

# Allevatori in crisi: il Covid cancella 1,7 miliardi di ricavi

## AGROINDUSTRIA

La concorrenza della carne tedesca e polacca abbassa i prezzi nella Gdo del 25%

I ristoranti chiusi fanno venire meno la fetta più ampia dei guadagni

Micaela Cappellini

Alberto Negri alleva vacche di razza Limousine a Valera Fratta, in provincia di Lodi. La sua è una carne biologica, che per fortuna ha continuato a vendere online ai clienti più affezionati. «Con i ristoranti chiusi - racconta - tutte le forniture più pregiate sono saltate. Così capita che, per non sprecarlo, utilizzo anche il filetto per fare il macinato». Peccato che il filetto costa 40 euro al chilo e il macinato solo 12.

Nell'anno del Covid non tutto il comparto alimentare in Italia ha tenuto. Il settore della carne bovina, per esempio, si è ritrovato al centro di una tempesta perfetta. Da un lato c'è la chiusura dei ristoranti, che da sempre acquistano i tagli più pregiati: «Il 75% del mio guadagno su una mucca lo ricavo dal quarto posteriore - racconta Negri - ma filetti, roastbeef, fiorentine e magatelli si mangiano soprattutto al ristorante». Dall'altro lato, c'è l'arrivo massiccio nei supermercati di carne nordeuropea, soprattutto tedesca, irlandese e polacca, assai competitiva sul prezzo: «Si tratta di tagli originariamente destinati ai mercati nordafricani e a quello turco - spiega Giorgio Apostoli, responsabile Zootecnica della Coldiretti - ora però questi mer-

cati sono chiusi, così questa carne si ferma da noi e ci fa una concorrenza fuori misura, perché costa il 20-25% in meno di quella prodotta in Italia».

A fare le spese di questa tempesta perfetta è soprattutto la razza piemontese, che tra quelle autoctone è la più allevata in Italia. «Qui rischiamo di non portare a casa nemmeno i costi», racconta Andrea Rabino, che nell'Astigiano ha una stalla con 200 capi di piemontese. «Fino a un anno fa vendevo le vacche a 4,20 euro al chilo a peso vivo, oggi le vendo a 3,50 euro. Su 700 chili di animale, fanno quasi 500 euro di incasso in meno».

## CONSORZI AGRARI

### Crescono le adesioni al progetto Cai

Anche i consorzi di Treviso e Belluno, Friuli-Venezia Giulia, Nord Ovest (Piemonte e Liguria) e Umbria aderiranno al progetto Cai - Consorzi agrari d'Italia. I rispettivi consigli di amministrazione hanno infatti avviato le procedure di valutazione del patrimonio al fine di verificare la sussistenza delle condizioni economiche per l'adesione.

Ad oggi, le compagini delle società Cai Spa e Cai Real Estate integrate per la componente consortile dai consorzi sono i consorzi agrario dell'Emilia, dell'Adriatico, del Tirreno e del Centro-Sud

Mettiamoci anche l'aumento dei prezzi dei mangimi, e in particolare della soia: «Non è difficile immaginare che parecchi allevatori oggi lavorano sotto i costi di produzione», sostiene Apostoli. Tra crollo dei prezzi e chiusura dei ristoranti, la Coldiretti stima che sino ad oggi l'emergenza Covid è costata alle stalle italiane ben 1,7 miliardi di euro.

«Comesettore, paghiamo al Covid un prezzo più alto di quello del vino», sostiene Luigi Scordamaglia, presidente di Assocarni e consigliere delegato della fondazione Filiera Italia. «Separiamo di bovini - prosegue - in Italia registriamo un crollo della produzione del 15% e una perdita netta di 130-140 euro per ogni vitello allevato». E non è solo il calo di guadagno, a preoccupare, ma anche la mancata copertura dei costi: «Allevare in Italia costa di più - dice Scordamaglia - per i mangimi made in Italy e per i protocolli di benessere animale. Un chilo di carne prodotta in Italia genera solo un quinto della CO2 emessa per lo stesso chilo di carne allevata in America. Solo che ora ho un mercato che non paga più questi costi».

