **raccoglie il testimone da Lorenzo Beretta** (F.lli Beretta SpA), alla guida di ISIT per tre mandati.

La nomina all'unanimità di Ludovici, che fino a tale data ricopriva la carica di Vicepresidente, assicura pertanto **continuità strategica e politica dell'operato dell'Istituto** sia per quanto concerne la rappresentanza istituzionale, sia nel coordinamento interno dei Consorziati.

Da sempre impegnato nella vita associativa dell'Istituto, il nuovo Presidente assicura particolare attenzione al ruolo di **ISIT come aggregatore delle esigenze – ma anche della forza – dei singoli Consorzi**, valorizzandone in particolare il loro ruolo di portavoce dei propri territori, forti della consapevolezza che l'Indicazione Geografica nasce e si rafforza grazie a quel legame indissolubile che unisce prodotto, qualità e territorio d'origine. Ruolo importante – quello dei Consorzi di Tutela – che trova oggi ancora maggior potenzialità di espressione grazie al **nuovo regolamento sulle IG, recentemente entrato in vigore**. Tanti i temi sul tavolo di lavoro del neo eletto Presidente ISIT con l'obiettivo ultimo di **far crescere i salumi**

**DOP e IGP**, sempre più asset strategico dell'agroalimentare di qualità: in primis, rafforzare l'operato dell'Istituto **incrementando il coordinamento strategico tra i Consorzi**, definendo linee guida comuni per la valorizzazione delle produzioni, mantenendo al contempo i servizi a favore dei Consorzi aderenti come il coordinamento dell'attività di vigilanza sulle produzioni, l'Ufficio stampa collettivo e l'assistenza sugli adempimenti previsti dalla normativa di settore. Inoltre, per le sfide e i cambiamenti che attendono il comparto della salumeria, Ludovici è convinto dell'importanza, oggi ancora più che in passato, della sinergia e della cooperazione tra tutti gli attori coinvolti. In questo ambito, sarà **fondamentale potenziare** ulteriormente **il confronto con le Istituzioni italiane (Ministeri in primis) e dell'Unione europea (Commissione e Parlamento)** nonché il coordinamento sia con le altre associazioni del comparto carni trasformate e salumi, Assica in primis, sia con le altre associazioni rappresentative del sistema IG.

Non da ultimo, Ludovici sottolinea **l'importanza della comunicazione al consumatore** che può contribuire a veicolare la corretta conoscenza delle certificazioni al consumatore o a target specifici e a valorizzare la tradizione, i territori e il saper fare italiano nel settore della salumeria tutelata. Infatti, i nostri salumi sono prodotti della tradizione molto apprezzati per la loro bontà e trasversalità di utilizzo in cucina. Dunque, suscitano sempre di più l'interesse di differenti target



Cristiano Ludovici – Presidente di ISIT

di consumatore e di quanti si occupano di food per professione, come chef, food blogger, giornalisti e enogastronomici. Di conseguenza, assumono valore strategico per ISIT le attività di comunicazione spaziando pertanto da una **comunicazione corporate/istituzionale** – per veicolare il ruolo dei Consorzi di tutela, il valore e gli elementi identitari delle certificazioni – a **una comunicazione di prodotto**, dedicata a un target consumer, per parlare delle caratteristiche dei prodotti, dei loro valori nutrizionali e della loro versatilità in cucina, sfruttando tutti i media (tv, radio, campagne stampa e social) così da raggiungere un target più trasversale possibile.

7

## SALUMI ITALIANI

Manuale per la gestione delle problematiche di produzione

/ A CURA DELLA REDAZIONE

**L**a salumeria italiana è un'arte che affonda le sue radici nella Storia e come tutte le arti richiede impegno e dedizione, studio e conoscenza. Ma la salumeria è anche una scienza, che risponde a precisi principi chimico-fisici e si avvale appunto del metodo scientifico, che notoriamente procede per tentativi ed errori. Condividere esperienze, insegnamenti e consapevolezze accumulate dagli autori in decenni – ognuno rispetto alla propria professionalità – a beneficio degli operatori del settore. Da qui nasce l'idea di questo libro, promosso da ASSICA, unico nel suo genere, che ha l'obiettivo di far conoscere come si producono i salumi, ma soprattutto ha la volontà di far comprendere le numerose problematiche che possono accadere durante la loro produzione, proprio al fine di evitare l'insorgenza dei difetti attraverso la conoscenza.

L'opera è stata redatta sotto forma di manuale per consentire una rapida e puntuale consultazione dei difetti e delle alterazioni dei prodotti di salumeria così come si presentano all'atto della loro rilevazione, individuando per ognuno di essi come si presentano,



le cause che li originano, le azioni preventive, le azioni correttive, la frequenza e il possibile supporto analitico di approfondimento.

Il manuale utilizza un linguaggio semplice, ma non per questo meno approfondito, accompagnato a una forma grafica ricca di elementi fotografici che rendono il testo accessibile anche a chi non è un tecnico specializzato; allo stesso tempo rispetta rigorosamente la correttezza tecnico-scientifica aggiornata alle conoscenze attuali degli argomenti trattati

### AUTORI

**Umberto Magnani**, Direttore Ricerca e Sviluppo e Assicurazione Qualità in un'azienda leader nel settore della trasformazione delle carni, professore universitario, Veterinario Dirigente presso l'AUSL di Reggio Emilia.

Autore di numerose pubblicazioni nel campo della macellazione, trasformazione delle carni, applicazione dei sistemi di qualità e dell'HACCP.

**Fausto Tondelli**, ricercatore nell'ambito delle tecnologie di allevamento dei suini, tecnologo nel campo della progettazione e gestione di impianti agro-industriali, Responsabile Assicurazione Qualità presso un'azienda leader nel settore della trasformazione delle carni.

**Roberta Virgili**, Responsabile del Dipartimento Conserve Animali della Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari (SSICA) di Parma, professore universitario, autrice o co-autrice di numerosi articoli su riviste nazionali e internazionali inerenti alla qualità della carne, la tecnologia e le proprietà nutrizionali dei prodotti carnei.



## TAVOLA ROTONDA “LA FILIERA SUINICOLA A CONFRONTO CON LE ISTITUZIONI PER GESTIRE LA PSA”

Al centro dell'Assemblea OI Gran Suino Italiano gli aspetti sanitari, comunicativi e di contrasto alla PSA

A CURA DELLA REDAZIONE

Lo scorso 4 giugno si è svolta, presso il Tecnopolo di Reggio Emilia, l'Assemblea annuale di “Gran Suino Italiano”, divenuta nel 2012 **Organizzazione Interprofessionale che raggruppa allevatori, aziende di macellazione e di trasformazione.**

La parte privata dell'Assemblea, oltre agli adempimenti relativi all'approvazione del bilancio consuntivo e della relazione al 31/12/2023 e delle quote associative e di adesione, ha visto la presentazione dei principali progetti in cui l'OI è impegnata e che mirano a fornire al comparto strumenti tecnici di valutazione dei sistemi produttivi e di qualità delle carni che permettano il miglioramento della redditività e della gestione operativa delle imprese nonché del benessere animale; particolare attenzione è stata dedicata all'approfondimento delle prospettive di implementazione di **sistemi di blockchain** per il monitoraggio

e la gestione dei dati relativi agli allevamenti suinicoli (es. alimentazione, peso, salute animale).



Nella parte pubblica dell'Assemblea si è tenuta la Tavola rotonda “La filiera suinicola a confronto con

le Istituzioni per gestire la PSA”, partecipata da numerosi operatori economici del comparto.

A moderare la tavola rotonda **Guido Zama**, Presidente dell'Organizzazione Interprofessionale.

Sono intervenuti: **Valtiero Mazzotti**, Direttore Generale Assessorato Agricoltura, Caccia e Pesca della Regione Emilia-Romagna; **Giuseppe Diegoli**, Responsabile Settore Prevenzione Collettiva e Sanità Pubblica della Regione Emilia-Romagna; **Rudy Milani**, Responsabile della FNP Suinicoltura di Confagricoltura; **Antenore Cervi**, Responsabile Allevamenti suini CIA Nazionale; **Chiara Piancastelli**, Responsabile Ufficio Ricerca e Qualità del Consorzio del Prosciutto di Parma; per ASSICA **Cristiano Costantino Loddo**, Responsabile Area Filiere e Produzioni Tutelate.

Al centro del confronto la disamina della nuova **gamma di azioni** create a livello nazionale (Ordinanza 10 maggio 2024, n. 2 del Commissario straordinario alla PSA) e regionale (biosicurezza degli allevamenti e depopolamento dei cinghiali) nell'ottica del contrasto alla diffusione della PSA, le prospettive che possono essere offerte dalla ricerca scientifica (*High Pressure Processing*), gli sforzi che il sistema Italia a livello istituzionale e associativo sta mettendo in campo per salvaguardare fondamentali mercati a fini export, le problematiche di carattere operativo e commerciale per tutti gli operatori del comparto sia a livello nazionale che sovranazionale.

## TAVOLO AGRINDUSTRIA: IL PUNTO INTERMINISTERIALE SULLA PSA

GIOVANNIBATTISTA PALLAVICINI

Il 17 giugno, sotto il coordinamento del dott. Giacomo Vigna - direttore della Divisione XIII del MIMIT, si è riunito presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy stesso, il Tavolo Agrindustria, un organismo istituito con l'obiettivo di affrontare le sfide e le opportunità del settore agroalimentare italiano. L'incontro, a cui hanno partecipato tutti gli stakeholder chiave e i ministeri competenti, ha avuto un focus particolare sulla Peste Suina Africana (PSA), una malattia che rappresenta una seria minaccia per la filiera suinicola nazionale e internazionale.

Al centro della discussione vi è stata la gestione dell'emergenza PSA, con particolare attenzione alle misure di contenimento e di eradicazione della malattia, nonché all'indenizzo degli allevatori e degli operatori colpiti dagli abbattimenti necessari per il controllo del focolaio. Si è valutato l'impatto negativo della PSA sull'export delle produzioni suine italiane, evidenziando la necessità di diversificare i mercati di destinazione per mitigare le perdite economiche.

Sono state discusse misure di sostegno economico per aiutare le imprese del settore suinicolo ad affrontare le difficoltà causate dalla PSA, garantendo la continuità produttiva e la salvaguardia dei posti di lavoro. Si è sottolineata l'importanza di azioni tempestive con specifico riferimento agli abbattimenti di suini

selvatici, per il momento l'unico veicolo di diffusione e trasmissione della malattia sul territorio continentale. Dopo l'intervento del **Commissario Caputo e del dott. Ricci (MASAF)** che hanno presentato la situazione attuale in merito agli abbattimenti necessari per contenere la diffusione della PSA, il **dott. Santini (Ministero della Salute)** ha fornito un aggiornamento sull'impatto della PSA sull'export delle produzioni suine italiane. È stata



poi la volta del **Maeci con la dott.ssa Pastorelli e la dott.ssa Sacconi (ICE)** che hanno illustrato le attività di supporto e sostegno diplomatico-economico messe in atto per aiutare le imprese italiane ad affrontare le difficoltà causate dalla PSA sui mercati internazionali.

È stato inoltre ribadito come tutte le misure da mettere in atto, compresa una comunicazione efficace e trasparente nei confronti degli interlocutori istituzionali e commerciali di oltre confine (europei e non) siano sempre più chiave per assicurare il perseguimento della piena tutela della salute pubblica e per mantenere elevata la fiducia nel settore agroalimentare italiano.

Il Tavolo Agrindustria ha rappresentato un'importante occasione per fare il punto della situazione sulla PSA e per definire le strategie di contrasto alla malattia. L'impegno congiunto di tutti gli stakeholder, dalle istituzioni alle associazioni di categoria, è fondamentale per tutelare il settore agroalimentare italiano, uno dei più importanti dell'economia nazionale, e per garantire la sicurezza dei consumatori.

**ASSICA, intervenuta al tavolo, ha colto l'occasione per sottolineare come sia indispensabile assicurare la continua unione e la collaborazione tra tutti gli attori** coinvolti istituzionali e non: un vero elemento essenziale per superare questa sfida e per costruire un futuro più resiliente per il settore. La PSA rappresenta un ostacolo significativo sui mercati esteri, come evidenziato, ma **ASSICA ha avuto modo di ricordare anche e soprattutto i riflessi che la PSA sta già avendo sul mercato interno e sulla tenuta della filiera produttiva** duramente provata dai provvedimenti di restrizione agli allevamenti domestici e alla macellazione imposti per la

presenza di casi di positività nel solo selvatico. Serve dunque un'accelerazione percepibile al ritmo delle attività in campo per mettere in sicurezza le aree più vocate alla produzione della salumeria di alta qualità del nostro Paese.





