

Meat.Milk.

REVISTA SPECIALIȘTILOR DIN INDUSTRIILE DE CARNE ȘI LAPTE

pag. 18

// Creșterea animalelor
Trei mega-provocări pentru
fermierii producători de lapte

pag. 30

// Afacere/Materii prime
Utilizarea ingredientelor reciclate la
fabricarea produselor din carne

pag. 86

// Repere/Management
Managementul
scandalului: Cum pot
evita mărcile să fie
scufundate de presa
negativă?

COVER **pag. 10**

**Drumul sectoarelor
de carne și lapte de
la potențialul de
creștere la
dezastrul potențial**



// Ferma/Sănătate

Creșterea rezistenței
la boli a păsărilor
de curte



pag 26

// Afacere/Tehnologii de
procesare
Lactatele ultraprocesate-
Soluție sau risc pentru
consumatori?

pag 58



// Siguranță alimentară

Șapte provocări
ale sistemului
alimentar european

pag 78





CONSILIERE DE SPECIALITATE PENTRU
DUMNEAVOASTRĂ ȘI PENTRU FERMA
DUMNEAVOASTRĂ

FURAJE MINERALE DE ÎNALTĂ CALITATE, LAPTE PENTRU VIȚEI ȘI MULTE ALTELE PENTRU ANIMALELE DUMNEAVOASTRĂ

Într-o perioadă în care bunăstarea și performanța animalelor sunt la fel de importante, alimentația echilibrată și creșterea performanței devin esențiale. La Sano, vă ajutăm să găsiți acest echilibru și vă sprijinim pe drumul către o fermă durabilă și de succes.

În calitate de experți în domeniul nutriției animalelor pentru bovine, porcine și alte animale, privim ferma dumneavoastră ca un întreg și analizăm atât componentele individuale, precum și circumstanțele individuale. Pe lângă optimizarea performanței efectivilor și a aspectelor economice, ne concentrăm și pe sănătatea animalelor dumneavoastră. Pentru că numai animalele sănătoase pot avea performanțe maxime.

Descoperiți acum produsele noastre. Duceți furajarea și ferma dvs. la un nou nivel cu ajutorul sfaturilor și calculele noastre de rație.

www.sano.ro

Câte pofte
atâtea
produse!



DIANA
gusturi răsăfăate

Delicios



EDITORIAL

Ilie Stoian

EXERCIȚIU DE IMAGINAȚIE

Agroindustria României, în ansamblul său, trece prin cea mai dificilă perioadă de după intrarea României în Uniunea Europeană, iar asta nu din cauza străinilor cotropitori, a multinaționalelor hărpărețe și a supermarket-urilor străine care au venit aici să îi nenorocească pe bieții români, așa cum spun unii.

Nu. Dacă fermierii, procesatorii și retailerii care activează în România, lângă care trebuie neapărat să îi adăugăm și pe furnizorii de materii prime și inputuri, cei din zona de logistică sau furnizorii de tehnologii de fermă sau alimentare, tremură de teamă pentru ziua de mâine din cauza măsurilor de politică fiscală luate de guvern și, în principiu, de anularea facilităților pentru agricultori și Industria Alimentară.

Așa-zisa "ordonanță trenuleț" lasă deja urme adânci în întreaga economie națională, iar asta e doar începutul. Însă, vă propun un exercițiu de imaginație.

Știm că, mânat de la spate de idei populiste, ministrul Florin Barbu a făcut tot posibilul în 2024 să impună o hotărâre de guvern prin care absolut toate produsele alimentare fabricate în România să aibă adaosul comercial plafonat.

Prin aceasta, ministrul spera la vremea aceea (și încă mai speră, în solitudinea biroului său ministerial, pentru că n-a renunțat la idee!), să favorizeze produsele alimentare fabricate aici, în detrimentul celor aduse din intracomunitar sau din import.

Din fericire, n-a reușit să impună măsura la care aproape că suntem siguri că vizează noaptea de noapte. Nu că, în discuțiile pe care le-a avut la sediul MADR cu toți cei implicați, ar fi înțeles ce i-au explicat cei care cunosc într-adevăr economie, ci pentru că l-a strunit direct prim-ministrul Marcel Ciolacu.

Dar, să ne închipuim că ar fi reușit. Vă dați seama ce ar fi însemnat asta, acum, când ordonanța "trenuleț" se aplică, chit că s-a încercat recent peticirea ei? Realizați că astea două decizii, cumulate, ar fi însemnat direct falimentul fermierilor și procesatorilor din România, fie ei români ori străini? Oare, cine l-o inspira pe ministrul Barbu să împingă spre dezastru sectorul agricol și alimentar al României, dimpreună cu cel de retail?



Măiestrie de la Furnizorii belgieni de carne



O capodoperă!

Furnizorii belgieni de carne sunt adevărați stăpâni ai profesiei lor. Expertiza și asigurarea calității la toate nivelurile. Descoperiți și bucurați-vă de serviciul unui partener de afaceri de încredere!

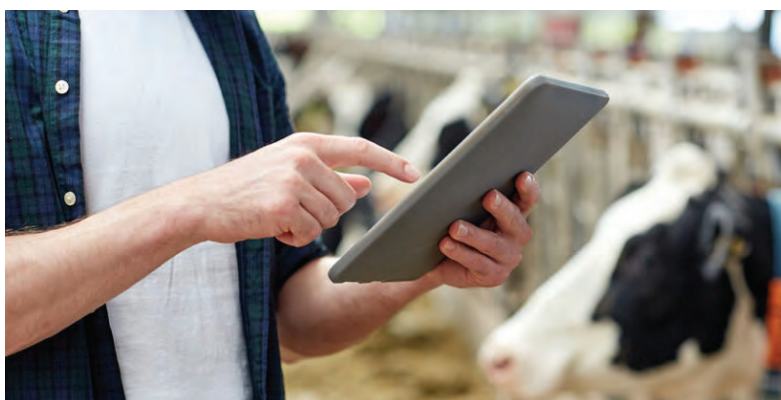
Găsiți furnizorul dumneavoastră de carne belgiană pe belgianmeat.com





2 EDITORIAL
Exercițiu de imaginație

22 FERMA/NUTRIȚIE
Industria hranei pentru animale se confruntă cu obstacole în adoptarea AI



28 FERMA/TEHNOLOGIE
Creșterea energiei celulare la porcii pentru finisare



36 AFACERE/MATERII PRIME-LAPTE
Ce va aduce următorul val pe piața probioticelor?

40 AFACERE/INOVA-CARNE
Cum poate ajuta AI în proiectarea proteinelor pentru industria alimentară



46 AFACERE / PRODUSE DIN CARNE
Delicii scandinave din carne



48 AFACERE/PRODUSE DIN LAPTE
Bijuteria culinară a Argentinei: Brânza Provoleta

76 AFACERE/ETICHETARE
Standarde și recomandări referitoare la etichetarea lactatelor fără lactoză



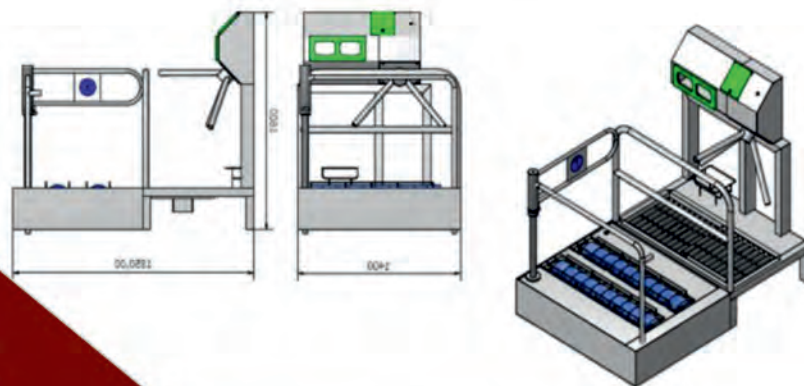


Facility Distrib

.... un **partener** de încredere pentru afacerea ta!

Sisteme automatizate de igienizare pentru fabricile din industria alimentara

- Proiectare
- Punere în funcțiune
- Service garanție și post-garanție
- Plan de igienă
- Training personal



 BACĂU, Str. GH. DONICI , Nr. 1 BIS
 0040-371.159.978 / 0040-735.221.811
 office@facilitydistrib.ro
 www.facilitydistrib.ro / www.sfsgroup.ro

EUROSTAT: ROMÂNIA ARE CEL MAI MARE DECLIN AL PRODUCTIVITĂȚII MUNCII DIN AGRICULTURA EUROPEANĂ

→ În 2024, se estimează că indicele productivității muncii agricole din UE a crescut de la an la an cu 1,6%. Aceste informații se bazează pe primele estimări pentru 2024 din conturile economice pentru agricultură, analizate de Eurostat.

Creșterea a fost susținută de o creștere cu 0,6% a valorii reale a venitului factorilor generat de unitățile angajate în activități de producție agricolă și de o reducere (-0,9%) a volumului de muncă agricolă.

Productivitatea muncii în agricultură a crescut în 13 țări din UE în 2024. Cea mai puternică rată de creștere a fost în Letonia (+46,9%), urmată de Luxemburg (+27,1%) și Suedia (+22,5%).

În schimb, au existat niveluri mai scăzute în 14 țări UE. Cele mai abrupte rate de declin au fost înregistrate în România (-16,8%), Ungaria (-15,5%) și Polonia (-12,5%).

Valoarea adăugată brută a industriei agricole din UE a crescut cu 4,4% în 2024 față de anul precedent, după o performanță constantă (0,4%) în 2023 față de 2022. Această creștere provine din scăderea valorii consumului intermediar la un nivel mai ridicat. ritm (-5,7%) decât valoarea producției agricole (-1,5%).

Productivitatea muncii în agricultură din UE a fost cu 37% mai mare în 2024 decât în 2015

Indicele venitului real al factorilor UE în 2024 a fost cu 11,0% mai mare decât în 2015, în timp ce indicele forței de muncă din agricultură a scăzut cu 19,1% în aceeași perioadă.

Împreună, aceste schimbări au dus la creșterea productivității muncii din UE cu 37,2% în 2024 față de 2015.



ÎNTÂLNIRI DE LUCRU ALE MINISTRULUI AGRICULTURII CU REPREZENTANȚII SECTOARELOR SUIN ȘI PESCĂRESC

→ Ministrul Florin-Ionuț Barbu a avut la sediul MADR, o serie de întâlniri de lucru cu reprezentanții asociațiilor și federațiilor de fermieri din sectoarele pescăresc și suin, pentru a stabili împreună măsuri de sprijin și soluții pentru provocările cu care aceștia se confruntă.

Subiectele abordate cu sectorul pescăresc au vizat formele de sprijin, lansarea apelurilor pentru măsurile din Programul Operațional pentru Pescuit și Afaceri Maritime (AM POPAM), alocările pentru acvacultură și procesare. La această întâlnire au participat și secretarul de stat Aurel Simion, precum și conducerea AM POPAM.

În cadrul dialogului au fost analizate aspectele legate de acordarea compensațiilor pentru contracararea efectelor războiului din Ucraina.

Ministrul Barbu a solicitat conducerii AM POPAM identificarea rapidă a modalităților de acordare a sprijinului conform legislației naționale și europene. Suma disponibilă pentru acest sprijin în cadrul Programului pentru Acvacultură și Pescuit (PAP) 2021-2027 este de 8,7 milioane de euro, iar metodologia de acordare a fost modificată și aprobată de Comisie.

În plus, pentru a veni în sprijinul operatorilor afectați, PAP finanțează compensații pentru operatorii din pescuit, acvacultură și procesare, pentru costurile suplimentare rezultate ca urmare a agresiunii militare a Rusiei contra Ucrainei, prin acțiunea 2.2.5 - atenuarea impactului unor evenimente excepționale.

SPRIJIN FINANCIAR ÎN VALOARE DE PESTE 39,7 MILIOANE LEI PENTRU CRESCĂTORII DE ANIMALE

→ Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură (APIA), prin intermediul Centrelor Județene, efectuează plata ajutorului de stat în sectorul creșterii animalelor (ameliorare rase).

Sprijinul a fost solicitat anterior prin cererile de plată aferente serviciilor prestate în luna septembrie 2024 și trimestrul III 2024.

Suma plătită este în valoare de 39.707.223,20 lei și se acordă de la bugetul de stat, prin bugetul Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rurale, pentru solicitanții care au accesat această formă de ajutor de stat în conformitate cu prevederile OUG nr. 61/2023 privind instituirea unei scheme de ajutor de stat în sectorul creșterii animalelor, cu modificările și completările ulterioare.

INS: LAPTELE COLECTAT ȘI PRODUCȚIA DE LACTATE



scădere a producției s-a înregistrat la lapte acidulat (iaurt, iaurt de băut, lapte băut și alte produse lactate similare) (-12,5%).

Producția de unt a înregistrat cea mai mare creștere (+9,7%). Cantitatea de lapte brut importată de către unitățile procesatoare a scăzut în luna noiembrie 2024 față de luna precedentă cu 14,1%.

