

## **IL RUOLO DEL CONSORZIO CCBI NELLO SVILUPPO DELLA FILIERA DELLA CARNE DI QUALITÀ DEI BOVINI DELLE RAZZE ITALIANE**

**Francesco Fedeli**

*Presidente CCBI- Consorzio Produttori Carne Bovina Pregiata delle Razze Italiane -  
Via Visciolosa, 06070 – S. Martino in Colle - Perugia- Italia*

Oggi, che siamo riuniti a celebrare queste cinque razze meravigliose, consentitemi di esprimere il mio più sincero e profondo ringraziamento a tutti gli allevatori, agli ostinati amanti di queste razze che hanno perseverato anche negli anni più bui la loro azione di allevamento, selezione e salvaguardia di un patrimonio genetico unico. Senza la loro opera oggi non saremmo qui, non ce ne sarebbe motivo. Fortunatamente la loro perseveranza è stata ricompensata. Molte cose nuove sono accadute negli ultimi anni. Molto abbiamo costruito con tenacia, pazienza e passione. In questo è doveroso ricordare e ringraziare le Istituzioni che ci hanno dato fiducia e ci hanno sostenuto anche finanziariamente nel realizzare ed avviare i percorsi di identificazione e qualificazione dei nostri prodotti.

### **IL CCBI – CONSORZIO PRODUTTORI CARNE BOVINA PREGIATA DELLE RAZZE ITALIANE**

Il Consorzio CCBI, che rappresento, nasce nel 1982 per volontà di un gruppo lungimirante di allevatori, con lo scopo di tutelare e promuovere la carne delle razze bovine italiane: Chianina, Marchigiana, Romagnola, Maremmana e Podolica.

Il consorzio nel 1984 si dota di un Marchio, il “5R”, approvato dal Ministero dell’Agricoltura, che garantisce la qualità della carne e consente la tracciabilità del singolo capo dal produttore al consumatore, con circa 15 anni di anticipo rispetto alle normative europee.

Nel 1993 il CCBI richiede, ai sensi del Reg CE 2081/92 il riconoscimento dell’IGP Vitellone Bianco dell’Appennino Centrale, come ente promotore, riconoscimento ottenuto nel 1998, e provvede poi alla sua attivazione sino alla nascita del Consorzio di Tutela.

Nel 1999, ai sensi del Reg CE 820/97 (poi 1760 e 1825/2000) richiede ed ottiene dal Ministero il riconoscimento del sistema di tracciabilità e di etichettatura (IT003ET) per le carni delle nostre razze, prodotte in Italia, subito attivato.

Dal 1999 Il Consorzio avvia un ampio programma di azioni volte all’autocontrollo, alla promozione e alla divulgazione dell’IGP e del proprio sistema di etichettatura. Azioni che fanno crescere negli allevatori la consapevolezza di trattare un prodotto pregiato e particolare e che tendono a migliorare l’uniformità delle produzioni nei diversi allevamenti, aspetto su cui stiamo ancora operando.

Si è potenziata l’informazione ai consumatori per offrire una più precisa conoscenza delle caratteristiche della carne che produciamo e delle garanzie ed informazioni che possiamo dare loro. Con questo spirito viene realizzata l’attività di autocontrollo, con verifiche negli allevamenti, nei mattatoi ed al momento della vendita. Aumenta in modo vertiginoso la partecipazione a fiere, convegni, eventi vari in cui sono presentati sia il Vitellone Bianco dell’Appennino Centrale che il sistema di etichettatura.

In parallelo si crea una coscienza sulla necessità di organizzare la filiera della carne bovina delle razze italiane, in modo da rendere maggiori servizi agli allevatori, ma anche alla distribuzione. Nasce così il servizio di raccordo tra offerta e domanda, si stipulano i primi accordi quadro con la distribuzione per garantire agli allevatori un giusto prezzo e alla distribuzione la costanza dell’offerta. Nel 2000 la grande distribuzione avvia quindi la commercializzazione della carne delle nostre razze, riuscendo a superare la frammentarietà degli allevamenti e la conseguente difficoltà di reperimento di questa tipologia di carne.

Negli ultimi due anni è stato organizzato il servizio di commercializzazione, che consente di disporre in modo ancora più organico del prodotto e di valorizzarlo al meglio in funzione delle specifiche richieste di mercato.

