

Suino intermedio opportunità da cogliere

I risultati di una ricerca di mercato finanziata dalla Regione Piemonte per lo sviluppo di una filiera di qualità. L'importanza dell'origine italiana

di **Giovanni Peira***,
Alessandro Bonadonna*,
Giovanni Battista Testa**

Premessa

Il comparto suinicolo piemontese e quello nazionale da alcuni anni evidenziano diverse criticità che, pur mitigate nell'ultimo anno da una situazione economica migliore, continuano a mettere in difficoltà gli allevatori, i macellatori e i trasformatori.

Gli stati generali della zootecnia piemontese sulla filiera suinicola, nel 2008, avevano identificato le principali criticità del settore suinicolo piemontese e nazionale e avevano delineato le strategie per rilanciare il comparto.

Si è manifestata pertanto la necessità di ipotizzare la ristrutturazione di parte della filiera, sia valutando l'opportunità di riequilibrare la produzione di suini pesanti e, di conseguenza, di riprogrammare la produzione di salumi dop, sia al fine di evitare una riduzione delle produzioni a livello di allevamento con conse-

guente contrazione del numero di operatori impiegati nel settore. Alla luce di tali considerazioni, è stata individuata l'opportunità di realizzare uno studio finalizzato allo sviluppo di una filiera di un suino medio-pesante di qualità (kg 125/135), destinato ad approvvigionare un circuito diverso da quello delle dop. I possibili impieghi delle carni del suino medio-pesante devono ricercarsi nella produzione di carni fresche e nella realizzazione di salumi di qualità, quali ad esempio il prosciutto cotto e lo speck.

La Regione Piemonte, per offrire agli allevatori piemontesi un'alternativa alla produzione del suino pesante, ha finanziato un progetto biennale per verificare il grado di apprezzamento del suino medio-pesante da parte degli operatori di diverse filiere (prosciutto cotto, speck, carni fresche, foodservice).

Il dipartimento di Scienze merceologiche dell'Università degli Studi di Torino, con la collaborazione di Aps Piemonte, ha realizzato il secondo anno di attività del progetto, iniziato il 1° marzo 2011 e conclusosi il 31 luglio 2012.

Alla luce dei risultati ottenuti dall'attività svolta nei primi dodici mesi, lo studio è stato esteso



Scrofa in lattazione e suinetti destinati alla produzione di suini di peso intermedio.

principalmente alla filiera nazionale del prosciutto cotto e al canale foodservice (ristorazione collettiva e tipica).

Sulla base delle conoscenze acquisite, sono stati predisposti alcuni questionari, somministrati successivamente agli operatori dei diversi settori d'indagine, per verificare le peculiarità dell'approvvigionamento delle materie prime, le strategie da questi adottate per caratterizzare le loro produzioni nonché per sondare il loro interesse nei confronti di "materie prime" ottenibili dal suino medio-pesante o comunque da suino nato e allevato in Italia.

Di seguito, sono descritti brevemente i risultati emersi dall'indagine sulla filiera nazionale del prosciutto cotto e il foodservice.

Filiera del prosciutto cotto

Le aziende italiane individuate come produttrici di prosciutto cotto sono state complessivamente 57. Le risposte ottenute da tale gruppo sono pari a 15, le restanti 42 non hanno risposto sottolineando implicitamente o esplicitamente il loro disinteresse ad un eventuale coinvolgimento. Le aziende intervistate risiedono in diverse regioni italiane: Piemonte (7 aziende), Lombardia (3), Emilia-Roma-

*Dipartimento di Scienze Merceologiche, Facoltà di Economia, Università degli Studi di Torino e-mail: peira@econ.unito.it;

**Consulente del progetto di ricerca



Suinetti in svezzamento destinati alla produzione di suini di peso intermedio.



Mezzene di suino intermedio.

gna (2), Veneto (1), Friuli Venezia Giulia (1), Trentino Alto Adige - Provincia Autonoma di Trento (1).