Noiembrie 2024 comparativ cu noiembrie 2023

Față de luna corespunzătoare din anul precedent, în luna noiembrie 2024 cantitatea de lapte de vacă colectată de unitățile procesatoare a crescut cu 11,2%.

Producția de smântână de consum a înregistrat cea mai mare creștere (+12,1%). Cantitatea de lapte brut importată de către unitățile procesatoare a crescut în luna noiembrie 2024 cu 22,7% față de luna corespunzătoare din anul precedent.

Perioada 1.I - 30.XI.2024 comparativ cu perioada 1.I - 30.XI.2023

În perioada 1.I - 30.XI.2024, comparativ cu perioada 1.I - 30.XI.2023, cantitatea de lapte de vacă colectată de unitățile procesatoare a crescut cu 4,3%. Cea mai mare creștere de producție a fost înregistrată la unt (+9,4%).

Cantitatea de lapte brut importată de către unitățile procesatoare a crescut cu 41,7% în perioada 1.I - 30.XI.2024 față de perioada 1.I - 30.XI.2023.

→ În luna noiembrie 2024, cantitatea de lapte de vacă colectată de la exploatațile agricole și centrele de colectare de către unitățile procesatoare a scăzut cu 2,4% față de luna octombrie 2024 și a crescut cu 11,2% față de luna noiembrie 2023.

Cantitatea de lapte colectată de la exploatațile agricole și centrele de colectare de către unitățile procesatoare a crescut în perioada 1.I-30.XI.2024 față de perioada 1.I-30.XI.2023 cu 4,3%.

Noiembrie 2024 comparativ cu octombrie 2024

În luna noiembrie 2024 comparativ cu luna precedentă, cantitatea de lapte de vacă colectată de unitățile procesatoare a scăzut cu 2,4%. Cea mai mare

Killer

Noi ucidem numai concurența !

www.killer.ro



TENDINȚE ÎN CONSUMUL PRODUSELOR DIN CARNE ÎN ROMÂNIA, PENTRU ANUL 2025



➔ Analizând tendințele și previziunile privind consumul de produse din carne în România pentru anul 2025, se evidențiază mai multe aspecte relevante, conform cercetărilor de piață realizate de companii europene.

Preferințele consumatorilor români

Un studiu realizat de Reveal Marketing Research în 2024 indică faptul că 71% dintre români preferă carnea de pui, în timp ce 58% optează pentru carnea de porc.

Carnea de vită este consumată săptămânal de doar 15% dintre respondenți, iar 32% o consumă o dată la câteva luni. De asemenea, 25% dintre români consumă pește săptămânal, iar 32% de 2-3 ori pe lună.

Creșterea consumului de carne de pui

Conform datelor furnizate de Uniunea Crescătorilor de Păsări din România (UCPR), consumul mediu de carne de pui a crescut de la 27,5 kg pe cap de locuitor în 2022 la 28,2 kg în 2023.

Această creștere este atribuită, în parte, problemelor din sectorul cărnii de porc, precum Pesta Porcină Africană, care a determinat consumatorii să se îndrepte către alternative mai accesibile, precum carnea de pui.

Scăderea consumului de carne

roșie

Conform previziunilor Comisiei Europene, se anticipează o scădere a producției și consumului de carne roșie în Uniunea Europeană, inclusiv în România.

Pentru 2025, se prevede o reducere a producției de carne de vită cu 1%, iar consumul mediu pe cap de locuitor ar putea scădea cu 1,7%, ajungând la 9,6 kg. De asemenea, producția de carne de porc este așteptată să scadă cu 0,5% în 2024 și cu 0,2% în 2025, cu un consum stabilizat la 30,9 kg pe cap de locuitor.

Rabobank anticipează o creștere a prețurilor la carnea de porc în 2025, ca urmare a reducerii ofertei pe piața europeană. În Olanda, efectivele de porci ar putea scădea cu 10-15% din cauza politicilor de mediu, ceea ce va influența prețurile și în alte țări europene, inclusiv în România.

X X X

Pentru anul 2025, se prevede o continuare a creșterii consumului de carne de pui în România, susținută de producția internă și de preferințele consumatorilor. În contrast, consumul de carne roșie este așteptat să înregistreze o ușoară scădere, influențată de factori precum prețurile în creștere și preocupările legate de sănătate și mediu.

PRECIZĂRI CU PRIVIRE LA ECO-SCHEMELE DIN SECTORUL ZOOTEHNIC

➔ Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură (APIA) informează că până la data de 31.01.2025 inclusiv, solicitantii eco-schemelor din sectorul zootehnic, care prin cererea de plată depusă la Centrele APIA în Campania 2024, și-au asumat voluntar angajamente anuale, trebuie să depună deconturile justificative anuale/trimestriale însoțite de documentele care atestă îndeplinirea cerințelor specifice de bunăstare.

Reamintim că depunerea documentelor justificative este o condiție obligatorie pentru acordarea plăților.

Ecoschemele care se acordă în sectorul zootehnic, pe baza cererii depuse pentru Campania 2024, sunt următoarele:

- PD-07 - Creșterea nivelului de bunăstare a vacilor de lapte;
- PD-08 - Măsură pentru bunăstarea tineretului bovin la îngrășat;
- PD-27 - Creșterea nivelului de bunăstare a bovinelor prin pășunat extensiv pe pajiști în condiții optime de sustenabilitate.

Formularul decontului justificativ precum și documentele specifice sunt prevăzute în "Ghidul informativ pentru solicitanții intervențiilor în sectorul zootehnic, Campania 2024, Ediția II" afișat pe site-ul APIA.

Reamintim că în conformitate cu prevederile Ordinului MADR nr. 278/2024 pentru aprobarea sistemului de sancțiuni aplicabil intervențiilor și ajutoarelor naționale tranzitorii în sectoarele vegetal și zootehnic, aferente cererilor de plată începând cu anul de cerere 2024:

efectivele de bovine pentru care s-au asumat voluntar angajamente privind eco-schemele ŃPD-07 - Creșterea nivelului de bunăstare a vacilor de lapte" și ŃPD-08 - Măsură pentru bunăstarea tineretului bovin la îngrășat" și pentru care nu au fost respectate condițiile superioare de bunăstare în perioada 01.01.2024 și până la data depunerii cererii de plată, nu vor putea fi eligibile la plată dar nu vor fi sancționate, perioada respectivă fiind considerată perioadă de adaptare.





INS: REZULTATELE ANCHETEI STRUCTURALE ÎN AGRICULTURA ROMÂNIEI

➔ Conform rezultatelor obținute din Ancheta Structurală în Agricultură, în anul de referință 2023 un număr de 2859 mii exploatații agricole au utilizat 12550 mii hectare teren agricol. Numărul exploatațiilor agricole a scăzut cu 1,0%, iar suprafața agricolă utilizată cu 1,7% față de Recensământul General Agricol 2020.

Suprafața agricolă utilizată ce a revenit în medie pe o exploatație agricolă 194,78 190,51 Suprafața agricolă utilizată ce a revenit în medie, în anul 2023, pe o exploatație agricolă a fost de 4,39 ha, comparativ cu 4,42 ha în anul 2020. Pe categorii de exploatații agricole, în anul 2023:

- suprafața agricolă utilizată ce a revenit în medie pe o exploatație agricolă fără personalitate juridică a fost de 2,74 ha, comparativ cu 2,73 ha în anul 2020 suprafața agricolă utilizată ce a revenit în medie pe o exploatație agricolă cu personalitate juridică a fost de 190,51 ha, comparativ cu 194,78 ha în anul 2020.

Numărul exploatațiilor agricole cu suprafață agricolă utilizată mai mică de 1 ha este în scădere Numărul exploatațiilor agricole de foarte mici dimensiuni, care au utilizat o suprafață agricolă de până la 1 hectar, s-a diminuat în anul 2023 față de anul 2020 cu 1,3%.

La această scădere au contribuit atât exploatațiile care au utilizat o suprafață agricolă mai mică de 0,5 ha (deținând o pondere de 37,3% din totalul exploatațiilor agricole) cât și cele care au utilizat o suprafață agricolă între 0,5-1ha (cu o pondere de 16,3% din totalul exploatațiilor agricole).

Pe clase de mărime, în anul 2023, structura exploatațiilor agricole a fost diferită din punct de vedere al numărului acestora, comparativ cu suprafața agricolă utilizată astfel: - exploatațiile agricole sub 1 ha deși au reprezentat 53,6% din

numărul total, au utilizat numai 4,5% din suprafața agricolă utilizată;

- exploatațiile agricole între 1 și 5 ha au reprezentat 36,4% din numărul total, dar au utilizat 18,4% din suprafața agricolă utilizată;

- exploatațiile agricole între 5 și 50 ha au avut o pondere de 9,0% în totalul exploatațiilor agricole, dar au utilizat 24,0% din suprafața agricolă utilizată;

- exploatațiile agricole de dimensiuni mari, peste 50 ha, au avut o pondere de 1,0% în numărul total, dar au utilizat 53,1% din suprafața agricolă utilizată. O mare parte a suprafeței agricole utilizată (47,0%) se afla în proprietatea utilizatorilor În anul 2023, după modul de deținere, suprafețele agricole utilizate în proprietate și cele luate în arendă au înregistrat cele mai importante ponderi (85,3%), în ușoară creștere (3,2%) față de anul 2020.

36,8% din suprafața agricolă utilizată s-a aflat în proprietatea exploatațiilor agricole fără personalitate juridică, iar 10,2% în proprietatea exploatațiilor agricole cu personalitate juridică, în anul 2023.

Comparativ cu anul 2020, în anul 2023 suprafața utilizată ca teren arabil (inclusiv sere și solarii) a scăzut cu 1,0%, suprafețele cu pășuni și fânețe s-au redus cu 2,9%, iar culturile permanente cu 5,4%.

În structura suprafeței agricole, ponderea terenului arabil (inclusiv sere și solarii) a fost de 67,6%, ceea ce indică o creștere de 0,4 p.p. față de anul 2020, ponderea pășunilor și fânețelor a fost de 28,8% în scădere cu 0,3 p.p., iar suprafața culturilor permanente a avut o pondere de 2,6%, în scădere cu 0,1 p.p. Grădinile familiale cu o pondere de 1,0% au prezentat creștere nesemnificativă.

Din punct de vedere al numărului exploatațiilor agricole, s-au situat regiunile Nord-Est și Sud Muntenia, cu 20,8% și respectiv 17,9%, iar din punct de vedere al suprafeței agricole utilizate, regiunile Sud Muntenia (17,7%) și Sud-Est (17,3%).

Comparativ cu anul 2020, în anul 2023 efectivele de caprine și păsări au crescut cu 1,6% respectiv 0,2%, iar efectivele de porcine au scăzut cu 13,8%, cele de bovine cu 3,0% și ovinele cu 2,6%.

Pe regiuni de dezvoltare se observă următoarele aspecte:

- o concentrare a efectivelor de bovine în regiunile de dezvoltare Centru (24,7%), Nord-Vest (21,8%) și Nord-Est (21,4%);

- cele mai mari efective de porcine s-au înregistrat în regiunile de dezvoltare Vest (22,7%), Nord-Vest și Sud-Vest Oltenia (fiecare câte 15,7%);

- efectivele de ovine au fost preponderente în regiunile de dezvoltare Centru (20,8%), Nord-Vest (19,6%) și Vest (16,4%);

- efectivele de caprine s-au concentrat în regiunile de dezvoltare Sud-Est (23,8%), Sud-Vest Oltenia (21,2%) și Nord-Est (18,3%); - cele mai mari efective de păsări s-au înregistrat în regiunile de dezvoltare Nord-Est (21,1%), Sud Muntenia (18,6%) și Sud-Est (16,6%).

Volumul de muncă în exploatațiile agricole, exprimat în unități anuale de muncă (UAM), în anul 2023, a înregistrat o ușoară creștere (1,9%) față de cel înregistrat la Recensământul General Agricol în anul de referință 2020.

Comparativ cu datele anului 2020, volumul de muncă nefamilială (salariată) înregistrat în anul 2023 a crescut cu 6,4%, iar volumul de muncă familială (nesalariată) cu 1,1%.

DRUMUL SECTOARELOR DE CARNE ȘI LAPTE DE LA POTENȚIALUL DE CREȘTERE LA DEZASTRUL POTENȚIAL

Nora Marin

Deși dispune de un potențial enorm, sectoarele de carne și lapte ale României traversează o perioadă extrem de grea, putându-se afirma că, în prezent, în piață se manifestă o degringoladă care crește pe zi ce trece, în special dacă ne referim la zona de carne. Acest lucru este ilustrat din plin de raportul "Romanian market of meat and milk products-Outlook 2024-2028", din care vă prezentăm cele mai importante date și idei, la care se adaugă și câteva previziuni ale USDA, emise ca urmare a eliminării facilităților fiscale pentru fermieri și industria alimentară. Menționăm că cele două analize citează ca surse INS, Ministerul de Finanțe și media.

Producția de carne a României

În anul 2024, România a înregistrat un deficit semnificativ în comerțul cu carne și produse din carne, importând mult mai mult decât a exportat.