Sicuramente possiamo ritenerci soddisfatti dei risultati che abbiamo raggiunto in pochi anni, ma il nostro cammino non è ancora concluso, infatti stiamo affrontando due aspetti strategici. Il primo riguarda il sezionamento e la lavorazione delle carni, per cui ci dovremmo dotare di un sistema articolato sul territorio in grado di effettuare nella migliore maniera e con i migliori risultati lo spolpo delle mezzene e la lavorazione, almeno in sottovuoto ma prevediamo anche in atmosfera modificata, dei tagli. Senza commettere errori, perché, in un mercato di qualità totale, ogni errore può costare molto.

Il secondo riguarda la comunicazione e l'informazione. E sull'informazione ai consumatori il Consorzio ha puntato molto, sviluppando una serie di pubblicazioni che hanno fatto conoscere alla gente il mondo della produzione, le nostre razze, i sistemi di allevamento; ma ha anche maturato una sensibilità sempre più vicina a quella dei consumatori, e condiviso la necessità di far conoscere meglio e di più i corretti sistemi di impiego della carne per non rovinarne le eccellenti caratteristiche, creando i "Quaderni della Carne" e sviluppando collaborazioni con le più alte professionalità del mondo gastronomico nazionale, per riuscire a valorizzare sempre meglio le carni delle nostre razze.

Essi sono essenziali per poter raggiungere quelle fasce del mercato che richiedono solo alcuni tagli delle carcasse e non le mezzene intere o i quarti. Mi riferisco in particolare al catering ed alla ristorazione; infatti il mercato che ancora può offrire spazi di crescita come prezzi è quello dell'alta ristorazione e delle macellerie specializzate.

Il completamento di questi due tasselli ci permetterà di arrivare in modo assai più diffuso e mirato ai consumatori e di raggiungere ulteriori fasce di mercato con il nostro prodotto, offrendo a tutti la garanzia del Consorzio e degli allevatori italiani che rappresenta.

In effetti la crescente popolarità delle nostre razze, in primis della Chianina, sta facendo risvegliare in molti ambiti interessi commerciali che non sempre rispondono ai criteri di serietà, trasparenza e neppure alla tutela e valorizzazione delle produzioni tipiche nazionali. Ecco perché il Consorzio ritiene necessario proseguire e sviluppare la propria azione commerciale, per garantire alla filiera della carne bovina pregiata delle razze italiane un giusto e corretto sbocco commerciale e ai consumatori la difesa della genuinità e della trasparenza delle produzioni.

Possiamo dunque essere soddisfatti del cammino percorso per le tre razze Chianina, Marchigiana e Romagnola: avendo imboccato la strada giusta e ora la strada ci appare non più in salita; per Maremmana e Podolica molto resta ancora da fare, anche se le esperienze maturate sino ad oggi ci consentono di individuare e tracciare i percorsi con più immediatezza.

Il lavoro compiuto ci ha portato al risultato più importante: restituire agli allevatori un ruolo centrale nella produzione e nella valorizzazione e nella commercializzazione della nostra carne pregiata. E abbiamo potuto rendere piena dignità alla professione di allevatore: **oggi infatti gli allevatori sono un bene prezioso sempre più raro in questa realtà produttiva.**

## **THE ROLE OF THE CCBI CONSORTIUM IN DEVELOPING THE SUPPLY CHAIN OF QUALITY MEAT OF THE ITALIAN BEEF BREEDS**

**Francesco Fedeli**

Today, as we are gathered together to sing the praises of these five marvellous breeds, allow me to express my sincere and deepest gratitude to all of the farmers, to the die-hard lovers of these breeds that have persevered in the work of rearing, selecting and safeguarding this unique genetic patrimony, even in the darkest years. Without their work, we would not be here today - there would not be any reason. Fortunately, their perseverance has paid off. Many new things have happened in recent years and much has been built through their tenacity, patience and passion.

In all of this we must remember and thank the Institutions that have put their trust in us and supported us, also financially, in planning and initiating the ways for identifying and distinguishing our products.

### **THE CCBI - CONSORTIUM OF PRODUCERS OF PRIZED BEEF MEAT OF THE ITALIAN BREEDS**

The CCBI Consortium, that I represent, was founded in 1982 by a group of far-sighted farmers, with the aim of protecting and promoting the Italian beef cattle breeds: Chianina, Marchigiana, Romagnola, Maremmana and Podolica.

