

CARTA DEI SERVIZI PER LA VALORIZZAZIONE DELLA CARNE DI RAZZA CHIANINA IN UMBRIA.

Papa P.

*Dirigente Responsabile del Servizio Qualificazione Produzioni Animali
Regione Umbria.*

RIASSUNTO – In Italia, a causa della frammentazione, delle ridotte dimensioni aziendali e della scarsa produttività dei pascoli appenninici, nel corso degli anni, sono stati raggiunti alti costi di produzione per la carne bovina. Da qui la necessità di creare una nicchia di mercato per valorizzare le carni bianche dell'Appennino Centrale, contraddistinte da genuinità, salubrità e sicurezza nei confronti del consumatore. La salubrità di queste carni è dovuta oltre all'alimentazione, sottoposta a rigorosi controlli, anche al patrimonio genetico; queste razze, infatti, presentano elevate potenzialità di accrescimento, ottenendo così soggetti maturi a giovane età, con conseguente ridotto contenuto di grasso e colesterolo. Per poter sfruttare al meglio le qualità delle carni bianche è nata una "Carta dei servizi per la valorizzazione della carne di razza Chianina" dove si fissano le regole per il rispetto di alcuni parametri quali la frollatura, la cottura, il servizio in tavola.

PAROLE CHIAVE: Chianina, Marchigiana, Romagnola, Vacca, Efficienza Riproduttiva.

Situazione e prospettive di mercato della carne

L'abbattimento del costo di alcuni alimenti destinati al bestiame, come la granello di mais, non sarà sufficiente a compensare il minor reddito, dato che gli altri costi di produzione non potranno diminuire e, proprio nel caso dell'Italia, saranno ancora maggiori le penalizzazioni derivanti dalla frammentazione, dalle ridotte dimensioni delle aziende del centro-sud, dalla minor produttività dei pascoli appenninici rispetto a quelli di altri Paesi e dall'alto costo della mano d'opera.

Tutto ciò comporta che in futuro, per gli allevatori di razze da carne, ci saranno sempre maggiori difficoltà: quanti producono a ciclo chiuso e vendono capi da macello vedranno aumentare la concorrenza di chi potrà produrre a costi assai più bassi, in altri Paesi o con dimensioni aziendali nettamente superiori; quanti invece non dispongono di strutture e alimenti anche per il finissaggio e quindi vendono i vitelli svezzati da ristallo, saranno costretti a cederli a prezzi fortemente ribassati, dato che gli ingrassatori per poter stare sul mercato dovranno necessariamente ridurre tutti i costi, compreso quello di acquisto dei vitelli.

Paradossalmente chi sopporta i maggiori rischi di impresa e i costi di investimento, cioè chi alleva le fattrici e produce i vitelli, sarà il primo ad essere esposto alle ripercussioni negative di questa politica.

La necessità di disporre di una nicchia di mercato ben definita è stata ampiamente confermata dagli eventi successivi alla BSE in Gran Bretagna o al caso "diossina" in Belgio: il prezzo e la richiesta dei vitelloni bianchi hanno ripetutamente risentito delle crisi di mercato, ma sono restate superiori a quelli del bestiame proveniente da altri Paesi dove le carni erano identificate e garantite dal Consorzio.

In effetti la carne di queste razze presenta precise caratteristiche che la contraddistinguono: sanità, genuinità e salubrità per i consumatori.

Gli aspetti sanitari e la genuinità sono garantiti dai sistemi di allevamento adottati, con bassa concentrazione di capi per ettaro; dai rigorosi controlli sanitari (previsti anche dal regolamento del Libro Genealogico); dall'alimentazione tradizionalmente a base di foraggi aziendali derivati, sovente, da prati polifiti ricchi di essenze officinali e di mangimi concentrati prevalentemente derivati da cereali ugualmente prodotti in azienda.

La salubrità della carne per i consumatori, cui si affiancano le caratteristiche organolettiche, è dovuta, oltre che all'alimentazione, anche al particolare patrimonio genetico che presenta elevate potenzialità di accrescimento, legate ad un naturale e specifico equilibrio ormonale, differente da quello di altre razze da carne europee. Questo equilibrio, già scientificamente provato ad esempio nella Chianina, favorisce l'ottenimento di soggetti maturi per la macellazione a pesi elevati, ma a giovane età. Conseguentemente i contenuti delle carni in grasso ed in colesterolo sono ridotti ed il rapporto tra acidi grassi insaturi/saturi resta più elevato e simile a quello delle altre carni indicate cosiddette "dietetiche" per contrastare i problemi cardiovascolari.

L'esigenza quindi di dare sempre maggiore "visibilità" sul mercato a determinate produzioni regionali, considerate "eccellenti" e nel contempo aumentarne costantemente la sicurezza e le informazioni al consumatore, ha portato la regione dell'Umbria, attraverso l'Assessorato all'Agricoltura e l'ARUSIA (Agenzia Regionale Sviluppo In Agricoltura), a programmare l'intervento in oggetto, con l'obiettivo finale di poter disporre sul territorio di una serie di ristoranti "specializzati" per la somministrazione di carne di razza "Chianina".

Poter apprezzare al meglio, infatti, le qualità intrinseche di questo "eccezionale" prodotto, non significa necessariamente disporre solamente della materia prima, ma la sua diretta "gestione", rispetto ad alcuni parametri fondamentali che passano, ad esempio, attraverso la frollatura, la cottura, il "servizio" al tavolo, l'abbinamento con il giusto olio, vino e pane, rappresentano un passaggio obbligato e fondamentale.