Importuri:

- În primele patru luni ale anului 2024, România a importat carne și preparate din carne în valoare de 599 milioane euro.
- În prima jumătate a anului 2024, importurile de carne de porc au depășit 500 milioane euro, în timp ce exporturile au fost de doar 1,2 milioane euro.

Exporturi:

- În primele patru luni ale anului 2024, exporturile de carne și preparate din carne au totalizat 205,3 milioane euro.
- În primele patru luni ale anului 2024, România a exportat animale vii în valoare de 195,8 milioane euro.



Aceste date evidențiază un deficit semnificativ în comerțul cu carne și produse din carne al României, cu importuri considerabil mai mari decât exporturile. Aceasta, în condițiile în care, în anul 2024, România a înregistrat creșteri semnificative în producția de carne la toate speciile de animale și păsări.

Conform datelor publicate de Institutul Național de Statistică (INS), în luna octombrie 2024, comparativ cu aceeași perioadă din 2023, s-au înregistrat următoarele creșteri:

- Bovine: 43.000 capete sacrificate, cu o greutate în carcasă de 6.958 tone.
- Porcine: 343.000 capete sacrificate, cu o greutate în carcasă de 30.639 tone.
- Ovine și caprine: 322.000 capete sacrificate, cu o greutate în carcasă de 4.363 tone.
- Păsări: 29.976 milioane capete sacrificate, cu o greutate în carcasă de 49.975 tone.

Aceste date reflectă o tendință generală de creștere a producției de carne în România în anul 2024, in-

dicând o consolidare a sectorului zootehnic național.

Creștere constantă

Conform datelor disponibile, piața cărnii din România a înregistrat o creștere constantă în ultimii ani și se preconizează că această tendință va continua. Dacă ne referim la nivelul vânzărilor în 2024 și prognozele pentru anul 2028, se estimează că vânzările de carne în România vor ajunge la aproximativ 3,9 miliarde de euro, pornind de la 3,5 miliarde de euro în 2023, ceea ce reprezintă o rată anuală de creștere de 1,5%.

Consumul va continua să crească, dar foarte puțin, de la 1,31 milioane de tone metrice în 2023, la 1,33 milioane de tone metrice până în 2028, indicând o rată anuală de creștere de doar 0,2%.

Producția de carne este proiectată să rămână relativ constantă, cu o ușoară creștere, de la 1,069 milioane de tone metrice în 2023 la 1,070 milioane de tone metrice până în 2028.

Meat.Milk.

EMISIUNE TV • EXPOZIȚIE • CONFERINȚĂ • REVISTĂ • SITE



Vă așteptăm la
Expo-Conferința

Meat.Milk.

26-27 mai
2025

ediția a XIV-a
Poiana Brașov



www.meat-milk.ro

REPERE / COVER

În 2023, România s-a clasat pe locul 15 în ceea ce privește vânzările de carne, fiind depășită de Ungaria, cu 3,5 miliarde de euro, în condițiile în care liderii pieței europene sunt Franța, Spania și Italia.

Ținând cont de nivelul minim al creșterii, se prevede că veniturile din procesarea cărnii în România vor atinge 1,100 milioane de euro, până în 2026, cu o creștere anuală de 1,3% față de 1,080 milioane de euro.

Iar dacă ne referim la sortimentație, raportul afirmă că producția de cârnați și produse similare va fi prevalentă, fiind estimată să crească atât în valoare, cât și în volum, între 2024 și 2028.

Din punct de vedere al investițiilor, se anticipează că acestea vor continua în sectorul procesării cărnii, cu o creștere a cifrei de afaceri și a producției în perioada 2024-2028.

Aceste date oferă o perspectivă asupra evoluției pieței cărnii din România în perioada 2024-2028, evidențiind o creștere moderată în vânzări și consum, cu o producție relativ stabilă.

Principalii jucători

Conform datelor disponibile la nivelul anului 2022, principalele companii din industria cărnii din România, în funcție de cifra de afaceri și performanțele financiare recente, sunt:

1-Smithfield România: Parte a grupului chinez WH Group, Smithfield este liderul producătorilor și procesatorilor de carne din România. În 2022, compania a înregistrat o cifră de afaceri de aproximativ 1,28 miliarde lei, menținându-se

la nivelul anului anterior. Cu toate acestea, pierderile au crescut la 3,1 milioane lei, iar numărul mediu de angajați a scăzut la 2.507.

2-Aaylex One: Deținătorul brandului de carne de pui CocoRico, Aaylex a raportat în 2022 o cifră de afaceri de 1,14 miliarde lei, marcând o creștere semnificativă față de anul precedent. Totuși, compania a înregistrat pierderi de 108 milioane lei, iar numărul mediu de angajați a fost de 1.972.

3-Transavia: Unul dintre cei mai mari producători de carne de pui din România, Transavia a raportat în 2022 o cifră de afaceri de 991 milioane lei, în creștere cu 25% față de anul anterior. Profitul net a fost de 205 milioane lei, iar compania a avut 1.979 de angajați.

4-Unicarm: Controlată de omul de afaceri Vasile Lucuț din Satu Mare, Unicarm a înregistrat în 2022 o cifră de afaceri de 965 milioane lei, cu o creștere de 35% față de 2021. Profitul net a fost de 19 milioane lei, iar numărul mediu de angajați a fost de 2.656.

5-Agricola International: Compania din Bacău a raportat pentru 2022 o cifră de afaceri de 765 milioane lei, în creștere cu 48% față de anul anterior. Profitul net a fost de 79 milioane lei, iar numărul de angajați a fost de 1.914.

6-Elit SRL (acum, în proprietatea nou înființatului holding Comtim): Achiziționată în 2017 de Smithfield, Elit a înregistrat în 2022 o cifră de afaceri de 742 milioane lei, cu o creștere de 16% față de 2021. Profitul net a fost de 74 milioane lei, iar compania a avut 1.867 de angajați.

7-Cris-Tim Family Holding SRL:



Compania a raportat în 2022 o cifră de afaceri de 611 milioane lei, în creștere cu 28% față de anul anterior. Profitul net a scăzut la 5 milioane lei, iar numărul de angajați a fost de 1.996.

8-Caroli Foods: Deținută de grupul mexican Sigma Alimentos, Caroli Foods a înregistrat în 2022 o cifră de afaceri de 545 milioane lei, cu o creștere de 14% față de 2021. Compania a raportat pierderi de 3,3 milioane lei și a avut 1.118 angajați.

9-Scandia Food: Producătorul a raportat în 2022 o cifră de afaceri de 533 milioane lei, în creștere cu aproape 38% față de anul anterior. Profitul net a fost de 59 milioane lei, iar numărul de angajați a fost de 718.

10-Diana SRL: Compania din Râmnicu Vâlcea a înregistrat în 2022 o cifră de afaceri de 385 milioane lei, cu o creștere de 38% față de 2021. Profitul net a fost de 17 milioane lei, iar numărul de angajați a fost de 594.

Aceste companii domină piața cărnii din România, contribuind semnificativ la producția și procesarea cărnii la nivel național.

Producția de lapte

În anul 2024, sectorul laptelui din România a înregistrat evoluții semnificative atât în producție, cât și în efectivele de vaci de lapte.

Producția de lapte:

- În primele patru luni ale anului 2024, cantitatea de lapte de vacă colectată a crescut cu peste 5% comparativ cu aceeași perioadă din 2023.
- În luna aprilie 2024, cantitatea de lapte colectată a crescut cu 4,9% față de martie 2024 și cu 9% față de aprilie 2023.
- În luna mai 2024, cantitatea de lapte de vacă colectată a crescut cu 9,5% față de luna aprilie 2024.

Efectivele de vaci de lapte:

- La 1 iunie 2024, România avea un efectiv total de 1,835 milioane de bovine, în creștere cu 0,1% față de aceeași perioadă din anul precedent.
- Efectivul matcă (vacile pentru lapte, bivolițe și juninci pentru reproducție) era de 1,203 milioane de capete, în creștere cu 0,4% față de anul anterior.

Aceste date indică o tendință pozitivă în sectorul laptelui din România, cu creșteri semnificative ale producției și o ușoară expansiune a efectivelor de vaci de lapte.





Automatizare &
echipamente
Depozite



Furnizăm soluții
de peste 25 de ani



Mobilier &
echipamente
Retail



Cine suntem?

Suntem lider de piață în echiparea depozitelor și spațiilor comerciale, cu o experiență de peste 25 de ani. Oferim soluții personalizate prin intermediul unei echipe de specialiști în vânzări, inginerie și design.

Ce facem?

Oferim soluții pentru depozite și spații comerciale, complete și eficiente din punct de vedere al costului, care acoperă întreg spectrul de nevoi logistice la cele mai înalte standarde europene.





Creștere constantă a industriei de lactate

Conform datelor disponibile, piața produselor lactate din România a înregistrat o creștere constantă în ultimii ani și se preconizează că această tendință va continua în perioada 2024-2028.

Referitor la nivelul vânzărilor în 2024 și prognozele pentru anul 2028, raportul reține că acestea vor crește, de la 1,73 miliarde de euro în 2023, la 1,93 miliarde de euro până în 2028, ceea ce reprezintă o rată anuală de creștere de 1,5%.

Producția de produse lactate este proiectată să crească de la 1,43 miliarde de euro, în 2023, la 1,56 miliarde de euro până în 2028, indicând o rată anuală de creștere de 1,2%.

La rândul său, consumul de produse lactate în România este estimat să crească de la aproximativ 1,18 miliarde de kilograme, în 2023, la aproximativ 1,33 miliarde de kilograme până în 2028, cu o rată anuală de creștere de 1,9%.

Analizând tendințele de consum și preferințele consumatorilor, în raport se subliniază că creșterea conștientizării beneficiilor pentru sănătate ale produselor lactate va determina o cerere mai mare pentru produse premium, organice și fortificate.

Cât privește canalele de distribuție, se reține că extinderea comerțului electronic și a canalelor de retail moderne facilitează accesul consumatorilor la o varietate mai largă de produse lactate, în special în zonele urbane.

La aceste previziuni, în general, pozitive, trebuie spus că progra-

mele guvernamentale care vizează îmbunătățirea standardelor de siguranță alimentară și sprijinirea producției locale contribuie la asigurarea unei oferte constante de produse lactate de înaltă calitate.

Se poate spune, deci, că piața produselor lactate din România se află pe un trend ascendent, cu creșteri anticipate în vânzări, producție și consum în perioada 2024-2028, susținute de schimbările în preferințele consumatorilor și de dezvoltările din sectorul de retail.

Principalele companii din piața produselor lactate din România

Analizând datele din piață, raportul referitor la piața lactatelor din România evidențiază ca principali actori următoarele companii:

- Unternehmensgruppe Theo M, L-ler S.e.c.s.
- S.C. Prodlacta S.A.
- Royal FrieslandCampina N.V.
- Lactalis South Africa (Pty) Ltd.
- Hellenic Dairies S.A.
- Dr. August Oetker
- Bonafarm Group
- Agroserv Măriuța SRL

Aceste firme joacă un rol semnificativ pe piața produselor lactate din România, contribuind la diversificarea ofertei și la satisfacerea cererii în creștere pentru produse lactate de calitate.

Conform datelor financiare disponibile pentru anul 2023, iată cifrele de afaceri ale principalelor companii din piața produselor lactate din România, publicate de Raport:

1. Albalact (parte a grupului Lactalis):

Cifra de afaceri: 1,15 miliarde lei, în

creștere cu 7,2% față de 2022. Profit net: 21 milioane lei, în scădere față de 25 milioane lei în 2022.

2. Danone România:

Cifra de afaceri: aproximativ 1,1 miliarde lei, marcând o creștere de 18% față de anul precedent. Profit net: aproape 70 milioane lei, de peste cinci ori mai mare decât în 2022.

3. Lactalis România:

Cifra de afaceri: 756,4 milioane lei în 2023, în creștere cu 4% față de 727,5 milioane lei în 2022.

Profit net: 104,8 milioane lei, o creștere semnificativă față de 4,5 milioane lei în 2022.

Număr mediu de angajați: 275.

4. Agroserv Măriuța (Lăptăria cu Caimac):

Cifra de afaceri: 80 milioane lei, în creștere cu 10% față de 2022.

Rezultat operațional: 4,3 milioane lei, o majorare cu 27% comparativ cu anul precedent.

Pierdere netă: 2,3 milioane lei, față de pierdere netă de 1,9 milioane lei din 2022.

5. Prodlacta:

Cifra de afaceri: Informațiile financiare detaliate pentru 2023 nu sunt disponibile public.

6. Five Continents Group (Botoșani):

Cifra de afaceri: Datele financiare pentru 2023 nu sunt disponibile public.

7. Lactate Solomonescu:

Cifra de afaceri: Informațiile financiare pentru 2023 nu sunt disponibile public.

8. Napolact (parte a grupului FrieslandCampina):

Cifra de afaceri: Datele financiare specifice pentru Napolact în 2023 nu sunt publice.

9. Mirdatod Prod (Mirdatod)

Cifra de afaceri: Informațiile financiare pentru 2023 nu sunt disponibile public.

