Redazione Omnis*magazine*
Via del Battirame, 6/3a · 40138
Bologna - Italy
Tel +39 051 531800
E-mail: redazione@omnismagazine.com
Website: www.omnismagazine.com

TESTO E FOTO DI
Lisa Bellocchi

Aziende italiane a Space

Un premio per l'innovazione

135 candidati, 46 premiati; tra questi, una sola impresa italiana. E' il riconoscimento InnovSpace, che alla fiera zootecnica di Rennes valorizza i prodotti, le procedure o i sistemi più innovativi per il mondo dell'allevamento professionale. Nell'edizione 2019, che si è da poco conclusa con diversi record (1.400 espositori da 42 Paesi e 105.318 visitatori) la giuria ha selezionato l'italiano "Nebula", un umidificatore ad ultrasuoni per il controllo dell'umidità nelle incubatrici di uova di piccole e medie dimensioni. Senza umidificatore – spiega Amin Trafeh, responsabile commerciale della River System, l'azienda di Campodarsego (Padova) che produce "Nebula" - la schiusa delle uova nelle incubatrici si attesta al 75%; con l'attrezzatura si arriva al 100%. Ciò che è piaciuto ai giudici di Space è che l'impianto (trasportabile ed utilizzabile anche in alveari o nella stagionatura dei formaggi) è in grado di regolare i flussi in base al tipo di uova all'interno: dalla quaglia allo struzzo, passando per galline, oche eccetera. La River (nata a Reggio Emilia, ma poi acquisita dalla tedesca Lubig) attualmente produce utilizzando anche una plastica ad iniezione che evita la proliferazione dei batteri.

La fiera Space alterna i focus di settore; ogni due anni un'area particolare è dedicata all'allevamento avicolo, per il quale molte aziende italiane offrono prodotti di rilievo. Stefano Maino, titolare della Maino incubatrici di Oltrona (Como), crede in un atteggiamento green. Perciò la sua azienda produce con PVC riciclato ed utilizza l'ozono per disinfettare; la formaldeide, cui purtroppo alcuni grandi impianti ricorrono ancora, è da considerare fuorilegge.

Gli espositori italiani, per molti dei quali la Francia è il primo mercato di esportazione, lamentano quest'anno una certa stagnazione. La concorrenza cinese, basata su costi ultraridotti, penalizza soprattutto i piccoli. "Space è una fiera molto interessante" chiarisce Stefano Visini, area manager della divisione poultry della Facco di Marsango di Padova. "E' nel cuore dell'agricoltura bretone, che rappresenta poco meno del 50 per cento dell'agricoltura francese e raccoglie produttori anche dalla Normandia". Quest'anno, gli esperti del colosso italiano delle attrezzature avicole (il secondo al mondo dopo l'olandese The Big Dutchman) rilevano che i prezzi delle uova troppo bassi hanno demotivato agli investimenti molti imprenditori del nord Africa e che ad accentuare il disagio contribuiscono situazioni politiche instabili, come quella dell'Algeria. Anche negli Stati Uniti negli ultimi due anni si sono ridotti notevolmente gli investimenti. L'Europa rimane un bacino fondamentale sia dal punto di vista commerciale sia della ricerca; sotto la lente, in questo periodo, allevamenti free range e voliere.

Vale la pena di studiare per implementare la produzione della carne più consumata al mondo (la prima davanti al maiale) e l'unica per cui i trend dei consumi sono ancora in ascesa.

ITAVI, l'Istituto di ricerca francese sulle filiere avicola, cunicola ed ittica calcola in 4,9 miliardi di euro il valore di tale filiera, pari al 6,6 per cento della produzione agricola francese e al 18,2% della produzione animale. I francesi consumano annualmente 28 chili di carne avicola pro-capite (il 67% pollo, il 20% tacchino e via scendendo) e 220 uova, di cui i francesi sono anche i primi produttori europei.

Secondo un'indagine condotta da ITAVI nell'aprile di quest'anno, i francesi sono unanimi nel richiedere un'etichettatura obbligatoria della carne avicola, sia per la ristorazione classica sia per quella sociale (mense scolastiche, ospedali, case per anziani). Poiché l'indagine ha evidenziato che i consumatori a stragrande maggioranza preferiscono prodotti agevolmente tracciabili, è ai nastri di partenza il logo "volailles francaise" per identificare i prodotti nazionali. L'argomento potrebbe trovare sostenitori anche in Italia, dove Unaitalia gestisce disciplinari di etichettatura volontaria autorizzati dal Mipaf, che consentono di valorizzare sulle etichette dei prodotti alcune informazioni che vanno oltre quanto previsto dalle norme comunitarie, come ad esempio maggior spazio in allevamento, maggior benessere, o un tipo di alimentazione specifica.