

La bottega della carne

Supplemento al numero 9/2018 di **Unioneinforma**
Direttore responsabile: Marco Barbieri
Redazione: Federico Sozzani
Impaginazione: Santa Santacesaria
Editore: Promo.Ter Unione
Sede e amministrazione: corso Venezia 47/49 - 20121 Milano
Stampa: Graphiti Industria Grafica via Newton 12 - Pero (Milano)



Ottobre 2018
Anno 8 - Numero 3

Trimestrale di FederCarni

Condividere conoscenze ed esperienze
L'impegno di FederCarni per costruire la nostra vera "libertà" imprenditoriale



di **Maurizio Arosio**
presidente FederCarni

Negli anni '70 Giorgio Gaber cantava: "La libertà non è star sopra un albero, non è nemmeno il volo di un moscone, la libertà non è uno spazio libero, la libertà è partecipazione". Gaber la cantava con un chiaro significato sociale e politico, e naturalmente non è la stessa motivazione per la quale io lo cito.

segue a pag. 10

STREET FOOD TECHNOLOGY SIAMO QUI A PIACENZA FederCarni partner dell'evento



A pagina 3
(e sullo Street Food nelle pagine successive)

FEDERAZIONE NAZIONALE MACELLAI
FEDERCARNI
CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA

PIACENZAEXPO, 27-28-29 OTTOBRE 2018

street FOOD TECHNOLOGY
PIACE.EAT
Energia • Alimentazione • Territorio
Mangiare per vivere meglio

street FOOD TECHNOLOGY
Tecnologie e Veicoli per lo STREET FOOD e la ristorazione itinerante
area espositiva
convegni
laboratori

attività centrate sull'evoluzione della figura del macellaio e della sua professionalità. Le attività espositive sono realizzate in sinergia con i partner Eurocroyr, Fratelli Pa-

FederCarni quest'anno è partner ufficiale dello Street Food Technology qui a Piacenza. L'evento è dedicato alle soluzioni per l'attività ambulante legata all'alimentazione. Luogo dell'iniziativa è Piacenza Expo dove i prodotti, i servizi e le attrezzature legate allo street food trovano la giusta cornice espositiva.

FederCarni è presente all'evento con un grande stand e un programma ricco di

gani SpA, Maturmeat® e con la partecipazione di Eurocarni.

Lettera aperta ai macellai "Perché c'è bisogno di essere uniti"

di **Domenico Timbone**

a pagina 10



3341221523

Questo è il numero per collegarti con FederCarni

Promotori di iMeat España a Barcellona Da Federcarni grazie alla "Fratelli Pagani" E non finisce qui...



Una passione incredibile verso il proprio lavoro spinge Fratelli Pagani a stimolare continui incontri con la propria clientela: chi non ha mai partecipato ad una giornata istruttiva con i tecnici dell'azienda che, in tutta Italia, danno dimostrazioni delle possibilità offerte dai loro prodotti; e chi non li ha incontrati in



La famiglia Cardazzi, titolare dell'azienda "Fratelli Pagani" è da sempre al fianco dei macellai italiani.

Fratelli Pagani è impegnata, con il nuovo centro ricerche, a creare ricette sempre più sicure per i consumatori e di facile utilizzo per i macellai che vogliono creare i propri insaccati o dare sfogo alla fantasia con la realizzazione di preparati pronti da cuocere.



Un'azienda in continua espansione anche oltre le mura domestiche, autorevole realtà in molti paesi europei e con i piedi già in altri continenti.

moltissime fiere di settore. Proprio il loro entusiasmo imprenditoriale li ha spinti ad essere tra i promotori nella realizzazione della prima edizione di iMeat

España, svoltasi a Barcellona. Format, quello di iMeat, totalmente nuovo nel contesto delle fiere, pensato e realizzato dalla Ecodi di Luca Codato, che in Italia si è rapidamente affermato e in Spagna ha dato segnali molto positivi pur essendo una novità assoluta.

La Famiglia Cardazzi non solo ha realizzato il proprio stand, ma ha raccolto aziende amiche e collegate alla loro rete. Creando così il baricentro intorno a

cui si sono avvicinate altre aziende. Favorendo la realizzazione dell'evento e il suo successo. Federcarni ringrazia gli amici della Fratelli Pagani sempre presenti e di grande stimolo. Lo stand approntato da Federcarni con macellai provenienti da tutte le regioni italiane, è la dimostrazione di come idee di successo portano al... successo. Grazie e non finisce qui... arriverci al prossimo evento. (M.A.)



"Fiorentina" patrimonio dell'umanità Chiesto all'Unesco il riconoscimento

In un'occasione veramente eccezionale, il sindaco di Firenze Dario Nardella - unitamente alla nostra Accademia - ha comunicato la decisione di iniziare le procedure per ottenere dall'Unesco a Parigi il riconoscimento della "Fiorentina" come "patrimonio dell'umanità". L'annuncio è avvenuto nel corso del convegno dedicato ai risultati della ricerca condotta dalla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa sulla produzione di



carne bovina in Maremma, organizzato nella sede medioevale de' Beccai a Firenze, alla presenza dell'assessore regionale all'Agricoltura Marco Remaschi e del presidente nazionale Federcarni Maurizio Arosio: è stata

una coincidenza felice e di buon auspicio. L'iniziativa, che i presenti hanno salutato con un prolungato applauso e tanta emozione, ha suscitato una campagna di stampa risvegliando ricordi e discussioni fra fiorentini amanti della loro città, organizzazioni di

categoria e istituzioni culturali e scientifiche. Si è trattato di un'affascinante opportunità per riproporre la riflessione sul ruolo della carne nell'alimentazione umana, sull'apporto della "Fiorentina" al piacere e al

benessere degli uomini e sul suo valore come indicatore della qualità della vita. E' un ruolo che ci auguriamo sia fatto proprio dall'Unesco e che, di fatto, suggerirebbe l'apprezzamento riconosciuto dai tanti turisti i quali, al piacere dell'arte, abbinano quello di una gustosa "Fiorentina" che, nell'immaginario collettivo, è un simbolo della città assieme alla sua storia e alle sue bellezze artistiche. La "Fiorentina" è - di per sé - un invito al banchetto e alla convivialità e può essere gustata solo in un clima di socialità e d'amore: in solitudine perde tutto il suo sapore. La "Fiorentina" - come un re nudo - si presenta senza paramenti ed orpelli per

essere apprezzata e gustata come la natura l'ha fatta con l'aiuto dell'appassionato allevatore. La "Fiorentina" è il sapore schietto della buona carne che sa esprimere e far apprezzare, esaltandone la qualità. La "Fiorentina" è un prodigio di filiera che si realizza attraverso le abilità professionali di tre distinti operatori: appassionati allevatori, macellai professionisti, scrupolosi ed abili cuochi. La "Fiorentina" rifiuta l'aggiunta di condimenti perché coprirebbero il gusto genuino della carne e ne comprometterebbero il suo gusto unico. Proprio per rispetto alla sua identità, da qualunque lombata di bovino adulto si possono ottenere delle bistecche, ma non tutte le bistecche possono essere "Fiorentine".