10. Simultan:

Cifra de afaceri: Datele financiare pentru 2023 nu sunt disponibile public.

Aceste date evidențiază o creștere generală în sectorul produselor lactate din România în 2023, cu performanțe notabile ale principalilor jucători de pe piață.

Pentru companiile menționate, datele financiare detaliate pentru anul 2023 nu au fost disponibile public, la data întocmirii raportului, fiind menționat doar locul în clasamentul primilor zece companii.

Producția de lapte și lactate

Citând surse INS, raportul menționează că, în luna mai 2024, cantitatea de lapte de vacă colectată de la exploatațiile agricole și centrele de colectare de către unitățile procesatoare a crescut cu 9,5% față de luna precedentă.





În privința tendințelor de consum s-a observat o creștere a consumului de lapte proaspăt, în timp ce laptele UHT a înregistrat o ușoară scădere. Laptele integral a cunoscut o evoluție pozitivă, indicând o preferință crescută pentru produsele cu conținut ridicat de grăsimi.

Ca urmare a plafonării adaosului comercial, în august 2024, prețul iaurtului a scăzut cu 10,5% față de luna iunie, însă consumul de iaurturi a cunoscut fluctuații sub impactul inflației, cu o ușoară scădere în volumele de vânzări.

În schimb, a existat o creștere a interesului pentru brânzeturile produse local, consumatorii manifestând o preferință pentru produsele tradiționale și artizanale. Ca urmare, în august 2024, prețul brânzei telemea a scăzut cu 16,38%, față de luna iunie, influențând pozitiv volumul vânzărilor.

Cât privește consumul de unt și smântână, în anul 2024 s-a observat o stabilitate. Aceste categorii au menținut un consum relativ constant, fără variații semnificative în volumele de vânzări.

Comerțul internațional cu lapte și lactate al României

În privința comerțului internațional cu lapte și lactate, informațiile sunt, pe de o parte, contradictorii, pe de altă parte, îngrijorătoare.

Importuri

Cu toate tendințele pozitive, în anul 2024, România a înregistrat o creștere semnificativă a importurilor de lapte brut, comparativ cu anul anterior. În primele zece luni ale anului 2024, unitățile de procesare au importat 129.258 tone de lapte, ceea ce reprezintă o creștere de aproape 30% față de aceeași pe-

rioadă din 2023, când importurile s-au ridicat la 89.463 tone.

Această tendință ascendentă a importurilor de lapte brut a fost observată și în lunile anterioare ale anului 2024. De exemplu, în luna februarie 2024, cantitatea de lapte brut importată a crescut cu 40,5% față de luna corespunzătoare din anul precedent.

Această creștere a importurilor poate fi atribuită diverselor factori, inclusiv fluctuațiilor producției interne, cerințelor pieței și strategiilor comerciale ale unităților de procesare.

În anul 2024, România a înregistrat o creștere semnificativă a importurilor de lapte brut, esențial pentru procesarea și producția de produse lactate. În primele zece luni ale anului, importurile au totalizat 129.258 tone, marcând o creștere de aproape 30% față de aceeași perioadă din 2023, când s-au importat 89.463 tone.

Această creștere a importurilor de lapte brut a avut un impact direct asupra producției de produse lactate. De exemplu, în luna septembrie 2024, producția de brânzeturile a fost de 8.443 tone, în scădere cu 11,3% față de luna august 2024, în timp ce producția de unt a crescut cu 9,9% în aceeași perioadă, totalizând 847 tone.

Aceste date sugerează o dependență crescută a industriei lactatelor din România de importurile de lapte brut pentru a satisface cerințele pieței interne și pentru a susține producția de produse lactate.

Exporturi

În anul 2024, România a înregistrat o creștere semnificativă a exportu-

rilor de lapte și produse lactate. În primele două luni ale anului, exporturile au totalizat 55 de milioane de euro, marcând o creștere de peste 300% față de aceeași perioadă din anul precedent.

Această expansiune a exporturilor poate fi atribuită diverselor factori, inclusiv îmbunătățirii calității produselor, diversificării piețelor de desfacere și creșterii cererii internaționale pentru produsele lactate românești.

Este important de menționat că, în paralel cu creșterea exporturilor, România a înregistrat și o creștere a importurilor de lapte brut, ceea ce sugerează o dinamică complexă a pieței interne și externe de lactate.

Această tendință ascendentă a exporturilor reflectă potențialul sectorului lactatelor din România și capacitatea sa de a răspunde cerințelor pieței internaționale.

Tendințe generale pentru produsele din carne și lactate

Ca notă generală, trebuie spus că inflația a influențat comportamentul de consum, determinând fluctuații în volumele de vânzări și o orientare către produse cu un raport calitate-preț mai bun.

Măsurile de reglementare și intervențiile guvernamentale, precum plafonarea adaosurilor comerciale, au avut un impact direct asupra prețurilor și, implicit, asupra consumului.

În concluzie, anul 2024 a adus schimbări semnificative, în special în piața lactatelor din România, cu variații notabile în consum și prețuri pe diferite categorii de produse, influențate de factori econo-

mici și reglementări.

Din păcate, anularea facilităților fiscale pentru companiile din sectorul procesării cărnii și laptelui în România, programată pentru 2025, va avea implicații semnificative asupra industriei agroalimentare.

Iată câteva impacturi anticipate:

1. Creșterea costurilor salariale: Eliminarea scutirilor de taxe pentru angajați va majora cheltuielile cu forța de muncă, afectând profitabilitatea companiilor.

2. Reducerea competitivității: Costurile operaționale mai mari pot diminua capacitatea firmelor românești de a concura pe piețele interne și externe, favorizând importurile.

3. Risc de falimente și pierderi de locuri de muncă: Creșterea cheltuielilor fără o compensare adecvată poate duce la închideri de afaceri și disponibilizări în lanțul de producție și procesare.

4. Scăderea investițiilor în sector: Incertitudinea fiscală și marjele de profit reduse pot descuraja investițiile în tehnologii noi și extinderea capacităților de producție.

5. Afectarea securității alimentare: O producție internă diminuată poate crește dependența de importuri, vulnerabilizând piața alimentară națională.

Ca reacții din partea industriei, menționăm că reprezentanții sectorului agricol și alimentar și-au exprimat îngrijorarea față de aceste măsuri, subliniind riscurile asociate și solicitând reevaluarea deciziilor pentru a proteja industria națională.



PENTRU SANO, SĂNĂTATEA ȘI PRODUCTIVITATEA ANIMALELOR DIN FERMĂ SUNT PRIMORDIALE

De ani buni, compania Sano se află printre liderii segmentului de nutriție destinată fermelor zootehnice din Europa și, bineînțeles, din România. Pentru a afla mai multe informații despre activitatea companiei, ne-am adresat domnului Mircea Belean-Director de vânzări, care ne-a acordat următorul interviu.

Expansiune europeană

Meat.Milk: Domnule Mircea Belean, când s-a înființat compania Sano și de când este prezentă pe piața din România?

Mircea Belean: Compania Sano a fost înființată în 1976, pe actuala locație din Loiching, de către Bernhard Waldinger, sub denumirea de SANOMILCH Futtermittel GmbH. La început, Sano producea în colaborare cu o unitate de producție, exclusiv, înlocuitori de lapte, pe care îi vindea sub marca SANOMILCH.

În anul 1981, Sano și-a construit propriul său centru de producție, renunțând la colaborarea cu terți. Începând cu acest moment, SANO Futter GmbH nu producea și vindea doar înlocuitori de lapte, ci și premixuri vitamino-minerale.

Schimbarea denumirii în actuala Sano - Moderne Tierernährung GmbH a avut loc în anul 2001. Expansiunea internațională a companiei a început în 1990 și s-a concentrat inițial pe țările vecine din est, ca urmare a deschiderii granițelor.

Primul site de producție străin a fost în Polonia, în 1999. Au urmat alte locații de producție: în 2003 în Croația, 2004 în Serbia, 2007 în Ungaria, 2010 în China și în 2013 în Africa de Sud și Mexic. În 2014 a fost înființată Sano Holding, care reunește toate companiile afiliate, independente. În România, Sano și-a început activitatea în anul 1997.

MM: Care au fost principalele etape de dezvoltare?

MB: În România, prima etapă a fost formarea unei rețele de distribuitori care să acopere toată țara, după care a urmat a doua etapă, și anume, cea a colaborărilor directe cu fermele zootehnice.



Privim ferma ca pe un întreg

MM: Care sunt soluțiile de furajare și căror domenii ale zootehniei vă adresați?

MB: În calitate de experți în domeniul nutriției bovinelor, porcinelor și altor animale de rentă, privim ferma ca pe un întreg și analizăm atât componentele individuale, precum și circumstanțele individuale.

Pe lângă optimizarea performanței efectivelor și a aspectelor economice, ne concentrăm și pe sănătatea animalelor. Pentru că numai animalele sănătoase pot avea performanțe maxime. Pe scurt, oferim soluții de furajare complete dar în același timp, personalizate.

MM: Care sunt produsele conexe pe care le furnizați beneficiarilor?

MB: La Sano, ne mândrim cu faptul că oferim furaje de înaltă calitate care stimulează sănătatea și performanța animalelor. Un pas crucial în atingerea acestui obiectiv este analiza precisă a furajelor utilizate în fermă. În laboratorul nostru propriu din Croația, folosim metode avansate de analiză (CNCPS), pentru a ne asigura că fiecare furaj în deplinește cele mai înalte standarde de calitate.



Sustenabilitatea economică și ecologică, relații strânse cu clienții pe baze de egalitate, știință și practică, siguranță 100%, hrănirea sănătoasă a animalelor, cele mai bune ingrediente, produse de înaltă calitate, susținerea optimă a angajaților, un loc de muncă sănătos, implicare socială, angajator pe termen lung, reducerea impactului asupra mediului printr-o furajare de precizie, închiderea ciclurilor de materii prime.

Asigurăm cele mai înalte cerințe

MM: Cum se realizează controlul calității și sanitației furajelor Sano?

MB: Portofoliul nostru de produse este unul care asigură cele mai înalte cerințe. Pentru a îndeplini aceste cerințe, punem accent pe un management al calității structurat în toate domeniile. Acest lucru este verificat atât intern, cât și extern, în mod regulat. Drept dovadă, avem următoarele certificări:

- QAL Gmbh - Furaj A
- Kiwa BCS ÷ko-Garantie GmbH (DE-÷KO-001)
- Procesele de producție: - producție ecologică/biologică cu produse necologice/nebiologice.
- DLG TestServiceGmbh

MM: Care sunt proiectele de viitor ale filialei din România?

MB: Proiectul principal în momentul de față este consolidarea relațiilor cu partenerii deja existenți și începerea de noi colaborări.

MM: Vă mulțumim și vă urăm succes!

MM: Care este aria de desfacere în România, a produselor Sano?

MB: În momentul de față, Sano are desfacere la nivel național. Ne adresăm sectoarelor mari din zootehnie, prin colaborări directe, cât și microfermelor și gospodăriilor private, prin rețeaua de distribuitori.

Calitatea materiilor prime

MM: Prin ce se deosebesc furajele Sano față de alte soluții nutriționale ale altor companii?

MB: Produsele Sano se deosebesc în primul rând prin calitatea materiilor prime, prin alcătuirea lor în funcție de nevoile fazelor productive și, nu în ultimul rând, prin faptul că absolut toate produsele, indiferent de speciile cărora se adresează, sunt testate înainte de punerea acestora pe piață, în fermele noastre proprii.

MM: Ce politici de sustenabilitate și de mediu ați adoptat pentru tehnologiile dumneavoastră?

MB: La Sano, lucrăm zilnic pentru a hrăni animalele și oamenii într-un mod sănătos și sustenabil. Dezvoltăm agricultura în domeniile sănătății animalelor și nutriției acestora, zi de zi, pas cu pas.

În acest sens, ne considerăm responsabili față de mediul înconjurător, dar și față de generațiile viitoare. De aceea, pentru noi, un mod de dezvoltare și producție sustenabilă, precum și o relație sănătoasă cu oamenii, animalele și mediul, fac parte din modul nostru de lucru zilnic. Punctual, acestea ar fi:



TREI MEGA-PROVOCĂRI PENTRU FERMIERII PRODUCĂTORI DE LAPTE

Mircea Demeter

Intervenții de reducere a metanului, un accent mai mare pe bunăstare și prevenirea bolilor, precum și aplicarea tehnologiei digitale și bigData, acestea sunt câteva dintre provocările cheie de rezolvat pentru a proteja un sector al produselor lactate sănătos, viabil și durabil, până în 2050 și ulterior. Aceasta a fost una dintre concluziile desprinse din seminarul ÔPas în viitor: Producția de lapte-2050, desfășurat la începutul acestui an și citat de DairyGlobal.

Reducerea metanului

Evenimentul care a avut loc la Gent, Belgia, înainte de reuniunea regională a Consiliului Național pentru Mastita, a atras 140 de profesioniști din industria lactatelor din întreaga lume. Organizatorii, Royal GD și Beluga Animal Health, au invitat cinci vorbitori experți să vorbească despre diferitele (mega) provocări ale producției de lapte, astăzi și în viitor.

