

## IL FUTURO DELLE CARNI SUINE

**E**vento Packforum: tendenze, confezionamento e marketing delle carni suine

Lo scorso giugno 2009 si è tenuto a, Packforum® – il centro espositivo permanente per i clienti Sealed Air Cryovac – un evento sulla produzione, il confezionamento e il marketing delle carni suine. I 70 partecipanti, che rappresentavano 42 società di 21 paesi europei, hanno assistito a presentazioni sulle più recenti tecniche industriali e sulle più efficaci modalità di presentazione. Ampio spazio è stato dedicato all'innovativo sistema Cryovac Mirabella® e a PakFormance®, un software espressamente sviluppato per il controllo dei sistemi di automazione.

**Prospettive dell'industria delle carni suine**

I maggiori produttori europei di carni suine sono confrontati a forti pressioni della grande distribuzione, dei consumatori e degli importatori.

Christophe Lafougère, direttore della società di consulenza GIRA, ha aperto i lavori della prima giornata con una dettagliata relazione sui fattori positivi e



negativi che influenzeranno il settore nei prossimi anni.

I consumatori spendono sempre di più per il tempo libero, l'elettronica di consumo e generi voluttuari e sempre di meno per l'acquisto di cibi.

Il mercato globale delle carni suine, che già supera del 65% quello delle carni di manzo, continuerà ad espandersi rapidamente fino al 2015, anche se la maggior parte di questa crescita sarà imputabile alle esportazioni verso la Cina.

"L'attuale crisi economica e finanziaria influenza favorevolmente il mercato delle carni suine", ha evidenziato Christophe Lafougère. "Per far fronte alla diminuzione del potere d'acquisto, i consumatori preferiscono le carni suine ed avicole a quelle di manzo".

In ogni caso, dopo i risultati eccezionali del 2008, i produttori dovranno far fronte a un decremento del fatturato.

In generale, il consumo di carne tende a salire con l'aumento del

PIL/pro capite.

Nei paesi industrializzati, però, sono in corso campagne degli ambientalisti – e in alcuni casi perfino dei governi – che incoraggiano i consumatori a ridurre il consumo di

carne, tendenza che fa breccia soprattutto fra i giovani. La preferenza viene accordata a confezioni a valore aggiunto e ai prodotti di qualità ai danni del settore medio, vale a dire quello dei prodotti non differenziati. Contemporaneamente, assistiamo a un fenomeno di concentrazione dell'industria europea che, presto o tardi, si troverà confrontata alla concorrenza di altri paesi, in particolar modo del Brasile. Attualmente, le importazioni di carni suine dell'UE corrispondono soltanto allo 0,1% del mercato, ma questo dato è destinato a cambiare con la progressiva perdita di importanza degli argomenti sanitari che attualmente fungono da barriera commerciale. In futuro, l'industria delle carni suine dovrà offrire maggiore praticità, sicurezza e differenziazione, snellire la logistica e rivedere i prezzi di vendita, senza dimenticare la problematica della sostenibilità ambientale.

### Consumatori saltuari

Il bacon non è la regina delle carni. Richard Cullen, direttore Ricerca e Sviluppo dell'Istituto britannico per le carni suine (British Pig Executive, BPEX), ha presentato una relazione sul comportamento dei consumatori saltuari. "In Gran Bretagna, le carni suine sono considerate meno versatili di quelle avicole e non reggono il confronto con un buon taglio di manzo o di agnello. Sono viste come un'eredità del passato, un alimento poco attraente, difficile da cucinare e, in definitiva, troppo grasso. Per non parlare poi dell'aspetto poco appetibile delle carni crude. Questo atteggiamento è dovuto, in gran parte, al fatto che i consumatori non sanno veramente come cuocere le carni suine e conoscono un numero limitato di ricette". Questo scarso apprezzamento non si limita alla sola Gran Bretagna. Secondo l'Istituto Danese per la ricerca sulle carni "le ragazze e le donne in giovane età pensano che i maiali siano animali sporchi e grassi e che la loro carne sia dura". Lene Meinert, Project Manager dell'Istituto, spiega che quest'ultima lamentela è dovuta al fatto che i consumatori hanno la tendenza a cuocere le carni suine troppo a lungo e a temperature troppo elevate. L'industria alimentare dovrebbe fornire informazioni più dettagliate e spiegare che la cottura ideale avviene a 65°C - 68°C. Grazie a una serie di programmi di ibridazione, gli allevatori danesi sono riusciti a ridurre a meno del 2% la quantità di

grasso intramuscolare. Alcuni tagli sono più magri di quelli di pollo. E, d'altra parte, le carni con striature di grasso sono più succose. I consumatori apprezzano, infine, la presentazione e la tenerezza ottenute con un packaging di qualità.