# la nostra mente è plastica

e la nostra plastica è riciclabile



[lazzaripackaging.com](http://lazzaripackaging.com)



# NORME SPECIFICHE IN MATERIA DI IGIENE PER GLI ALIMENTI DI ORIGINE ANIMALE

Modificato il Regolamento (CE) n. 853/2004

/ STEFANIA TURCO

**L**o scorso 6 maggio è entrato in vigore il **Regolamento delegato (UE) 2024/1141 della Commissione del 14 dicembre 2023 che modifica gli allegati II e III del Regolamento (CE) n. 853/2004** per quanto riguarda i requisiti specifici in materia di igiene per determinate carni, i prodotti della pesca, i prodotti lattiero-caseari e le uova. Il presente provvedimento contiene alcune novità d'interesse per il settore delle carni.

## MARCHIO DI IDENTIFICAZIONE

La rintracciabilità degli alimenti è un elemento essenziale per garantire la sicurezza degli stessi. Oltre a conformarsi alle norme generali del Regolamento (CE) n. 178/2002, gli operatori del settore alimentare, responsabili di stabilimenti soggetti al riconoscimento a norma del Regolamento n. 853/2004, devono assicurare che **tutti i prodotti di origine animale che essi immettono sul mercato sia stato apposto un marchio di identificazione**, prima che lascino lo stabilimento di produzione.

Secondo le disposizioni contenute nel Regolamento (CE) n. 853/2004, attualmente vigenti, il marchio di identificazione deve essere leggibile e indelebile e i caratteri devono essere facilmente decifrabili; deve essere chiaramente esposto in modo da poter essere controllato dalle autorità competenti e deve indicare:

- il **nome del paese** in cui è situato lo stabilimento indicato per esteso o mediante un codice a due lettere conforme alla normativa pertinente ISO;
- il **numero di riconoscimento dello stabilimento**.

Se apposto in uno stabilimento all'interno della Comunità, il marchio deve essere di forma ovale e recare l'abbreviazione CE, EC, EF, EG, EK, EO, EY, ES, EÜ, EK, EB, EZ o WE. Per quanto concerne quest'ultimo aspetto, poiché le abbreviazioni del marchio di identificazione fanno riferimento alla "Comunità europea" è stato necessario sostituire l'attuale sigla CE con l'abbreviazione dell'Unione europea (UE). Di conseguenza, secondo le disposizioni del Regolamento delegato (UE) 2024/1141, l'allegato II, sezione I, parte B, punto 8, del Regolamento (CE) n. 853/2004, è stato sostituito dal seguente: *8. Se apposto in uno stabilimento all'interno dell'Unione, il marchio deve essere di forma ovale e recare l'abbreviazione di Unione europea ("UE") in una delle lingue ufficiali dell'Unione, come segue: EC, EU, EL, UE, EE, AE, ES, EÜ.*



Dal momento che tale sostituzione crea tuttavia un notevole onere amministrativo è stato previsto un periodo transitorio secondo cui il marchio di identificazione sui prodotti di origine animale può continuare a recare le abbreviazioni di "Comunità europea", di cui all'allegato II, sezione I, parte B, punto 8, del Regolamento (CE) n. 853/2004, nella versione antecedente le modifiche introdotte dal presente regolamento, fino al 31 dicembre 2028 e i prodotti di origine animale recanti tali marchi di identificazione, apposti prima di detta data, possono rimanere sul mercato.

## Marchio di identificazione speciale

Il nuovo regolamento chiarisce, inoltre, il collegamento tra la forma del marchio di identificazione richiesto dal Regolamento (CE) n. 853/2004 e i requisiti relativi a un **marchio di identificazione speciale** stabiliti per il controllo di determinate malattie animali nel Regolamento (UE) 2016/429, aggiungendo il seguente punto 8 bis, all'allegato II, sezione I, parte B, del Regolamento (CE) n. 853/2004: *I requisiti relativi alla forma del marchio di identificazione di cui alla presente parte B, possono essere sostituiti dai requisiti relativi a un marchio di identificazione speciale conformemente all'articolo 65, paragrafo 1, lettera h), del regolamento (UE) 2016/429 e alle norme adottate ai sensi dell'articolo 67, lettera a), dell'articolo 71, paragrafo 3 o 4, o dell'articolo 259, paragrafo 1 o 2, di tale regolamento.*

Analogamente a quanto è avvenuto per il marchio di identificazione, la Commissione europea intende proporre una modifica delle abbreviazioni "Comunità europea" in "Unione europea" per il **"bollo sanitario"**, che viene applicato dopo che sono stati effettuati i controlli ufficiali di cui all'articolo 18, paragrafo 2, lettere a) e c) del Reg. 625/2017 e attestante l'idoneità al consumo umano della carne. La modifica del Regolamento di esecuzione (UE) 2019/627 della Commissione sarà prevista entro la fine dell'anno. Anche in questo caso sarà concesso un periodo transitorio, fino alla fine del 2028.

## MAGAZZINAGGIO E TRASPORTO DELLE CARNI

Il Regolamento delegato (UE) 2024/1141 prescrive nuove disposizioni per quanto concerne la deroga per il trasporto a caldo di carcasse, mezzene, quarti o mezzene sezionate in tre pezzi di ovini, caprini, bovini e suini. Le modifiche riguardano la sezione I, cap. VII, punto 3, lettera b) dell'allegato III del Regolamento n. 853/2004, dove i punti da iv) a viii) sono così modificati:

- iv) **per ogni trasporto**, il veicolo che trasporta carcasse, mezzene, quarti o mezzene sezionate in tre pezzi raccoglie le carni **da un massimo di tre macelli o da un deposito frigorifero che raccoglie direttamente dai macelli; tutti i requisiti di cui alla presente lettera b) si applicano a tutti i carichi di carcasse, mezzene, quarti o mezzene sezionate in tre pezzi spediti dal macello e dal deposito frigorifero che raccoglie dal suddetto macello;**



- v) le carcasse, le mezzene, i quarti o le mezzene sezionate in tre pezzi devono avere nella parte più interna una temperatura di 15°C all'inizio del trasporto se saranno trasportate nello stesso compartimento insieme a carni che soddisfano i requisiti di temperatura di cui al punto 1 **per le frattaglie** e di 7°C per le altre carni;
- vi) la partita è accompagnata da una dichiarazione dell'operatore del settore alimentare; tale dichiarazione deve indicare la durata di refrigerazione prima del primo carico, l'ora a cui è iniziato il primo carico di carcasse, mezzene, quarti o mezzene sezionate in tre pezzi, la temperatura superficiale in quel momento, la temperatura ambiente massima durante il trasporto cui le carcasse, le mezzene, i quarti o le mezzene sezionate in tre pezzi possono essere esposte, la durata di trasporto massima consentita, la data dell'autorizzazione e il nome dell'autorità competente che autorizza il trasporto **conformemente al punto ii);**
- vii) l'operatore del settore alimentare di destinazione deve informare l'autorità competente prima di ricevere per la prima volta carcasse, mezzene, quarti o mezzene sezionate in tre pezzi che non raggiungono la temperatura di cui al punto 1 prima **dell'inizio** del trasporto;
- viii) le carni devono essere trasportate conformemente ai parametri riportati nel presente punto del provvedimento in oggetto, secondo le condizioni di durata e di temperatura stabilite per ogni specie per una durata massima di trasporto di 6 e 60 ore.

Per quanto riguarda la **misurazione della temperatura superficiale** è stato stabilito con il Regolamento delegato (UE) 2024/1141 un **metodo di riferimento** basato sull'esperienza acquisita dagli operatori del settore alimentare e sugli sviluppi tecnologici, mantenendo allo stesso tempo la possibilità di utilizzare metodi alternativi.

## REQUISITI SPECIFICI PER CARNI BOVINE FROLLATE A SECCO

In seguito alla pubblicazione del parere EFSA del 19 gennaio 2023, con il provvedimento in oggetto, sono stati introdotti requisiti specifici relativi alle carni bovine frollate a secco, di cui all'allegato III, sezione I, capitolo VII, del Regolamento (CE) n. 853/2004, che si applicheranno a decorrere dal 9 novembre 2024, sei mesi dopo la data di entrata in vigore del presente regolamento.



# DA TOSCANA E UMBRIA I SALUMI ITALIANI ARRIVANO NEGLI USA

/ GIADA BATTAGLIA

**D**opo circa otto anni dalla prima missione in Italia delle Autorità statunitensi di APHIS (*Animal and Plant Health Inspection Service*) per esaminare i sistemi di controllo adottati nei confronti della Malattia vescicolare del suino (MVS) dalle Regioni Umbria e Toscana si è finalmente giunti il 12 giugno scorso alla **pubblicazione sul Federal Register della Notice che ufficializza l'allargamento dei confini dell'area riconosciuta da APHIS indenne da MVS.**

La Malattia vescicolare è stata completamente eradicata da tutto il territorio italiano nel lontano 2019, ma la normativa americana prevede che il riconoscimento dell'indennità dei Paesi terzi si basi su una valutazione del rischio effettuata direttamente da APHIS. A conclusione di questo processo, le Autorità statunitensi hanno oggi dichiarato che le Regioni Toscana e Umbria "sono esenti da MVS e che le misure di sorveglianza, prevenzione e controllo implementate dall'Italia sono sufficienti a ridurre al minimo la probabilità di introdurre la malattia negli Stati Uniti attraverso le importazioni". Si amplia, quindi, l'area della cosiddetta "Macroregione del Nord": Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Marche, Toscana, Umbria e le due province autonome di Trento e Bolzano sono ufficialmente indenni da MVS anche per gli americani. "La notizia suscita vera soddisfazione e rappresenta una nota positiva in un momento particolarmente cupo per il nostro settore. **L'estensione a Toscana e Umbria dello status**

**di indennità da Malattia vescicolare risulta, infatti, estremamente strategica per tutto il settore** perché non solo apre il mercato americano a prodotti della salumeria italiana a breve stagionatura lavorati in questi territori, quali ad esempio la **Finocchiona IGP** o il **Prosciutto di Norcia IGP**, ma anche perché consente agli impianti situati in altre zone già riconosciute indenni e aventi rapporti commerciali con aziende localizzate in Toscana e Umbria di superare alcune difficoltà previste per la certificazione ai fini dell'export USA", ha dichiarato il direttore di ASSICA, Davide Calderone. ASSICA può affermare con orgoglio di aver lavorato attivamente per anni, al fianco delle Autorità sanitarie italiane e della Commissione europea, al fine di consentire alle aziende italiane di esportare negli USA tutta la gamma dei prodotti della salumeria e di aver senz'altro contribuito al raggiungimento di questo importante risultato.

"Desidero esprimere piena soddisfazione per l'operato delle nostre Autorità volto all'ampliamento della c.d. Macroregione riconosciuta dagli USA indenne da Malattia vescicolare. È un risultato ottenuto con ampia collaborazione, pertanto i miei ringraziamenti vanno al ministro e vice premier Tajani, per il decisivo contributo diplomatico, al ministro Schillaci, al ministro Lollobrigida e ai loro Uffici per tutto quanto fatto, e alla nostra Ambasciata a Washington per la tenacia e determinazione nella gestione della lunga trattativa", ha concluso Calderone. Il percorso per giungere a questo risultato è stato lungo e tortuoso. La prima richiesta di riconoscimento di indennità



da Malattia vescicolare fu presentata alle Autorità statunitensi nel luglio 1997 da Consiglio europeo, Commissione e Governo italiano. Dopo aver condotto una valutazione del rischio, nel giugno 1999, APHIS pubblicò nel Federal Register una proposta di modifica dei regolamenti vigenti, al fine di riconoscere otto regioni del Nord Italia indenni dalla malattia. Tuttavia, prima che l'iter procedurale potesse concludersi, in quattro delle otto Regioni in questione si verificarono focolai di Malattia vescicolare, che hanno portato APHIS a riconoscere, nel 2003, solamente le quattro Regioni effettivamente rimaste indenni da MVS (Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Marche e Valle d'Aosta).

Nel corso degli anni, ASSICA ha continuato a sollecitare una revisione da parte delle Autorità USA della decisione adottata nel 2003, al fine di estendere il territorio nazionale riconosciuto indenne. APHIS ha pertanto portato avanti la valutazione dello status sanitario dell'Italia ed è giunta al riconoscimento, nel dicembre 2012, di indennità per altre quattro Regioni del Centro-Nord (Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto e Piemonte) e due province autonome (Trento e Bolzano). Oggi, la tanto attesa estensione della Macroregione anche a Toscana e Umbria. Questo riconoscimento rappresenta un nuovo ulteriore passo verso una maggiore apertura del mercato degli Stati Uniti d'America ai prodotti della salumeria italiana a breve stagionatura.