Reducerea producției de metan provenit din bovine este o provocare cheie cu care se confruntă industria laptelui. Nerespectarea acestui lucru va compromite licențierea sectorului în următoarele decenii. Rinse Jan Boersma, fondatorul Beluga Animal Health, a explicat în prezentarea sa că cele mai recente informații despre impactul metanului sunt susținute din ce în ce mai mult de știință.

“Gazele cu efect de seră diferă în ceea ce privește potențialul de încălzire și persistența ei”, a spus el. “Metanul este un gaz cu efect de seră de scurtă durată, ceea ce înseamnă că este descompus în atmosferă mult mai repede decât dioxidul de carbon și oxidul de azot. În plus, cea mai mare parte a metanului din producția de lapte nu provine din combustibili fosili și, prin urmare, nu aduce carbon nou în atmosferă.”

Prin urmare, prezentarea lui Boersma a atins conceptul de potențial de încălzire globală (GWP) și modelul său afiliat (GWP100), care permite comparații ale impactului încălzirii globale ale diferitelor gaze.

“Cu toate acestea, modelul are limitări, deoarece supraestimează impactul gazelor cu efect de seră de scurtă durată, cum ar fi metanul, asupra încălzirii globale. Un nou model (GWP), corectează datele privind efectul gazelor cu efect de seră de scurtă durată, în special în scenariile stabile sau de reducere a emisiilor.



Prin urmare, acest model oferă o conexiune mai bună între emisiile enterice de metan și încălzirea globală și ne ajută să schimbăm narațiunea agriculturii de lactate, de la a fi un contributor net la încălzirea globală, la a deveni un contributor la un efect de “răcire netă”. Totuși, acest lucru este posibil doar atunci când industria lactatelor își continuă eforturile de reducere a emisiilor, a concluzionat Boersma.

Opțiuni de atenuare

În timpul evenimentului au fost discutate și o serie de opțiuni de atenuare, pe care fermierii le pot aplica pentru a reduce metanul, fie emisiile absolute la fermă, fie emisiile raportate la cantitatea de lapte produsă.

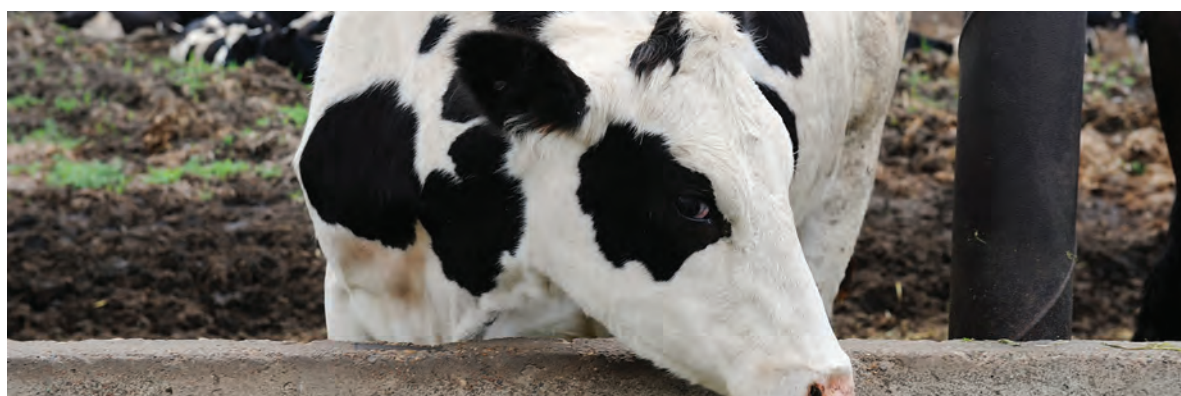
Exemplele includ creșterea productivității animalelor (de exem-

plu, creșterea producției de lapte per vacă și reducerea vârstei la prima fătare la 22 de luni), gestionarea gunoiului de grajd și intervenții dietetice (de exemplu, maximizarea digestibilității și utilizarea aditivilor furajeri care reduc metanul).

Kelly Nichols de la Universitatea din California-Davis, SUA, a aprofundat puțin mai mult partea nutrițională și a vorbit despre câțiva aditivi alimentari puternici care reduc metanul (cum ar fi algele roșii și 3-NOP), care sunt testați în prezent.

“Deși foarte promițătoare, există, de asemenea, lacune importante în cunoștințele privind consecințele metabolice, efectele pe termen lung asupra sănătății animalelor, variabilitatea efectelor în diferite diete, manipularea și conservarea, în cazul algelor marine, de exemplu, și acceptarea publicului (când se iau în considerare vaccinurile), pentru a reduce metanul, de exemplu”, a spus Nichols.

“Studiile științifice și de teren sunt, prin urmare, de o importanță cheie pentru următorii ani. Wageningen University & Research a fost primul institut care a studiat efectele 3-NOP în timpul unei lactații complete, iar mai târziu în acest an, va începe un studiu similar pe termen lung cu 3-NOP la UC Davis”, a informat Nichols.





SEMTEST-BVN

un semtest al fermierilor



Genetică & Reproducție

Domenii de activitate:

- Producerea de material seminal;
- Difuzarea materialului seminal;
- Consultanță de specialitate în reproducție și I.A.;
- Organizarea reproducției și I.A.;
- Cursuri de formare în I.A.

Parteneriatul cu SEMTEST-BVN Mureș vă garantează accesul la un pachet complet în domeniul reproducției bovinelor și suinelor, incluzând material seminal cu înaltă valoare genetică și servicii de calitate, toate la preț de producător.

Ofertă genetică din Rasele:

Bălțată Simmental • Holstein Friză • Red Holstein • Brună Schwyz • Pinzgau • Bivol
Angus • Limousine • Piemontese • Blonde d'Aquitaine • Charolaise • Alb-Albastru Belgian • Wagyu

S.C. SEMTEST BVN S.A.
Sîngeorgiu de Mureș, ROMÂNIA
Str. Tofalău nr.677

Mobil: +40-736-952050, +40-731-316201
Tel.: +40-265-318913
Fax: +40-265-319003

E-mail: contact@semtest-bvn.ro
Web: www.semtest-bvn.ro
FB: facebook.com/semtestBVNmures



Îmbunătățirea “bunăstării”

Marina (Nina) von Keyserlingk, de la Universitatea British Columbia, Canada, a informat audiența despre bunăstarea animalelor, fiind considerată o mega provocare cheie în producția de lapte. Ea a explicat:

“Pentru început, bunăstarea animalelor este foarte diferită de multe dintre disciplinele pe care le studiem în știință, deoarece este o știință obligatorie din punct de vedere social, dar ea există doar pentru că oamenii își pun întrebări despre modul în care sunt produse hrana lor.

Având în vedere că bunăstarea animalelor va deveni din ce în ce mai importantă pe măsură ce trecem spre strategiile anului 2050, vedem provocări care sunt complexe și care vor necesita probabil schimbări uriașe. În același timp, avem în continuare de-a face cu rate mari de șchiopătare, în ciuda celor peste 30 de ani de cercetare.

Așa că trebuie să ne punem întrebări: folosim practicile potrivite sau trebuie să ne transformăm pentru a face pași semnificativi în reducerea acestei afecțiuni?”

Von Keyserlingk a menționat, de asemenea, că subiectul creșterii în contact vacă-vițel este din ce în ce mai discutat ca un sistem alternativ de creștere și al managementului.

“În timp ce întrebări precum: Care sunt efectele asupra sănătății, producției și comportamentului, dacă vițelul și vaca sunt împreună pentru o perioadă mai lungă, sunt ridicate de fermieri și de alții care lucrează în industria laptelui, dovezile științifice în sprijinul separării timpurii sunt slabe. Pe de altă parte, dovezile științifice ale beneficiilor pentru contactul vacă-vițel sunt

puternice.”

Von Keyserlingk, a declarat de asemenea, că cercetarea este necesară pentru a înțelege cum să gestionați vacile și vițelii adăpostiți împreună.

Ea și-a încheiat prezentarea afirmând că cercetările în științele sociale întreprinse până în prezent sugerează că “persoana de pe stradă” nu se așteaptă la schimbări peste noapte, ci mai degrabă, că industria produselor lactate încearcă să se îmbunătățească în fiecare zi. Pentru a fi sustenabilă în 2050, ea a încurajat toți actorii din industria produselor lactate să integreze toate cele 3 aspecte ale durabilității în procesul lor de luare a deciziilor:

“Pentru ca soluțiile să fie durabile pe termen lung, ele trebuie să fie viabile din punct de vedere economic și prietenoase cu mediul, dar și acceptabile din punct de vedere social.”

Tehnologia și utilizarea datelor

O altă mega provocare și oportunitate cheie este în jurul datelor și a modului de utilizare a tehnologiei datelor. Deși avem deja o mulțime de date despre produsele lactate de astăzi, căutarea este cum să exploatăm aceste fluxuri de date la maximum, în viitor.

Ilka Klaas, de la compania DeLaval, Suedia, a spus că putem și ar trebui să îmbunătățim în continuare sănătatea și bunăstarea vacilor prin utilizarea tehnologiilor senzorilor și a digitalizării. “Viziunea pentru 2050 este că tehnologia, sustenabilitatea și bunăstarea animalelor sunt integrate pentru a produce lapte și produse lactate de înaltă calitate.

De asemenea, cred că luarea deciziilor, operarea și managementul,

bazate pe inteligența artificială, vor deveni noul “normal”, în managementul efectivelor sustenabile de vaci de lapte și gestionate profesional. Acest lucru va merge dincolo de sistemele de alertă, pe măsură ce trecem la mai multe modele de analiză și predicție care sunt ușor de utilizat și centrate pe fermier.”

Klaas a vorbit despre munca de la DeLaval, de a integra date pentru a ajuta fermierii să găsească rapid vacile cu risc de orice boală și să obțină o identificare clară pentru mastită și cetoză. Potrivit lui Klaas, sunt necesare mai multe abordări pentru producția de lapte în 2050 și mai departe:

“Dar, pentru a debloca întregul potențial al creșterii animalelor de precizie, avem nevoie de inovare consecventă, cercetare și dezvoltare, parteneriate și linii directoare și definiții convenite la nivel internațional. Până în prezent, acest potențial este încă subdezvoltat și substudiat”, a concluzionat ea.

Suntem pregătiți pentru 2050?

Având în vedere că unele dintre provocările actuale nu sunt încă

rezolvate și având și altele care urmează, suntem cu adevărat pregătiți pentru producția de lapte în 2050?

“Trăim într-o lume a lactatelor complexă și nu există o soluție unică, simplă. Când începem să lucrăm într-un domeniu, de exemplu, îmbunătățirea producției de lapte per vacă, aceasta poate avea un efect asupra altor lucruri, cum ar fi forța de muncă, sănătatea animală, eficiența azotului și utilizarea antibioticilor. Dar, deși este o lume complexă, este una cu ambiție”, a spus Ynte H. Schukken, CEO la Royal GD, în discursul său.

“Așa cum au subliniat ceilalți vorbitori, avem o cutie de instrumente în creștere, cum ar fi tehnologia și inteligența artificială și alternative la antibiotice pe care le putem folosi pentru a ajuta la dezlegarea complexității, fapt care va duce la mai puțină presiune asupra travalului și va îmbunătăți sănătatea animalelor. și bunăstare.”

El a menționat că utilizarea diferitelor tehnologii și experiența acumulată vor fi esențiale, deoarece anticipăm că vom avea de-a face cu dimensiuni tot mai mari ale efectivelor în viitor:

“Gestionarea efectivelor mari va necesita schimbări în abordările noastre actuale în managementul produselor lactate. Procesul decizional complex, care vine cu acesta, poate fi rezolvat prin inovare continuă și impuls din partea oamenilor de știință și a factorilor de decizie. Așadar, atunci când facem un salt până în 2050, cred, prin urmare, că producția de lapte are un viitor strălucit în față”, a concluzionat Schukken.



KOSAROM
Fine Store



Cea mai bună carne
din fermele proprii

INDUSTRIA HRANEI PENTRU ANIMALE SE CONFRUNTĂ CU OBSTACOLE ÎN ADOPTAREA AI



Nora Marin

Popularitatea în plină expansiune a soluțiilor AI de generație următoare ia cu asalt industria europeană a furajelor, notează AllAboutFeed.

Adoptare dificilă

Cu toate acestea, în timp ce companiile experimentează noi tehnologii, foarte puține le adoptă. Practica arată că multe dintre companiile de furaje sunt încă nesigure cu privire la modul în care AI se potrivește cu exactitate în operațiunile lor.

“Din experiența mea, în ultimele 12 luni, fiecare organizație lider în nutriția animalelor a creat un grup urgent și strategic pentru a examina Chat-GPT, utilizarea AI și adoptarea rapidă a tehnologiilor IoT în fabrica de furaje și lanțul de aprovizionare”, a comentat Aidan Connolly, Președintele International Food and Agribusiness Management Association.

Cu toate acestea, poveștile de succes sunt relativ rare până acum. “Exemplele concrete de succes sunt mai puține decât m-aș fi așteptat, având în vedere că organizațiile nu doresc să-și facă publice eforturile și că există mulți întârziți în industria furajelor în ceea ce privește adoptarea”, a recunoscut Connolly.