In 1984, the consortium received the “5R” label approved by the Ministry of Agriculture. It guarantees the quality of the meat and makes it possible to trace each individual head from the producer to the consumer – this was about 15 years ahead of the European norms.

In 1993, under the EC Reg 2081/92, the CCBI, acting as the promoting agency, requested the recognition of the PGI Vitellone Bianco dell’Appennino Centrale; this recognition was obtained in 1998, and CCBI settled up GPI activation until the founding of the Consortium of Protection.

In 1999, in view of EC Reg 820/97 (later EC 1760 and EC 1825/2000), the CCBI requested and obtained the recognition of the system of traceability and labeling (IT003ET) for the meat of our breeds, produced in Italy from the Ministry; it was obtained and immediately activated.

Since 1999, the Consortium has had an ample program of activities aimed at self-control, promotion and extension of PGI and of its own system of labeling. These activities have helped the producers increase their consciousness about how to treat a prized and special product and have helped to improve the uniformity of production on the different farms, an aspect that we are still working on.

The consumer information has been developed to provide a more precise understanding of the characteristics of the meat that we produce and about the guarantees that we are able to give them. The activity of self controls is carried out in this spirit with inspections of the farms, the slaughterhouses and the meat at the time of sale. There has been an exponential increase in participation in fairs, congresses and various events in which the “Vitellone Bianco dell’Appennino Centrale”, as well as the labeling system, are presented.

At the same time, there is an awareness of the need to organize the supply chain of the beef cattle of the Italian breeds, in order to provide more services to the producers and to the distributors.

In this way, the connected service between supply and demand was begun and the first agreements were made with the distributors in which the producers were guaranteed a just price and the distributors were guaranteed a constant supply. In 2000 the large distributors began marketing the meat of our breeds, having overcome the fragmentary nature of the farms and the consequent difficulty of finding this type of beef.

In the last two years, a marketing service has been organized that allows the product to be presented in an even more organic way and promotes it at its best, in function of the specific market demands.

We are certainly satisfied with the results that have been obtained in just a few years, but we still have a way to go. In fact, we are now tackling two strategic aspects: the first regards the cutting up and trimming of the meat. We need to provide an articulated system in the territory that can carry out in the best way and with the best results the cutting up of the halves, and trimming of the cuts, at least under vacuum packing but also under modified atmosphere. We must do this without making mistakes because in a market of total quality, each mistake can be very costly.

The second regards communication and information. The Consortium has focused a lot of attention on the consumers, developing a series of publications that have helped the people know about the world of production, our breeds and the rearing systems. CCBI has also become more sensitive to the consumers and shares the need to know more about the correct ways to use the meat so as not to ruin its excellent characteristics: in order to this CCBI realized “I Quaderni della Carne” - “Beef Notebooks” and developed collaboration with the best professionals in the national gastronomic world, in order to make the most of the meat of our breeds.

These are essential for reaching those market levels that require only some cuts of the carcass and not the entire half or quarters. In particular, I am referring to catering services and restaurants; in fact, the market that still offers some space for growth (in price) is that of the high class restaurants and specialized butcher shops.

The completion of these two aspects will allow us to reach the consumers in a broader and more focused way and to enter other market levels by offering everyone the guarantee of the Consortium and of the Italian farmers that it represents.

In effect, the growing popularity of our breeds, in first place Chianina, is arousing interest in many areas of commercial interest that do not always respond to the criteria of seriousness and transparency, much less protection and promotion of the typical national products. This is why the Consortium believes that it is necessary to carry out and develop its own business in order to guarantee a just and fair market opening for the supply line of prized beef of the Italian breeds, and to defend the genuineness and transparency of the product for the consumers.

We can therefore be satisfied with the pathway that has been taken for the three breeds, Chianina, Marchigiana and Romagnola. We started out on the right road and now the road no longer appears to be all uphill. However, there is still a lot to be done for the Maremmana and Podolica, even though the experience gained so far has allowed us to identify and project the pathways with greater immediacy.

The work that has been carried out to date has given us very important results. A key role in the production, promotion and marketing of our prized beef has been returned to the farmers and we have been able to restore full dignity to the profession of the farmer. **Today, in fact, farmers are becoming ever more precious and rare in this productive reality.**