11

CERCHI UN GUSTO  
NATURALE?



Scopri le miscele naturali di Alimeco, garanzia di freschezza e sicurezza per le tue creazioni a base di carne.

Comunica trasparenza  
e naturalezza in ogni ricetta!



# A NEW YORK LA CANDIDATURA DELLA CUCINA ITALIANA A PATRIMONIO UNESCO

Il Made in Italy protagonista assoluto alla Summer Fancy Food

/ MONICA MALAVASI

Cultura e Agroalimentare si uniscono nella candidatura della cucina italiana come patrimonio immateriale dell'UNESCO. Oltre alla tradizione, alla varietà, alla sostenibilità e ai prodotti di eccellenza che la cucina italiana offre al mondo, tra i valori "immateriali" risaltano le pratiche sociali, le abitudini e la gestualità che portano a considerare la preparazione e il consumo del pasto come momento di condivisione e incontro. È il rito collettivo di un popolo che concepisce il cibo come elemento culturale identitario: un modo di prendersi cura della famiglia e degli amici, dentro e fuori casa.

E quale miglior occasione per celebrare la candidatura se non l'inizio della Summer Fancy Food 2024 – la più grande manifestazione fieristica del Nord America dedicata al settore *specialty food* tenutasi a New York dal 23 al 25 giugno – dove il Padiglione Italiano ha battuto tutti i record rappresentando il Paese estero con la maggior presenza di espositori (quasi 300) e di area occupata, con circa 2.800 mq. In questo contesto si è svolto l'evento per la presentazione ufficiale della candidatura della Cucina Italiana a patrimonio immateriale dell'UNESCO, percorso avviato a inizio 2023 e di cui si conoscerà l'esito a novembre 2025. Un vero e proprio galà quello organizzato dall'Agenzia ICE il 22 giugno presso il The Pierre, iconico e lussuoso hotel a due passi da Central Park e dalla Fifth Avenue, che ha visto la partecipazione di circa 180 persone tra giornalisti, opinion leader, realtà imprenditoriali americane e italiane per agevolare la creazione del consenso attorno alla candidatura.

Per l'occasione Autorità politiche italiane di spicco, Istituzioni, Associazioni, chef e operatori del mondo agroalimentare hanno fatto Sistema uniti dall'unico obiettivo di celebrare la Cucina Italiana e di farle ottenere l'ambito e meritato riconoscimento UNESCO.

Sono intervenuti all'evento il Ministro dell'Agricoltura della Sovranità Alimentare e delle Foreste, **Francesco Lollobrigida**, l'Ambasciatrice d'Italia negli Stati Uniti d'America, **Mariangela Zappia**, il Presidente dell'Agenzia ICE, **Matteo Zoppas**, il Presidente della Regione Piemonte, **Alberto Cirio**, il Presidente uscente della Regione Emilia-Romagna, **Stefano Bonaccini**.

Per il *Ministro Francesco Lollobrigida* "la nostra principale ambasciatrice è la Cucina e la candidatura a patrimonio immateriale UNESCO è il giusto riconoscimento a un percorso che vede in questa pratica millenaria motivo di orgoglio e di consapevolezza per tutti, a prescindere dallo schieramento politico". Anche i due governatori hanno sottolineato le necessarie sinergie tra Regioni e la forza del Made



in Italy che prevale sulle singole eccellenze locali. *L'Ambasciatrice Mariangela Zappia* ha affermato che "la cucina italiana è già protagonista negli Stati Uniti – come emerge chiaramente dai quasi 7 miliardi del nostro export di settore nel Paese – ma ha ancora un enorme potenziale di crescita in questo immenso mercato, in cui cresce la consapevolezza non solo del suo gusto e della qualità senza pari ma anche della cultura, del benessere, dello stile di vita che la cucina italiana porta con sé. Per questo è fondamentale promuovere anche negli Stati Uniti la candidatura all'UNESCO".

Anche per il *Presidente dell'Agenzia ICE, Matteo Zoppas*, "gli Stati Uniti restano uno dei mercati più strategici per lo sviluppo dell'internazionalizzazione del Made in Italy e la candidatura della cucina italiana è un percorso che merita di essere compiuto anche per il valore promozionale e di sviluppo che genera".

La serata è stata presentata da **Maria Luisa Rossi Hawkins** mentre il menù è stato firmato dagli **chef Bobo Cerea, Enrico Derflinger, Gianni Tarabini e Fabrizio Facchini**. Durante l'evento sono stati anche premiati 15 Ambassador (chef, imprenditori) che hanno contribuito, con il loro operato quotidiano sul territorio statunitense, a sostenere e diffondere la conoscenza della Cucina Italiana negli USA.

**Il mercato americano è sempre più importante per le esportazioni del food italiano.** Dai dati ICE emerge che dal 2019 a oggi l'industria agroalimentare nazionale ha aumentato l'export del 40%. Con 6,8 miliardi di esportazioni negli USA – su un totale di 64 miliardi di export totale della categoria – il 2023 ha segnato un nuovo picco di vendita di cibo e vino e l'Italia è diventato il terzo fornitore dopo Messico e Canada. Bene le vendite anche nei primi

quattro mesi del 2024, con andamenti particolarmente buoni per l'olio extravergine (+76%), gli aceti (+34,6%) e i salumi (+29,2%). Risultati incoraggianti nonostante il contesto internazionale instabile che testimonia la forza del Made in Italy.

Con questi numeri non stupisce che alla **Summer Fancy Food** l'Italia rappresenti stabilmente il Paese con la presenza più numerosa. Anche in questa edizione il padiglione italiano è stato curato da ICE Agenzia che ha creato un fitto calendario di eventi presso l'area di presentazione e show-cooking. Tra questi anche il **seminario "From Italy to the U.S.: the premium salumi"** tenuto da **Davide Calderone**, direttore di ASSICA, che ha presentato lo scenario di settore e fatto un breve excursus sulle aperture del mercato statunitense ai prodotti di salumeria. La promozione dei salumi italiani – promossa da ASSICA e dall'Istituto Valorizzazione Salumi insieme all'Agenzia ICE – è proseguita il 26 giugno a Boston, benestante città del Massachusetts. Presso Eatly, una ricca selezione di salumi italiani è stata presentata e fatta degustare a un pubblico interessato conquistando il palato degli americani.





# I SALUMI ITALIANI ALLA CONQUISTA DEI COLLEGE INGLESI: PRIMO EVENTO A CARDIFF

/ MONICA MALAVASI

Il tour dei college inglesi dedicato alla promozione dei salumi italiani nel Regno Unito ha preso il via il 17 giugno al **Coleg y Cymoedd di Cardiff**. Frutto della collaborazione tra Agenzia ICE, l'Istituto Valorizzazione Salumi Italiani e ASSICA – che si era concretizzata anche nella partecipazione alla manifestazione *Real Italian Wine and Food* del 30 aprile 2024 a Londra – l'iniziativa mira a coinvolgere e ispirare i giovani studenti e futuri chef d'Oltremarica, fornendo

loro informazioni approfondite sui salumi italiani e sulla sostenibilità del settore.

L'evento, ospitato presso il rinomato catering college gallese, ha coinvolto **80 studenti, insieme a rappresentanti istituzionali locali, chef di prestigio, esponenti della filiera agroalimentare e membri della stampa gallese**. Tra i presenti anche *Jonathan Morgan*, Preside dell'Istituto e *Arwyn Watkins*, Presidente della Welsh Chefs Association.

La giornata è stata inaugurata dal Vice Direttore dell'ufficio Agenzia ICE di Londra, **Gabriella Migliore**. Durante l'evento, è stato presentato agli studenti il Programma Sostenibilità di ASSICA – sviluppato in linea con i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite – e una copia della pubblicazione è stata distribuita a tutti gli ospiti presenti. La giornata è poi proseguita con un cooking show che ha visto la partecipazione di due chef, di diversa nazionalità e appartenenza generazionale: **Domenico Maggi**, chef e scrittore italiano pluripremiato e **Abigail Williams**, studentessa del Coleg y Cymoedd, classificatasi più volte ai primi posti dello Young Chef of the Year UK.

I due chef hanno preparato cinque ricette utilizzando una selezione dei pregiati salumi italiani quali la Bresaola della Valtellina IGP, la Coppa e la Pancetta Piacentina



DOP, la Finocchiona IGP, la Mortadella Bologna IGP, il Prosciutto di Parma DOP, il Prosciutto di San Daniele DOP, i Salamini Italiani alla Cacciatori DOP e lo Speck Alto Adige IGP.

Lo spirito dell'evento è chiaramente quello di voler **lasciare alle future generazioni un bagaglio di conoscenze e di tecniche sulla qualità e sul corretto utilizzo dei salumi italiani** e, più in generale, diffondere la cultura enogastronomica italiana. L'iniziativa mira a portare e diffondere questo tipo di attività attraverso il Regno Unito, oltrepassando il tradizionale territorio londinese.

Prossima tappa a settembre in Scozia. Stay tuned!



LE AZIENDE INFORMANO

## LO SMALTIMENTO DEI FANGHI DA DEPURAZIONE E LE SOLUZIONI STA

Lo smaltimento dei fanghi generati dagli impianti di depurazione è certamente un problema noto a chi si occupa del trattamento delle acque reflue, come STA, ma anche alle industrie dotate di un impianto di depurazione interno, che ogni giorno devono confrontarsi con la gestione di questo rifiuto. È un problema perché gli impianti finali sono sempre più in affanno, mentre le esigenze ambientali e le normative diventano più stringenti con il passare del tempo.

Le unità mobili di disidratazione dei fanghi di STA sono un contributo concreto, direttamente in stabilimento, per consentire alle aziende di ridurre la quantità di rifiuto da inviare in discarica.

STA dispone di due impianti mobili per la disidratazione meccanica dei fanghi provenienti da depurazione biologica a fanghi attivi e da comparto di flottazione DAF, per un servizio chiavi in mano che comprende la gestione del cantiere a opera di personale qualificato, l'allestimento dei collegamenti temporanei necessari all'esecuzione dell'attività, il telecontrollo per il monitoraggio da remoto e la verifica in campo dei rendimenti. Alla fine dei lavori, il cliente può riscontrare l'attività svolta attraverso un report conclusivo.

Questo servizio può essere risolutivo in caso di emergenze improvvise, ma, soprattutto, una pratica regolare, secondo tempi e modi concordati, grazie alla quale le

aziende possono contenere l'entità dei fanghi destinati a smaltimento e, contestualmente, controllare i costi sostenuti, abbattendoli.





# FORMAZIONE NEL FOOD: LA RICERCA UILA TRA REALTÀ E ASPETTATIVE

/ GIOVANNIBATTISTA PALLAVICINI

**È** stata presentata lo scorso 26 giugno a Roma, alla presenza dei componenti del consiglio nazionale della Uila-Uil, la ricerca "Formazione e competenze nell'industria alimentare 4.0" realizzata dalla Uila nell'ambito delle attività progettuali dell'Ente bilaterale del settore (EBS).

I lavori sono stati introdotti dal Segretario nazionale Uila **Michele Tartaglione** che ha coordinato la realizzazione della ricerca insieme al professore **Michele Faioli** (docente diritto del lavoro, Università cattolica Sacro Cuore) e a **Pierpaolo Letizia**, esperto di formazione, che ne hanno presentato i contenuti, principalmente incentrati sulle implicazioni dell'avvento della digitalizzazione e intelligenza artificiale sulla formazione, sull'evoluzione delle competenze e delle professionalità nel settore alimentare.

Numerosi gli ospiti presenti, tra i quali rappresentanti delle associazioni datoriali e delle principali aziende del settore, oltre al presidente dell'EBS dott. **Alessandro Glisenti**. Oltre alle presentazioni dei

ricercatori coinvolti nel progetto, si sono susseguite testimonianze dalle rappresentanze sindacali aziendali di tutta Italia, veri momenti di scambio concreto e di



prova di cosa vogliono dire sul campo tutti i numeri degli investimenti in formazione fatti nel tempo dalle aziende e dai lavoratori e quali siano le reali aspettative dei lavoratori nei confronti delle aziende per poter essere messi in grado di restare "un passo avanti" in

un mondo che evolve rapidamente nelle metodologie e nelle tecnologie applicate.