Potențial pentru producătorii europeni de furaje

Connolly a reafirmat că AI reprezintă o oportunitate

uriașă pentru producătorii europeni de furaje, în special cu complexitatea adăugată a conformității CSDDD, CSRDD și SBT în cadrul afacerii.

Aceasta înseamnă că, dimpotrivă, ignorarea AI este riscantă, iar eșecul implementării acesteia este o amenințare existențială. “Cei care îl folosesc vor fi mai eficienți, vor oferi un serviciu mai bun pentru clienți și vor respecta mai bine “banda transportoare” a noii legislații europene”, a spus Connolly.

De când OpenAI a lansat publicului o demonstrație timpurie a ChatGPT, pe 30 noiembrie 2022, tema inteligenței artificiale este omniprezentă, a fost de acord Wolfgang Steiner, șeful Digital Value Nutrition la B, hler.

“Interesul a crescut masiv”, a spus Steiner, adăugând că AI a devenit, fără îndoială, unul dintre subiectele fierbinți din industria hranei pentru animale, toată lumea de-a lungul întregului lanț valoric al furajelor întrebând cum le va afecta AI afacerea și munca lor. “Sunt multe întrebări, dar nu prea multe răspunsuri definitive”, a adăugat Steiner.

Imaginea este similară peste ocean. Rebecca Kern-

Lunbery, manager de produs pentru testarea furajelor la Ward Laboratories, SUA, consideră că industria în ansamblu este lentă în adoptarea tehnologiilor AI.

“În prezent sunt făcuți primii pași pentru a introduce și a utiliza metode de știință a bigData, cum ar fi învățarea automată. Abia acum începem să folosim seturi mari de date existente pentru a îmbunătăți procesul decizional. Următorii pași ar fi colectarea intenționată a unor cantități mari de informații și lăsarea AI să aibă acces pentru a ne îmbunătăți procesele”, a comentat Kern-Lunbery.

Costul contează

Există mai multe motive în spațiile introducerii relativ lente a tehnologiilor AI în industria furajelor. Unii jucători de pe piață consideră că industria furajelor este prea conservatoare pentru a adopta rapid noile tehnologii. Dar poate fi mai mult decât atât.





“Industria hranei pentru animale încă gândește în mod convențional”, spune Soumya Kanti Kar, MVSc, PhD, om de știință senior la Departamentul de Nutriție Animală, Wageningen Livestock Research.

“Aș spune că este aversiv față de risc, în special jucătorii mari.” Companiile europene nu au sărit toate în trenul AI, deoarece mai sunt întrebări care trebuie rezolvate, a spus Kar.

În timp ce agricultura în ansamblu a fost relativ conservatoare și lentă în adoptarea de noi tehnologii, producătorii de furaje sunt, în general, mai avansați, iar fabricile de furaje nou construite încorporează cele mai noi idei.

O provocare

Industria hranei pentru animale poate vedea mai multe tehnologii AI în funcțiune, deoarece poate fi o provocare să încadreze noi soluții în operațiunile existente. “Industria hranei pentru animale este caracterizată de marje scăzute și, ca atare, tehnologiile sunt adesea modernizate, deci nu duc neapărat la o reproiectare fundamentală a proceselor de producție, care este locul în care AI este cea mai eficientă”, a explicat Connolly.

“Nu cred că industria furajelor este prea conservatoare. Este doar găsirea unui echilibru între costurile de

investiție și timp și câștigul posibil, care nu este întotdeauna pe deplin clar încă”, a comentat Astrid Tempelaere, cercetător doctor la MeBioS KUL.

Tempelaere a mai remarcat că marjele din industria alimentară sunt relativ scăzute, în timp ce implementarea inteligenței artificiale și integrarea noilor tehnologii pentru achiziționarea de date, cum ar fi senzorii și etichetarea datelor, costă bani.

“Costul este cu siguranță o altă barieră de intrare”, a fost de acord Kern-Lunbery. “În funcție de segment și de tehnologiile AI despre care vorbim, achiziționarea de senzori doar pentru a colecta date referitoare la sănătatea animală, de exemplu, ar fi costisitoare și ar împiedica operațiunile mici să utilizeze această tehnologie. Cu toate acestea, ca și în cazul majorității progreselor tehnologice, m-aș aștepta ca acel cost să scadă sau ca valoarea să fie mai bine înțeleasă”.

Kar a mai indicat că problemele legate de politica de confidențialitate sunt unul dintre obstacolele pentru utilizarea în masă a AI în industria furajelor. El a explicat că serviciile de inteligență artificială funcționează cu o gamă largă de date, a căror protecție împotriva utilizării neautorizate iese în prim-plan.

Aplicarea e dificilă

Tempelaere a mai spus că nu este surprinzător faptul că aplicarea IA de-a lungul lanțului de aprovizionare al industriei alimentare este încă dificilă. Frenesia care a urmat lansării inițiale a Chat-GPT poate să fi produs, de asemenea, o așteptare prea mare că AI va revoluționa industria furajelor în câteva luni.

“Din punctul meu de vedere, publicul larg consideră că AI este Sfântul Graal pentru toate problemele, dar AI este mult mai complicată”, a menționat Tempelaere. El a explicat că algoritmi AI sunt deosebit de sensibili la modificările datelor.

De exemplu, dacă trebuie să verificați alimentele, dar este folosită o altă culoare a centurii de transport acolo unde este plasată mâncarea, acest lucru poate reduce deja puternic performanța algoritmului AI.

O altă dificultate este nevoia de date etichetate. În industria alimentară, dar și în industrii precum cea farmaceutică, auto și așa mai departe, AI este folosită pentru a detecta produsele care se abat de la standardele de calitate.

Obiective limitate

Cu toate acestea, Tempelaere a indicat că astfel de obiective sunt destul de limitate, ceea ce face difi-

cilă furnizarea de suficiente exemple pentru algoritmul AI, în timp ce acesta învață. O altă preocupare este că îi lipsește explicabilitatea cu privire la modul în care a fost făcută o anumită predicție de către algoritmul AI.

“Deci, cine va fi responsabil pentru previziunile greșite, de exemplu?”, întreabă Tempelaere, adăugând că acești factori contribuie în primul rând la rata de succes încă limitată a industriei. În esență, AI poate fi privită ca o colecție de ecuații și modele matematice avansate care trebuie optimizate pentru sarcini specifice, a concluzionat Tempelaere.

De asemenea, analiștii au subliniat că, atunci când se vorbește despre tranziția AI în industria furajelor, trebuie luat în considerare factorul uman. “În general, cred că profesioniștii din industrie sunt mai în vârstă și provocările tehnologice sunt intimidante pentru mulți dintre acești oameni”, a spus Kern-Lunbery.

“Am auzit pe un podcast un domn afirmând că nu se teme că AI îl va înlocui ca nutriționist pentru animale, deoarece nu are acces la cea mai recentă ediție a Academiei Naționale de Știință, Inginerie și Medicină a Cerințelor de nutriție pentru bovinele de lapte din cauza faptului că zidul de plată”, a exemplificat Kern-Lunbery.





Acesta a adăugat că, deși din punct de vedere tehnic acest lucru este adevărat, este un dezavantaj pentru eficiența muncii în echilibrarea celor mai bune rații posibile. "În loc să avem o mentalitate conform căreia noi, ca profesioniști, konkurăm cu AI, trebuie să vedem AI ca pe un instrument. Și, ca orice instrument, asta ne cere să obținem niște pregătire pentru a-l folosi în mod corespunzător", a declarat Kern-Lunbery.

Câștiguri

În ciuda vântului în contra tendinței, analiștii sunt încrezători că AI își va vedea în cele din urmă prezența în industria furajelor crescând constant, deoarece beneficiile oferite de noile tehnologii sunt incontestabile.

Tehnologiile AI au potențialul de a oferi valoare de-a lungul întregului lanț valoric al furajelor, cu aplicații variind de la agricultura de precizie, siguranța furajelor, lanțul de aprovizionare și optimizarea formulărilor, a declarat Gunther Steiner, de la Buhler.

"În cadrul unei fabrici de furaje, AI este procesul de peletare în care vedem cel mai mare potențial", a remarcat Steiner, citând Pelleting-Pro, controlul inteligent al procesului de peletare care include un algoritm bazat pe inteligență artificială, pentru a optimiza continuu

calitatea peletelor, independent de orice efecte sezoniere sau meteorologice.

"Acest lucru asigură un nivel constant de umiditate al peletei finale cu o precizie de +/- 0,5 puncte procentuale, ceea ce duce la o creștere a randamentului de până la 1%. În plus, debitul poate fi crescut cu până la 10%, iar consumul specific de energie poate fi redus pe întreaga linie de peletare. Și asta, fără a fi nevoie să investești în utilaje noi, ci pur și simplu prin modernizare și cu puțin ajutor din partea AI", a spus Stainer.

Per total, a adăugat Stainer, AI poate juca un rol esențial în evaluarea eficienței planificării producției, analiza fluxului de masă și identificarea soluțiilor pentru a atenua blocajele. Performanța activelor existente poate fi optimizată prin aplicarea informațiilor derivate din datele procesului. În plus, timpul de nefuncționare neplanificat poate fi mai bine monitorizat și redus printr-o analiză inteligentă a cauzei principale.

Veriga particulară

AI poate fi folosită la fiecare verigă particulară a lanțului valoric, a



spus Kar, amintindu-ne că aceste tehnologii noi pot transforma procesul de specificare a produsului și controlul siguranței produsului în același mod în care a revoluționat cândva industria taxiurilor.

"În trecut, trebuia să suni la un serviciu de taxi. Acum, tot ce trebuie să faci este să vă ridicați telefonul", a spus Kar, adăugând că AI va simplifica multe procese din industria furajelor într-un mod similar.

Utilizarea AI în industria logistică va reduce inevitabil costurile logistice pentru industria furajelor, a mai indicat Kar. În momentul de față, există o mulțime de implementări cu senzori în operațiunile mai mari și industriile care au un model industrial mai integrat, a spus Kern-Lunbery, adăugând că, în opinia sa, primele sectoare care vor adopta tehnologiile AI vor fi sectoarele de păsările de curte, porcii, apoi produsele lactate.

"Cred că fabricile de furaje și consultanții pot fi la zi cu pregătirea și tehnologiile potrivite, la îndemână. Trebuie să vedem mai multe parteneriate cu știința datelor, cu medicii și profesioniștii în creșterea animalelor, ca să obțină informațiile potrivite, utilizând informațiile potrivite în mâinile persoanelor potrivite", a spus Kern-Lunbery.

poli Kids

90
%
Carne

- Fără potențiatori de aromă
- Fără coloranți
- Produs Halal
- Fără alergeni
- Fără gluten

O gamă special creată pentru copii, oferind produse sănătoase și gustoase, cu 90% carne, fără potențiatori de gust și fără alergeni!



www.perutnina.ro

Standarde de calitate

ISO 9001:2015

ISO 14001:2015

HACCP

IFS Food

BRC

HALAL

Premium Poultry Breeding

McDonald's Standard

McDonald's SQMS

McDonald's SWA

GLOBAL G.A.P.

Chosen Quality Slovenia

GMO-free Production



Perutnina Ptuj

CREȘTEREA REZISTENȚEI LA BOLI A PĂSĂRILOR DE CURTE PENTRU UN VIITOR DURABIL

Mircea Demeter

Pe măsură ce cererea pentru proteine de înaltă calitate și sigure crește pentru a satisface nevoile unei populații umane în creștere, la fel crește și preocuparea consumatorilor cu privire la bunăstarea animalelor și impactul asupra mediului al ciclurilor de producție a animalelor. Un postbiotic premium de drojdie poate oferi doar răspunsul pentru a satisface aceste cerințe, după cum notează PoultryWorld.

Creșterea consumului

În sectorul păsărilor de curte, cererea de carne este estimată să crească exponențial până la 181 milioane de tone metrice până în 2050. Creșterea producției de păsări pentru a satisface această cerere în creștere va necesita îmbunătățirea eficienței furajelor și a performanței de creștere pentru a evita o utilizare exponențială concomitentă a resurselor care ar pune în pericol sustenabilitatea producției.

Mai mult, atât stresul abiotic, cât și cel biotic este probabil să crească din cauza schimbărilor de mediu. Prin urmare, este important să se abordeze sănătatea și bunăstarea animalelor folosind alternative la antibiotice pentru a îmbunătăți rezistența animalelor și pentru a evita dezvoltarea bacteriilor rezistente la antibiotice, care scad siguranța consumului de carne de pasăre.

Phileo by Lesaffre oferă o soluție inovatoare Safmannan, o drojdie postbiotică premium, concepută pentru a optimiza performanța păsărilor de curte, îmbunătățind în același timp siguranța alimentară și sustenabilitatea ciclului de producție.

O nouă frontieră în alimentația animalelor

Safmannan (denumit în continuare postbiotic de referință) este un postbiotic de drojdie de înaltă calitate derivat din *Saccharomyces cerevisiae*.