Vasco Tacconi

Piacenza Expo Federcarni qui allo Street Food Technology

Federcarni quest'anno è partner ufficiale dello Street Food Technology qui a Piacenza. L'evento è dedicato alle soluzioni per l'attività ambulante legata all'alimentazione. Luogo dell'iniziativa è Piacenza Expo dove i prodotti, i servizi e le attrezzature legate allo street food trovano la giusta cornice espositiva. Federcarni è presente all'evento con un grande stand e un programma ricco di attività centrate sull'evol-

zione della figura del macellaio e della sua professionalità. Infatti, è ormai da tempo che i macellai preparano pietanze già pronte per essere consumate in strada. Il patrocinio di Federcarni alla manifestazione consolida la figura dei macellai italiani come abili

conoscitori della materia prima, preparata in bottega nel



rispetto assoluto delle norme igienico-sanitarie. Le attività espositive sono realizzate in sinergia con i partner Eurocryor, Fratelli

Pagani SpA, Maturmeat® e con la partecipazione di Eurocarni. Il programma delle iniziative prevede un incontro sul tema carne e salute e una gara tra giovani macellai che si sfidano nella preparazione di ricette da street food a base di quinto quarto.

Incontro sul tema carne e salute

Il rapporto tra il consumo di carne e i suoi effetti benefici sulla salute è un tema molto delicato e fortemente sentito, soprattutto negli ultimi anni. La molteplicità delle fonti informative, talvolta scientificamente poco attendibili, rende difficile una corretta informazione.

Per questo motivo, Federcarni ha deciso di dedicare spazio all'argomento, con un dibattito pubblico (domenica 28 ottobre alle ore 11 presso lo stand della Federazione a Piacenza Expo).

Durante l'incontro, a carattere divulgativo e moderato da un giornalista professionista, è possibile intervenire per porgere le proprie domande agli esperti presenti. Intervengono al dibattito:

- Maurizio Arosio, presidente Federcarni.
- Luca Ballabio, medico veterinario, esperto di questioni di autocontrollo in campo alimentare per Federcarni
- Il professor Giuseppe Bertoni, presidente pro-tempore di ARNA (Associazione Ricercatori Nutrizione Alimenti), già direttore dell'Istituto di Zootecnia di Piacenza
- Mary Mattiaccio, laureata all'Università di Bologna in Sicurezza e Qualità delle Produzioni Animali.
- Il professor Marco Tassinari, docente presso il dipartimento di Scienze Mediche Veterinarie all'Alma Mater Studiorum di Bologna, esperto in alimentazione e allevamento del bovino da



Show Cooking di Francesca Pace

La food blogger napoletana Francesca Pace partecipa allo Street Food Technology (domenica 28 ottobre, presso lo stand di Federcarni). La nota food blogger, laureata in Scienze e Tecnologie Alimentari, organizza uno show cooking con tutti i passi per la preparazione di una gustosa ricetta di Street Food internazionale a base di carne, utilizzabile anche in macelleria.

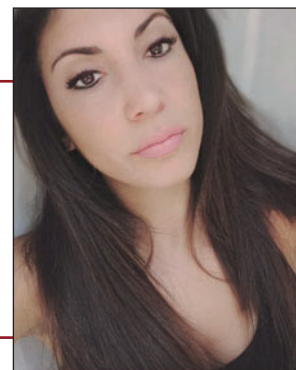
Gara di Street Food riservata ai giovani macellai

Spazio alle prelibatezze gastronomiche e alla maestria dei giovani macellai presso lo stand Federcarni di Piacenza Expo. Domenica 28 ottobre Federcarni organizza la gara tra giovani macellai under 35 che si sfidano a colpi di ricette di Street Food a base di quinto quarto.

A valutare le preparazioni gastronomiche dei partecipanti una giuria di settore composta dai rappresentanti del direttivo Federcarni, dagli ospiti che prendono parte all'evento e dalla food blogger Francesca Pace.

carne e ripercussioni sulle caratteristiche qualitative delle carni.

Per i macellai quest'incontro è l'occasione per avere informazioni pratiche da dare ai consumatori direttamente in bottega.



A cura di
**Alessandra
Silvestri**
dottoressa in
scienze della
comunicazione,
Junior Marketer
in Endelab

Il progetto MeatApp ottiene il patrocinio della Federazione Presentazione presso lo stand Federcarni

MeatApp è l'app per smartphone Android dedicata al lavoro del macellaio e realizzata da Fabrizio Colazzo, un giovanissimo macellaio di Maglie in provincia di Lecce. Già sul numero 3/2017 di questa

rivista ci eravamo occupati di quest'iniziativa sottolineando l'intraprendenza di Fabrizio. A distanza di quasi un anno torniamo sull'argomento perché c'è un'importante novità: Fabrizio

ha collaborato con lo staff di Federcarni per migliorare MeatApp includendo funzionalità che permetteranno a Federcarni di entrare in contatto con i macellai italiani tramite quest'ulteriore canale di comunicazione.

Per questo motivo il progetto MeatApp ha ottenuto il patrocinio di Federcarni. Domenica 28 ottobre Fabrizio Colazzo è presente presso lo stand Federcarni dello Street Food Technology a Piacenza Expo per illu-

strare come funziona l'app e tutti i modi in cui essa può aiutare il macellaio, sia nel suo lavoro quotidiano sia nel metterlo in comunicazione con gli altri macellai e con Federcarni. Appuntamento da non perdere.



Street Food, la storia e la sfida moderna della rapidità

I ritmi serrati delle nostre giornate, d'altronde, ci costringono spesso a consumare pasti veloci con il rischio concreto di mangiare male. La sfida dello Street Food moderno è appunto quella di coniugare la tradizione italiana del mangiare sano con uno

stile di vita frenetico, in cui i tempi della pausa pranzo sono estremamente ridotti.

ne nell'Antico Egitto. Nel famoso porto di Alessandria, crocevia di

Sotto la categoria di Street Food si iscrivono tutti i cibi pronti da mangiare, preparati nei chioschi e nelle botteghe e consumati in strada. Veloce, pratico, economico e, se possibile, artigianale, il cibo di strada si è fatto ambasciatore della cultura popolare regionale che coniuga tradizione e innovazione nel rispetto della salubrità del prodotto.