Le aziende che hanno partecipato all'indagine dichiarano di lavorare complessivamente quasi 210mila unità di materia prima per settimana. Nell'ipotesi di una produzione costante per l'intero anno, il campione indagato conta complessivamente

una produzione di quasi 11 milioni di prosciutti cotti. Quasi la metà delle cosce richieste (47,9%) per l'approvvigionamento della filiera proviene da aziende emiliane, il 29,7% da quelle lombarde e il 17,1% da quelle piemontesi. I primi quattro salumifici per numero di cosce/settimana acquistate sono ubicati in Emilia-Romagna e in Lombardia per un totale pari a

155mila (74,3% del totale). Sulla provenienza della materia prima, si osserva che quasi un quarto delle cosce utilizzate (23,6%) è di origine italiana, in valore assoluto pari a 49.260 unità. La restante parte (159.340 unità) proviene da diversi Paesi dell'Unione Europea: i principali mercati di approvvigionamento sono costituiti da Germania (20,3%), Danimarca (16,9%) e

Olanda (12,1%). Diversi prosciuttifici indicano genericamente il territorio dell'Ue (11,0%) come area di riferimento.

Mercati di sbocco e garanzie

Secondo quanto dichiarato, la principale ragione che orienta la scelta del fornitore è da individuare nelle caratteristiche specifiche del prodotto offerto. Assumono un'importanza non tra-

UN PROGETTO PER UNA FILIERA CERTIFICATA

L'esperienza più significativa, è scaturita dall'iniziativa di Aps Piemonte, in collaborazione con il gruppo Italcarni, leader in Italia nella macellazione, lavorazione e commercializzazione di carni suine e l'Unione nazionale delle Organizzazioni di produttori suini (Unapros) che hanno stipulato un contratto di filiera, per adottare un sistema di rintracciabilità, secondo la norma UNI EN ISO 22005:2008. Il sistema di rintracciabilità riguarda, secondo quanto previsto dal disciplinare, "mezzene, tagli di carne fresca sfusa, di suini leggeri nati, allevati e macellati in Italia". In etichetta e/o sui documenti di vendita andranno riportate le seguenti diciture "Filiera Rintracciata Una-

pros" e "Suino leggero nato, allevato e macellato in Italia". Sulla dicitura è importante fare alcune precisazioni. Da ricerche di marketing, è emerso che il consumatore ha una percezione negativa delle parole "suino intermedio" o "suino di peso intermedio", mentre questa diventa positiva utilizzando il termine "suino leggero", inteso però come suino di peso 120-130 chilogrammi. Nella prima fase del progetto ha aderito il gruppo F.P. Allevamenti di Cuneo. Il gruppo Pinta ha convertito interamente i propri allevamenti con due scrofaie, due svezzamenti e dieci ingrassi alla produzione di suini intermedi, con 2.100 scrofe, 11mila suinetti e 18.500 suini

all'ingrasso. L'output produttivo annuale è di circa 55mila suini l'anno. I suini sono macellati all'età di circa sei mesi e del peso medio vivo di 115-125 chilogrammi. Attualmente, il peso medio è leggermente inferiore a quello preventivato all'inizio. La produzione di circa mille capi alla settimana è quasi totalmente commercializzata in mezzene e il mercato di riferimento è la Sicilia dove con questo prodotto, certificato di origine italiana, si sostituiscono mezzene di origine estera. Le mezzene, che per pezzatura o per copertura di grasso risultano non idonee al mercato delle mezzene, vengono sezionate destinando le cosce alla produzione di prosciutto cotto, le lombate al consumo fresco e le parti meno pregiate alla produzione di salumi.

Caratteristiche preferite della materia prima ottenuta da suini medio - pesante

	Opzione preferita	n° di preferenze
Spessore del grasso di copertura	1,50 - 1,99 cm	7
Pezzatura della cosce	Kg 11 - 12	10
Marezzatura delle cosce	discreta	8
Colore delle cosce	rosso chiaro	9
pH ottimale	da 5,50 a 6,00	13
Livello massimo di iodio	70	4
Colore del grasso	bianco	10

scurabile la preparazione adeguata e l'elevata standardizzazione della materia prima nonché il prezzo competitivo. I canali privilegiati per il reperimento della stessa rimangono i macelli e i laboratori di sezionamento.

