



anticabeccheria®
la carne di qualità superiore

beb.parma.com



anticabeccheria®
la carne di qualità superiore

FOOD SERVICE S.R.L.

VIA DELL'ARTIGIANATO, 5 - 35010 CURTAROLO (PADOVA)
T 049 962 08 79 - 049 962 33 08



carne in Italia

01. La carne in Italia

L'Italia, in Europa è il terzo produttore di carne bovina dopo la Francia e la Germania. La zootecnia ricopre un ruolo nazionale non marginale restando un settore chiave per l'agricoltura italiana.

La zootecnia ne rappresenta il 38% con 25.000 miliardi (VL), di cui 10.000 miliardi (VL) per la zootecnia da latte, 5.800 miliardi (VL) di bovini, 4.000 miliardi (VL) di suini, 3.500 miliardi (VL) di avicoli, altre produzioni zootecniche forniscono 2.000 miliardi (VL).

La situazione negli allevamenti si presenta molto diversificata, infatti, numerosi allevamenti di piccole dimensioni coesistono con poche grandi strutture a carattere industriale.

Di tutta la carne messa sul mercato il 55% viene venduto attraverso la D.O e G.D.O.



anticabeccheria
la carne di qualità superiore



02. La macellazione in Italia nel 2003

Analizzando i dati statistici ufficiali diffusi dall'Istat relativi alle macellazioni italiane del 2003, emerge un quadro segnato dall'incremento solo delle macellazioni suine (+2,33%).

In controtendenza risultano le macellazioni dei bovini e bufalini (-2,82%), degli ovi-caprini che manifestano una flessione del 3,12%, degli equini (-5,78%) e degli struzzi (-41,60%).

Analizzando le varie categorie singolarmente risulta che per:

1. I bovini. L'analisi all'interno delle categorie pone in luce un andamento disomogeneo relativamente al numero dei capi macellati:

- -4,08% per i vitelli;
- -2,67% per i vitelloni e i manzi;
- -9,15% per le scottone;
- +6,4% per le vacche;
- -15,63% per i buoi;
- +1,76% per i tori.

Analizzando la serie delle variazioni percentuali mensili rispetto al 2002, un incremento delle macellazioni si è registrato a gennaio (+7%), a febbraio (+2,5%), a maggio (+2,3%), a ottobre (+1,4%) e a dicembre (+1,9%). Una diminuzione è stata, invece, evidenziata in marzo (-2,2%), in aprile (-7,5%), in giugno (-0,1%), in luglio (-3,2%), in agosto (-0,9%), in settembre (-0,4) e in novembre (-1,4%).

Il saldo finale dell'anno, comunque, ha manifestato una diminuzione di 122.370 capi macellati (-2,82%) rispetto al precedente anno.





2. I suini. L'analisi del numero dei capi macellati manifesta un andamento in aumento per tutte e tre le categorie:

- +4,47% per i lattonzoli (+332.235 capi);
- +3,17% per i magroni (+31.911 capi);
- +2,12% per i grassi (+244.177 capi).

Continua l'incremento nel numero complessivo dei capi macellati, che nel 2000 aveva registrato una flessione dopo tre anni d'aumenti.

3. Gli ovi-caprini. Il numero dei capi macellati nel corso del 2003 mostra:

- una sensibile diminuzione per i caprini -29,44% (pari a 172.953 capi);
- una flessione dello -0,68% per gli ovini (-43.449 capi).

Negli ovini risulta maggiore la diminuzione per i montoni (-45,18 %) rispetto a quella degli agnelloni (-4,56%) e degli agnelli (-1,95%).

Identico andamento si registra nella diminuzione dei pesi medi degli ovini, fatta eccezione per gli agnelli che risultano invariati.

4. Gli equini. Nel corso del 2003, è continuato il trend negativo del 2002, registrando:

- una diminuzione nel numero dei cavalli macellati (-11.768);
- una diminuzione di 63 capi per muli e bardotti;
- un aumento di 331 capi per gli asini.

Il settore equino registra un aumento del 2,40% del peso medio degli animali.





macellazione

macellazione

5. Gli struzzi. Le macellazioni italiane degli struzzi ammontano complessivamente a 4.208 capi (-2.997 capi rispetto all'anno precedente).