Imprese e allevatori chiedono un intervento strutturato del governo. Il vecchio decreto Ristori prevedeva un premio - qualche decina di euro - per ogni animale portato al macello, ma solo per i mesi di maggio e giugno. «La crisi dura da più di dieci mesi, non due mesi soltanto - dice Scordamaglia - serve riattivare questo canale, e serve anche far arrivare i soldi già attribuiti: i sistemi di pagamento sono in alto mare, l'Agea non riesce a star dietro ai flussi. In Italia gli allevatori sono 120mila e qualcuno ha già chiuso. Ma se una stalla chiude, non riapre mai più».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## VEICOLI COMMERCIALI ECO FRIENDLY



### Nasce il nuovo Porter di Piaggio per la logistica urbana

Il Gruppo Piaggio ha presentato ieri, nel corso di un evento online, la nuova gamma di veicoli commerciali leggeri a quattro ruote: il nuovo Porter NP6, primo city truck, in grado di unire dimensioni compatte a una portata straordinaria, con motorizzazioni

esclusivamente eco-friendly. La nuova gamma di Porter NP6 è prodotta negli stabilimenti italiani di Pontedera (Pisa) del Gruppo Piaggio. Il veicolo è stato progettato in base alle nuove esigenze di mobilità urbana e trasporto della merce.

## SOSTENIBILITÀ

# Patto di filiera contro lo spreco alimentare

L'app Too Good To Go lancia un'alleanza: pronte Danone, Unilever, Nestlé

Alessia Maccaferri

Un'alleanza virtuosa tra aziende, supermercati e consumatori contro lo spreco alimentare. È la proposta di Too Good To Go. «L'obiettivo del patto è creare una rete di attori che si impegnano sia a informare e sensibilizzare su una problematica sempre più importante, sia a compiere azioni concrete per avere un impatto», spiega Eugenio Sapor, country manager Italia della startup danese che lancerà l'iniziativa il 5 febbraio per la Giornata nazionale di prevenzione contro lo spreco alimentare.

Al patto sono invitati a prendere parte enti, aziende e supermercati con l'intento di limitare gli sprechi a tutti i livelli della filiera agroalimenta-

re e portare il tema al centro del dibattito pubblico e dell'agenda politica. A rispondere alla chiamata dell'azienda - che nelle scorse settimane ha chiuso un primo round da 31 milioni di dollari - sono Birra Peroni, Carrefour, Chi è il padrone? La Marca del consumatore, Cirfood, Danone, Fruttage, Granarolo, Gruppo Montenegro, Gruppo VEGÉ, Ikea, Kraft-Heinz, Mare Aperto, Naturasi, Nestlé, Raschini Salumi, Salumi Pasini, Unilever, Wami.

L'Etichetta Consapevole inviterà gli italiani a verificare se i prodotti siano ancora consumabili dopo la data minima di conservazione grazie alla presenza di una frase distintiva "Spesso buono oltre" e a una serie di pittogrammi che consiglieranno di "osservare, annusare, assaggiare".

Le aziende sono invitate ad attivarsi per comunicare il proprio impegno e sensibilizzare dipendenti e consumatori finali. E a intervenire con azioni per migliorare il welfare interno, ad esempio, abbattendo gli

sprechi della mensa aziendale con la creazione, attraverso l'app di Too Good To Go, di un hidden store con i prodotti invenduti dedicato in esclusiva ai dipendenti.

Inoltre Too Good To Go supporta le catene di supermercati nel monitoraggio degli sprechi in store e in iniziative come, per esempio, la promozione nei punti vendita di scaffali o sezioni speciali dedicate a prodotti che hanno superato il Tmc (termine minimo di conservazione).

Infine, le aziende che sottoscrivono il punto del Patto relativo alla «Fabbrica contro lo spreco» si impegnano a monitorare la catena di pro-

duzione e a limitarne gli sprechi: i prodotti che rimangono in giacenza in magazzino e che non hanno altra possibilità di essere utilizzati saranno poi distribuiti ai cittadini attraverso delle Magic Box XL acquistabili a un prezzo scontato sempre tramite l'app. Le operazioni - che prenderanno il via entro giugno - vedranno la partecipazione di Croce Rossa Italiana, a cui saranno destinate parte delle risorse alimentari. Al patto ha aderito anche Altroconsumo.

Lanciata sei anni fa, l'app è presente in 15 Paesi (tra Europa e Stati Uniti) e permette a bar, ristoranti, forni, pasticcerie, supermercati e hotel di recuperare e vendere online - a prezzi ribassati - il cibo invenduto "troppo buono per essere buttato" grazie a scatole con prodotti e piatti freschi che non possono essere rimessi in vendita. Ha oltre 30 milioni di utenti di cui più di 2 in Italia, dove sono stati salvati 1,6 milioni di pasti.