Le origini dello Street Food

Lo Street Food ha origi-

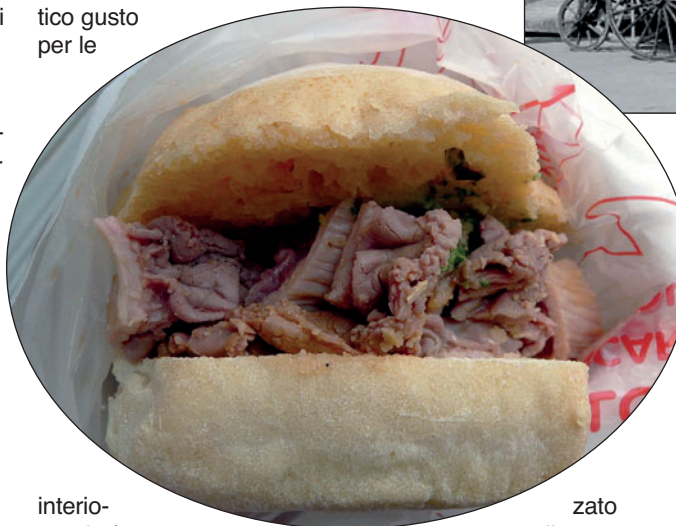
culture, di merci e di genti provenienti da tutto il mondo, il pesce provenien-

Lo Street Food regionale italiano Ruolo centrale della cucina "povera"

La storia gastronomica italiana è da sempre centrata sulle tradizioni regionali e anche lo Street Food non fa eccezione. Se il primo pensiero va ai farinacei come la pizza, è tuttavia la carne che fa da protagonista in molte delle ricette che si possono gustare agli angoli delle strade. Da sempre regina dei pasti, la carne diventa un ingrediente centrale dei prodotti venduti nelle botteghe e nelle baracche di strada. Così, la tradizione secondo cui "non si butta niente", generalmente attribuita al maiale, si estende anche agli altri animali. Non si tratta tanto di utilizzare le parti meno nobili per necessità, quanto di riscoprirne il gusto.

In molte ricette dello Street Food ritroviamo l'antico gusto per le

stato molto
utiliz-



interiora e le frattaglie. Spesso considerato un alimento tipico della cucina povera, in realtà il quinto quarto è sempre

zato nella preparazione di cibo da strada. Ne sanno qualcosa i fiorentini, creatori del Lampredotto.



Il Lampredotto toscano

Il nome del Lampredotto, il tipico panino toscano ripieno di interiora di vitella, ha un'origine curiosa. Deriva infatti dalla Lampreda, un pesce d'acqua dolce molto costoso. Abitante delle acque del fiume Arno fino al secolo scorso, durante il Rinascimento la Lampreda veniva consumata avidamente dai nobili fiorentini. Invece i popolani, non potendosi per-

mettere, consumavano i prodotti di scarto delle carni trattate nei macelli. Il popolo di Firenze prediligeva l'abomaso, una parte dello stomaco del manzo che aveva delle crespature simili alla Lampreda. Da qui, il nome ironico che venne dato al Lampredotto, il cibo dei poveri che in qualche modo ricordava il pesce raffinato della nobiltà e del clero. Oggi il gustoso Lampredotto si riscatta, ammalian-

segue alle pagine 6 e 7



turni di lavoro e la diminuzione delle pause impongono un cambiamento anche per il consumo delle pietanze che si adegua ai nuovi orari. Il pasto diventa rapido, pratico ed economico. A Parigi nascono i "pâtés", involucri di pasta farciti di verdure o di carni stufate. Ai tempi si vendevano rigorosamente in strada e la

all'ora di pranzo. Nate come involucri crostosi di farina, strutto e acqua, le "pie" venivano utilizzate



te dalle reti dei pescatori veniva fritto e venduto direttamente in strada. Esistono, inoltre, prove archeologiche che testimoniano le origini secolari dello Street Food ad Ercolano e Pompei. Nelle città vesuviane sono stati ritrovati i tipici thermopolium, antenati del moderno "baracchino". A Pompei si contano ben ottantanove locali sulla strada dove si servivano bevande e cibi caldi. Sappiamo, così, che già da allora era usuale pranzare fuori casa. La struttura di questi thermopolia è molto semplice: un locale aperto sulla strada provvisto di un bancone di mescita in muratura in cui sono incassate delle giare utilizzate per contenere la merce. Nonostante le lontane origini, la grande diffusione



dello Street Food si è avuta durante la Rivoluzione Industriale. A partire da questo momento storico, il luogo principale dove passare la giornata non è più la casa, ma la fabbrica. I

pasta veniva utilizzata da contadine per i ripieni, tant'è che veniva scartata. Così come in Inghilterra le "pie", tipiche torte dolci o salate che venivano consumate dai minatori e dagli operai

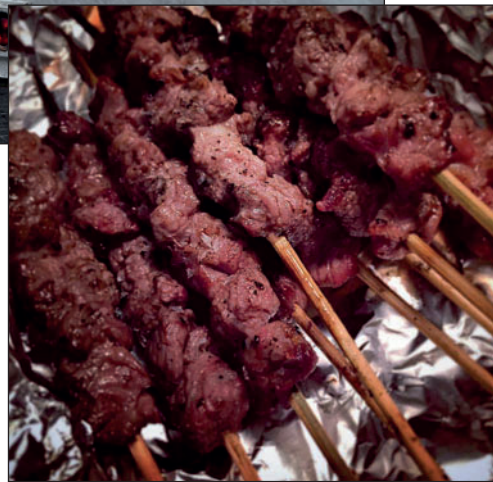
come recipienti di interiora stufate. Da questa tradizione deriva tutta una serie di ricette tipiche ed ancora attualissime come i timballi, le sfoglie e le varie torte salate. (Sulla storia dello Street Food vedi anche l'ar-

ticolo del dottor Ballabio n.d.r.)

Lo Street Food oggi

Lo Street Food al giorno d'oggi è diventato un vero e proprio manifesto dell'identità dei territori e dell'incontro tra diverse culture gastronomiche. Basti pensare al panino con la milza dei mercati siciliani, ai succulenti arrosticini abruzzesi o all'intramontabile hot dog. Se scoviamo la bottega o il baracchino giusto, in pochi metri possiamo compiere un vero e proprio viaggio gastronomico ritrovando in un solo morso il sapore degli ingredienti e delle tradizioni locali. Il tutto, giusto nel tempo di una pausa pranzo.

