AMBROSINI CARNI

Gabriele Santoleri ed Helena Viganò

"Il 2024 è stato per noi un anno positivo, nonostante le difficoltà legate al reperimento della materia prima per quanto riguarda il bovino. Noi, comunque, abbiamo una serie di progetti legati a questo comparto. In fiera presentiamo anzitutto il nostro Smash Burger, disponibile in due varianti: Black Angus e Scottona. Abbiamo, inoltre, il nuovo Burger Leggero, con il 100% di carne bovina italiana, a basso contenuto di grassi e high protein. La Mdd incide sulla nostra produzione di carne per un 50%; cerchiamo di crescere in questo settore parallelamente a quanto facciamo con il nostro marchio. Stiamo riscontrando un'affluenza ottima a Marca. Ci sono molti buyer, con un'interessante partecipazione dall'estero".

CENTRO CARNE

Agnese Nardinocchi

"Il 2024 è stato un anno sorprendente, sia in positivo che in negativo. Nonostante le notevoli oscillazioni sui prezzi della materia prima e un importante incremento nell'ultima parte dell'anno, soprattutto per le carni bovine, abbiamo chiuso in maniera abbastanza soddisfacente. Dopo i primi sei mesi qualche previsione è stata rivista. Tuttavia, non possiamo lamentarci, è stato fatto un buon lavoro a livello aziendale, sia dal punto di vista produttivo, sia dal punto di vista commerciale. Rispetto agli anni precedenti per noi è stato un anno di riflessioni, soprattutto sul futuro della nostra azienda e sulla sua direzione. Abbiamo messo in tavola importanti progetti di sviluppo e puntiamo a portarli avanti nei prossimi anni. Abbiamo scelto il 2024 come l'anno per investire di più sui nostri clienti, fornendo loro servizi aggiuntivi. A Marca abbiamo messo in luce i nostri burger e tartare Skin, alcuni dei prodotti che già facciamo a Mdd e la salsiccia. Inoltre, al fresco abbiamo affiancato le referenze gelo, precotte e i salumi. Tuttavia, la nostra novità è stata lo Smash Burger".

BM GASTRONOMIA

Roberto Casaretti

"Abbiamo chiuso il 2024 in positivo, con un fatturato da 22,6 milioni di euro, legato quasi interamente alla Mdd. Il 10% del giro d'affari riguarda l'estero, in particolare Francia e Germania; ora puntiamo ad avere uno sviluppo anche in Spagna. Qui in fiera stiamo presentando prodotti a base di carne in formato famigliare da 800/1.000 grammi, pensati per il banco gastronomia calda o per essere riscaldati a casa in forno; vanno ad aggiungersi alla linea take away da 250/400 grammi, che è già in commercio. Marca sta andando bene, anche se devo dire che ho riscontrato una minore presenza di buyer interessati al comparto dei piatti pronti; anche dall'estero ho visto pochi operatori. Gli anni scorsi siamo riusciti ad organizzare molti più appuntamenti e ad avere molti più contatti".

KIOENE

Cristian Modolo

"L'anno appena chiuso è andato molto bene: l'azienda ha ottenuto risultati al di sopra della media del mercato. La fiera è un'ottima occasione per mantenere i contatti con le insegne della Gdo con cui già lavoriamo. Con Kioene stiamo presentando una nuova gamma di referenze, entrando per la prima volta nel comparto ortofrutta con il brand 'CampiAmati', garantito dall'expertise di Kioene. Si tratta di una novità assoluta, finalizzata ad aumentare lo spazio espositivo dedicato alla nostra proposta, così da dare una maggiore visibilità al nostro marchio. Il gruppo Tonazzo ha infatti recentemente annunciato la totale dismissione dell'attività legata alla lavorazione delle carni, per perseguire, in piena coerenza con la visione della famiglia, la promozione di una dieta basata su una alimentazione a base vegetale; in un primo momento i buyer sono rimasti sorpresi, ma poi hanno capito e apprezzato la nostra scelta".

DELICATESSE

Davide e Stefania Bianchi

"Marca è sempre un ottimo appuntamento. In fiera abbiamo portato le nostre linee ormai consolidate, che sono molto apprezzate dai clienti e dai consumatori. La vera novità dell'anno è che ora stiamo puntando a espandere il nostro giro d'affari nel Sud Italia, portando la nostra gamma di carni pronte in quelle zone. Anche quel mercato, infatti, si è evoluto e si è allineato ai trend generali; ora sembra che ci siano le condizioni per presentarsi al suo interno con una proposta di carni pronte, sia nel canale retail che nell'Horeca. Noi ci crediamo molto e siamo convinti di poter ottenere dei risultati entro la fine del 2025; le insegne hanno già dimostrato interesse per l'iniziativa".