Come per il prosciutto cotto del Piemonte e lo speck, il mercato di sbocco della filiera del cotto nazionale è quello interno: oltre 160mila unità ogni settimana (77,4%) sono destinate al consumatore italiano. La parte residuale è assorbita principalmente dai mercati tedesco (7,8%), austriaco (5,8%) e francese (2,9%). La maggioranza delle aziende intervistate (13 aziende su 15) sottolinea la necessità di certificare il tragitto percorso dal prodotto alimentare e dagli elementi che lo compongono fin dalla produzione della materia prima (Iso 22005), riconoscendo spesso a tale certificazione un maggior valore economico (9 su 13). Parimenti, l'opportunità di reperire materia prima italiana certificata ha ottenuto un elevato livello di apprezzamento da parte dei produttori (13 su 15): alcuni di essi (8) sarebbero disposti a riconoscere un maggior valore. La sensibilità verso queste certi-

ficazioni è da ricondurre alla necessità di fornire garanzie accresciute al consumatore sempre più attento alla sicurezza e al Paese di provenienza dei prodotti agroalimentari.

Gradite bio, no ogm e Ifs/Brc

Anche le certificazioni "no ogm" (12 preferenze), Ifs/Brc (11) e bio (9), nonché il benessere animale (10) hanno ottenuto un buon livello di gradimento da parte delle aziende coinvolte nel progetto. Le certificazioni Ifs/Brc, normalmente richieste dalla Gdo, sembrano avere una discreta rilevanza per i produttori di prosciutto cotto: l'evoluzione della domanda di prodotti a marchio commerciale nel mercato italiano rende necessaria una loro implementazione. Risulta poco significativa l'applicazione di un eventuale sistema per la gestione energetica.

Con riferimento alle caratteristiche specifiche della materia prima, alla luce delle risposte ottenute è possibile ricostruire un modello ottimale di coscia da suino medio-pesante (vedi tabella). Analizzando l'effettiva disponibilità all'acquisto di materia prima proveniente da suino medio pesante, 10 aziende sarebbero op-

pense all'acquisto, 5 escludono l'utilizzo di questo tipo di materia prima. Diversi operatori vincolano il loro interesse a una valutazione preventiva delle caratteristiche della materia prima così ottenuta e alla necessità di conoscere il costo finale del prodotto.

Le aziende che hanno indicato un quantitativo minimo si sono dichiarate disponibili ad acquistare complessivamente circa 7mila cosce, corrispondenti a 3.500 capi per settimana (annualmente 182mila suini).

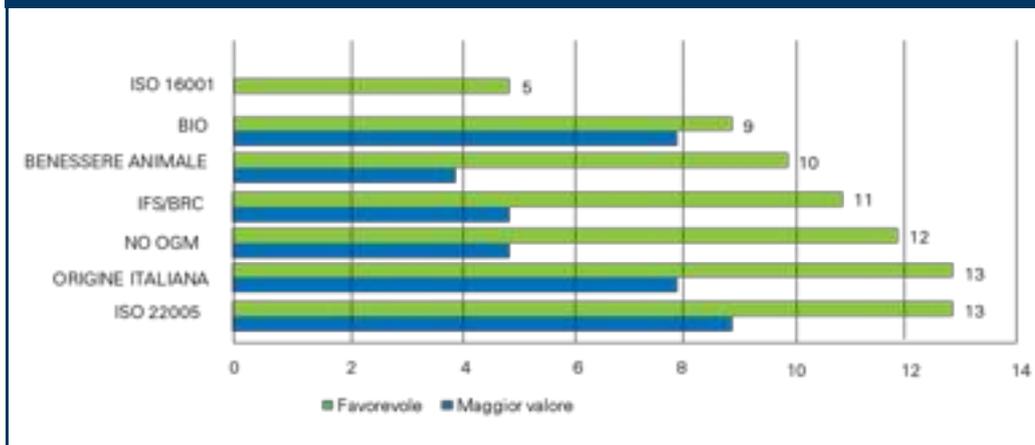
Ristorazione collettiva

Le aziende individuate del settore della ristorazione collettiva, operanti su territorio regionale, sono state complessivamente 27. Di queste, 19 hanno partecipato all'indagine sottoponendosi alla somministrazione del questionario, 7 non hanno risposto sottolineando implicitamente o esplicitamente la loro indisponibilità a un eventuale coinvolgimento, un operatore ha invece dichiarato di trattare solo alimenti biologici. Le aziende che hanno collaborato alla realizzazione del progetto risiedono in diverse province piemontesi: Torino (13 aziende), Cuneo (2), Asti (1), Alessandria (1), Vercelli (1), Verbania (1).

Una parte di queste aziende appartengono a gruppi multinazionali e nazionali.