Tutte queste indicazioni e/o informazioni, saranno quindi descritte all'interno di un disciplinare tecnico denominato appunto "Carta dei servizi per la valorizzazione della carne di razza Chianina" e certificato da un ente terzo indipendente.

Appare evidente inoltre la bassissima valorizzazione del "quarto anteriore" che, se giustamente rivalutato e utilizzato secondo alcuni precisi schemi, può rappresentare un interessante ulteriore reddito per i nostri produttori.

Si tratta quindi sostanzialmente di dare maggiore visibilità al prodotto nel suo complesso con particolare riferimento ad una maggiore valorizzazione del quarto anteriore (bolliti, etc) attraverso il percorso della certificazione e di un eventuale logo identificativo di adesione, da parte dei ristoratori aderenti all'iniziativa, al D.T. stesso.

ESECUTORI: ARUSIA, Università, ANABIC, APA, Camera Commercio, Ass.Consumatori, Operatori del settore, Centro Agro-Alimentare, Parco 3A

PROJECT: SERVICE CHARTER FOR VALORIZING CHIENINA BEEF IN UMBRIA

Papa P.

ABSTRACT - In Italy, owing to fragmentation, of redoubts business dimensions and of scarce productivity of the Appenninici pastures, during the years, tall costs of production have been reached for beef. From here the necessity to create a niche of market to valorize the white meats of the Central Appennino, countersigned of the genuineness, of the salubriousness and safety towards the consumer. The salubriousness of these meats is due besides the feeding, submitted a rigorous controls, also to the genetic patrimony; these races, in fact introduces high potentiality of growth, getting so subjects you mature a young age, governments consequent meeting place contained of fat and cholesterol. To be able to exploit to the best the qualities of the white meats a "Paper for the exploitation of the meat of race Chianina" has coming into being, where they settle the rules for the respect of some parameters what the hanging, the cooking, the service in table.

KEYWORDS: Chianina, Marchigiana, Romagnola, Cow, Reproductive efficiency.

Situation and prospects for the beef market

Lowering the cost of certain types of animal feed, such as corn, will not be enough to offset lower income, due to the fact that other production costs cannot be decreased. With specific reference to Italy, fragmentation, the small size of farms in the center-south, the lower productivity of Apennine pastures compared to those of other countries, and high labor costs will be even more penalizing.

All of this means that things will become increasingly difficult for beef-cattle breeders in the future. Those who produce in a closed-cycle system and sell animals for slaughter will face increased competition from those who can produce at far lower costs, either in other countries or on much larger farms. Instead, those who do not have the facilities and feed for the final fattening period and thus sell weaned fattening calves will be forced to sell them at very discounted prices. This is due to the fact that, in order to stay on the market, fatteners will have to cut all costs – including the purchase cost of calves.

Paradoxically, the ones who take on the greatest business risks and highest investment costs – i.e. those who raise dams and produce calves – will be the first to be exposed to the negative repercussions of this policy.

The need for a well-defined market niche has amply been confirmed by the events that followed the BSE outbreak in Great Britain and the dioxin crisis in Belgium. The price and demand for white bullocks have repeatedly been affected by the market crisis, but they have remained higher than the ones for cattle from other countries where beef was identified and guaranteed by the consortium.

In effect, the beef of these breeds is distinguished by specific characteristics: healthiness, genuineness and wholesomeness for consumers.

Health aspects and genuineness are guaranteed by the management systems that are adopted, with a low concentration of head per hectare; strict health checks (also required by the Herd Book regulations); a diet based traditionally on the farm's own forage – often from polyphite meadows rich in officinal plants – and concentrated animal feed made mainly from grains that are also produced on the farm.

The wholesomeness of this beef for consumers, aside from the meat's sensory characteristics, is due not only to diet but also to the particular genetic makeup, which presents high growth potential tied to a natural and specific hormonal balance different from that of other European beef-cattle breeds. This balance, which has already been proven scientifically in the Chianina, for example, means mature subjects for slaughter with a high weight but young age. Consequently, the beef's fat and cholesterol contents are low and the ratio of unsaturated/saturated fatty acids is high, similar to that of other meats that have been recommended for diets to fight cardiovascular problems.

The need to give greater market visibility to certain regional products that are considered excellent, while constantly improving consumer safety and information, has led the Region of Umbria – through the Agricultural Council Office and ARUSIA (Regional Agency for the Development of Agriculture) – to plan this intervention. The final goal of this initiative is to set up a series of “specialized” restaurants in the area in order to offer Chianina beef.

The chance to appreciate all the inherent qualities of this exceptional product means more than just having the “raw material” available. It also entails direct management in relation to observance of several basic parameters – aspects such as hanging, cooking, table service, and the combination with the right oil, wine and bread – and this represents an obligatory and fundamental step.

All these indications and information will be detailed in a set of technical standards known as the “Service Charter for Valorizing Chianina Beef” and an independent body will certify the standards.

It also seems clear that if properly reevaluated and utilized according to detailed procedures, the forequarter, which is currently undervalued, can represent an interesting additional source of revenue for Italian producers.

This essentially entails giving greater visibility to the product as a whole, with particular emphasis on greater valorization of the forequarter (boiled meat, etc.) through the certification process and, eventually, an identifying logo indicating that the restaurateurs participating in the initiative have adhered to these technical standards.

EXCUTOR: ARUSIA, Università, ANABIC, APA, Camera Commercio, Ass.Consumatori, Operatori del settore, Centro Agro-Alimentare, Parco 3A