CENTRO CARNI COMPANY

Lo stand

EAT MEAT

Lo stand

EAT PINK

Lo stand

TERREMERSE

Lo stand

FILENI

Barbara Saba

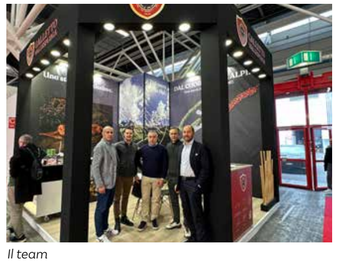
Lo stand

"Il 2024 è stato un anno positivo per il gruppo Fileni. Siamo soddisfatti dei risultati ottenuti in Gdo: il reparto del fresco, nel progressivo a ottobre, ha chiuso con un +2% a valore. Abbiamo osservato una stabilità a volume e una lieve contrazione a valore nel mercato del peso fisso, penalizzato dalla performance dei supermercati di grandi superfici e del libero servizio. Al contrario, il discount si è dimostrato particolarmente resiliente. Ci ha dato grande soddisfazione il lancio di Cotosnella, capostipite della linea Fileni Light, una cotoletta di filetti di pollo con il 50% di grassi in meno rispetto alla media del mercato delle cotolette. Ottime anche le performance delle linee Fileni Buoni & Bilanciati e Fileni Buoni & Veloci. A Marca abbiamo presentato l'estensione della gamma Fileni Light con l'introduzione di Cotosnella con spinaci e Cotosnella Nuggets, la linea Fileni 50% & 50% e le nuove referenze Pulled Chicken e Tagliata di pollo della linea Fileni Buoni & Veloci".

GRANCARNI

Lo stand

VALLE SPLUGA



Il team

GOLDEN FOOD

Mauro Esposto

"La situazione della carne bovina è problematica. Le materie prime in Europa sono ormai fuori controllo. L'aumento è cominciato un anno fa, sembrava una semplice scossa di mercato e invece non si è mai fermato. Oltre all'esplosione dei costi, ci troviamo ad affrontare una drammatica carenza di merce. Gli allevatori non stanno ristallando, e il boom delle esportazioni di materia prima in Nord Africa e Turchia ha tolto ulteriore disponibilità per il nostro mercato. L'industria sta facendo la sua parte nell'assorbire questi aumenti; ora staremo a vedere come si comporterà la distribuzione, che deve trovare un punto d'equilibrio evitando il rischio di un calo dei consumi".

RICO CARNI

Marco Boscolo

Lo stand

"Il 2024 è andato bene: abbiamo registrato un +10% a valore e un +8% a volume. Il fatturato è stato di circa 10 milioni e 800mila euro, di cui un 35% è legato alla Mdd. Peccato per l'ultimo quadrimestre, dove abbiamo avuto un inizio di aumento della materia prima, soprattutto bovino, che ci ha fatto diminuire la marginalità totale. Il 2025 è molto incerto, soprattutto per l'aumento fuori controllo del bovino. Cercheremo di portare avanti tutti i progetti previsti, anche con le nuove line di prodotto presentate a Marca. Abbiamo ampliato la linea ready to eat, arrivando a sei referenze e introducendo due prodotti tex mex; abbiamo accresciuto, poi, la linea Skin ready to eat con l'introduzione della lonza di suino in salsa bbq; anche la linea salumi take way è cresciuta, con l'arista al forno cotta in salsa bbq".

SALUMIFICIO SANDRI

Luca Lencioni

"Il 2024 è stato un anno positivo, ricco di soddisfazioni. Le prospettive per il 2025 sono quelle di ampliare la gamma dei nostri ready to eat, focalizzandoci sulla qualità della carne e sulla provenienza, sulla scelta accurata delle materie prime e degli ingredienti, ma anche e soprattutto sul gusto. Fino ad oggi abbiamo puntato particolarmente sulla tradizione, ma abbiamo intenzione di spaziare ancora di più per accontentare tutti i palati. A Marca presentiamo principalmente i nostri prodotti realizzati in private label, ma anche le nostre eccellenze a marchio Sandri. Una delle vetrine è dedicata interamente ai nostri prodotti cotti, pensati sia in confezioni libero servizio per gli scaffali della Grande distribuzione, sia in porzioni catering adatte per le gastronomie e per i punti ristoro dei supermercati".

ITALIA ALIMENTARI

Lo stand

ALCAR UNO

Matteo Barbieri