Esse forniscono diversi servizi di ristorazione, Fresco Freddo Caldo (Ffc) (offerto da tutto il campione), Fresco Crudo (Fc), Regimi dietetici personalizzati (Rdp), Refrigerato (Ref) e Surgelato (Surg), ed operano in diversi settori quali scolastico (18 aziende), socio-sanitario (10), interaziendale (10), assistenziale (9), commerciale (5), vending (1) e catering (1).

I tagli anatomici di carne fresca suina principalmente richiesti sono la lonza (17 aziende), il lombo (8) e la coppa senza osso (7). In maniera residuale, la domanda comprende anche spalla disossata e filetto. Complessivamente, l'approvvigionamento settimanale dichiarato ammonta a poco più di 24mila chilogrammi costituiti per il 72,1% da lonza, per il 15,2% da lombo, quindi coppa senza osso (6,9%), spalla disossata (5,6%) e filetto (0,2%). La materia prima utilizzata è per lo più acquistata sottovuoto (14 aziende), poiché tale metodo consente maggiore sicurezza in termini di conservazione e di contaminazioni, e/o fresca (11 aziende).

Graf. 1 - Numero di aziende interessate per certificazioni della materia prima - in valore assoluto

Provenienza e approvvigionamento

Con riferimento alla provenienza della materia prima, la maggior parte delle aziende intervistate (16) dichiara di acquistare principalmente carne suina proveniente da allevamenti italiani: la percentuale è pari al 69% dei chilogrammi complessivi acquistati; il 14% del totale è di provenienza comunitaria (principalmente Germania 10%) e del restante 17% non è stato indicato o non si conosce il Paese o l'area di provenienza.

Il canale di approvvigionamento preferito è quello dell'intermediazione: 13 aziende si servono di agenti e di grossisti. I laboratori di sezionamento e i macelli sono utilizzati rispettivamente da 6 e 2 soggetti. Indipendentemente dal canale prescelto, emerge come, in questa fase, sia essenziale fare affidamento su un servizio di delivery efficace e produttivo: il rispetto dell'ordine, il tra-

sporto efficiente e la puntualità nei tempi di consegna sono esigenze che accomunano la quasi totalità del campione.

Gli strumenti di caratterizzazione del prodotto, oggetto d'indagine, sembrano essere già presi in debita considerazione dagli operatori della ristorazione collettiva: in particolare, l'origine italiana della carne suina è garantita da 10 aziende, l'assenza di ogm e la

tracciabilità di filiera da 9. Il metodo di produzione biologico e l'efficienza energetica sono, invece, i due strumenti di caratterizzazione meno apprezzati dal campione. L'eventuale implementazione di strumenti di caratterizzazione non deve tuttavia gravare in alcun modo sul costo finale della materia prima.

Nell'ipotesi di soddisfare la domanda di carne suina con il sui-

no medio pesante, è stato chiesto alle aziende quali caratteristiche vengono valutate affinché la qualità degli approvvigionamenti sia ritenuta adeguata: la principale caratteristica da soddisfare riguarda la quantità di grasso, che deve essere in misura tale da far risultare la carne magra e tenera a fine preparazione.

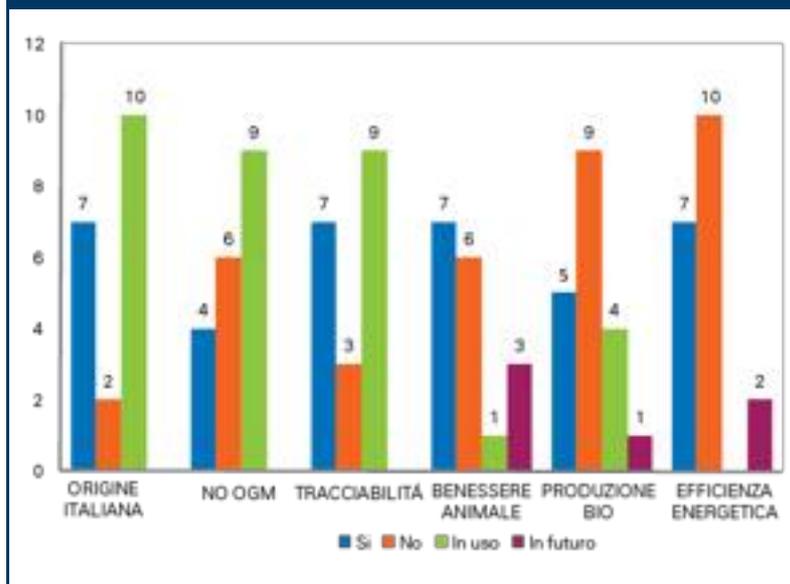
Origine della materia prima

Le diverse aziende che oggi si approvvigionano con carni estere, sottolineano il loro interesse ad acquistare materia prima proveniente dall'Italia, purché la quantità di grasso sia coerente con le richieste e il costo contenuto.