EUGENIO SAPORA Country manager Italia della startup danese Too Good to go



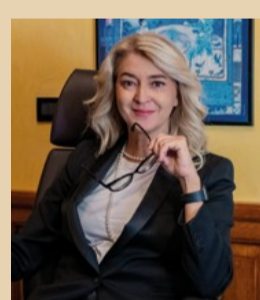
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## INFORMAZIONE PROMOZIONALE

### CUNEO - Territorio economico d'eccellenza per professionalità e coraggio d'impresa

#### ALBA Capitale della Cultura d'Impresa 2021

La città di Alba è stata insignita da Confindustria del titolo di "Capitale della Cultura d'Impresa" per il 2021. Per dare risalto al tessuto produttivo e culturale del territorio, Confindustria Cuneo proporrà una serie di manifestazioni con ospiti di caratura internazionale, in una struttura prestigiosa, nel centro storico della città. Insieme agli eventi che animeranno la Capitale della Cultura d'Impresa dal mese di maggio fino alla fine del 2021, è in lavorazione anche un docufilm prodotto da Confindustria Cuneo e Fondazione "Radici" che sarà presentato ai Festival del Cinema di Cannes e Venezia. Commenta **Giuliana Cirio**, Direttore generale di Confindustria Cuneo: "Questo titolo ci rende particolarmente orgogliosi, perché lo abbiamo conquistato vincendo la concorrenza di altre città molto più blasonate dal punto di vista industriale. Il programma degli eventi sarà ufficiale nelle prossime settimane. Invitiamo i lettori del Sole 24 Ore a seguire sul sito di Confindustria Cuneo gli aggiornamenti. Condivideremo i valori della cultura d'impresa e sarà un'occasione unica per conoscere il miracolo di Alba, dalla Malora all'Unesco".



Confindustria Cuneo. Giuliana Cirio, Direttore Generale

#### ALUSIC e SICOMAT ai vertici di mercato per componenti in alluminio e distribuzione fluidi

Fondate da **Carlo Denegri** nel 1985, realtà tutte cuneesi ma presenti in tutto il mondo, Alusic e Sicomat, leader nei loro settori, sono ancora oggi guidate dalla famiglia Denegri.

Alusic è leader nel settore dei componenti e sistemi per automazione industriale facendo dell'alluminio il suo punto forte, Sicomat è leader nella distribuzione fluidi eccellendo nell'aria compressa. Conosciute per l'eccellenza del loro Made in Italy e la vasta gamma di prodotti sempre disponibili a magazzino, in quest'ultimo periodo in cui il Covid ha influenzato negativamente l'economia mondiale, si sono distinte per gli investimenti migliorando ulteriormente magazzini e produzione e ponendo sempre al centro il servizio al cliente, perché oggi la qualità non è sufficiente: il tempo è la chiave di tutto, filosofia dei titani del web da cui prendono l'ambizione. - [www.alusic.com](http://www.alusic.com) - [www.sicomat.com](http://www.sicomat.com)



#### ANNIBALE VITERIE, un leader mondiale nella viteria e bulloneria stampata a freddo

Fondata nel 1955 da **Virginio Annibale** come piccolo produttore, negli anni **Annibale Viterie** si specializza nella produzione di viteria e componenti speciali stampati a freddo che equipaggiano automobili, veicoli industriali, biciclette, serramenti e una moltitudine di altri settori. Con forte propensione all'export, il Gruppo, attualmente guidato da **Domenico Annibale**, esporta i suoi prodotti in oltre 20 paesi nel mondo, dalla Cina all'Iran, alla Turchia, all'Europa. All'interno dello stabilimento principale di Racconigi il flusso è completamente verticalizzato, dall'arrivo della materia prima al confezionamento del prodotto finito.



Annibale Viterie. Domenico Annibale, CEO

Negli anni il Gruppo si è sviluppato e oggi **Annibale Holding Finanziaria** detiene: **Annibale Viterie Spa**, **Euro Componenti Srl**, **Sima Immobiliare Srl** e **Annibale Impianti Srl**. Nel 2020 ha chiuso con una lieve riduzione del fatturato, ma già dal secondo semestre i livelli produttivi sono tornati a regime e inizia il 2021

con segno positivo portando da 15 a 17 i turni settimanali. [www.annibalegruppo.com](http://www.annibalegruppo.com)

#### Autoconcessionarie AZZURRA: il Cliente prima di tutto

Realtà unica nel suo genere, **Azzurra** è il suo gruppo di concessionarie federate affrontano la crisi in controtendenza rispetto alla concorrenza, continuando a investire per ampliare la rete distributiva.

L'Amministratore **Matteo Rivoira** afferma: "Abbiamo continuato a credere nel nostro modello di impresa focalizzato sui Clienti in termini di convenienza, assistenza e servizi".

Nata 25 anni fa a Mondovì come singola concessionaria Ford, ora il gruppo si compone di più concessionarie ufficiali che comprendono i marchi Ford, Fiat, Jeep, Alfa Romeo, Lancia, Abarth, Renault, Dacia, Volvo. I saloni sono diventati 11, portando la rete distributiva di veicoli usati e chilometri zero anche in Liguria.