Tutte le testimonianze dal territorio hanno concordemente evidenziato un aspetto comune: **la formazione è una realtà costante che permea la vita del lavoratore da quando entra in azienda a fino a dopo che ne è uscito, con programma di formazione in cui i lavoratori in pensione possono continuare a trasferire il proprio know-how le proprie conoscenze pratiche e dirette alle nuove leve.**

Ha concluso i lavori la segretaria generale della Uila **Enrica Mammucari** che ha evidenziato l'importanza dei temi trattati e il **valore della bilateralità** come strumento utile non solo ad accrescere tutele, opportunità per le lavoratrici, i lavoratori e imprese, ma anche per realizzare approfondimenti e analisi e prepararsi ad affrontare le tematiche trasversali sulle quali si giocheranno le sfide future per il settore alimentare. Particolare attenzione è stata data all'avanzata dell'intelligenza artificiale nel settore agroalimentare della produzione del cibo: **l'auspicio è che sempre più l'intelligenza artificiale sia al fianco del lavoratore e non al posto del lavoratore.**

Da questo punto di vista la segretaria generale ha anche sottolineato i nuovi compiti che la bilateralità sarà sempre più chiamata a svolgere sui temi delle politiche attive, dell'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro e in materia di incontro tra domanda e offerta di lavoro.

## CORSO DI FORMAZIONE EXPORT USA DEL MINISTERO DELLA SALUTE E IZS DI LOMBARDIA ED EMILIA-ROMAGNA

Soddisfazione da parte delle rappresentanze del mondo produttivo

/ GIADA BATTAGLIA

**S**i è svolto a Rimini, dal 21 al 24 maggio, un importante corso di formazione per l'esportazione di carni e prodotti a base di carne suina verso gli USA. Il momento formativo, organizzato dal Ministero della Salute e dall'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia-Romagna, ha visto la partecipazione di oltre 70 veterinari ufficiali provenienti da tutta Italia e numerosi rappresentanti delle aziende esportatrici negli Stati Uniti. L'export dei prodotti agroalimentari verso i Paesi terzi, e in particolare verso gli USA, rappresenta una delle tematiche più importanti su cui si concentra l'attività del Ministero della Salute e segnatamente della Direzione Generale per l'igiene e la sicurezza alimentare e la nutrizione, in stretto raccordo



con l'Ambasciata italiana a Washington anch'essa presente all'evento con gli interventi da remoto dell'Addetto agroalimentare. L'obiettivo condiviso è quello di promuovere l'export garantendo l'accesso ai mercati mediante il rispetto degli accordi bilaterali sottoscritti con le Autorità straniere in materia di requisiti sanitari. La finalità principale del corso è stata quella di assicurare adeguata armonizzazione delle azioni attuate a livello regionale e locale per l'esportazione verso gli USA, per riscontrare le raccomandazioni scaturite durante gli ultimi audit che le Autorità americane hanno effettuato nel nostro Paese e sugli stabilimenti italiani.

L'evento acquista una particolare rilevanza in un momento in cui, a seguito dell'allargamento delle zone italiane sottoposte a restrizione per Peste Suina Africana, cominciano le prime limitazioni all'importazione di salumi a breve stagionatura negli Stati Uniti. È fondamentale, infatti, ricordare e ribadire l'importanza che, unitamente a tale problematica di sanità animale, si continui a prestare la massima attenzione al rispetto di tutte le condizioni necessarie a garantire la sicurezza degli alimenti. Il corso appena concluso costituisce il primo step di un percorso formativo per il quale è stato definito un approccio innovativo, contemplando, per la prima volta, il coinvolgimento diretto degli Operatori delle aziende congiuntamente ai veterinari ufficiali delle Autorità locali.



Per i successivi step, il Ministero prevede di proseguire a livello locale la formazione a cascata, utilizzando i medesimi schemi organizzativi e materiali didattici del corso in questione, al fine di coinvolgere il più ampio numero possibile di partecipanti afferenti al controllo ufficiale e al settore produttivo.

Le Associazioni di categoria rappresentanti delle aziende del settore (ASSICA, ASSOCARNI, UNAITALIA, UNICEB, UNIONFOOD) e i Consorzi di tutela del Prosciutto di Parma e del Prosciutto di San Daniele hanno fornito supporto logistico all'evento che è stato valutato estremamente proficuo ed efficace: poter condividere procedure e approcci finalizzati al soddisfacimento pieno dei requisiti della normativa americana, svolgere esercitazioni e prove pratiche a stretto contatto con i Servizi veterinari ha consentito alle aziende partecipanti di perfezionare il loro metodo di gestione delle condizioni per l'export in USA.

Le Associazioni hanno già manifestato la disponibilità all'organizzazione dei prossimi corsi per poter assicurare la partecipazione a tutte le aziende associate interessate, sia già abilitate all'export USA e attive sul mercato che intenzionate ad approcciarlo per la prima volta.



# MENO SCARTO PRODUCI, MENO SCARTO SMALTISCI.



Abbiamo cominciato 40 anni fa: ci siamo specializzati nella gestione di depuratori esistenti, e a forza di mantenerli, di risolvere problemi, di migliorarne le prestazioni abbiamo capito che si potevano progettare meglio. L'abbiamo fatto. Oggi realizziamo impianti nuovi di trattamento delle acque che già in partenza tengono conto dei problemi che potranno incontrare nella concreta operatività di ogni giorno. Per questo i nostri depuratori hanno costi di conduzione inferiori. Perché sono stati progettati non in astratto, ma a partire dall'esperienza concreta.

Offriamo un ventaglio di servizi che vanno dalla consulenza alla manutenzione completa, passando per l'ammodernamento di vecchie strutture, fino al trattamento e allo smaltimento dei rifiuti. Col vantaggio che meglio funziona un impianto, meno costi di smaltimento si avranno.





# VERSO LA SMATERIALIZZAZIONE DELLE PROCEDURE DOGANALI

Lo stato dell'arte dei progetti unionali

/ FULVIO LIBERATORE - TEAM RICERCA EASYFRONTIER

**A** oggi, la trasformazione digitale delle dogane rappresenta il nucleo centrale di tutti i processi amministrativi, di controllo e di analisi delle autorità doganali. Tale approccio mira a creare una dogana completamente *paperless* a livello globale, integrata con i processi logistici e commerciali a livello internazionale. In conformità con la Decisione (UE) 2023/2879, che stabilisce il programma di lavoro per lo sviluppo e l'utilizzo dei sistemi elettronici previsti dal Codice Doganale dell'Unione (CDU), la Commissione sta accelerando i tempi per attuare il programma di digitalizzazione delle dogane UE.

I diciassette progetti contenuti nell'Union Customs Code Work Programme (UCC WP), aggiornato al 15 dicembre 2023, saranno in gran parte completati entro il 2025; mentre, entro il 2030 (secondo l'ultima versione del MASP, *Multi-Annual Strategic Programme*), ne verranno implementati altri, tra cui la *European Customs Single Window (EuCSW)*, la digitalizzazione delle IVO (Informazioni Vincolanti sull'Origine) e delle IVV (Informazioni Vincolanti sul Valore), l'NCTS - Fase 7 (il sistema digitale di transito unionale) e la terza versione del PoUS (la prova della posizione unionale delle merci).

## EUROPEAN CUSTOMS DATA HUB

Lo European Customs Data Hub (EuCDH), il "centro doganale digitale" dell'Unione, dovrebbe essere operativo entro il 2038, a condizione che la riforma del CDU venga definitivamente approvata. Tale *hub* doganale consisterà in un ambiente informatico unico, centralizzato, che superi tutti i sistemi informatici degli Stati Membri - evitando così agli operatori commerciali la necessità di interagire con 27 diversi ambienti IT - e che garantisca l'integrità e la tracciabilità dei dati presentati o raccolti dalle autorità doganali, rafforzando così il controllo doganale e la lotta contro le frodi doganali, il contrabbando e la violazione delle normative. La completa ri-digitalizzazione dei sistemi unionali è prevista per il 2032, secondo gli emendamenti del Parlamento europeo alla proposta di riforma del CDU. Grazie all'uso del *machine learning* e dell'Intelligenza Artificiale, il centro doganale digitale dell'Unione eliminerà progressivamente le "dichiarazioni doganali": facendo riferimento al considerando 40 della proposta di riforma, infatti, alla fine del periodo transitorio **le dichiarazioni cesseranno di esistere**.

## SISTEMA AES, NCTS E POUS

Tra i progetti in chiusura, di particolare interesse è quello del sistema AES (Automated Export System) e dell'NCTS - Fase 5, che comprendono i dataset B1, B2, B4, C1, C2 per l'esportazione e D1, D2, D4 per il transito. La Decisione di esecuzione (UE) 2023/2879 stabilisce che AES e NCTS diventeranno obbligatori per la componente nazionale entro il 2 dicembre 2024. Gli Stati membri possono rendere operativi i sistemi anche prima, avvisando gli operatori con 45 giorni di anticipo. La componente transnazionale, che permette l'invio delle



dichiarazioni prima della presentazione delle merci, lo sdoganamento centralizzato per l'export e l'armonizzazione dei documenti per la movimentazione dei prodotti soggetti ad accisa, dovrà essere completata entro l'11 febbraio 2025. L'introduzione dei *dataset* per export e transito completa il percorso di smaterializzazione delle dichiarazioni doganali: nel 2022 sono stati introdotti i dataset H1-H7 per l'import e, dal 1° marzo 2024, è stato attivato il PoUS - Fase 1, il sistema trans-europeo per archiviare, gestire e recuperare le prove della Posizione Unionale delle merci, prima fornita dai documenti T2L e T2LF.

## CENTRALIZED CUSTOMS CLEARANCE FOR IMPORT (CCI)

A partire dal 1° luglio 2024, il sistema *Centralised Clearance for Import (CCI)* è entrato nella sua prima fase di implementazione. Questo nuovo sistema mira a garantire la digitalizzazione del processo di sdoganamento centralizzato a livello europeo, come definito nel CDU. Ad oggi, è disponibile per le imprese europee in Bulgaria, Estonia, Spagna, Lussemburgo, Lettonia, Lituania, Polonia e Romania; i restanti Stati Membri prevedono di aderire gradualmente nel corso del prossimo anno.

La prima fase del sistema CCI permette l'elaborazione automatizzata delle dichiarazioni doganali standard per lo sdoganamento delle merci fisicamente presentate alla dogana in un altro Stato Membro per la libera circolazione, il deposito doganale, la lavorazione in regime di perfezionamento attivo e l'uso finale. La seconda fase del sistema CCI estenderà la possibilità di elaborare dichiarazioni semplificate, supplementari, l'inserimento nei registri del dichiarante, beni soggetti ad accise e merci nel contesto del commercio UE con territori fiscali speciali, ed è prevista per il 2 giugno 2025, secondo le previsioni del *Work programme* del CDU [1].

## UNO SGUARDO AL FUTURO: DOGANA E IA

Nel futuro prossimo, l'adozione di soluzioni basate sull'intelligenza artificiale, prevista nella riforma del CDU, rivestirà un ruolo chiave nell'analisi dei rischi: le dogane avranno la capacità di esaminare dati oltre quelli indicati nelle dichiarazioni doganali, rilevando anomalie nei flussi commerciali e identificando potenziali violazioni delle normative doganali e dei diritti di proprietà intellettuale. Ciò permetterà l'intercettazione rapida di merci contraffatte o illegali, proteggendo le filiere industriali unionali. L'uso dell'IA per velocizzare i controlli doganali ridurrà, da un lato, i tempi di sdoganamento delle merci legittime; dall'altro, faciliterà il commercio legale e la libera circolazione delle merci nel mercato unico europeo. La sinergia tra l'intelligenza artificiale e l'operato delle dogane sarà cruciale per assicurare la sicurezza e l'integrità delle filiere, contrastando la concorrenza sleale da parte di operatori esterni all'Unione. La digitalizzazione delle dogane UE sta ridefinendo il commercio internazionale, promuovendo scambi più efficienti, sicuri e integrati; tuttavia, il successo di tali sistemi dipenderà dalla conformità delle imprese esportatrici e importatrici, fondata sulla corretta classificazione doganale delle merci. La classificazione è essenziale per il rispetto delle normative, come nel caso dei "pacchetti" sanzionatori contro la Russia, degli obblighi della reportistica CBAM e delle nuove norme sulla deforestazione. La corretta classificazione delle merci è alla base delle regole del commercio globale, e l'uso dell'IA in tale contesto potrebbe essere determinante.

## NOTE

[1] [https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/union-customs-code/ucc-work-programme\\_en](https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs-4/union-customs-code/ucc-work-programme_en)



# APRE A FIRENZE IL PRIMO STORE TARGATO MORTADELLA BOLOGNA IGP

/ AUGUSTO COSIMI

**G**rande affluenza di pubblico il 1° luglio a Firenze per assistere all'inaugurazione del **primo Temporary Store del Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna**. Al taglio del nastro erano presenti il direttore del Consorzio, **Gianluigi Ligasacchi** e il Presidente del Mercato Centrale, **Umberto Montano**.