In occasione di un'inchiesta condotta nella primavera 2007 in 880 nuclei famigliari, l'88% degli intervistati si dichiara soddisfatto della qualità delle carni mentre il 12-17% le trova grasse, poco succose dure o gommose.

Da questo punto di vista la recessione ha avuto un effetto positivo: i consumatori comperano una maggiore quantità di carni suine e sono costretti a imparare nuove ricette.

### La vera crescita viene dalla Cina

Come ha fatto rilevare Li Xin, General Business Manager di Sealed Air Asia, le carni suine sono la maggior fonte di proteine nei paesi asiatici. La Cina, in particolare, ha importato nel 2008 740 miliardi di tonnellate di carni suine.

E come spesso accade in Cina,

le abitudini alimentari stanno cambiando rapidamente: il mercato dei punti di vendita tradizionali, in auge fino a pochi anni fa, scenderà probabilmente a una quota di meno del 10% entro il 2016.

Nella regione, l'industria si trova tuttora confrontata a molte sfide quali l'abitudine dei "tagli freschi" (punti vendita tradizionali), barriere commerciali provinciali, sicurezza dei cibi e mini-interruzioni della catena del freddo.

### Case-Ready: un sistema pratico e redditizio

Le carni Case-Ready (quelle cioè che giungono nei supermercati in confezioni pronte alla vendita) offrono alla grande distribuzione europea un margine netto di guadagno del 22-23%, a fronte del 14-15% delle carni confezionate nei locali interni del supermercato. La diffusione del sistema Case-Ready per le carni suine ha raggiunto il 65% e il fatturato sta crescendo del 10% l'anno. Christophe Gottar, Marketing & Retail Director Europe di Cryovac Food Solutions, ha presentato i risultati di un'indagine condotta



agli inizi del 2007 in 140 punti vendita e 50 catene di 15 paesi europei. "Sulla base dei dati raccolti, possiamo affermare che la diffusione delle carni suine Case-Ready è raddoppiata nel giro di 8 anni".

Nonostante i grandi produttori internazionali si stiano accaparrando una crescente quota di mercato, la situazione cambia molto da un paese all'altro. Il confezionamento in atmosfera modificata domina praticamente ovunque, ma i processi sottovuoto sono più diffusi in Nord Europa.

In Norvegia, Finlandia, Polonia e Spagna due terzi delle confezioni Case-Ready sono vendute con marchi industriali mentre in Austria, Belgio e Svizzera le confezioni sono "no-brand" o vengono vendute con marchi proprietari. I colori delle confezioni e l'uso dell'esposizione verticale variano notevolmente da un paese all'altro.

**Basta con le operazioni nei locali interni: Metro Cash & Carry Ungheria sceglie il sistema Case-Ready**

Sempre più rappresentanti della grande distribuzione stanno optando per il sistema Case-Ready con l'obiettivo di incrementare i margini di guadagno e migliorare i criteri logistici. Laszlo Dicse, direttore del settore Ultra Fresh di Metro Cash & Carry Ungheria, ha spiegato come la sua società abbia implementato gradualmente, fra il 2006 e il 2009, una politica "zero operazioni nei locali interni del supermer-

cato".

La conservabilità dei tagli non confezionati era troppo ridotta per i criteri logistici di Metro Cash & Carry Ungheria e i costi del personale adibito al taglio nei locali interni troppo elevato. "Grazie al sistema Cryovac Darfresh®, raggiungiamo una conservabilità prolungata che è molto importante per i nostri clienti", ha spiegato Laszlo Dicse. "I consumatori, d'altra parte, cercano affidabilità, sicurezza e qualità e le confezioni Case-Ready esercitano un effetto rassicurante. La confezione assume inoltre la funzione di veicolo di informazioni grazie alla possibilità di stampa del film e il codice colori risulta gradito ai consumatori.