Irene Alfuso



Lo Street Food accompagna la nostra vita Molto importanti sicurezza e igiene alimentare

Le tracce più antiche di cibo preparato e cucinato per strada risalgono agli albori della nostra civiltà, circa diecimila anni fa. I greci già descrivevano l'usanza egizia, tradizione del porto di Alessandria poi adottata in tutta la Grecia, di friggere il pesce e di venderlo per strada. Dalla Grecia il costume è passato al mondo romano, arricchendosi e trasformandosi in innumerevoli varianti. All'epoca le classi urbane meno abbienti vivevano in abitazioni, condomini a tutti gli effetti, per la maggior parte sprovviste di cucina. Il popolo si nutriva dunque per strada dove si proponevano vivande corroboranti alla portata di tutte le tasche.

Temi approfonditi a Street Food Technology (Piacenza)

Il cibo da strada accompagna così l'evoluzione della nostra civiltà nel corso dei secoli, con discrezione, senza lasciare grandi tracce visto il suo stretto rapporto con la plebe. Come spesso accade, però, è proprio nella povertà che l'ingegno umano dà il meglio di sé e pro-

segue alle pagine 6 e 7

duce le basi di un'intera cultura gastronomica. Nascono a Parigi i "pâtés", o meglio "pâtés", gli involucri di

pasta contenenti varie farciture, in genere carni stufate o verdure, venduti per pochi soldi a garzoni e facchini che possono così nutrirsi mentre lavorano, senza alcun bisogno di posate. Daranno origine alla parola "pasticcere" e diventeranno, nel Rinascimento e nel secolo dei lumi, i trionfi delle tavole regali di tutta Europa. Sempre britannica un'autentica istituzione quale il "Fish and chips", venduto per strada e avvolto nel giornale, retaggio dei profughi ebrei sefarditi in fuga dalle persecuzioni tra la fine del Quattrocento e l'inizio del Seicento.



Lo Street Food regionale italiano...

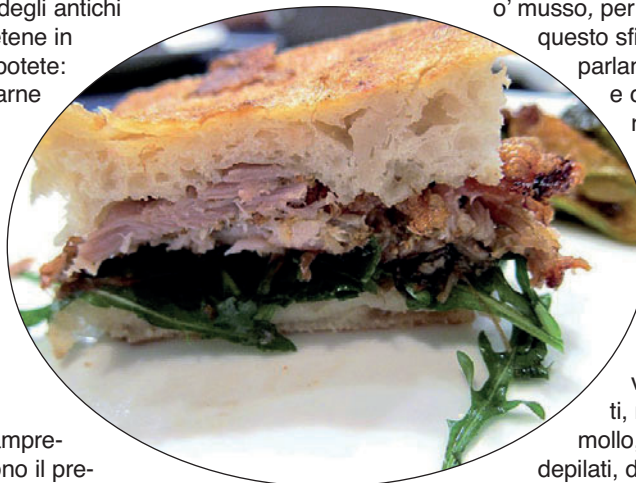
segue da pag. 4

do i palati di ogni ceto sociale, e i trippai di Firenze richiamano a gran voce il pubblico dei pas-santi ripetendo, in chiave moderna, alcune delle raccomandazioni degli antichi ricettari: "Mettetene in corpo più che potete: la vitella è la carne perfetta!". Per realizzare il Lampredotto si bolle il quarto stomaco della mucca insieme a sedano, carota, cipolla, pomodori e basilico. Dopodiché, i lampredottai inseriscono il preparato in un panino, servendosi di una rosetta imbevuta di brodo e spalpata della sua "midolla".

'O pere e 'o musso a Napoli

La tradizione delle interiora nel cibo da strada si ritrova anche a Napoli. Durante il dominio

per accaparrarsi gli scarti delle cucine gettati dalla servitù dei palazzi nobiliari. Oggi, invece, basta assaggiare una pietanza dal nome suggestivo, 'o pere e o' musso, per assecondare questo sfizio. Stiamo



parlando del piede e del muso rivenduto da 'o carnacut-taro, cioè il venditore di carni cotte. Questi pezzi dell'animale vengono lavati, messi a mollo, scottati,

depilati, disossati e poi cotti ad una temperatura di circa 98°C per due o tre ore. Successivamente, per essere degustati, sono con-

francese, al grido "Les entrailles!" il popolo accorreva in strada

Territorio e tradizione

Questo, forse, il grande equivoco riguardo al cibo da strada: poiché nato povero dall'esigenza primaria di nutrire a poco costo, è sempre stato considerato di poco conto. Invece, specie ai giorni nostri della globalizzazione, è spesso l'ultimo baluardo della tradizione e dell'identità di un territorio. Basti pensare al panino con la milza dei mercati siciliani (ca'meusa) o al quello col Lampredotto (trippa) che ancora viene venduto negli ultimi chioschi, o lampredottai, di Firenze.

La pizza stessa assolve le stesse funzioni delle "pie" inglesi e nasce con l'esigenza di sfamare, per strada, i più poveri. Il cibo da strada, in questo caso, identifica e distingue il territorio e la tradizione, mantenendo vivo un

aspetto tra i più importanti della cultura di ogni popolo: quello del costume alimentare.

In tempi più recenti si sono visti spuntare nei pressi di stadi e palazzetti, fiere e mercati, numerosi automezzi attrezzati per la vendita di bibite e panini, classici quelli con la salamella o con la porchetta, versione italiana degli statunitensi hot dog e hamburger. La corrente odierna dello street food sta prendendo una piega decisamente diversa puntando all'aspetto culturale di tradizione, a volte da riscoprire, e scommettendo sulla qualità di una proposta sempre più raffinata.

Il trend della riscossa arriva paradossalmente proprio dalla terra che ha inventato il junk-food, cioè gli Stati Uniti, dove i Food Truck più in voga sono oggetto di ogni attenzione da parte di gourmet sempre più esigenti e di media specializzati.

Lo Street Food accompagna la nostra vita ...

segue da pag. 5

Lo Street Food non è solo un fenomeno di moda, è un



nuovo modo di vivere il rapporto millenario di una cultura con il proprio cibo, con le proprie radici, reinventandolo tutti i giorni in forma inno-

vativa, sorprendente, pratica e soprattutto gustosa.