“Il Consorzio ha deciso di aprire il primo Temporary Store dedicato alla Mortadella Bologna IGP a Firenze non solo perché è una delle città più belle d'Italia ma anche e soprattutto perché ha un primato turistico di notevole importanza. Dai dati dell'ultimo Bollettino



ENIT sui flussi turistici internazionali, emerge infatti che Firenze è, in Italia, la prima meta di destinazione turistica tra le città d'arte. Inoltre, i flussi di turisti stranieri in entrata vedono nella Top Ten di provenienza ben sei Paesi dove esportiamo il nostro prodotto e presso i quali siamo impegnati con progetti di promozione: Germania, Regno Unito, Francia, Spagna, Belgio e Svizzera. Dal momento che volevamo intercettare i turisti stranieri in Italia, la scelta non è potuta che ricadere su Firenze, con uno spazio dedicato alla Mortadella Bologna, all'interno del Mercato Centrale, a due passi dalla Stazione e meta ideale per degustare e scoprire le eccellenze del nostro patrimonio alimentare”, afferma **Guido Veroni**, Presidente del Consorzio Italiano Tutela Mortadella Bologna.



“Mercato Centrale dà il benvenuto al Consorzio Italiano Tutela della Mortadella Bologna. La regina rosa dei salumi sarà protagonista di mille prelibatezze che il Consorzio proporrà al pubblico di Mercato Centrale. Non conosco persona, adulti o bambini che siano, che non spenda parole di apprezzamento per quello che, a giusta ragione, è il salume più noto e celebrato della nostra tradizione. Ne vedremo di belle e di buone... ma soprattutto profumate!”, dichiara **Umberto Montano**, Presidente del Mercato Centrale.

Grande partecipazione sia alla **Masterclass di Daniele Reponi**, che rientra nel programma “**Deli Meat**

**Academy**”, riservata a giornalisti e influencer, che si sono divertiti a preparare un originale croque monsieur alla Mortadella Bologna con besciamella, cipolle caramellate e il classico formaggio francese Comté, sia allo **Show cooking** aperto al pubblico, che ha avuto modo di gustare **due panini gourmet con la Mortadella Bologna IGP** ispirati alla stagione estiva il primo e all'Unione europea il secondo.

Il Temporary Store è ubicato **al piano superiore** dello storico edificio del Mercato Centrale di Firenze, risalente alla seconda metà dell'Ottocento, nei pressi della stazione ferroviaria Santa Maria Novella. La struttura, un luogo dove le migliori botteghe artigiane del gusto danno il meglio, è caratterizzata da un'elevata affluenza di pubblico, pari a oltre 3 milioni all'anno, ed è aperta tutti i giorni dell'anno, festività comprese, dalle 9:00 alle 24:00. Il Temporary Store **resterà aperto dal 1° luglio fino al 12 gennaio 2025** e la sua offerta prevede la possibilità di acquistare e degustare la Mortadella Bologna IGP in tre modalità: panino “Classico”, panino “Gustoso” con stracciatella e lime e “Spassoso” ossia il classico “cono da passeggio” ripieno di cubetti di Mortadella Bologna. A breve, ci sarà anche la possibilità di acquistare dei gadget dedicati alla Mortadella, a partire dal simpatico peluche rosa “Lina”.



NOTIZIE BREVI / L'INDUSTRIA DELLE CARNI E DEI SALUMI

## PRODOTTI DOP-IGP: IL 93% NASCONO IN COMUNI SOTTO I 5.000 ABITANTI

/ A CURA DELLA REDAZIONE

**I**l 93% delle produzioni tipiche nazionali che si consumano nasce nei comuni italiani con meno di cinquemila abitanti, un patrimonio di gusto e biodiversità che fa da traino anche al turismo, con 2 italiani su 3 (65%) tra coloro che andranno in vacanza che visiteranno un borgo nell'estate 2024, secondo Ixe'. È quanto emerge dallo studio Coldiretti/Symbola su “Piccoli comuni e tipicità”. Il rapporto vuole raccontare un patrimonio enogastronomico del Paese custodito fuori dai tradizionali circuiti turistici, valorizzato e promosso grazie alla legge n°158/17, con misure per la valorizzazione dei Piccoli Comuni. Nei territori dei 5.538 piccoli comuni con al massimo 5.000

abitanti, in cui vivono quasi 10 milioni di italiani, si produce infatti ben il 93% dei prodotti di origine protetta (DOP - Denominazione di Origine Protetta e IGP - Indicazione di Origine Protetta) e il 79% dei vini italiani più pregiati. Questo rapporto di Coldiretti-Fondazione Symbola “Piccoli Comuni e Tipicità” ci restituisce il quadro aggiornato per ogni regione di questa dimensione produttiva estesa e radicata che traduce in valore la diversità culturale.

Un sistema virtuoso che rappresenta ben il 70,1% dei 7901 comuni italiani e in cui vivono poco più di 10 milioni persone, secondo l'analisi di Fondazione Symbola e Coldiretti. Il Piemonte è la regione con il maggior numero di Piccoli

Comuni (1.045) seguito dalla Lombardia (1.038) e dalla Campania (345).

Ben 297 di 321 prodotti a denominazione di origine (DOP/IGP) italiani riconosciuti dall'Unione europea hanno a che fare con i Piccoli Comuni che, nel dettaglio, garantiscono la produzione di tutti i 54 formaggi a denominazione, del 98% dei 46 oli extravergini di oliva, del 90% dei 41 salumi e dei prodotti a base di carne, dell'89% dei 111 ortofrutti e cereali e dell'85% dei 13 prodotti della panetteria e della pasticceria.





# RICERCATO, SOSTENIBILE, ELEGANTE: TUTTI PAZZI PER LO "CHIC NIC"

Il picnic chic organizzato dal Consorzio Cacciatore Italiano

/ LOREDANA BISCIONE

**È** il simbolo della bella stagione e della convivialità: il picnic, da godersi all'aria aperta, su di una coperta ricolma di prelibatezze e in buona compagnia. Spensieratezza, buon cibo e un contesto suggestivo *en plein air* sono gli ingredienti fondamentali di questo rito sempre di tendenza.

L'estate è alle porte e, secondo i dati Ixè, **un italiano su due organizzerà un picnic all'aria aperta** per accogliere la bella stagione e lo farà scegliendo il gusto della tradizione: **l'intramontabile binomio pane e salame**. Un rito che non passa mai di moda, visto che anche lo scorso anno **7,5 milioni di italiani** hanno preso parte a merende all'aria aperta durante la stagione estiva.

Quella del picnic è una lunga storia che intreccia gusto e natura, favorita dal clima mite e dagli invidiabili paesaggi nostrani, nonché dalla sensibilità tutta italiana verso il cibo di qualità. Un modo per godere del clima favorevole a contatto con la natura e gustarsi il cibo portato da casa preparato con ingredienti della tradizione, come il **Salame Cacciatore**, la DOP 100% italiana, prodotta nel rispetto dell'antica ricetta tradizionale con l'utilizzo di carni di alta qualità provenienti solo da suini nati e allevati esclusivamente in Italia.

E a proposito di tradizione, con uno sguardo però sempre alle nuove tendenze, **presso i Giardini della Triennale Milano**, si è svolto lo scorso 14 giugno l'evento "**Chic-nic**", organizzato dal **Consorzio Cacciatore Italiano**, dedicato alla merenda glamour e al connubio pane e salame, un evergreen sempre apprezzato. Un'occasione, organizzata a pochi giorni dalla **Giornata Internazionale del Picnic** del 18 giugno, per celebrare la merenda all'aria aperta in tutte le sue sfumature, rendendola elegante e al passo con i tempi. E allora cappello di paglia in testa e cestino di vimini sotto

il braccio ricolmo di prelibatezze. A stendere la classica tovaglia vichy è stato **Nicola Santini, giornalista esperto di bon ton**, che ha ricordato l'etimologia della parola "picnic" - che deriva dal francese e che significa "spizzicare", stessa radice della parola spagnola "picar" - che ci riporta a un pasto fatto di ingredienti facili da trasportare e da mangiare, semplici ed essenziali, ma al contempo estremamente appaganti e conviviali, proprio come il Cacciatore Italiano. A ogni picnic che si rispetti, nella cesta di vimini non possono poi mai mancare pagnotte, baguette e dolcetti. A realizzarli per gli ospiti è stato **Fulvio Marino**, esperto di panificazione e amatissimo **fornaio del programma di Raiuno "È Sempre Mezzogiorno"**, che ha parlato di "rinascimento del pane", ovvero del nuovo "valore" che negli ultimi anni viene attribuito a questo alimento senza tempo che può diventare, grazie alle sue infinite varianti, non solo un accompagnamento ma - se di estrema qualità - un vero e proprio protagonista delle nostre tavole. E allora via libera alle più svariate interpretazioni, firmate Fulvio Marino, tutte rigorosamente realizzate con lievito madre: di segale integrale con un buon livello di acidità perfetto per la dolcezza del **Cacciatore Italiano**, pane con frutta secca, con semi di girasole, zucca e lino e infine una variante realizzata con la farina di enkir.

Ma tranquilli, i panini non sono rimasti sguarniti; a riempirli in maniera sfiziosa, con combinazioni inedite e stuzzicanti, sempre con protagonista il **Salame Cacciatore Italiano**, ci ha pensato **Daniele Reponi**, un po' salumiere, un po' oste, considerato all'unanimità **il re del panino**. Spinaci al burro, crema di carciofi e di peperoni, un trionfo di coloratissime verdure di stagione hanno contribuito a creare dei panini, oltretutto gustosi, anche equilibrati da un punto di vista nutrizionale.



E a proposito di aspetti nutrizionali, non poteva certo mancare il punto di vista medico con **Nicola Sorrentino, medico nutrizionista**, che ha suggerito i giusti elementi per rendere la merenda all'aria aperta leggera e sostenibile, senza perdere di vista la convivialità del momento.

"Ricco di proteine nobili di facile assimilazione, il Salame Cacciatore contiene amminoacidi e tutte le vitamine del gruppo B; la metà dei grassi in esso contenuti sono grassi monoinsaturi, i cosiddetti grassi buoni", ha ricordato il prof. Sorrentino, che definisce il Cacciatore DOP "una bontà incredibile". Dunque, "Il Salame Cacciatore - in abbinamento con la giusta quantità di carboidrati e verdure - rappresenta un **alimento sano ed equilibrato**", ha concluso il Professore.

Ai presenti è stato consegnato un delizioso cestino da picnic contenente un Salame Cacciatore e altri gustosi ingredienti di stagione che hanno utilizzato, con l'aiuto degli esperti e un pizzico di fantasia, per creare il proprio panino ideale da gustare nell'allestimento frugal-chic dove a fare da sfondo c'era la splendida cornice dei giardini della Triennale.

Questo evento è un'iniziativa che rientra nel programma di "**DELI M.E.A.T. Delicious Moments European Authentic Taste**", il progetto promozionale e informativo che unisce tre consorzi agroalimentari per la tutela dei salumi DOP e IGP, cofinanziato dall'**Unione europea** e rivolto al mercato italiano e francese. La campagna prevede la promozione delle seguenti eccellenze alimentari: **Mortadella Bologna IGP, Salamini Italiani alla Cacciatora DOP, Zampone Modena IGP e Cotechino Modena IGP** con l'obiettivo di contribuire ad aumentarne il livello di conoscenza e riconoscimento e la competitività e il consumo consapevole in Italia e in Francia.

## NICOLA MARTELLI ALLA PRESIDENZA DEL CONSORZIO DEL PROSCIUTTO DI SAN DANIELE

/ TIZIANA FORMISANO

Il nuovo Consiglio di amministrazione del Consorzio del Prosciutto di San Daniele, eletto dall'assemblea lo scorso 16 aprile, ha nominato nella sua prima seduta del 30 aprile, **Nicola Martelli** quale presidente del Consorzio. Nicola Martelli, 45enne amministratore delegato dell'azienda Martelli il 27 S.r.l., succede a Giuseppe Villani, presidente dal 2015, e rimarrà in carica per il prossimo triennio. "È un grande onore e una grande responsabilità ricevere l'incarico di rappresentare il Consiglio di amministrazione e tutti i produttori del Prosciutto di San Daniele. Un impegno che affronto con entusiasmo e passione", dichiara il neopresidente **Nicola Martelli**. "Ho molto rispetto per questo prodotto unico, per il territorio e per le persone che lo producono. Il Prosciutto di San Daniele è, e dovrà essere, un esempio di sostenibilità e di alta qualità per tutta la salumeria italiana. Ci aspettano molti impegni, ma sono sicuro che ponendo al centro la qualità del San Daniele DOP e il cliente riusciremo a raggiungere gli obiettivi prefissati".

Il neo Consiglio di amministrazione è composto, oltre che dal presidente, anche dai consiglieri: Stefano Aimaretti, Lorenzo Bagatto, Erika Bassi, Angelo Coradazzi, Tiziano Ferrarini, Claudio Palladi e Marco Pulici.