In relazione all'approvvigionamento di prosciutto cotto, le aziende intervistate indicano l'Italia (15 aziende), la Germania (5), l'Olanda (3) e la Danimarca (3) come principali nazioni da cui provengono le cosce per la realizzazione dei prosciutti cotti utilizzati. Secondo quanto dichiarato, il 37,1% in peso delle

cosce (da cui sono stati ottenuti i prosciutti utilizzati per la preparazione del menu ogni settimana) è di origine italiana, il 15,2% è tedesca. Per il 38,9% in peso dei prosciutti non vi è però certezza sul luogo di origine delle cosce.

Le aziende campionate sottolineano la loro particolare sensibilità nei confronti dei prosciuttifici come canale di approvvigionamento privilegiato: 9 aziende acquistano direttamente da produttori nazionali, 5 prediligono la fornitura da produttori regionali. I motivi che spingono le aziende a utilizzare

Graf. 2 - Utilizzo di strumenti di caratterizzazione del prodotto - numero di aziende in valore assoluto



Coscia, classificata LU, di suino intermedio particolarmente idonea alla produzione di prosciutti cotti.

Un banco di macelleria con carni fresche suine.

i canali di approvvigionamento sopra menzionati riguardano il prezzo competitivo ed il servizio offerto (rispetto dell'ordine, tra-

sporto e tempi di consegna). Con riferimento ai potenziali strumenti di caratterizzazione dedicati al prosciutto cotto, co-

me avvenuto per la carne suina, è di maggior interesse l'origine italiana, di cui 9 aziende già ne fanno uso e 7 la ritengono ele-

mento importante per differenziare il prodotto. La tracciabilità certificata è implementata in 12 aziende e un'eventuale attesta-

I.C.E.B.
F.lli PEVERONI

Costruzioni per impianti a Biogas

- Vasche per stoccaggio reflui
- Silos trincee per biomasse
- Digestori per Biogas

I.C.E.B.
F.lli Peveroni snc
Via Dell'Artigianato, 15
25012 Calvisano (BS)
www.icbfratellipeveroni.it
info@icbfratellipeveroni.it
Tel. 030 2131377
Fax 030 2060968

zione inerente al benessere animale è individuata come strumento meritevole di una maggior diffusione da 6 aziende del campione. Tali caratteristiche, seppur presenti, non devono generare un maggior costo finale della materia prima.

In ultima analisi, le caratteristiche maggiormente rilevanti ai fini dell'acquisto da parte delle aziende intervistate risultano essere l'assenza di additivi e di allegeni (7 preferenze) e un ridotto contenuto di grassi (6 preferenze). Così come riscontrato per la carne suina, la maggior parte delle aziende intervistate dichiara di essere interessata all'acquisto di prosciutti cotti ottenuti da suini allevati e macellati in Italia senza che vi sia però un maggior costo per l'acquisto.

Ristorazione tipica

Le aziende che hanno partecipato all'indagine, operanti nel settore della ristorazione tipica, sono state complessivamente 35. Esse risiedono in provincia di Torino (31 aziende), Cuneo (2), Biella (1) e Alessandria (1). In base alla tipologia di ristorazione offerta, il campione si suddivide in 11 ristoranti tradizionali, 11 ristoranti con servizio pizzeria, 5 trattorie e osterie, 4 ristoranti etnici, 2 gourmet e 2 self-service. L'intero campione utilizza abitualmente quantitativi ridotti di carne suina fresca per la preparazione dei piatti. Il prosciutto cotto è utilizzato da 25 esercizi, principalmente pizzerie (11) e ristoranti convenzionali (9).