Il trend è innegabile. Giornali e riviste, trasmissioni televisive, guru della gastronomia hanno consacrato il cibo "on the road" a nuova icona del terzo millennio. Non a caso Trip Advisor, che da tempo ha soppiantato le tradizionali guide riuscendo ad intercettare le nuove tendenze ed i nuovi gusti, ha inserito food truck tematici di successo tra i primi ristoranti di una metropoli come Milano. E' un segno dei tempi, una volontà di cambiare la propria ritualità quotidiana, troppo lenta e stretta, per adeguarsi all'evolversi della società, che va sì di fretta, ma non transige più sulla qualità e sull'immagine.

L'immagine conta

Parlando di immagine, questa è di primaria importanza nell'ambito dello Street Food, come dire che l'occhio vuole la sua parte. Un

vecchio concetto rivisto in chiave moderna. Ed ecco che il Food Truck, il mezzo attrezzato, diventa anche "veicolo" d'immagine, con le iconiche "apine" a sfrecciare per la capitale mondiale della moda nei loro vestiti nuovi cuciti su misura da autentici artisti. Certo, oltre all'immagine, alla base deve esserci un concept di assoluta solidità. Parola d'ordine: freschezza e qualità della materia prima.

Sogno aperto a tutti (perché l'investimento iniziale è modesto)

Lo Street Food rappresenta, quindi, una grande opportunità per chi ha creatività e voglia di fare, e non ha paura di mettersi in gioco.

Il sogno è aperto a tutti, perché l'investimento iniziale è modesto rispetto ai fondi necessari ad aprire un ristorante "tradizionale" tra quattro mura, e perché conta soprattutto quanto sei bravo, quanto è buono il tuo cibo e quanto sei capace di comunicarlo.

Le possibilità sono praticamente infinite: dal panino d'autore al cibo etnico, al recupero della tradizione in formato "da passeggio". Tutti hanno almeno due punti in comune: la qualità del cibo, e un concept che intercetta le nuove tendenze del mercato.

Ma è importante rispettare le norme su igiene e allergie

Nonostante la crescita del settore del "cibo di strada", spesso c'è il rischio di problemi sanitari. Fondamentali perciò igiene, sicurezza alimentare e corretta informazione ai cittadini in materia di sostanze allergeniche, oltre a un'efficiente organizzazione del lavoro e formazione-addestramento degli operatori. Lo Street Food è una tendenza che si è sviluppata negli ultimi anni nei gusti degli italiani gra-

diti con sale e limone e offerti agli avventori in carta oleata modellata a mo' di cuoppo o in appositi piattini di plastica.

Tradizione laziale: porchetta e "pizza e mortazza"

Il vero protagonista dello Street Food laziale è il maiale e, soprattutto, la porchetta. La carne del maiale viene prima sviscerata, lavorata e disossata e poi aromatizzata con sale, pepe, aglio e rosmarino. Infine, viene cucita e legata per la cottura in forno. Una volta pronta, viene unita a due fette di pane casereccio e



si trasforma nel pasto saporito che tutti conosciamo. Sempre nel Lazio, un'alternativa altrettanto gustosa è la classica "pizza e mortazza". A Roma, quest'invitante spuntino si vendeva fin dall'Ottocento nei forni nati in prossimità del mercato di Campo de' Fiori. Da qui, la pizza e mortazza si è poi diffusa in tutti i forni romani. C'è chi la preferisce più cotta, chi meno cotta, chi spessa, chi più sottile, ma tutti a Roma sono d'accordo nella farcitura con la mortadella.

I.A.

zie a centinaia di eventi e di festival organizzati sul territorio nazionale e alla comparsa dei mezzi mobili (Food Truck, camioncini, furgoni) attrezzati tecnologicamente per la preparazione e l'offerta dei prodotti.

Il 2016 è stato l'anno record dello Street Food con una crescita del 13% rispetto all'anno precedente e ben 2.271 imprese impegnate in questo settore. La Lombardia, con 288 realtà e un incremento annuo del 26%, è la regione italiana dove la ristorazione ambulante è sempre più presente, ma sul podio salgono anche la Puglia (271) e il Lazio (237). Una diffusione consistente si ha anche in Sicilia (201), Campania (189), Piemonte (187), Veneto (161) e Toscana (142). Tra le cause di questa crescita, oltre al fattore economico, contribuisce come accennato anche il significativo aumento tra i consumatori della riscoperta del territorio e delle sue tradizioni gastronomiche.

La crescita di tale fenomeno è, però, accompagnata da uno scadimento qualitativo con preoccupanti riflessi sul piano sanitario. Le enormi potenzialità di crescita dello Street Food, viste le specificità del servizio che offre, vanno sviluppate soprattutto per l'igiene e la sicurezza alimentare e la corretta informazione ai cittadini in materia di sostanze allergeniche, nel rispetto delle buone prassi di preparazione e conservazione degli alimenti per la tutela della salute dei consumatori.

Requisiti indispensabili per assicurare successo all'impresa e adeguati ritorni sull'investimento effettuato sono, ad esempio, l'uso di moderne tecnologie per la preparazione e la conservazione del cibo, unite ad un'efficiente organizzazione del lavoro e alla formazione-aggiornamento degli operatori. La corretta gestione dei processi produttivi di vendita e somministrazione basati sulla scelta di materie prime di qualità e sulla professionalità degli addetti, dev'essere supportata da specialisti del settore.

Più attenzione alla scelta

Secondo la FAO, sarebbero nel mondo ben 25 miliardi al giorno le persone che si alimentano in questo modo (Street Food). Le conseguenze sulla salute, dovute ai potenziali rischi microbiologici e chimico-tossicologici del cibo da strada, non mancano, soprattutto se ci si trova in viaggio in un paese esotico o in via di sviluppo (ma non solo) dove



norme igieniche e giuste modalità di conservazione e preparazione degli alimenti non sono sempre seguite attentamente. I pericoli, che

possono nascondersi dietro un cibo preparato dalle bancarelle disseminate lungo i marciapiedi di strade anche molto trafficate, ci sono e non vanno sottovalutati.

Ma quali sono i rischi? In agguato le patologie gastrointestinali (dolori addominali, diarrea, vomito, nausea) causati da carni o pesci scaduti o conservati male o contaminati da batteri, parassiti o sostanze tossiche, oppure derivati da animali malati o trattati con antibiotici o antiparassitari. Intorno ai banchetti dove lo Street Food è venduto mancano a volte acqua pulita, strutture di smaltimento dei rifiuti, servizi igienici.