Il Consiglio ha designato i due vicepresidenti Lorenzo Bagatto e Marco Pulici, quest'ultimo con funzioni vicarie, e ha anche provveduto alla nomina dei due membri della "Commissione di gestione della filiera" per la componente prosciuttifici per il triennio 2024-2026, nelle persone di Stefano Aimaretti e Claudio Palladi; quest'ultimo è stato nominato presidente della stessa Commissione.

L'assemblea dei produttori ha inoltre approvato il **bilancio dello scorso anno** e analizzato l'andamento del comparto nel corso del 2023. La produzione totale del San Daniele DOP è stata di oltre 2.590.000 cosce avviate alla lavorazione con un fatturato complessivo di 360 milioni di euro. Il numero di vaschette di Prosciutto di San Daniele pre-affettato ha superato i 21,3 milioni di confezioni certificate, pari a 407.000



prosciutti (+1% rispetto all'anno precedente), per un totale di oltre 2 milioni di chilogrammi, confermandosi come una tendenza consolidata in linea con le nuove modalità di consumo. La quota di **export** nel 2023 ha registrato una **crescita** e si attesta al 19% rispetto alle vendite totali con circa 3 milioni di chilogrammi indirizzati al mercato extra Italia. Il 55% delle quote totali di export è stato destinato all'Unione europea, mentre il restante 45% è stato esportato in Paesi terzi.

I Paesi che detengono la quota più rilevante per l'esportazione del Prosciutto di San Daniele DOP si confermano in ordine di volumi: Francia, Stati Uniti, Australia, Germania e Belgio. Gli altri principali mercati esteri di destinazione sono Svizzera, Austria, Regno Unito, Lussemburgo e Canada. Nel 2023 si registrano ottime performance, in ordine di volume esportato, per Stati Uniti (+11%), Australia (+7%), Regno Unito (+30%) e Repubblica Ceca (+18%).



# IL VENTO DEL TOUR DE FRANCE ANIMA LA 16<sup>°</sup> EDIZIONE DEL PREMIO COPPA D'ORO

/ AUGUSTO COSIMI

**A**tmosfera magica per la 16<sup>°</sup> edizione del premio "Coppa d'Oro 2024" che si è tenuto nel salone monumentale di Palazzo Gotico a Piacenza il 24 giugno scorso.

**Vincenzo Nibali, Ernesto Colnago, Gianni Bugno, Giuseppe Martinelli, Beppe Conti, Claudio Chiappucci** sono stati i protagonisti di una giornata indimenticabile che il Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini ha saputo condurre assegnando loro il premio Coppa d'Oro 2024.

Coppa d'Oro, nata nel 2007 per valorizzare e promuovere il territorio piacentino con le sue tante prelibatezze agro-alimentari attraverso il suo prodotto "bandiera" la Coppa Piacentina DOP, ha colto lo stimolo della partenza del Tour de France dall'Italia, per la prima volta in 120 anni.

Da Firenze fino a Torino in tre tappe che percorrono territori dell'Emilia-Romagna: Firenze Rimini, Cesenatico Bologna, Piacenza Torino, questi i percorsi per un totale di 600 km.

Piacenza, attraverso la partenza della terza tappa del Tour de France, ha vissuto un evento mediatico senza precedenti e il Consorzio di Tutela Salumi DOP Piacentini non poteva lasciarsi sfuggire un'occasione tanto importante, per questo motivo con la sua manifestazione "Coppa d'Oro" ha voluto partecipare all'avvicinamento del giorno "Magico".

Tre i momenti salienti della manifestazione, "Il Vento del Tour", tematica portante della tavola rotonda, ha voluto rimarcare, attraverso la testimonianza di qualificati relatori, quanto questo straordinario evento sportivo porta e quanto

lascia nel territorio che attraversa. Di questo hanno parlato **Giammaria Manghi**, capo della segreteria del presidente della Regione Emilia-Romagna Stefano Bonaccini, e il **prof. Paolo Rizzi**, Direttore del laboratorio di economia locale dell'Università Cattolica del S. Cuore sede di Piacenza. Ogni tappa del Tour de France porta al territorio che viene attraversato un beneficio che varia tra i 5 e i 15 milioni di euro, oltre all'immagine che viene portata in tutto il mondo dalle 120 emittenti che seguono la manifestazione. Attorno alla tematica "Il Vento del Tour", intervistati dalla giornalista Giulia



De Maio, anche gli ospiti già citati hanno illustrato quanto la "Grande Boucle" ha portato loro in termine di notorietà mediatica. Appassionante il racconto di Vincenzo Nibali che ha dichiarato che tutti i traguardi raggiunti li deve condividere con le persone che lo hanno seguito e i compagni di squadra: "Da solo non avrei ottenuto nulla". Emozioni, e



tante, le ha trasmesse anche Ernesto Colnago il più importante costruttore di biciclette da competizione che il mondo intero ammira, come gli aneddoti sul Tour di Beppe Conti. È seguita la premiazione con l'assegnazione del prestigioso premio "Coppa d'Oro 2024" appositamente creato per l'eccezionale occasione dall'artista Marisa Montesissa, raffigurante la vittoria alata.

Non poteva mancare l'Aperidop Piacentino, dove le sapienti mani di Daniele Reponi hanno creato tre panini dedicati al Tour de France, in cui la Coppa Piacentina, il Salame Piacentino e la Pancetta Piacentina erano gli ingredienti principali ma arricchiti per l'occasione da sapori di formaggi francesi. Non sono mancate le degustazioni in purezza dei tre salumi DOP piacentini illustrati mirabilmente da Daniele De Leo.

Nel Talk show serale "Ti Racconto il Tour" si è dato voce agli straordinari ospiti che hanno avuto modo di raccontare inedite avventure del Tour. A impreziosire il Talk show ci ha pensato il cantautore Daniele Ronda che, con la sua chitarra, si è inserito nei vari momenti del Talk con famose canzoni che celebrano il ciclismo facendo diventare i campioni di questo sport dei veri e propri miti.

"Coppa d'Oro", ancora una volta, ha colto una straordinaria opportunità per essere strumento per la valorizzazione della Coppa Piacentina DOP, del Salame Piacentino DOP e della Pancetta Piacentina DOP.

# ALESSANDRO UTINI CONFERMATO PRESIDENTE DEL CONSORZIO DEL PROSCIUTTO DI PARMA

/ TIZIANA FORMISANO

**I**l Consiglio di Amministrazione del Consorzio del Prosciutto di Parma, lo scorso 4 giugno ha **confermato per acclamazione Alessandro Utini alla presidenza dell'organismo di tutela per il prossimo triennio.**

Ad Alessandro Utini viene affidato il secondo mandato consecutivo, dopo aver guidato il Consorzio negli ultimi tre anni e con una lunga esperienza istituzionale all'interno dell'ente, di cui già fu Presidente dal 2004 al 2005, oltre ad aver ricoperto il ruolo di Vicepresidente ed essere stato per oltre 20 anni consigliere di amministrazione.

L'imprenditore di Noceto (PR), classe 1963, è a capo del Gruppo Furlotti, che comprende le società Furlotti Prosciutti S.r.l e Salumificio Furlotti & C. S.r.l, le aziende di famiglia dedicate alla produzione del Prosciutto di Parma e di altri salumi. È inoltre socio e amministratore del Prosciuttificio Tre Stelle S.r.l e di Fratelli Tanzi S.p.A., azienda specializzata nella preparazione e affettamento di prodotti della salumeria. Innamorato del suo territorio e appassionato di enogastronomia, con la famiglia ha dato vita a una nuova realtà vitivinicola nelle prime colline parmensi. Di recente ha inoltre inaugurato, a Noceto, Palazzo Utini, l'hotel 5 stelle che vede la supervisione dello chef Enrico Bartolini per tutta la linea di ristorazione.

Alessandro Utini, dopo aver raccolto l'eredità del padre, che fu tra i pionieri nella produzione di Prosciutto di Parma, ha investito costantemente nell'evoluzione tecnologica delle proprie aziende, trasformandole in realtà imprenditoriali estremamente all'avanguardia, che si sono imposte sul mercato grazie a un'offerta diversificata e sempre coerente con le esigenze dei consumatori.

Come Presidente del Consorzio del Prosciutto di Parma è a capo di un comparto che vale 850 milioni di euro alla produzione e 1,7 miliardi al consumo e impiega circa 3.000 addetti alla lavorazione del prodotto nella provincia di Parma. 130 sono le aziende associate e 7 milioni e mezzo i Prosciutti di Parma marchiati nel 2023. L'imponente filiera produttiva in cui il comparto è inserito comprende 3.600 allevamenti suinicoli e 78 macelli mentre 50.000 sono le persone impiegate nell'intero circuito tutelato.

Lo affiancheranno in questo mandato la **Vicepresidente vicaria Gaia Baiocchi** e la **Vicepresidente Giorgia Capanna**. L'Assemblea ordinaria dei consorziati, tenutasi lo scorso 20 aprile, ha eletto anche gli altri componenti del nuovo **Consiglio di Amministrazione** - Lorenzo Boschi, Tito Brindani, Andrea Casa, Pier Arnaldo Fontana, Laura Gallina, Francesco Galloni, Gabriele Giacometti, Alessandro Leoncini, Marco Martelli,



Francesco Piazza, Gian Marco Rossi, Paolo Sassi, Giorgio Tanara, Paolo Tanara, Mattia Zambroni, nonché Morris Tomasoni in rappresentanza degli allevatori, Giuseppe Varazzani in rappresentanza dei macellatori e Giuseppe Beretta per i confezionatori - e ha provveduto a nominare il dott. Enrico Calestani Presidente del **Collegio sindacale** e i dottori Matteo Chiari e Paolo Ugolotti membri effettivi dello stesso Collegio.

"Accolgo questo secondo mandato alla guida del Consorzio con gratitudine e soddisfazione", afferma Utini. "Con i colleghi del CdA procederemo nelle prossime settimane a mettere a punto il progetto strategico che caratterizzerà l'attività del neoletto Consiglio. Il periodo storico che stiamo vivendo è senza dubbio complesso, come difficili sono le sfide che il nostro comparto deve affrontare quotidianamente. Oggi più che mai è necessario fronteggiarle con quel senso di unità e di condivisione degli obiettivi che da oltre sessant'anni alimenta l'impegno dei nostri membri e che siamo fiduciosi di poter trovare anche nelle generazioni che verranno dopo di noi".



# VACANZE 2024, 7 TURISTI SU 10 CERCANO ESPERIENZE AUTENTICHE DA LOCAL

## 15 mete da scoprire con protagonista la Bresaola della Valtellina IGP

/ TIZIANA FORMISANO

**V**iaggiare “like a local”, per vivere un luogo **con gli occhi e le modalità dei suoi abitanti**: è questo il nuovo trend 2024 legato al turismo, scelto da chi ama entrare in contatto con la vera essenza delle mete di viaggio. Per oltre 7 italiani su 10 è importante cercare destinazioni o esperienze poco conosciute, fuori dalle rotte più gettonate, durante una vacanza. E la tendenza aumenta **soprattutto per la fascia anagrafica 18-34 anni (81%)**. Il motivo di questa scelta è semplice: **per oltre 1 italiano su 2 vale la pena proprio perché si ha l'opportunità di assaporare tradizioni, usi, e costumi locali autentici**, contro il 44% per cui la ragione è legata alla scoperta del territorio con gli occhi di chi ci vive e lo apprezza. Ma dietro questa scelta, c'è anche il desiderio di non ritrovarsi in luoghi troppo affollati e poco “veri” (40% del campione).

Lo rivela la **ricerca internazionale “Valtellina nascosta: la vera anima del territorio e della Bresaola della Valtellina IGP”** realizzata da **Doxa per il Consorzio di Tutela Bresaola della Valtellina IGP** che indaga gli aspetti che rendono la provincia di Sondrio un'icona del turismo “like a local” per italiani, valtellinesi e turisti internazionali, gli stessi aspetti che hanno ispirato **“Valtellina nascosta”, spin-off della campagna “Destinazione Bresaola”**. Dopo il successo degli anni precedenti, la campagna continua a vivere sul territorio da giugno a settembre e invita a scoprire l'anima autentica della Valtellina attraverso mete, luoghi del cuore, tradizioni e bellezze ancora tutte da scoprire con la web app **“Valtellina nascosta”: 15 destinazioni segrete** che raccontano una Valtellina inedita (anche attraverso



**i podcast dedicati**) e **21 “Bresaola experience” point**, luoghi del cibo con una forte identità locale, dove degustare sapori del territorio e in primo luogo la Bresaola della Valtellina IGP. Storie di cibo, tradizione e saper fare **da scoprire con tutti i sensi, in forma interattiva**: ogni tappa è, infatti, pensata per stimolare vista, udito, gusto, tatto e olfatto.