Conținutul bogat ($\geq 20\%$) în manan-oligozaharide (MOS) și β -glucani (1,3 și 1,6) al postbioticului de referință a demonstrat efecte pozitive în eficiența furajului, performanța de creștere, imunitatea înăscută și dobândită și rezistența la stres a puilor de carne atât în studiile științifice, cât și în cele din viața reală.



Postbioticele reprezintă o nouă frontieră în alimentația animală. Definite ca "preparate din microorganisme neînsuflețite și/sau componente ale acestora care conferă beneficii pentru sănătatea gazdei", ele oferă beneficii similare cu probioticele, dar nu necesită microorganisme vii, făcându-le ideale pentru furajele care suferă procesare la temperatură înaltă.

Moduri de acțiune dovedite științific

În studiile efectuate la nivel mondial, puii de carne de referință cu supliment postbiotic au prezentat întotdeauna o creștere semnificativă a FCR (-6% în medie) și a greutateii corporale (+4% în medie) decât animalele martor nesuplimentate.

Această creștere a performanței este în mare parte atribuită efectelor sale pozitive asupra sănătății intestinale. S-a demonstrat că postbioticul de referință crește raportul vilozităților/criptă și expresia proteinelor cu joncțiune strânsă, care măresc suprafața disponibilă pentru absorbția nutrienților și, respectiv, reduc riscul de intestin permeabil.

În plus, postbioticul de referință contribuie semnificativ la proliferarea celulelor caliciforme și la secreția de mucină, îmbunătățind protecția enterocitelor.

Conținutul ridicat de β -glucan postbiotic de referință este un factor critic în capacitatea sa de a modula răspunsurile imune. β -glucanii interacționează cu receptorii dectin-1 de pe celulele imune, declanșând activarea macrofagelor și promovând producția de anticorpi.

Acest răspuns imunitar îmbunătățit permite puilor de carne să reziste mai bine infecțiilor virale și bacteriene. De exemplu, puii de carne suplimentați cu postbiotic de referință au demonstrat titruri de anticorpi mai mari împotriva bolii Newcastle, subliniind capacitatea postbioticului de a stimula atât imunitatea înăscută, cât și cea dobândită.



Mai mult, postbioticul de referință promovează proliferarea bacteriilor intestinale benefice precum Roseburia și Ruminococcus torques, care contribuie la îmbunătățirea diversității și funcționalității microbiotei intestinale. Prin reducerea Enterobacteriaceae dăunătoare, postbioticul ajută la menținerea unui mediu intestinal sănătos, reducând riscul de disbioză și boli asociate.

Gestionarea stresului biotic și abiotic

Una dintre caracteristicile remarcabile postbiotice de referință este capacitatea sa duală de a gestiona factorii de stres biotici și abiotici. Stresul biotic, cauzat de agenți patogeni precum Salmonella și Clostridium perfringens, reprezintă o amenințare semnificativă pentru sănătatea și performanța păsărilor de curte.

MOS din postbioticul de referință leagă fimbriile de tip 1 ale bacteriilor Gram- (de exemplu, Salmonella sp. și Escherichia coli) și, de asemenea, leagă bacteriile Gram+ (de exemplu, Clostridium perfringens, inhibând creșterea acestora și proliferarea bolilor cum ar fi enterita necrotică cu postbiotic de referință a scăzut semnificativ.

De asemenea, transmiterea orizontală a Salmonella Heidelberg și prevalența Salmonella sp. Mai mult, s-a demonstrat că FCR se îmbunătățește la puii de carne suplimentați cu patogeni.

În ceea ce privește stresorii abiotici, postbioticul de referință s-a dovedit a fi un instrument puternic în atenuarea efectelor stresului termic.

În condiții de stres termic sever, suplimentarea postbiotică de referință a dus la valori de performanță mai bune, inclusiv aportul de hrană și câștigul mediu zilnic, în comparație cu grupurile nesuplimentate. Asta nu doar îmbunătățește bunăstarea animalelor, dar reduce și costurile de hrană în medii dificile.



Reducerea prevalenței Salmonella

Postbioticul de referință joacă un rol crucial în îmbunătățirea siguranței alimentare. Prin reducerea semnificativă a încărcăturii de agenți patogeni, în special Salmonella, postbioticul de referință ajută la minimizarea riscului de boli de origine alimentară.

Într-un studiu pe teren la scară largă, suplimentarea postbiotică de referință a redus nivelurile de Salmonella cu 2,3 log₁₀ CFU la puii de carne în 4 cicluri consecutive în 9 ferme din SUA, contribuind la siguranța alimentară generală.

Stimularea durabilității în producția de păsări

Capacitatea postbiotică de referință de a îmbunătăți eficiența hranei puiilor de carne, performanța, bunăstarea și rezistența la stres are implicații semnificative pentru durabilitate.

Un studiu de evaluare a ciclului de viață din 2024 a demonstrat că suplimentarea cu Safmannan poate reduce amprenta de carbon a producției de pui de carne cu 8,4%, împreună cu scăderea utilizării apei și a terenului cu 7,7% și, respectiv, 8,7%.

Aceste reduceri sunt esențiale, deoarece industria se străduiește să răspundă cerințelor crescânde ale consumatorilor pentru produse animale durabile și produse în mod etic.

Producția durabilă de păsări

Pe măsură ce industria păsărilor de curte continuă să evolueze, soluții precum Safmannan vor juca un rol esențial în asigurarea unor sisteme de producție durabile, eficiente, profitabile și sigure.

Postbioticul de referință nu numai că îmbunătățește performanța puiilor de carne, prezentând o rentabilitate a investiției de până la 6:1 pentru producători, dar abordează și provocările cheie legate de sănătatea animală, bunăstarea și impactul asupra mediului.

Prin sprijinirea funcției imunitare, promovarea sănătății intestinale și reducerea încărcăturii cu agenți patogeni, postbioticul de referință oferă o soluție cuprinzătoare pentru producătorii care doresc să răspundă cerințelor unei populații globale în creștere, menținând în același timp profitabilitatea, sustenabilitatea și siguranța alimentară.



CREȘTEREA ENERGIEI CELULARE LA PORCII PENTRU FINISARE

Nora Marin

În vremuri de costuri mari ale furajelor, îmbunătățirea statusului creatinei la porcii de îngrășat permite o reducere a energiei alimentare, după cum informează PigProgress.

Rolul creatinei

Acidul guanidino-acetic suplimentat în hrana porcilor optimizează starea de creatină a celulelor și îmbunătățește eficiența energetică celulară. Creatina joacă un rol central în metabolismul energetic celular prin stocarea și transportul fosfaților cu energie ridicată prin celulă.

Acei fosfați sunt necesari pentru a regenera adenzin-trifosfatUL (ATP), ca "monedă energetică celulară" în locurile în care ATP este folosit pentru a furniza energie. Datorită funcției de stocare, creatina, sau mai degrabă forma fosforilată, fosfocreatina, este similară cu un pachet de baterii celulare care furnizează energie fără a fi necesară producerea de energie (o) aerobă legată de substrat.

Creatina se găsește predominant în țesuturile cu cerere mare și fluctuantă de energie, cum ar fi mușchii scheletici (cca 95%), dar poate fi detectată și în majoritatea celorlalte organe (creier, testicule etc.).

Fluxuri imprimate evolutiv

Deoarece țesuturile fac parte din dieta naturală a unui omnivore, creatina este un metabolit prezent în furajele lor imprimate evolutiv.

Deoarece utilizarea produselor de origine animală este redusă în mod continuu, iar componentele de origine animală sunt în mod obișnuit foarte procesate, aproape că nu mai există creatină în sistemele moderne de hrănire.

Prin urmare, animalele sunt forțate să-și sintetizeze toată creatina în mod endogen din aminoacizii arginină, glicină și metionină.



Suplimentarea creatinei

S-a demonstrat că suplimentarea creatinei sau a acidului guanidino-acetic (GAA), precursorul său metabolic, în dietele oamenilor sau animalelor poate completa creatina și poate modifica rezervorul de creatină disponibil în celule, îmbunătățind performanța fizică și zootehnică.

GAA s-a dovedit a fi cea mai bună sursă de creatină în hrana animalelor, deoarece poate rezista mai bine la măsurile de procesare mai agresive.

Efectele de performanță pozitive ale creatinei/GAA sunt probabil un rezultat al îmbunătățirii eficienței energetice intracelulare prin creșterea rezervorului de (fosfo)creatina disponibil și a necesității reduse ulterioare pentru furnizarea de energie pe bază de substrat.

Succes la puii de carne; dar ce zici de porci?

În consecință, una dintre cele mai bine stabilite aplicații GAA în nutriția broilerului este utilizarea acestei eficiențe energetice crescute prin reducerea energiei dietetice, menținând în același timp același nivel de performanță.

Multe teste științifice și de teren au stabilit o echivalență energetică de 0,06% GAA între 50 și 100 kcal (0,21-0,42 MJ) AEn per kg de hrană finală în dietele pentru pui de carne.

Flexibilitate crescută în formularea furajelor

Acesta este un concept foarte interesant în situația actuală de creștere vertiginoasă a prețurilor pentru furaje și componente, deoarece crește flexibilitatea în formularea furajelor.





Materiile prime cu aport energetic ridicat, cum ar fi uleiul, pot fi reduse pentru a economisi costurile de furaj. Deoarece contribuția energetică a GAA are loc la nivel celular, acesta este aditiv la alte suplimente alimentare care sporesc digestibilitatea surselor de hrană, cum ar fi enzimele sau emulgatorii.

Următorul studiu reprezintă prima examinare a faptului dacă GAA poate fi utilizat pentru a reduce conținutul de energie netă (NE) al unei diete de porci crescător-finișator în același mod.

Materiale și metode

Studiul a fost realizat în centrul de testare PigChamp Pro Europe din Segovia, Spania, și a cuprins 240 de porci sănătoși (Topigs TN70◇PiEtrain; greutatea la începutul studiului 37,9 kg, vârsta de 80 de zile) care au fost repartizați aleatoriu unuia dintre cele trei tratamente:

NC: Martor negativ 2.194 kcal (9,21 MJ) NE/kg;
 PC: Control pozitiv 2.244 kcal (9,42 MJ) NE/kg; și
 GAA: Control negativ + adăugare de GAA 2.244 kcal (9,42 MJ) NE/kg, inclusiv 50 kcal (0,21 MJ)/kg de la 0,06% GAA.

Dietele au fost formulate folosind grâu, făină de grâu, făină de rapiță și făină de soia pentru a conține lizină identică standard digerabilă ileală (SID). Acest lucru a dus la modificarea raporturilor SID lizină/NE în controlul negativ. A fost aplicat un sistem de alimentare în 2 faze cu:

faza 1 (porci crescători) de la 80 la

115 zile (17,5% CP); și
 faza 2 (finisori) de la 115 la 150 de zile (15,0% CP).

La vârsta de 150 de zile, primele animale au atins greutatea de sacrificare de ~105 kg și proba a fost încheiată.

Compensare pentru reducerea energiei

Din cauza restricțiilor Covid-19, doar parametrii marginali de sacrificare au fost accesibili și, prin urmare, au fost excluși din evaluare.

În general, animalele se descurcă diferit atunci când se confruntă cu niveluri scăzute de energie alimentară. În mod logic, o scădere a performanței (câștig redus) poate fi un rezultat.

Alternativ, pe măsură ce porcii încearcă să-și mănânce necesarul de

energie, ar putea crește aportul de hrană pentru a consuma aceeași cantitate de energie pentru a-și atinge potențialul de creștere genetică.

Porcii au fost nevoiți să se adapteze

A doua strategie de coping a fost observată în acest studiu. Toți porcii au prezentat creșteri similare în greutate și au atins greutăți similare la sacrificare în același timp. Cu toate acestea, animalele din grupul NC au trebuit să-și crească semnificativ aportul de hrană pentru a ajunge la același aport energetic și mai menține creșterea la același nivel cu celelalte 2 grupuri.

Acesta este un indiciu clar că energia alimentară a fost redusă la un nivel care a forțat porcii să se adapteze în grupul NC.

Adăugarea GAA

Pe de altă parte, animalele atât din grupul PC, cât și din grupul GAA au menținut niveluri similare de aport de hrană. Prin urmare, porcii din acele grupuri au primit niveluri de energie comparabile. Adăugarea de GAA trebuie să fi îmbunătățit rezervorul de creatină celulară, rezultând o eficiență energetică intracelulară îmbunătățită.

Acea contribuție energetică a redus

nevoia de energie alimentară costisitoare în prezent: 0,06% din produsul Creamino (AlzChem, Germania) a contribuit, prin urmare, cu 0,21 MJ sau 50 kcal NE/kg de hrană în acest studiu.

Concluzie

Acesta este probabil primul test care demonstrează că aplicația bine stabilită pentru păsări de curte, folosind GAA pentru a economisi energia alimentară, ar putea fi transferată la porcii de îngrășat.

Furnizarea de energie fiziologică celulară prin îmbunătățirea aportului de creatină a animalelor a permis o reducere a energiei alimentare. Prin urmare, 0,06% din Creamino ar putea economisi 0,21 MJ sau 50 kcal NE/kg.

