

## Da dove arrivano le bistecche e i canali di vendita

# Tutti i segreti della carne

CUNEO | “Mi dia qualche fettina da fare paillard”. “Vorrei un paio di buone bistecche”. Frasi rituali che si sentono ogni giorno nelle macellerie e nei supermercati. Quando si va a fare la spesa, l'acquisto della carne per molti è un rapporto totalmente fiduciario con chi sta dall'altra parte del banco. Ma le fettine e le bistecche, per stare ai tagli più popolari, che origine hanno? Da quali tipologie di animali provengono? Il Rapporto 2013 sul mercato della carne bovina, pubblicato da **Franco Angeli** con l'egida del ministero della Politiche agricole e dell'Associazione italiana allevatori, in oltre duecento pagine fitte di analisi, statistiche e numeri, fornisce risposte puntuali. Cominciamo dalla fase primaria, quella della produzione, suddivisa in tre principali fasce merceologiche.

La prima viene individuata nel vitello di razze da latte, cresciuto (prevalentemente con polvere di latte) sino a raggiungere un peso di circa 250 kg. Tale segmento - riferito soprattutto al territorio fra Lombardia e Veneto - ha interessato 805 mila capi, pari al 12 per cento della produzione.

La seconda categoria fa riferimento alle vacche di fine carriera, con un peso medio di 560-580 kg, ed è localizzata nelle regioni del Nord. Il dato quantitativo è di 507 mila capi, per un'offerta complessiva di carne del 15 per cento.

Il segmento più importante è rappresentato dal vitellone (2 milioni di capi, circa il 69 per cento di tutta la carne venduta in Italia). La quasi totalità degli animali avviati al macello è derivata da aziende nazionali (97 per cento) che hanno allevato per il 38 per cento capi di origi-

ne estera e per il 62 per cento capi di provenienza italiana. Per questi ultimi, solo una parte contenuta (28 per cento) arriva da aziende specializzate nella carne, mentre il maggior numero (72 per cento) proviene da allevamenti da latte.

Sul fronte della domanda, nel 2012 (anno preso in esame dal Rapporto 2013) si registra una diminuzione del consumo procapite del 4 per cento, sceso a 20,9 kg/anno, livello nettamente inferiore a quella registrato nel 2001 a seguito della crisi di “mucca pazza”.

E qui diventa interessante andare a scoprire il “come” i consumatori si approvvigionano. Globalmente, i tre canali predominanti della distribuzione al dettaglio risultano essere i supermercati (38,9 per cento), gli ipermercati (11,3 per cento) e le macellerie (37,9 per cento). Il resto si distribuisce fra i mer-

cati e vari punti di vendita diretta. Osserva il Rapporto: “Se l'incidenza dei tre canali è rimasta sostanzialmente stabile negli ultimi due anni, il trend di medio periodo è quello di un progressivo travaso di clienti tra le macellerie e i super-ipermercati”. Da notare che ancora nel 2000 le macellerie erano al primo posto. Ma la perdita della leadership non inficia la forza del canale tradizionale, che resta consistente. In particolare per la nostra carne di razza Piemontese il canale classico rappresenta una peculiarità legata all'alto livello qualitativo, per questa ragione la razza Fassone rappresenta una nicchia importante con un 5 per cento sull'intero comparto. In questo ambito il marchio carni+compral assume un significato rilevante con un 10 per cento di tutta la razza.

■ SP



■ Bovini di razza piemontese al pascolo sugli alpeggi