I tagli di carne suina più diffusi negli esercizi indagati sono la lonza (25 preferenze) e il filetto (20). Gli altri tagli richiesti riguardano la coppa con osso e

senza, il lombo e la spalla disossata. Complessivamente, le aziende intervistate hanno dichiarato un approvvigionamento settimanale di oltre 400 chilogrammi, di cui quasi la metà costituita da lonza (47,1%). Per alimentare il processo produttivo aziendale, i soggetti intervistati hanno dichiarato di acquistare preferibilmente carne suina fresca (23 preferenze) e/o fresca sottovuoto (22). Con riferimento alle quantità acquistate, la carne suina sottovuoto è comunque quella maggiormente diffusa: il 52,4% in peso, infatti, è acquistato con tale modalità.

La maggior parte delle aziende intervistate (24) dichiara di acquistare principalmente carne suina proveniente da allevamenti italiani: secondo le informazioni raccolte, l'80% in peso della materia prima dichiarata è di origine italiana. L'approvvigionamento di carni suine è gestito principalmente dagli intermediari: quasi la metà in peso infatti è recapitata direttamente in azienda tramite servizio di *delivery* fornito da diversi operatori, società di cash&carry comprese. I motivi che spingono le aziende a utilizzare principalmente tale canale sono da ricondursi alle caratteristiche specifiche del prodotto, al prezzo competitivo offerto ed alla garanzia del servizio fornito.

Ristoratori: tracciabilità e meno grasso

I potenziali strumenti di caratterizzazione della carne suina fresca ritenuti più interessanti dal campione di ristoratori sono quelli relativi alla tracciabilità e all'origine italiana; a differenza degli operatori nella collettiva, an-

che il benessere animale sembra essere un problema sentito da un buon numero di operatori. In tale settore, tuttavia, è opinione diffusa che l'eventuale applicazione di tali strumenti non debba gravare sul costo finale della materia prima. Si segnala comunque una certa sensibilità, non riscontrata in altri comparti, nel riconoscere un maggior valore all'origine italiana, alla tracciabilità e al benessere animale.

Le caratteristiche della carne suina prese in esame dai ristoratori riguardano la quantità di grasso presente che dovrebbe essere ridotta e il colore comunque tendente al rosato. Nel caso in cui tali caratteristiche fossero garantite, gli operatori sarebbero disposti a riconoscere anche un maggior valore a carni ottenute da suini allevati e macellati in Italia.

Con riferimento al prosciutto cotto acquistato per l'offerta gastronomica, è emerso che la maggior parte dei ristoratori non conosce la provenienza delle cosce utilizzate per produrlo. In termini quantitativi, il 53,5% in peso di prosciutto cotto utilizzato dai ristoratori è ottenuto da cosce di cui non si conosce la provenienza. In relazione ai canali di approvvigionamento, i grossisti e gli agenti di vendita forniscono circa il 47% in peso dei prosciutti cotti acquistati, i prosciuttifici piemontesi il 30,3% e il cash&carry il 22,8%. Così come per la carne fresca, i motivi che spingono le aziende a utilizzare tali canali riguardano le caratteristiche specifiche del prodotto, il prezzo competitivo e il servizio.

Gli eventuali strumenti di caratterizzazione dedicati al prosciutto cotto e finalizzati all'identifi-

cazione dell'origine italiana e della tracciabilità sono considerati interessanti rispettivamente da 16 e 13 aziende, che in diversi casi (7 e 6) sarebbero disposti a riconoscere anche un maggior valore.

Le caratteristiche ritenute di maggior pregio in un prosciutto cotto destinato alla ristorazione tipica sembrano essere il contenuto di grasso (minimo), il colore (roseo) e la resistenza alla cottura. Nell'ipotesi di una filiera nazionale certificata per la produzione di prosciutto cotto (cosce ottenute da suini allevati e macellati in Italia), 18 aziende sarebbero disposte a valutarne l'acquisto e 9 di esse riconoscerebbero anche un maggior valore.

Conclusioni

I risultati della ricerca sono più che incoraggianti. Nel corso del biennio di studi, sono state diverse le conferme ottenute dai differenti operatori della filiera suinicola. I prosciuttifici piemontesi e nazionali hanno evidenziato un profondo interesse per l'eventuale disponibilità di cosce italiane certificate: prima i prosciuttifici piemontesi, quindi quelli nazionali, hanno espresso il proprio interesse per l'acquisto di cosce italiane certificate e la propria disponibilità (parziale) a corrispondere un maggior valore economico alla materia prima certificata. I produttori di speck, coinvolti nel primo anno di studi, hanno dichiarato un interesse diffuso all'acquisto di cosce di origine italiana certificata, riconoscendo anche un maggior valore per le baffe certificate.