**Conservabilità: le carni suine negli Stati Uniti**

Esistono 5 metodi chiave per ottimizzare la conservabilità delle carni suine, ha spiegato John Brook, Direttore regionale Europa, Russia e Medio Oriente della Federazione americana

per l'esportazione delle carni (US Meat Export Federation).

"Mantenerle fredde, pulite, sottrarre l'ossigeno contenuto nella confezione evitando infiltrazioni successive e conservarle (nei punti vendita) in un ambiente contenente come minimo il 25% di anidride carbonica".

Gli Stati Uniti esportano un quarto delle carni suine prodotte nel paese; una conservabilità prolungata è quindi essenziale. Le mezzene vengono portate a una temperatura di -20°C per 45 - 60 minuti e successivamente mantenute a -1°C. Oltre ai trattamenti in acqua calda e alla rifilatura di superficie, l'industria USA pratica lavaggi con acidi organici e non che sono vietati dalle norme UE. Confezionati sottovuoto, i tagli di carne suina hanno una conservabilità di 28-50 giorni.

**Nuove ricette: lo spezzatino di maiale**

Perfino le più inveterate abitudini alimentari possono cambiare, come dimostra la storia di successo della società finlandese



Snellman. Per iniziativa del direttore marketing Peter Fagerholm, la società è riuscita ad imporre come prodotto di qualità lo spezzatino di maiale che, pur se consumato regolarmente dai finlandesi, veniva considerato, fino a poco tempo fa, un prodotto di infima qualità, poco sicuro e di origine dubbiosa. Facendo leva sul suo marchio e la sua credibilità, Snellman ha introdotto un'intera gamma di spezzatino di maiale in confezioni Cryovac® sottovuoto. Il lancio è stato accompagnato da una grande campagna promozionale e il fatturato di questi prodotti è salito del 35% generando un incremento del 10% del numero di clienti interessati.

### Allevamenti e ecologia: migliora la sostenibilità

Secondo la relazione annuale FAO del 2006, l'allevamento degli animali è responsabile del 18% delle emissioni di gas serra. Nonostante i maiali producano carne suina senz'osso con un output di 80-100 fette al minuto che vengono pre-posizionate per essere disposte nei vassoi. In abbinamento con una confezionatrice, questo sistema riduce da 4-6 a 2 il fabbisogno di operatori mentre gli scarti passano da 5-7% ad appena l'1%. L'assenza di manipolazioni riduce inoltre il rischio di contaminazione. Affettatrici di questo tipo sono disponibili anche per le carni con osso.

Gli insaccatori come il sistema Cryovac® ULMA FLOW-VAC® HFFS possono lavorare con prodotti di lunghezza variabile purché questi ultimi vengano disposti in sacchi della stessa larghezza. L'indicizzazione e la fusione automatiche permettono di collegare due nastri trasportatori a una sola macchina per sottovuoto. Garantendo un controllo globale del flusso produttivo, il software Sealed Air PakFormance® controlla e supervisiona ogni singola fase della produzione inviando messaggi d'errore sullo schermo dell'operatore, a un cellulare (SMS) o ad altri sistemi di comunicazione. In un sito integrato (allevamento e macellazione) nella Comunità di Stati indipendenti le migliorie dei processi automatici (ottenute principalmente con sistemi Sealed Air) porteranno la produzione da un milione di capi a tre milioni di capi entro il 2010. L'impianto si avvarrà di PakFormance® Visualization, PakFormance® Production and PakFormance® Advanced per controllare il funzionamento

dell'equipment e i processi, migliorare la produttività, gestire gli ordini, effettuare interventi di manutenzione a distanza, garantire la tracciabilità e redigere protocolli sulla funzionalità.

Packforum, una fucina di idee Packforum, il centro espositivo permanente per i clienti Sealed Air Cryovac® è stato aperto nel 2002 presso il Parc des Expositions, zona aeroporto Charles de Gaulle (Parigi). Oggi, Packforum è un vibrante microcosmo dell'industria alimentare e della grande distribuzione europea. Con una superficie di 2.300 m<sup>2</sup> il centro ospita tutta una gamma di attività: giornate di studio e eventi su tutti gli aspetti dei mercati alimentari europei, sessioni di training, dimostrazioni sul funzionamento di macchine e processi e visite a supermercati. Packforum è il luogo in cui produttori e distributori di Europa, Medio Oriente e Africa si incontrano per procedere a uno scambio di esperienze e scoprire gli ultimi sviluppi nel settore del packaging. 