6. Le carni bianche (gli animali considerati sono: i volatili da cortile, la selvaggina da penna e i conigli). I risultati dell'indagine relativa al 2003 (secondo dati Istat), evidenziano:

- circa 413 milioni capi avicoli, di cui il 58,83% è costituito dalla macellazione di polli da carne di peso superiore ai 2 kg;
- il totale dei tacchini macellati è pari a circa 28 milioni di capi, con un peso morto di circa 265.000 t e una resa del 73%;
- per faraone i capi macellati sono circa 7 milioni, per un peso morto di circa 9.742 t e una resa del 75,1%; la macellazione delle anatre ammonta a circa 2 milioni di capi, per un peso morto complessivo di circa 4.200 t e una resa media del 69%;
- i conigli macellati risultano pari a più di 26 milioni di capi, con un peso carcassa di 38.886 t e una resa media del 56,4%;
- nella sezione selvaggina sono compresi quaglie, piccioni, starne, pernici e fagiani, per i quali complessivamente si registrano circa 23,5 milioni di capi macellati, di cui 22,5 di quaglie. La produzione risulta pari a circa 4.000 t, con una resa media del 70%.



anticabeccheria
la carne di qualità superiore



03. Caratteristiche dei consumatori

Gli ultimi dati raccolti sul consumo della carne in Italia hanno evidenziato due concetti base: i consumatori sono diventati più esigenti e più selettivi, dato che alla quantità preferiscono la qualità, e gli operatori del settore hanno accettato di produrre meno ma meglio.

Dall'inizio del secolo la carne è senz'altro uno degli alimenti che è stato più "dinamico": il suo consumo, infatti, è cresciuto negli ultimi 50 anni da meno di 10 kg all'anno pro capite a più di 25 kg a persona, ossia circa 120/130 gr a testa per 3 o 4 volte a settimana.

Certo è che: la carne contiene molte proteine nobili, cioè con un elevato valore plastico, costruttivo ed energetico. Negli ultimi anni, il settore della carne è stato scosso da numerosi eventi negativi che ne hanno ridotto i consumi ed hanno allarmato i consumatori.

Se la fiducia dei consumatori è stata allora minata, osserviamo che l'Italia è stata in grado di riprendersi: dal 2001 al 2004 sono aumentati del 20% gli acquisti di carne bovina. Nel 2003 sono stati macellati 3.465.240 animali e ogni famiglia ha acquistato circa 22 kg di carne.

Ormai ogni capo ha una sua carta d'identità (età, origine, allevamento, nutrimento...) e questa etichettatura ha riportato fiducia e stabilità in un comparto dove operano 90.000 allevamenti e 2.200 imprese di lavorazione della carne.

Da quando non è più il macellaio di fiducia a individuare il boccone giusto per il cliente, questi è divenuto protagonista e responsabile del proprio acquisto, in particolare nei supermercati. La carne, già tagliata, porzionata, pesata, è facilmente individuabile per tipologia e quantità. I consumatori hanno ormai una migliore conoscenza in materia, anche se in realtà non sanno esattamente posizionare nell'animale il pezzo di carne scelto.





04. Company profile

Food Service è una società giovane che nasce nel 2002, ed è gestita da persone giovani che hanno tanta voglia di fare per far crescere la propria società.

L'impresa nasce dalla voglia di sviluppare con un'impronta moderna l'attività tramandataci dai nostri genitori. Nati e cresciuti a stretto contatto con questa attività, vogliamo continuare a lavorare secondo la tradizione e i valori tramandatici mettendoci amore, passione e impegno.

La passione per il lavoro e il desiderio di realizzarci ci ha portati a gestire i reparti carni all'interno di discount col taglio al minuto. L'ottimo lavoro svolto ed i risultati ottenuti ci hanno portati a studiare e progettare un piano di collaborazione rivolto alla G.D. e G.D.O.

Food Service, dopo un attento studio sul settore della carne e la sua evoluzione futura, si propone di gestire il reparto carne nella G.D. e G.D.O.

Food Service è convinta che per migliorare la qualità della vita bisogna che zootecnia ed agricoltura siano strettamente connesse, significa che si deve porre attenzione alla qualità degli allevamenti, del benessere animale e, comunque, a qualsiasi miglioramento della "qualità totale" intesa come:

- qualità igienico-sanitaria (assenza di composti tossici, germi e qualsivoglia germe patogeno);
- chimico bromatologia (composizioni chimiche, quali acqua, proteine, lipidi, carboidrati, sali minerali, ecc...);
- qualità nutrizionale: valori e proprietà dietetiche;
- qualità organolettica: colore, odore e sapore, consistenza, infiltrazione adiposa;
- qualità tecnologica: controllo a tutti i livelli della catena produttiva (dalla stalla alla tavola).





compagnie

Una ricerca e selezione puntuale e scrupolosa delle carni ci permette di avere un prodotto di ottima qualità, che risconterà anche nel consumatore più esigente un sicuro giudizio positivo.