Con riferimento agli altri tagli anatomici del suino medio pesante, le aziende intervistate, operanti nei diversi settori presi in esame

(Gdo e cash&carry, normal trade, confezionatori di vaschette, operatori della ristorazione collettiva e tipica), hanno dichiarato un esplicito interesse ad acquistare carni italiane certificate; in questo caso è meno spiccata, tuttavia, la disponibilità a riconoscere un maggior valore economico della materia prima certificata rispetto a quanto dichiarato dagli operatori della filiera del prosciutto cotto e dello speck.

Questi dati sono suffragati dalle informazioni fornite dai consumatori nel corso del primo anno di attività: l'indagine ha evidenziato un interesse diffuso all'acquisto di carne fresca di origine italiana e la disponibilità a riconoscere anche un prezzo superiore alla media. Risultati

analoghi a quelli ottenuti dall'origine certificata sono stati evidenziati per la rintracciabilità che, in diversi casi (speck, ristorazione collettiva), ha suscitato anche un apprezzamento superiore all'origine.

I dati registrati danno, quindi, indicazioni inequivocabili sull'importanza di valorizzare l'origine italiana della materia prima. Come evidenziato, l'introduzione del suino medio-pesante potrebbe consentire l'implementazione di una filiera produttiva parallela a quella del suino pesante concorrendo al raggiungimento degli obiettivi finalizzati al riequilibrio tra le richieste del mercato e la produzione e al conseguente raggiungimento di una maggiore

stabilità del settore. Sono evidenti però alcune criticità in relazione alle caratteristiche specifiche dei diversi prodotti ottenibili da suino medio pesante e al costo definitivo dei medesimi.

Attualmente, oltre al progetto Unapros (vedi box), non esistono altre filiere certificate, ma sicuramente altri allevatori hanno già iniziato a convertire i propri allevamenti al suino intermedio. Non vi sono stime ufficiali sul numero di capi allevati in Italia. Con l'implementazione della filiera e l'immissione sul mercato del suino medio-pesante e dei suoi derivati si potranno tuttavia ottenere utili indicazioni per la risoluzione di tali problematiche.

Bibliografia

- Montanari C. (2012), Suinicoltura italiana e costi di produzione, C.R.P.A op. 2.68, n. 3/12.
- De Roest K., Corradini E. (2012), "Il suino intermedio: opportunità e limiti", C.R.P.A.
- G. Setti (2011), "Assica: è ora che la filiera ottenga sostegni pubblici", Rivista di Suinicoltura, n. 9/11, pp. 3-8
- ASS.I.C.A., "Carni e salumi italiani: un potenziale di crescita per il nostro paese"; L'industria delle carni, LXII, n. 04/2012, p. 5.
- Melotti P. (2011), Suinicoltura italiana: nuove prospettive, Giornata Formativa dell'Ordine dei veterinari di Verona, Villa Vò Pindemonte, 10 maggio 2011.

www.interheat.com

La rivoluzione della lampada PAR

interHeat
Lampada ad infrarossi e porta-lampada

Se la base della lampada INTERHEAT si scarica, ti rimborsiamo con 10 nuove lampade

Doppia durata = risparmio assicurato

La lampada PAR di terza generazione

R125
VETRO DURO

PAR
VETRO PRESSATO

Perché acquistare le altre, quando puoi avere il meglio?

Alette rinfrescanti!
Fresco... all'interno

Sempre surriscaldato!

3 modi l'uso
100% OFF
60% OFF

Resistente all'acqua

Distributore per l'Italia

- ▶ GENERALFARM SRL
Tel. 0522 - 514251
- ▶ SCHIPPERS Italia Srl
Tel. 035 - 4490369
- ▶ MEDI NOVA SAS
Tel. 0522 - 920161

interheat@interheat.com per consegne dal nostro magazzino di Rotterdam (Olanda)

Non esitate a contattare la signora Janey Shen all'indirizzo interheat@interheat.com per consegne dal nostro magazzino di Rotterdam (Olanda)