“La campagna Destinazione Bresaola”, afferma **Mario Moro**, Presidente del Consorzio di Tutela Bresaola della Valtellina, “sta diventando un appuntamento fisso, atteso e apprezzato. Torniamo a omaggiare il nostro territorio di cui la Bresaola della Valtellina IGP è diretta espressione: un mix di natura, storia, cultura e tradizione che definisce l'identità locale e che vive nel nostro salume tipico. Quest'anno per noi sarà particolarmente importante perché ci avviciniamo sempre di più all'evento olimpico 2026, che in parte si svolgerà proprio nel nostro territorio. È una grande occasione che rappresenta un'opportunità unica di crescita e

visibilità per la Valtellina. La nostra guida nasce proprio per accogliere al meglio i turisti italiani e stranieri che arriveranno, per fare in modo che conoscano e apprezzino la vera identità del nostro territorio, con il suggerimento di luoghi particolari che solo chi è nato e vive in Valtellina può conoscere”.

**“VALTELLINA NASCOSTA”: 15 METE CHE RACCONTANO LA VALTELLINA PIÙ VERA, CON LA BRESAOLA IGP**

Chi dice Valtellina dice bresaola, e viceversa: hanno in comune persone, tradizione, cultura e storia. Per omaggiare questo legame, il Consorzio di Tutela Bresaola della Valtellina ha realizzato la **web app all'insegna del turismo sostenibile**. **La campagna vivrà da giugno a settembre** e ogni 2° e 4° weekend di ogni mese si terranno due aperitivi local #Destinazionebresaola, dove degustare la Bresaola della Valtellina IGP, presso i **21 “Bresaola Experience” point** aderenti alla campagna. Inoltre, **l'utente può accedere a storie e curiosità del luogo grazie al podcast “Storie segrete”**.

**PER OLTR E 6 ITALIANI SU 10, PASSEGGIARE NEI PICCOLI BORGHI È L'ESPERIENZA PIÙ AMATA**

Ma, quali sono le esperienze preferite del viaggiatore contemporaneo? **Per oltre 6 italiani su 10 (64%)** non ci sono dubbi: **la passeggiata nei piccoli borghi caratteristici è l'attività più amata**, mentre il **57%** preferisce **assaporare, in locali e ristoranti, la cucina tipica** del territorio. Poco più distante, il **51%**, **predilige la visita dei luoghi che raccontano la vita e i mestieri** a cui fa seguito la visita di musei e luoghi d'arte (44%). Ma, a domanda diretta, non ci sono dubbi: non si può parlare di viaggio alla scoperta dei luoghi se non si passa dal cibo. **La cucina tipica esprime la vera identità locale e, per quasi 6 italiani su 10, proprio attraverso il cibo avviene la conoscenza più approfondita del territorio**, mentre per il 55% la cucina locale è interessante perché diversa da quella cui siamo abituati. E **per quasi 1 su 2 (48%) è un modo per conoscere i prodotti tipici**.

## “DOP E IGP. CAMPIONI DI QUALITÀ!”

### Lo spot targato MASAF-FIGC per valorizzare i prodotti a Indicazione Geografica

/ ANDREA AIOLFI

**I**n occasione del campionato **europeo di calcio 2024** è on air lo spot **promosso dal Ministero dell'Agricoltura, della Sovranità alimentare e delle Foreste assieme alla FIGC - Federazione Italiana Giuoco Calcio** per promuovere i prodotti a marchio DOP e IGP.

Lo spot, girato a Coverciano con la partecipazione del Ct della Nazionale Luciano Spalletti e di diversi giocatori (Donnarumma, Darmian, Pellegrini, Orsolini e Zaccagni) è finalizzato a **favorire la conoscenza dei prodotti a Indicazione Geografica** e a **sensibilizzare il pubblico sui temi della corretta alimentazione e del valore rappresentato dal legame di un prodotto agroalimentare con il proprio territorio di origine**. Concept dello spot: valorizzare il legame indissolubile che ogni italiano ha nei confronti dei prodotti di qualità

del proprio territorio, legame che si identifica proprio nei prodotti a marchio DOP e IGP, e che sottende ai concetti di territorio, tutela, tecniche di produzione, controlli e tracciabilità che li caratterizzano.

Lo spot è stato presentato in anteprima a Milano il 13 giugno, presso Eataly Milano Smeraldo. Alla presentazione hanno partecipato: il Ministro dell'Agricoltura, della Sovranità Alimentare e delle Foreste, Francesco Lollobrigida; il Presidente del Senato, Ignazio La Russa; l'Amministratore delegato di Eataly, Andrea Cipolloni; il Presidente Figc, Gabriele Gravina; il Presidente ICE, Matteo Zoppas; il Direttore generale Ismea, Chiara Zaganelli e il Direttore Fondazione Qualivita, Mauro Rosati.

L'evento è stato un importante momento di valorizzazione di un comparto, quello delle DOP e IGP, che



continua a crescere anche in termini di export e a rappresentarci in tutto il mondo.

La presenza del Ministro Francesco Lollobrigida conferma quanto sia prioritario nel suo mandato il rafforzamento delle Indicazioni Geografiche quale modello produttivo virtuoso che vede nella qualità il proprio fondamento e l'elemento distintivo e competitivo su scala globale.



# IL GIRO DEL MONDO CON I PIATTI A BASE DI CARNE

Alla brace, al forno, fritta, con o senza salse:  
la carne è l'ingrediente principale di molti piatti nazionali

**T**ra i ricordi che ci rimangono più impressi quando viaggiamo ci sono i piatti tipici. Ogni nazione ha le sue prelibatezze da portare a tavola, un mix di sapori e profumi che conquistano gusto, olfatto e "cuore". Dall'Europa all'Asia, dall'Africa all'Oceania, senza tralasciare le Americhe, non c'è che l'imbarazzo della scelta fra proposte culinarie imperdibili e che più caratterizzano un determinato Paese. E molti sono a base di carne. Di seguito una selezione in un mare magnum di ricette di alcuni piatti tipici extra-europei.

## DELIZIE DAL SUD AMERICA

In Argentina il piatto immancabile nei momenti di festa e convivialità è l'asado, la carne di manzo cotta lentamente alla griglia. Prima di dar avvio alla cottura, un passaggio indispensabile è la marinatura con sale grosso, pepe, qualche rametto di rosmarino e una dose abbondante di salsa chimichurri, a base di prezzemolo, spicchi di aglio, peperoncini secchi, timo e origano. Il termine spagnolo "asado" significa "arrostito", con particolare riferimento alla cottura alla brace. L'asado argentino tradizionale prevede grosse porzioni di carne, con lunghi tempi di cottura.

Nel confinante Cile, il piatto principale e antichissimo è il Curanto, con molluschi, pollo e maiale. Risale a circa 6 mila anni fa, e viene cotto in fosse di un metro di profondità il cui fondo viene coperto di pietre su cui si accende il fuoco; quando diventano incandescenti, vi si dispongono sopra gli ingredienti e infine si copre tutto con foglie aromatiche nalca o pangué, per poi cuocerlo per oltre due ore.

In Brasile, un piatto nazionale è la Feijoada, preparato con riso, fagioli neri, carne di maiale e di manzo. La ricetta risale al periodo storico delle colonizzazioni e pare fosse il cibo degli schiavi che lavoravano nelle piantagioni, che realizzavano una zuppa di fagioli con gli scarti di maiale che ricevevano dai loro padroni. Oggi, nella cucina brasiliana, la fagiolata viene servita in terrine di coccio, accompagnate da riso in bianco e bacon.

Passando al Venezuela, uno dei piatti più rappresentativi è il Pabellon criollo o "carne alla creola", a base di carne bollita sfilacciata e saltata con verdure, riso bollito, fagioli neri e platano fritto. Il Pabellon si accompagna con le arepas, il pane venezuelano per eccellenza. In Colombia, la Bandeja paisa è fra i piatti nazionali ed è a base di carne macinata, salsiccia, costoletta di maiale,



a cura della redazione di  
**Carni Sostenibili**

[www.carnisostenibili.it](http://www.carnisostenibili.it)



fagioli, riso, uova, platano fritto e insalata. È servito per tradizione in piatti ovali chiamati bandejas, dai bordi rialzati, per fare in modo che si riesca a raccoglierne tutti gli ingredienti.

## I PIATTI DEL CENTRO E NORD AMERICA

In Costa Rica regna il Casado, preparato con riso bollito, fagioli rossi o neri aromatizzati con cipolla, aglio, sedano, peperone e coriandolo, carne – che può essere di manzo, maiale, pollo – o pesce, e della verdura cruda o cotta al vapore.

In Repubblica Dominicana spicca il Sancocho, una zuppa fatta con carne – di pollo, gallina, maiale, pesce, vacca, costoletta, cavallo, fegato, trippa, capra, tacchino, anatra – mais, carote, banane verdi, banane mature, patate dolci, manioca, patate, zucca, arracacia, spezie, legumi e verdure.

Negli Stati Uniti molto noto è il tacchino ripieno, farcito con un mix di pane, cipolla e salvia, ma anche castagne e salsicce con qualche sale aromatizzato, accompagnato da cipolline con panna, cavolini di Bruxelles o patate, con una particolare salsa preparata con il fondo di cottura dell'arrosto.

In Canada, un piatto tradizionale è la Gaspésie tourtière, una sorta di carne in crosta preparata con tre tipi di carne: manzo, vitello e maiale cotte per almeno sei ore

con cipolle, pepe, chiodi di garofano, cannella e timo, e poi infornata in una teglia con la pastafrolla.

## PRELIBATEZZE DAL CONTINENTE NERO

In Marocco è bene lasciarsi deliziare dalla Tid, un piatto a base di frittelle, pollo e una salsa di lenticchie, arricchito da spezie varie.

In Nigeria il piatto nazionale è il riso Jollof che si prepara con una base di riso, pomodoro e brodo, cotto con peperoni, curry, timo e alloro servito insieme a pollo e platani fritti.

In Sudafrica spicca il Bobotie, un pasticcio a base di carne macinata speziata con curry e una copertura a base di uova, mentre antiche ricette prevedevano l'aggiunta di zenzero, maggiorana e limone.

## SAPORI DALL'ORIENTE E DALL'OCEANIA

In Cina il pollo Kung pao è uno dei piatti più famosi. Si tratta di pollo tagliato a cubetti, marinato e saltato in padella con peperoncino, cetrioli e arachidi.

In India spicca il pollo Tandoori, marinato in una salsa di yogurt e spezie chiamata tandoori masala con coriandolo, cumino, aglio, cannella, cardamomo, pepe,

zenzero, chiodi di garofano e alloro, per poi cuocerlo nei particolari forni di argilla detti tandoor, da cui trae origine il nome.

In Indonesia c'è il Nasi goreng, riso bollito passato in padella con verdure, carne, pesce e uova.

In Mongolia il piatto nazionale è la Marmitta mongola, una sorta di minestra con brodo di carne di montone, patate, legumi ed erbe della steppa.

In Libano spicca il Kibbeh, ossia crocchette di carne d'agnello con cipolle e spezie.

In Iran il piatto nazionale è il Celo kebab, a base di riso cotto a vapore, zafferano, carne magra, uovo e sumac, bacca selvatica persiana.

Passando all'Australia, il polpettone è uno dei piatti più famosi e suo ingrediente principale è la carne macinata, che viene introdotta in una base a base di farina, burro e sale.

La lista di Paesi e ricette a base di carne reperibili in giro per il mondo ovviamente sarebbe troppo lunga, e ci limitiamo qui a pochissimi esempi. Certo è che la carne è da sempre importante in tutto il globo, e il suo valore (anche culturale) è immenso. E mentre c'è chi la vorrebbe eliminare, magari per sostituirla con improbabili prodotti artificiali, resta un fatto: Paese che vai, piatti succulenti a base di carne che trovi.



# ASSALZOO, UN 2023 POSITIVO: SALE LA PRODUZIONE, CRESCE L'OCCUPAZIONE

Contratto lavoratori e investimenti, due elementi di spinta per il futuro

/ A CURA DELLA REDAZIONE

**T**orna sopra la soglia delle quindici milioni di tonnellate la produzione mangimistica. Aumenta il volume degli occupati nel settore. Si riduce in maniera sostanziale il fatturato, soprattutto a seguito del forte rallentamento della dinamica inflazionistica, che ha permesso di ridurre le pressioni dei prezzi sulle materie prime agricole. È stato firmato un rinnovo contrattuale per i lavoratori e sono aumentati gli investimenti per l'ammodernamento del settore. I principali elementi del 2023 vedono la mangimistica italiana che, nonostante le contingenze, mostra uno stato di salute positivo. I dati sono stati presentati da Assalzo - Associazione nazionale tra i produttori di alimenti zootecnici, in occasione dell'Assemblea annuale tenutasi presso la Cantina Villa Franciacorta di Brescia.



milioni di tonnellate di mangimi prodotti. Dagli stabilimenti italiani sono uscite 15 milioni 357 mila tonnellate di alimenti per animali, con un'espansione del 2,6% rispetto al 2022.