L'ultima nata a ottobre 2020 è la prestigiosa **AzzurraStore** di Torino. **Corrado Rivoira** patron del gruppo dichiara: "Il post vendita e l'accessibilità all'utilizzo di vetture e veicoli commer-



ciali sono il nostro primo impegno nel servizio al Cliente. Una filosofia che ci è stata riconosciuta dal mercato e che ci ha premiati. "People First" è stata la nostra filosofia e continuerà ad esserlo per gli anni a venire". - [www.azzurra.cn.it](http://www.azzurra.cn.it)

#### AMlab progetta spazi unici e distintivi per far vivere piacevoli esperienze di acquisto

Dal 2005 **AMlab** è punto di riferimento nella progettazione e consulenza in ambito Retail. "Attraverso lo studio del settore farmacia, abbiamo sviluppato progetti che offrono al consumatore un'esperienza completa" - afferma il GM **Salvatore Maligno** - i cambiamenti di acquisto verso il digitale impongono nuove strategie di comunicazione, senza trascurare l'importanza della vendita fisica".

Due importanti progetti evidenziano la capacità di creare innovativi spazi di vendita in linea con le tendenze di mercato: il network **Linfa Farmacie** sceglie AMlab per rappresentare la visione della farmacia del futuro, luogo inedito dove proporre differenti dinamiche di acquisto e per la prestigiosa catena di farmacie **Hippocrates**,



crea un distintivo **flagship store** che restituisce unicità e autenticità al brand **Lafarmacia**, per far vivere alle persone la farmacia come punto di riferimento per la salute a 360". [www.am-lab.it](http://www.am-lab.it)

#### SAN CARLO L'importanza di trasformare i rifiuti in risorsa

Nata negli anni '70, **San Carlo Srl** raggiunge il suo apice nel 2011 con l'avvio del digestore anaerobico.

La PMI di Fossano trasforma l'umido della raccolta differenziata in energia elettrica "green" fornendo il fabbisogno energetico a oltre 2800 abitazioni. Poi attraverso la linea di compostaggio omaggia gli agricoltori del cuneese di compost di qualità.



I continui progetti di ricerca portano la famiglia saluzzese titolare della San Carlo ad orientare la propria visione verso il futuro del nostro Pianeta con nuovi metodi di valorizzazione delle energie rinnovabili. "Nei prossimi mesi vorremmo concretizzare i nostri progetti" - spiegano i coniugi **Pagliano** - in questo

#### BARBERA BILANCE strumenti di pesatura statici e dinamici, verifiche ispettive

Da oltre 80 anni **Barbera Bilance** è tra i leader del Nord Italia nella commercializzazione, installazione e assistenza tecnica su strumenti di pesatura statici e dinamici con particolare attenzione al mondo dell'industria e negozi al dettaglio. Nel 2000 ha ottenuto la certificazione per il sistema di gestione della qualità UNI EN ISO 9001:2015, nel 2017 l'accreditamento come laboratorio fiscale (AMF) e nel 2019 ha raggiunto un traguardo determinante per il proprio futuro con la Certificazione ACCREDIA in conformità alla norma UNI CEI EN ISO/IEC 17020, continuando ad eseguire l'attività di verifica periodica come ORGANISMO DI ISPEZIONE BB CN 309 su strumenti di pesatura statici e dinamici. Competenza e continuo aggiornamento del



Barbera Bilance. Il Team

personale consentono ogni giorno di offrire soluzioni mirate rispondendo in maniera efficace e tempestiva alle esigenze della clientela. [www.barberabilance.it](http://www.barberabilance.it)

#### BAGGI-LUX la "sartoria" dei lucernari in PC e vetroresina, evacuatori naturali di fumo e calore

Fondata negli anni '60 dai Flli **Baggi** e oggi parte di un importante Gruppo Industriale, **Baggi-Lux srl** esporta anche in Europa e Medio Oriente. Produce lucernari in polycarbonato (PC), PC alveolare, PMMA e vetroresina a parete singola, doppia e con velari, dispositivi di apertura manuali, elettrici, a passo uomo e tutte le basi di appoggio per ogni tipo di copertura. Realizza lucernari tubolari che garantiscono notevole risparmio energetico con, unico in Italia, inseguitore solare. Il fiore all'occhiello sono gli evacuatori di fumo e calore pneumatici, elettrici, orizzontali/verticali a norma EN 12101-2. Vera e propria "sartoria dei lucernari" realizza ogni prodotto secondo le specifiche richieste del cliente, distinguendosi per preventivi rapidi e servizio post vendita. Investe in R&S, ricercando nuovi mercati e consolidando la leadership di settore. - [www.baggi-lux.com](http://www.baggi-lux.com)