Dopo la fase di selezione vi è quella di lavorazione (disosso, sezionamento, confezionamento) il tutto viene svolto nello stabilimento alle porte di Bassano. Lo stabilimento si avvale di tecnologia avanzata e di operatori professionisti rispettosi di tutte le regole d'igiene.

L'ultima fase consiste nel far arrivare al punto vendita la carne confezionata il giorno dopo l'ordine. Grazie alla capacità di distribuzione e ad una logistica assolutamente impeccabili, ottenuta in collaborazione con spedizionieri efficienti, la carne sarà disponibile nel punto vendita.

Non solo puntualità ma anche cura e attenzione ad ogni particolare.

Food Service si propone di personalizzare il banco carne ed i packaging della carne.

Consapevoli dell'importanza che ha assunto nei giorni nostri la Comunicazione, ci proponiamo di curare le confezioni a libero servizio, quelle per la "Signora Maria", che richiedono maggiore attenzione all'estetica ed alla convenienza, non trascurando comunque mai tenuta e durata. L'immagine ha diverse componenti:

- 1) una confezione il più possibile su misura del prodotto;
- 2) il colore sano e appetitoso del contenuto;
- 3) un packaging che renda il prodotto immediatamente riconoscibile;
- 4) la convenienza, (mai confezioni troppo pesanti!);
- 5) il film, lucido e trasparente.

I consumatori d'oggi, occupati in mille attività e in cerca di un'alimentazione sana, stanno diventando sempre più esigenti. Si tratta di consumatori evoluti sempre più attenti, che sanno riconoscere il prodotto di qualità al miglior prezzo.



anticabeccheria
la carne di qualità superiore



company profile

La distribuzione esplora quindi nuove ed innovative modalità per captare l'interesse del consumatore ed offrire, a prezzi contenuti, qualità, varietà, freschezza, gusto e praticità.

Per gran parte dei distributori, il maggior potenziale di crescita risiede nelle capacità di prevedere le esigenze dei consumatori offrendo valore aggiunto in termini di innovazione, strategie commerciali e packaging. Da questo punto di vista, il confezionamento degli alimenti freschi è divenuto un aspetto essenziale nell'analisi del valore perché coinvolge sicurezza, qualità, praticità, impatto sul consumatore e possibilità di comunicazione.

Il packaging è ormai un veicolo indispensabile per rispondere alle esigenze dei consumatori, deve quindi garantire conservabilità, informazioni sui prodotti, differenziazione dei marchi e una presentazione efficace.

Ogni efficace strategia di comunicazione si basa sulla definizione del posizionamento del prodotto. In questo caso occorre posizionare nella mente degli utenti l'immagine di **“carne fresca e di ottima qualità”**. Il posizionamento è quindi la personalità del prodotto stesso, così come viene percepito dall'utente.