All'aumento di produzione fa riscontro un calo sostanziale del fatturato, che resta tuttavia ben posizionato sopra i 10 miliardi di euro, pur evidenziando una contrazione di circa il 14% sull'anno precedente. Analizzando le singole voci, i mangimi hanno prodotto ricavi per 6 miliardi e 705 milioni di euro, le premiscele per 1,315 miliardi e il pet-food per 2,240 miliardi. Questa discesa del fatturato rappresenta in qualche modo un elemento di stabilizzazione conseguente alla discesa dell'inflazione nel corso dell'anno. Minori costi energetici e minori costi di approvvigionamento di materie prime hanno permesso una riduzione dei costi di produzione e quindi una migliore trasmissione nella catena del valore rispetto a tutto il settore zootecnico.

C'è in prima istanza da evidenziare una sostanziale diminuzione del costo delle materie prime. Nel 2023 si è assistito alla fine della bolla inflazionistica e a una riduzione di quasi il 25%. Questo trend è stato amplificato dalla riduzione anche dei prezzi energetici. Il riposizionamento verso il

basso delle due voci di costo principali per l'industria dei mangimi ha permesso alle aziende del settore di lavorare con una maggiore tranquillità gestionale che si è poi riversata sull'importante riduzione dei prezzi dei mangimi su tutta la filiera successiva. In un contesto di relativa tranquillità generale non va tuttavia dimenticato il persistere di un elemento di debolezza strutturale dell'agroalimentare italiano: la critica dipendenza dall'approvvigionamento di materie prime dall'estero. Questa situazione espone in ogni caso l'alimentare italiano ai rischi della speculazione e delle oscillazioni di mercato.

Va sottolineato che la produzione italiana soddisfa le esigenze del mercato interno. Le importazioni incidono infatti in modo

modesto rispetto alla produzione interna e sono compensate dalle esportazioni. I dati del commercio estero evidenziano, infatti, una sostanziale equivalenza dei volumi di mangimi in entrata e in uscita. Tuttavia, a pesare è il maggior valore dei prodotti importati che determina un disavanzo commerciale purtroppo in crescita ulteriore anche nel 2023. Per quanto riguarda gli occupati, si evidenzia, in primo luogo, una crescita. Nonostante le oscillazioni dei mercati, la mangimistica ha infatti evidenziato nell'ultimo anno un aumento delle unità impiegate dall'industria mangimistica. Un segnale incoraggiante che si lega - nella continua valorizzazione della forza lavoro del settore - al rinnovo del Contratto nazionale di lavoro. È stato firmato un primo accordo di rinnovo contrattuale, poi seguito all'inizio del 2024 dal rinnovo del contratto nazionale di categoria. Ciò ha determinato un aumento dell'impatto derivante dalle dinamiche salariali, che ha permesso ai lavoratori di recuperare i costi dell'inflazione. A questo si aggiunge la ripresa della spinta agli investimenti per un settore che ha davanti a sé un futuro sfidante in ottica di efficienza, sostenibilità ambientale e circolarità economica.

22 | “Si tratta”, afferma **Silvio Ferrari, Presidente Assalzo**, “di un anno tutto sommato positivo per il nostro settore. La produzione ha ripreso la spinta verso la crescita. Siamo riusciti a contrarre i costi di produzione, grazie anche alla conclusione della bolla energetica. Questo ci ha permesso di tenere i prezzi sotto controllo e di aiutare la ripresa dell'intera filiera zootecnica che dipende dai mangimi. Sono soddisfatto del fatto che, come settore, continuiamo a investire tanto sui lavoratori - nostra forza principale - con la firma del nuovo contratto di categoria, quanto sul nostro business, continuando a innovare per migliore efficienza e sostenibilità”.

## I NUMERI DEL SETTORE

Andando al confronto diretto con i numeri, nel 2023 è ripresa la spinta produttiva, rilevata negli anni precedenti e che aveva subito una brusca interruzione nel 2022. A testimoniare è il riposizionamento al di sopra della soglia delle 15

## PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI 2023 DELL'INDUSTRIA MANGIMISTICA ITALIANA

(Valori in euro correnti negli anni considerati)

Variabili	Unità di misura	2022	2023 (stime)
<b>Produzione</b>	000. di tonn.	14.967	<b>15.357</b>
<b>Fatturato totale</b>	Mio di Euro	11.917	<b>10.260</b>
di cui:			
- Mangimi	Mio di Euro	8.202	<b>6.705</b>
- Premiscele	Mio di Euro	1.405	<b>1.315</b>
- Pet-food	Mio di Euro	2.310	<b>2.240</b>
<b>Costi di produzione</b>	Var. %	+43%	<b>-24%</b>
<b>Costo del lavoro</b>	Var. %	+1,2%	<b>+2,6%</b>
<b>Investimenti fissi lordi</b>	Mio di Euro	80	<b>100</b>
<b>Utilizzo impianti</b>	In %	65%	<b>65%</b>
<b>Occupati</b>	Unità	8.300	<b>8.450</b>
<b>Commercio estero:</b>			
- Esportazioni	Mio di Euro	1.112	<b>1.163</b>
- Importazioni	Mio di Euro	1.288	<b>1.441</b>
- Saldo commerciale	Mio di Euro	-176	<b>-278</b>

Fonte: Assalzo

“Non posso non guardare con favore il giusto riconoscimento salariale ai lavoratori che sono la forza del settore e permettono di sviluppare una filiera economica tra le più importanti in Italia. Nel 2023 c'è stato un primo riconoscimento per gli addetti del settore, che è poi proseguito nel 2024 con il rinnovo del contratto nazionale. Si è trattato di un processo lungo, con alti e bassi, ma il risultato che ne è scaturito è di certo un elemento di positività e permette a tutti noi, lavoratori e imprenditori, di guardare con più fiducia al futuro. Mi fa poi piacere, osservando la dinamica degli investimenti, che i miei colleghi del settore continuano a investire nella mangimistica, migliorando costantemente il processo produttivo e la qualità del prodotto. Questa ricerca dell'eccellenza è sicuramente un tratto dell'alimentazione zootecnica tricolore che permette la produzione di quei prodotti alimentari unici al mondo e vero motore del nostro export alimentare”, ha concluso il Presidente.



# LA NDUIA DI FEDERICO II

/ PROF. EM. GIOVANNI BALLARINI

Università degli Studi di Parma

Siamo nel 26 dicembre del 1233 a San Germano, località più o meno identificabile con l'odierna Cassino come testimonia Riccardo di San Germano, uno dei più importanti cronisti del tempo, notaio di Federico II Ruggero di Hohenstaufen (1194-1250), duca di Svevia e imperatore del Sacro Romano Impero. È il giorno del suo quarantatreesimo compleanno e per questo anniversario l'imperatore ordina di organizzare magnifici festeggiamenti ai quali sono invitati più di cinquecento poveri, che potranno mangiare con grande abbondanza pane, vino e carni nella piazza pubblica. La cittadina si trasforma in un paese di cuccagna dove tutti bevono e mangiano a piacimento e abbiamo la possibilità di conoscere quale tipo di salumi, in particolare salsicce e induie sono tra le carni più gradite e perché ha ordinato di raccogliere e trascrivere le ricette.

**Magnifico Imperatore, si parla del suo interesse su gli alimenti, cucina e ricette dei paesi che lei visita con la sua corte. Quale ne è il motivo?**

Conoscendo anche quanto avviene nei paesi arabi, nel 1224 invio da Siracusa una *generalis lictera* con la quale sviluppare una Scuola Medica Salernitana per la quale



Federico II di Svevia

importante è la conoscenza della alimentazione e per questo ho ordinato di raccogliere documenti per compilare uno o più *Liber de Coquina*. In queste terre in cui ora mi trovo ho già visto che accanto a un'ampia varietà di usi delle carni si preparano ottime salsicce e altri insaccati denominati induie per cui ho ordinato di raccogliere la ricetta, fatto che ritengo unico per un cibo a torto ritenuto povero, ma che invece è di grande bontà.

**Magnifico Imperatore, giusto è quello che lei dice, confermato dal fatto che già per il prosciutto stagionato, i principi della corretta salagione sono stati descritti nel II secolo a.C. da Catone il Censore (234 a.C.-149 a.C.) nel suo trattato De Agricultura, ma delle salsicce denominate anche luganiche o lucaniche e soprattutto delle induie nessuno ha registrato la ricetta. Ma cosa sono queste induie e quali sono le ricette?**

Le rispondo subito dicendole che molte sono le varianti delle induie, ma tra le migliori che sono state registrate vi è la seguente che le leggo in latino e che poi le traduco nella lingua del popolo.

**De indulgiis** - *Ad faciendas indulgias accipe carnes costarum porci incisas, ita quod in quolibet frustro remaneat una costa, et pone in sulfugine de bono vino et semine feniculi et dimite stare per 4 dies. Postea accipe budellam amplam et mitas dictas carnes in illis quodlibet frustum in uno budello et ponas ad fumum.*

**Induie** - *Per fare le induie taglia le carni del costato del maiale in modo che ogni pezzo comprenda una sola costola e metti tutto in una marinata di buon vino e finocchietti. Lascia stare per quattro giorni; quindi, prendi del budello grosso e riempi con i pezzi di carne tagliati in modo da riempire ogni pezzo di budello con una sola costoletta e metti ad affumicare.*

**Magnifico Imperatore vedo che i suoi sottoposti hanno ben descritto le induie, ma perché sono così denominate?**

La ricetta che le ho detto è quella della migliore induia, ma ve ne sono altre nelle quali si usano altre parti del maiale: milza, stomaco, intestino, polmoni, esofago, cuore, trachea, parti molli della retrobocca e faringe, porzioni carnee della testa, muscoli pellicciai, linfonodi, grasso di varie regioni. Per quanto riguarda la denominazione questa deriva dall'antico latino *inductilia* e cioè cosa pronta per essere introdotta, da *inducere*, cioè da mangiare. Mi dicono che un termine analogo lo usino anche i Franchi e il termine *andoile* compare, prima del 1200, in un episodio del *Roman de Renart*, che pone in scena la volpe e l'astuto gatto Tybert (N.d.l. - Franchi, o oggi francesi, per *andouille* indicano un tipo di salsiccia francese).

**Ma allora le induie chi le ha inventate, gli Italiani o i Franchi?**

Non so come risponderle, ma i miei sapienti mi dicono che si tratta di un antico salume che ha le sue origini non solo romane, ma di tempi ancora più antichi, con molte varianti che riguardano soprattutto gli aromi. Nella ricetta che mi è stata consegnata vi sono i semi di finocchio selvatico (N.d.l. - Frutti o diachenii, impropriamente chiamati semi) che sono più o meno dolci, pepati o amari, a seconda della varietà, ma si usano anche altri aromatizzanti che variano da luogo a luogo e nel tempo. Non mi stupirei quindi che nel futuro si possano usare nuovi insaporenti, soprattutto se piccanti, arrivati da terre lontane a noi ancora ignote (N.d.l. - Come infatti avviene quando dalle Nuove Indie o Americhe arriva il peperoncino che ben alligna in Italia e che diviene una droga piccante molto economica e quindi di uso popolare. Da qui la Indugia calabrese denominata 'Nduia di Spilinga, divenuta la regina dei prodotti tipici calabresi, un salame preparato con un impasto di carne suina, peperoncino e sale, insaccato in un budello naturale, utilizzata in cucina per primi piatti o antipasti, sulla pizza e in altri svariati modi).

PER LA TUA PUBBLICITÀ SU  
L'INDUSTRIA DELLE CARNI E DEI SALUMI



Per informazioni  
info@quine.it





AROMI E INGREDIENTI ESCLUSIVI

# LASCIAMO PARLARE L'ECCELLENZA.

Fratelli Pagani S.p.A. pioniera delle soluzioni clean label nel campo dell'industria alimentare, da oltre 110 anni rende unica e riconoscibile l'esperienza sensoriale dei prodotti alimentari, in un processo di continua innovazione.



PRODOTTI SU MISURA  
— PER ELABORATI A BASE DI CARNE —



LE NOSTRE SOLUZIONI ESCLUSIVE



INGREDIENTI  
E MISCELE



SPEZIE ED ERBE  
SELEZIONATE



AROMI ED ESALTATORI  
DI GUSTO