Secondo uno studio pubblicato tempo fa sulla rivista scientifica 'Food and chemical toxicology' dell'Istituto Superiore di Sanità, i principali fattori di rischio chimico-tossicologici sono dovuti dall'uso improprio di insetticidi o disinfettanti usati per contrastare le cattive condizioni igieniche o di coloranti per migliorare l'a-

petto del cibo. Possono essere rischiosi anche alcuni metodi di cottura del cibo, in grado di aumentare i contaminanti, come gli idrocarburi policiclici aromatici (che si sviluppano quando si cuoce alla griglia) o l'acrilamide (quando si friggono alimenti ricchi di amido, come le patate) o

le amine eterocicliche aromatiche (quando gli alimenti ricchi di proteine vengono cotti a temperature molto elevate).

Per garantire un cibo più sicuro occorrerebbe seguire alcune regole precise, ribadite anche dall'Organizzazione Mondiale della Sanità: vendere solo in zone protette da sostanze chimiche presenti nell'atmosfera, preparare e vendere i cibi in un luogo pulito, lontano da rifiuti; coprire i cibi esposti, usare solo

acqua potabile, rispettare gli standard di sicurezza alimentare, rifornirsi solo da grossisti autorizzati. E ancora, controllare sempre umidità e temperature dei sistemi di trasporto e di conservazione, conservare il cibo in contenitori appropriati ed evitare la contaminazione con sostanze tossiche.

Le precauzioni

Come cautelarsi allora senza rinunciare a soddisfare la curiosità di assaggiare con lo zaino in spalla un piatto nuovo? Quando possibile bisognerebbe acquistare cibo in luoghi comunque chiusi e protetti dagli inquinanti atmosferici, assicurarsi che lo spazio di cottura e preparazione dei cibi sia pulito e lontano da rifiuti solidi e liquidi, verificare che il cibo esposto sia protetto e coperto e che il venditore abbia a disposizione acqua potabile pulita e non usi acqua sporca, che disponga di celle frigorifere o ghiaccio, piuttosto che di scatoloni o recipienti esposti ai batteri.

Questi temi, legati all'igiene, sono approfonditi durante le tavole rotonde a Street Food Technology - a Piacenza dal 27 al 29 ottobre - organizzata da Piacenza Expo con il patrocinio di FederCarni.

dottor Luca Ballabio



La nostra Offerta di Aromi, Spezie e Ingredienti Alimentari si compone di ampie linee di prodotto adatte ad ogni esigenza, fornendo soluzioni esclusive e formulazioni riservate.

www.fratellipagani.it



AROMI E INGREDIENTI ESCLUSIVI



Ingredienti per Emulsionati, Würstel e Affumicati



Ingredienti per Salami e Impasti Carni Stagionati



Ingredienti per Cotti, Iniettati e Ricomposti



Ingredienti per Mortadella



Ingredienti per Prosciutti, Speck e Prodotti Carni Interi



Ingredienti per Preparazioni a base di Carne Fresca



Ingredienti per Pasta Ripiena



Ingredienti Biologici



Spezie



CREATIVITÀ IN MACELLERIA

www.paganichef.it



Gustosi Pagani



Condimento e Decorazione



Gastronomia Vegetale



Mantenimento e Aromatizzazione



Panature e Fritture



AWDgroup srl.it



Il Duomo di Lodi con la salsiccia La creatività dei macellai lodigiani a "Le forme del gusto"

Per "Le forme del gusto" a Lodi in piazza Broletto macellai lodigiani protagonisti nella manifestazione svoltasi a fine settembre con Federcarni Lodi che, già in occasione dell'inaugurazione, ha proposto un assaggio dell'hamburger lodigiano con carne locale (impresiosito dalla tradizionale Raspadura con pomodoro ed insalata, maionese e ketchup).

Il secondo giorno, invece, distribuzione della trippa lodigiana con l'aiuto dei ragazzi - bravi - dell'Istituto professionale Luigi Clerici di Lodi: nuova iniziativa con un ottimo successo. La domenica eravamo più numerosi con tanto lavoro da svolgere: abbiamo "sollecitato" i sensi dei visitatori con una riproduzione di metri 3x4 della facciata del Duomo di Lodi realizzata con metri e metri di salsiccia

lodigiana. Per chi non lo sapesse, la nostra salsiccia viene fatta come i nostri nonni e i nostri padri ci hanno insegnato: carne di suino, sale, aromi, brodo e formaggio grana padano. E' stata proprio una bella impresa ricostruire il Duomo con la salsiccia. Un'impresa



che ci ha dato tanta soddisfazione: molta gente è venuta a fotografare questa opera (visibile anche in rete). Concludo questo resoconto con una piccola riflessione.

Cari colleghi, noi tutti, oltre ad essere professionisti del nostro lavoro, siamo anche artisti e creativi. Qualcuno tra la folla bisbigliava ... "il Michelangelo della Salsiccia".

Ilario Lui

Non si dice niente di nuovo ricordando quanto i cambiamenti sociali, gli stili di vita, i regimi e le mode alimentari abbiano determinato la contrazione dei piccoli negozi coinvolgendo anche i punti vendita delle macellerie tradizionali. In questa situazione abbiamo promosso il nostro aggiornamento professionale ed acquisito nuove abilità permettendo di realizzare macellerie integrate da



Professionalità e lungimiranza

altre tipologie; inoltre anche nel cotto e in forme tipiche di somministrazioni (ristomacelleria). E' stato un processo lungo e non facile, sostenuto dalla nostra attività sindacale non solo sotto il profilo delle abilità del mestiere, ma per il confronto con il potere legislativo per sostenere le nuove trasformazioni commerciali. Dobbiamo riconoscere

quanto sia stata determinante la nostra decisa e compatta struttura rappresentativa: una ricchezza che dobbiamo gelosamente animare e sostenere. I tempi non ci permettono distrazioni che ci possono recare solo danni. Sono queste caratteristiche della realtà che mi condizionano nel formulare un invito a superare atteggiamenti dissociativi per motivi che, a mio parere, niente hanno da spartire con la

passione e la difesa del nostro antico mestiere, della nostra articolata professionalità, della nostra storia associativa. Sostenere ed esercitare comportamenti che annebbiano rapporti fra colleghi sul piano associativo può generare effetti scissionisti che non farebbero la gioia e la felicità di nessuno, ma porterebbero acqua al mulino dei nostri concorrenti commerciali. Sono convinto che questa

prospettiva non alligni nella mente e nel cuore di coloro che hanno esternato per la seconda volta, nel Consiglio nazionale della Federazione, quest'equivoca ambizione. E' auspicabile, dunque, un momento di riflessione. E, con lungimiranza, interpretare con umiltà e passione il vero sentimento di appartenenza ad un mestiere che anche in passato è stato segno di orgoglio e di solidarietà da rendere una corporazione forte e vincente nel tempo.