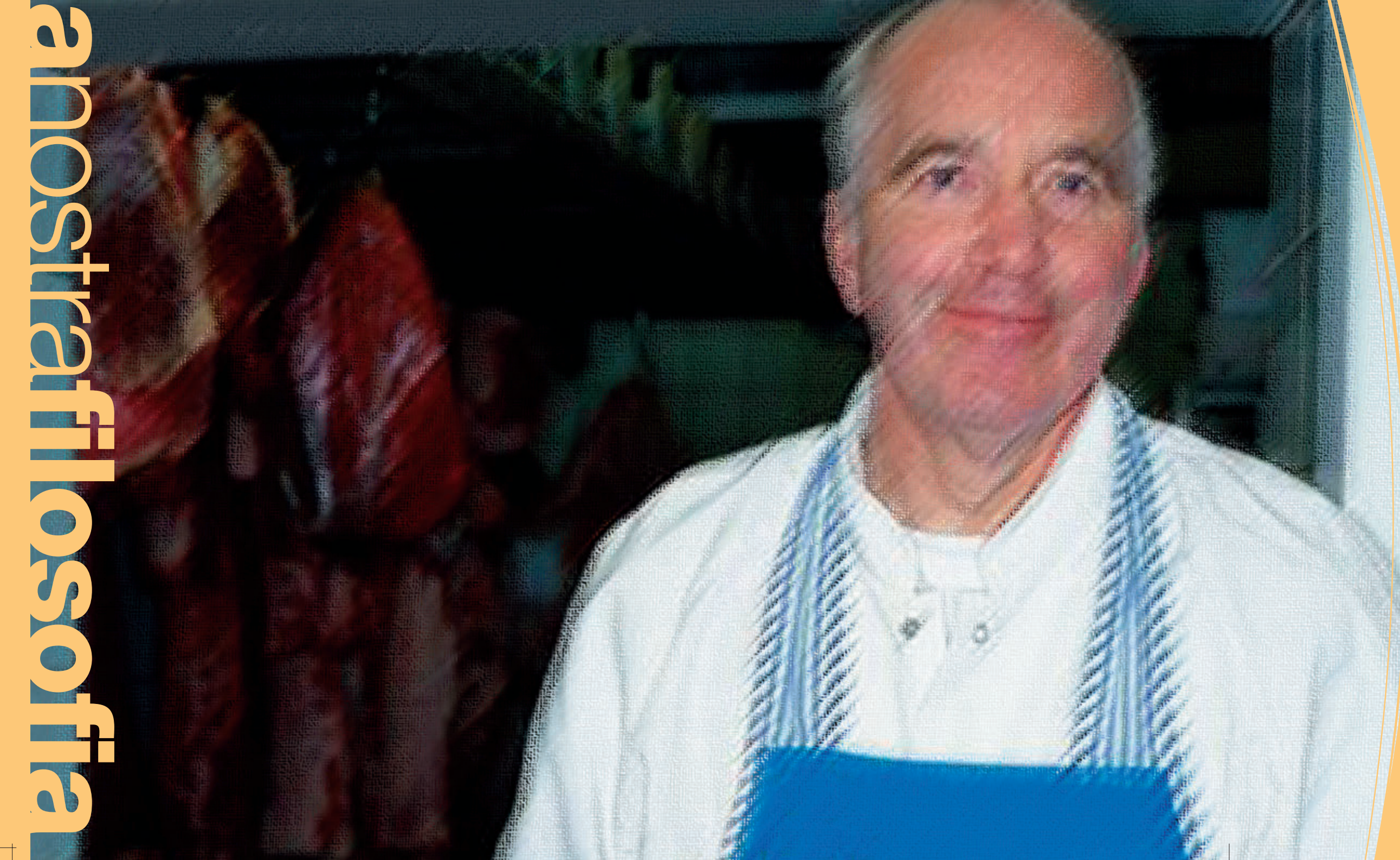
In quest'ottica creare e rinsaldare il rapporto con il consumatore, basandolo sulla fiducia e sulla certezza della qualità del prodotto acquistato. A tale scopo, la strategia messa in atto si avvale della comunicazione attraverso lo strumento fondamentale della comunicazione below the line diretta sul punto vendita.

La cura del banco della carne permetterà di comunicare al consumatore:

- trasparenza e qualità;
- fiducia;
- informarlo su sconti e promozioni;
- invogliarlo all'acquisto.



anticabeccheria
la carne di qualità superiore



la nostra filosofia

05. La nostra filosofia

La filosofia che governa le decisioni e l'operato dell'azienda si basa sul profondo rispetto dei valori della tradizione, della qualità e della trasparenza.

Sotto un solo imperativo: **“dal campo alla tavola”**.

Sempre al passo coi tempi, è l'igiene, accanto alla qualità e rintracciabilità, il criterio fondamentale dell'impresa.

Il nostro motto è: **“più sicurezza grazie alla rintracciabilità, merce di prima scelta, alta affidabilità, puntualità nelle consegne, prezzi di mercato concorrenziali”**.

Food Service è la risposta per le esigenze nella gestione del banco carne nella G.D. e nella G.D.O., infatti, viene offerto e garantito:

- risposte concrete alle esigenze dei consumatori: qualità, convenienza e servizio;
- assortimento completo;
- consegne just-in-time;
- riduzione del numero di fornitori;
- riduzione dei costi;
- disponibilità per risolvere ogni tipo di problema.



anticabeccheria
la carne di qualità superiore