V.T.

Vignolcarni, continua ricerca della migliore qualità

Dal lontano 1981 Giuliano Giovannelli conduce Vignolcarni Srl, una piccola realtà nel settore della macellazione e del commercio delle carni bovine. Il nuovo stabilimento, costruito ex novo nel 2005, è ubicato ai piedi dell'Appennino Modenese, nella Valle dei Ciliegi, là dove il fiume Panaro divide le province di Bologna e Modena. L'obiettivo principale dell'azienda è di offrire al cliente carne con caratteristiche organolettiche pregiate, che possa garantire la propria qualità con continuità. L'interesse massimo del titolare è pertanto volto a controllare personalmente gli allevamenti di provenienza, selezionando settimanalmente i capi idonei alla macellazione, alla continua ricerca della migliore

qualità. La solidità dell'attuale nucleo familiare al comando dell'azienda, attraverso la valida esperienza dei dipendenti, permette di proporre ai clienti la personalizzazione di frollature, tagli, disossi e confezionamenti.

Durante tutto il ciclo produttivo vengono rispettate le corrette procedure sia igienico-sanitarie sia quelle relative al benessere animale. L'ubicazione centralizzata dell'azienda rende fattibile un servizio di consegne nei punti vendita più volte alla settimana,

offrendo così la possibilità di avere una buona rotazione del prodotto. In sintesi Vignolcarni Srl è un'azienda che ha nel cuore un mestiere antico, fatto di passione e volontà, che ha ancora tanta voglia di esistere.



41054 Marano sul Panaro (Mo) - Via Bernabei, 1
Tel. 059.744280 - Fax 059.705652 - E-mail: info@vignolcarni.it

Condividere conoscenze ed esperienze...

segue da pag. 1

Libertà è una parola dal significato meraviglioso, ma è spesso confusa con l'essere al di fuori da un contesto di persone: libertà come individualismo e autonomia dalle regole che consentono una vita in comune con gli altri.

Noi macellai, spesso, abbiamo questa chiave di lettura, e crediamo di poter regnare nella nostra bottega come meglio crediamo. Qualche volta con risultati positivi nella qualità del nostro lavoro, ma talvolta senza accorgerci che le nostre idee personali incidono negativamente sui risultati economici della nostra azienda.

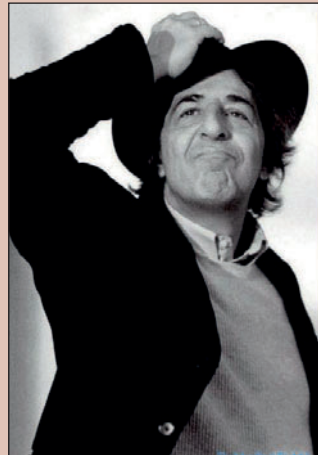
Per questo io condivido al cento per cento il pensiero di Gaber nel dire che non c'è vera libertà se non condivisa con altri, se non legata ad altri: in questo caso con i colleghi, con i nostri "concorrenti" vicini e con quelli che in altre regioni e in altre storie condividono il nostro lavoro e la nostra passione.

Condividere non significa dividere quanto abbiamo. Anzi, attraverso la condivisione delle esperienze, migliorano le nostre capacità e, di conseguenza, cresce il valore economico dell'azienda.

E sono perfettamente d'accordo con Gaber quando dice che non c'è libertà nel vivere sopra un albero, staccato dal mondo sottostante. La libertà è un bene che va conquistato, lottando e impegnandosi; trasferito nel nostro mondo di imprenditori è evidente la necessità di costruire giorno dopo giorno le conoscenze per rimanere allineato ai cambiamenti di gusti dei consumatori, alle nuove tecnologie utili per economizzare i costi, ricercare i prodotti più adatti alla qualità che sempre dobbiamo perseguire.

Per ottenere questi risultati è necessario confrontarci con molte altre esperienze e per questo Federcarni si impegna organizzando la partecipazione a fiere di

settore come iMeat a Modena o ad altre meno specialistiche. Portando sempre a partecipare tante realtà diverse, creando momenti di confronto dove, chi vuole migliorarsi, ha la possibilità di vedere e conoscere le esperienze di altri colleghi, di dividerle e di provare a misurarsi in un incontro di idee, avendo a disposizione l'esposizione di molta tecnologia utile ai cambiamenti di rotta della propria bottega. Un elemento importante che Federcarni può dare è la coerenza nel proprio impegno. Viene tracciata una strada, la migliore possibile, e viene proposta a tutti, almeno a tutti quelli disposti ad ascoltare. E questa strada vi chiediamo di dividerla, compatti e determinati perché, a differenza del moscone con il suo volo che sembra libero



«La libertà non è star sopra un albero, non è neanche avere un'opinione, la libertà non è uno spazio libero, libertà è partecipazione.»

GIORGIO GABER
La Libertà

Negli anni '70 Giorgio Gaber cantava: "La libertà non è star sopra un albero, non è nemmeno il volo di un moscone, la libertà non è uno spazio libero, la libertà è partecipazione". Gaber la cantava con un chiaro significato sociale e politico, e naturalmente non è la stessa motivazione per la quale io lo cito.

mentre in realtà è senza una meta e spesso finisce sbattendo contro il vetro, noi abbiamo il compito di proteggere il nostro lavoro e le famiglie che vi sono legate.

Questo oggi è più difficile: nuove concorrenze si aggiungono a quelle da cui abbiamo imparato a difenderci, il patrimonio della capacità professionale viene sminuito da un sistema industriale che toglie

valore e qualità. A questo non siamo in grado di rispondere se siamo soli e chiusi in noi stessi. Al contrario, possiamo contare molto come movimento di categoria. Sappiamo cosa dobbiamo fare, se lo facciamo insieme. Se siamo tanti riusciremo a far crescere i nostri valori nell'opinione dei consumatori. Liberi e uniti, si può.

Maurizio Arosio
presidente Federcarni

Lettera aperta ai macellai

"Perché c'è bisogno di essere uniti"

Cari esercenti, le nostre macellerie costituiscono tutt'oggi un pezzo importante dell'economia nazionale. Il nostro lavoro produce ogni giorno ricchezza per il Paese, occupazione e benessere per le nostre famiglie. Le nostre botteghe sono un punto di riferimento per l'identità del quartiere.

Ciò nonostante, non è tutto rose e fiori. I dati sono tutt'altro che confortanti.

Negli ultimi quattro anni, in Italia, il numero di lavoratori indipendenti - cioè imprenditori e collaboratori familiari - è diminuito di ben 62 mila unità. Questo significa che i piccoli negozi di quartiere e di vicinato stanno cedendo il passo. La categoria dei macellai, se disunita, non può che soccombere allo strapotere della grande distribuzione.

E' ciò che accade, ad esempio, quando i macellai non fanno sentire la propria voce unitaria riguardo alle chiusure domenicali. Negli ultimi due anni ho parlato con centinaia di macellai della mia regione e di tutt'Italia. Tutti, indistintamente, mi hanno raccontato il

profondo malessere e il disagio che provano per la loro attuale condizione. Tutti mi hanno chiesto del perché la Federazione non si attivasse



per risolvere i loro problemi. Pochi, tuttavia, si sono impegnati a partecipare attivamente alle iniziative di Federcarni per dare un contributo alla nostra causa. Non ci si può lamentare e non fare nulla. Invito tutti, pertanto, ad aderire a Federcarni

e a partecipare alle iniziative che in tutta Italia vengono portate avanti dai nostri colleghi, con la forza delle idee e una passione autentica. Federcarni è vicina a tutti i macellai e si batte per chi crede che questo mestiere possa ancora essere tramandato ai propri figli.

Domenico Timbone
Consulente legale nazionale Federcarni





L'iniziativa è stata presentata in occasione dell'evento "The Run of Colors" per la quarta edizione dell'Aipamm Day. I proventi della manifestazione devoluti ad Aipamm Onlus, Associazione italiana pazienti con malattie mieloproliferative

"Oggi è un buon giorno per mangiare carne"
Da Federcarni Grosseto
nuova campagna
di comunicazione



"Uevento all'insegna dello sport e dell'informazione, ma anche dell'impegno solidale. E non potevamo mancare, per dimostrare che le cose buone possono fare anche del bene". Il gruppo sindacale Federcarni Confcommercio Grosseto parla così della partecipazione alla quarta edizione di Aipamm Day, l'iniziativa che ha portato la "The Run of Colors" a Grosseto, presso il parco di via Giotto.

Migliaia i grossetani, di tutte le età, che hanno partecipato alla manifestazione i cui proventi sono stati devoluti ad Aipamm Onlus, Associazione italiana pazienti con malattie mieloproliferative, che si occupa di sostenere la ricerca sulla cura della mielofibrosi e delle malattie mieloproliferative in genere, sostenere le famiglie con pazienti affetti da malattie mieloproliferative, divulgare la conoscenza delle malattie fra pazienti e medici. Tra i protagonisti indiscussi

della giornata i macellai di Federcarni Grosseto che, con le loro prelibatezze, hanno animato l'area del "Maremma street food" organizzata dalla Confcommercio provinciale. I "professionisti della carne", all'ora di pranzo, hanno servito assaggi delle loro preparazioni più richieste, di grande qualità, tra cui alcune tipicità del territorio, come il "peposo di Maremma".

Rossi, che anche l'anno scorso ha collaborato con Aipamm, la macelleria Fratelli Vannucchi, la macelleria Pino e Luca, la macelleria Berti Gabriele. Federcarni Confcommercio Grosseto ha colto quest'occasione per lanciare la sua nuova campagna di comunicazione con lo slogan

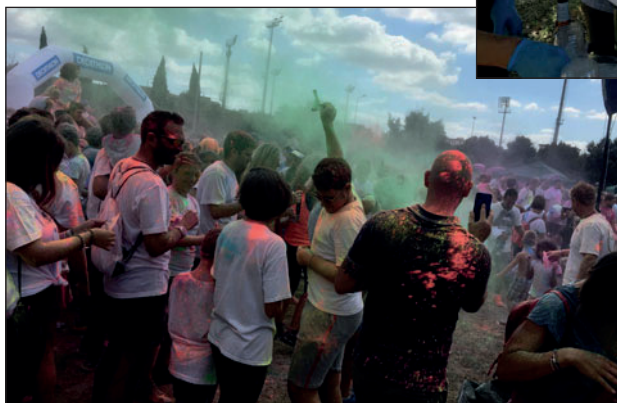
in campo sociale del gruppo. "L'Aipamm Day, con la 'The Run of Colors', è stato un ottimo giorno per mangiare carne – spiega il presidente di Federcarni Grosseto Andrea Laganga – perché abbiamo dato la possibilità di assaggiare alcune delle specialità preparate dalle nostre botteghe e, in questo modo, di contribuire ad una nobile causa. Questa campagna, volta alla valorizzazione del nostro lavoro, andrà avanti

se, e quindi un senso diverso, al nostro slogan". Il presidente Laganga ha ringraziato tutte le macellerie che hanno aderito alla progettualità dello street food per Aipamm Day. Soddisfazione è stata espressa anche dai vertici provinciali di Confcommercio. "Abbiamo voluto sostenere la Onlus in questa bella manifestazione – commentano Carla Palmieri e Gabriella Orlando, presidente e direttore di Confcommercio Grosseto –



nei prossimi mesi con altre interessanti iniziative del gruppo. Ed ogni volta cercheremo di dare motivazioni diver-

hanno dato un bell'esempio di solidarietà attiva. Siamo veramente orgogliosi sia dell'impegno dimostrato sia del risultato ottenuto. Grazie di cuore al sindacato Federcarni Grosseto".



"Oggi è un buon giorno per mangiare carne" – "This day is a good day to eat meat", ideata per accendere i riflettori sulla qualità e sui valori nutrizionali, oltre che sulla bontà, dei prodotti selezionati e venduti dalle macellerie aderenti a Federcarni, ed al contempo per sottolineare l'impegno



PRIMO

PIANO

PrimoPiano: i nuovi banchi Eurocryor dall'estetica inedita, che avvicina i prodotti al cliente, accrescendone la percezione di freschezza. **Experience the best Shopping Interaction!**

Il cibo come non l'avete mai visto: la sua freschezza, da oggi, è davvero più vicina allo sguardo del pubblico, da tutte le prospettive! Merito di **PrimoPiano**, la gamma di vetrine **Eurocryor** che rivoluziona la presentazione dei prodotti, in forza di un'estetica e un design del tutto inediti.

Le strutture del mobile, progettate per intersecarsi, rendono più vicina la vetrina e **più visibili** i prodotti anche dai lati, per un'interazione perfetta con i consumatori!

La vetrina è ora disponibile anche con **tecnologia Dynamic System**, per una perfetta esposizione e conservazione della carne.