Studiile viitoare ar trebui să confirme această constatare, precum și să examineze întregul potențial de economisire a energiei al GAA la finisarea porcilor.

Aplicarea GAA crește flexibilitatea nutriționistului în formularea dietelor. Deoarece componentele cu conținut ridicat de energie, cum ar fi uleiul, au un cost foarte ridicat, reducerea includerii lor prin adăugarea de GAA oferă beneficii economice consistente atunci când se produc porci pentru finisat.



UTILIZAREA INGREDIENTELOR RECICLATE LA FABRICAREA PRODUSELOR DIN CARNE

Mircea Demeter

Experții subliniază provocările legate de utilizarea ingredientelor reciclate (upcycling) și soluțiile care pot reduce risipa alimentară și care pot promova sustenabilitatea, informează FMCG Gurus.

Ce este Upcycling?

Upcycling este luarea deșeurilor potențiale și transformarea acestora într-un produs utilizabil sau comestibil, fenomen care este în creștere, deși este mai cunoscut la nivel global decât este în Europa sau Statele Unite ale Americii, acolo unde producătorii încă lucrează pentru a educa clienții.

Brandurile naturale își fac partea lor. "Upcycling-ul nu este încă înțeles și cunoscut de către consumatori", spune Lars Oltmanns, CEO și cofondator al Take UP TO GOOD Energy. "Folosim fraze scurte care explică upcycling-ul sau se referă la soluția de prevenire a risipei alimentare. Aceste expresii de marketing ar putea fi "Upcycling is the new recycling" sau #LessWasteGoodTaste."

Obținerea certificării Upcycled de către Asociația Upcycled Food este obiectivul nostru pentru lunile următoare. Acest lucru ne va permite să folosim sigla de certificare pe produse și materiale de marketing. O afirmație vizuală va sprijini cu siguranță educarea impactului pozitiv al upcycling-ului."

Deși există și alți termeni pentru același concept, "upcycled" pare a fi cea mai bună opțiune. "În 2018, Universitatea Drexel a efectuat un studiu în rândul a 1.000 de participanți pentru a evalua percepția cu privire la termenii asociați cu surplusul de produse cu valoare adăugată", spune Johnathan Bonnell, co-fondator și CEO Wholly Veggie.

"Upcycled a fost câștigătorul clar, urmat de termenii de reprocessat și revendicat. Totuși, ceea ce am învățat noi înșine este că termenii sunt încă foarte de nișă și, ori de câte ori vorbim despre upcycling, includem întotdeauna conținut secundar pentru a descrie ce înseamnă termenul."



La nivel global, conceptul este binecunoscut. Un studiu global din 2022 realizat de FMCG Gurus a constatat că oamenii de la scară globală nu numai că știu ce este upcycling-ul, dar sunt dispuși să plătească pentru asta.

"Un sondaj global recent a raportat că șase din 10 consumatori au considerat atrăgător conceptul de upcycling și mai mult de o treime spun că sunt dispuși să plătească o primă pentru produsele cu ingrediente upcylate", explică Jan Jongsma, Chief Operations Officer al NutriLeads.

"Formularea produselor naturale cu ingrediente reciclate poate oferi marketerilor o modalitate puternică de a-și distinge produsele, în special în rândul consumatorilor preocupați de sănătatea lor și de bunăstarea planetei."

Lupte pentru asigurarea calității

Produsele upcylate oferă provocări unice. Christina O'Keefe, director de durabilitate în America de Nord la Kerry, subliniază că, deoarece ingredientele reciclate sunt de obicei produse secundare ale producției de alimente, pot apărea probleme cu gustul, textura și/sau nutriția. Și nu mai vorbim de siguranță:



“Ingredientul reciclat trece verificările de asigurare a calității în materie de siguranță, igienă?” întreabă dr. Silke Middendorf, CCO la Biomega. “Este reglementată materia primă și de ce organisme, cât de strictă este legislația? A fost efectuată sau chiar luată în considerare o dublă evaluare a semnificației?”

În plus, subliniază dr. Middendorf, doar pentru că un produs este reciclat nu înseamnă că este sustenabil. “Procesul de bioproducție utilizat include substanțe chimice? Câtă resursă (apă, energie) folosește. În plus, acea energie este recirculată?”

Compania Biomega, care reciclează materialele de somon brut în peptide și uleiuri, utilizează hidroliza enzimatică continuă pentru a produce produse durabile, în timp ce evaluează anual furnizorii cu privire la procesele de manipulare a materiilor prime pentru a asigura produse de calitate.

Kerry a văzut aceste provocări, spune OíKeefe, dar parteneriatele productive le pot depăși. “Pot exista provocări în ceea ce privește aprovizionarea, în funcție de dacă ne aprovizionăm cu un ingredient reciclat stabilit sau dacă explorați ingrediente noi.

Unele provocări pe care le-am întâlnit includ transparența de la furnizor, cum să asigurăm siguranța alimentelor și calitatea materialelor. Cu stocul nostru de pui Kerry,

am putut colabora cu furnizorii noștri pentru a depăși aceste provocări.

Continuăm să explorăm noi oportunități atât la nivel intern, cât și extern al organizației noastre și fiecare oportunitate are propriul său set de provocări. Când Kerry s-a angajat în această călătorie, a fost important să colaboram direct cu furnizorii noștri de încredere pentru a ne asigura că avem o aprovizionare constantă de materii prime reciclate.

Echipa noastră de achiziții se concentrează pe furnizarea afacerii noastre cu materii prime durabile, care sunt bune pentru planetă și comunitățile noastre”, au declarat reprezentanții ai companiei pentru sursa citată.

Provocări în lanțul de aprovizionare

Prima și principala luptă cu produsele reciclate este lanțul de aprovizionare: nimeni nu produce materiale în mod explicit pentru produse reciclate, prin urmare nimeni nu poate crește producția pentru a satisface cererea crescută.

Deci, cum se asigură producătorii că vor avea suficiente ingrediente pentru a-și face produsul? WholeFoods a cerut furnizorilor și producătorilor deopotrivă să ne spună de ce este nevoie.

Jongsma de la NutriLeads opinează: “Este esențial să se verifice existența mai multor fluxuri de deșeurii sau produse secundare pentru a asigura surse durabile și scalabile pentru produsele reciclate. De exemplu, NutriLeads BV produce BeniCaros din tescovină de morcovi reciclată.

Morcovii sunt una dintre cele mai populare legume din lume și milioane de kilograme de tescovină de morcovi sunt produse în fiecare an ca un flux secundar din stocare. Abundența de tescovină de morcov a permis NutriLeads să asigure un lanț de aprovizionare durabil și de înaltă calitate pentru producători.

NutriLeads captează imediat tescovina proaspătă de morcov din procesul de stoarcere și începe procesul natural de extracție a BeniCaros, o fibră prebiotică, din perețele celulare al morcovului. “Știm ce ferme, câmpuri și morcovi pro-

vin din producția de BeniCaros. Acest lucru asigură calitate înaltă și consistență a produsului.”

În loc să lucreze cu producătorii direcți ai unui ingredient, natura produsului reciclat al Stratum Nutrition înseamnă că firma poate lucra cu o industrie secundară.

“Abordarea noastră de a depăși provocările lanțului de aprovizionare se învârtă în jurul naturii distincte a materialului nostru upcyclat, derivat în mod special din operațiunile comerciale de spargere a ouălor”, spune Danny Long, director de calitate.

“Spre deosebire de produsele convenționale reciclate, care se bazează pe declinări incerte sau neconformități din diverse surse, materialul nostru reciclat provine direct din industria de procesare a ouălor. Această industrie implică în mod inerent spargerea ouălor și, în consecință, avem acces constant la materia primă necesară procesului nostru de reciclare.”

Sporirea fiabilității

Pentru a spori și mai mult fiabilitatea lanțului de aprovizionare, compania a promovat parteneriate puternice cu unități comerciale de spargere ouă. Aceste parteneriate nu numai că oferă acces constant la materiile prime necesare, dar le permit și să colaboreze strâns cu industria de procesare a ouălor, pentru a asigura utilizarea eficientă și durabilă a produselor lor secundare.

“Concentrându-ne pe o sursă specifică și de încredere pentru materialele noastre reciclate”, continuă





Long, "am reușit să stabilim un lanț de aprovizionare stabil care eludează incertitudinile asociate adesea cu procesele tradiționale de reciclare.

Această abordare strategică nu numai că ne permite să producem în mod constant produse reciclate de înaltă calitate, dar contribuie și la reducerea deșeurilor în industria spargerii ouălor, încurajând o economie mai durabilă și circulară."

Acest tip de muncă la nivelul furnizorului face lucrurile mai ușoare pentru producători. Bonnell împărtășește ideea: "Când ne-am propus să creăm primul nostru produs upciclat, știam că cheia pentru menținerea integrității lanțului de aprovizionare era să colaborăm cu un furnizor care a construit deja un lanț de aprovizionare complet reciclat pe care îl putem audita.

Munca noastră ne-a condus la echipa de la Outcast Foods. Ei dezvoltaseră deja o rețea de parteneri care aruncau legumele imperfecte și codificate scurt și construiseră prima unitate din Canada pentru a curăța, tăia, toca și transforma articolele în pulberi delicioase reciclate".

Rezultatele acestui parteneriat includ, de exemplu, Wholly Veggies Mozzarella Style Sticks, care prezintă o crustă făcută din legume reciclate.

Cantitate imensă de fructe aruncate

Oltmanns, pe de altă parte, explică că UP TO GOOD Energy și-a creat propriul lanț de aprovizionare pentru a-și procura fructele de cafea, cascara, pentru băutura energetică pe bază de cascară. De exemplu, în cultivarea cafelei există un flux

constant de deșuri de Cascara potențial care trebuie reciclat.

120 de miliarde de lire de fructe de cafea sunt recoltate la nivel global în fiecare an, lăsând aproximativ 85 de miliarde de lire de fructe de cafea ca deșuri, dacă nu sunt reciclate la Cascara.

Cantitatea de fructe de cafea aruncate este imensă și nu există lipsă de aprovizionare cu ingrediente, dacă este planificată din timp. Lucrăm îndeaproape cu fermele de cafea care produc Cascara pentru noi.

Contractăm aprovizionarea cu ingrediente înainte de recoltare. De asemenea, depozităm o mulțime de aprovizionare pentru lunile viitoare de producție în depozitul nostru central, limitând riscul de a epuiza sau epuiza aprovizionarea cu ingrediente. Ca alternativă, Cascara începe să fie comercializată de angrosiști specializați. Dacă este nevoie de aprovizionare suplimentară, o găsim pe piața liberă".

Privind spre alte fructe, firma RIND observă că pentru ele nu există absolut nicio îngrijorare cu privire la lipsa de ingrediente. "RIND folosește exclusiv fructe recuperate și reciclate care altfel ar fi pierdute și oferă acestor fructe o a doua viață, transformându-le în gustări inovatoare, fără deșuri, la care consumatorii le tânjesc", spune fondatorul și CEO Matt Weiss.

Dimensiunea pieței secundare pentru acest tip de fructe este masivă, cu produse supracoapte și imperfecte din punct de vedere cosmetic, reprezentând aproximativ 1/3 din toate deșeurile alimentare în fiecare an în SUA sau 10 miliarde de

lire sterline de pierdere inutilă. Mai simplu spus, nu lipsesc fructele crude pentru ca RIND să salveze și să creeze produse cu valoare adăugată, creând în același timp un flux secundar profitabil pentru fermierii mici și independenți.

Credem că eforturile noastre de a lupta împotriva risipei de alimente și de a cuantifica în continuare acest efort prin măsurarea inițiativelor noastre generale de reducere a deșeurilor în fiecare an ne ajută să câștigăm încrederea consumatorilor și să demonstrăm valoarea noastră de bază de a construi un brand de gustări durabil, bun atât pentru oameni, cât și pentru planetă."

Optimizarea randamentului

Desigur, din punctul de vedere al unui upcycler, fructele sunt mult mai multe decât cele utilizate. Fruit d'Or, de exemplu, a lucrat mult timp pentru a folosi restul. "Se depune atât de mult efort pe câmp pentru a optimiza randamentul, deci, este firesc pentru noi să optimizăm cât mai mult din întregul fruct, atunci când îl transformăm în alimente", explică Patrick Lemaire, director senior de vânzări, nutraceutice și coproduse.

"Cu această viziune în minte, înghețăm stocurile pe mulți ani,

sperând că echipa noastră de cercetare și dezvoltare va fi capabilă să dezvolte produse reciclate pe care le putem fabrica. Echipa noastră are acum această experiență profundă în dezvoltarea de produse reciclate. Gestionarea ofertei de produse reciclate necesită, de asemenea, o planificare amănunțită a cererii.

Ne întâlnim săptămânal pentru a ne monitoriza inventarul. De asemenea, facem planificare generală pentru a captura oportunități de pe piață pe termen lung. Dar pentru că Fruit d'Or a construit un inventar de produse, cum ar fi semințe de merișor, ulei de semințe de merișor și particule fine de fructe, avem materiale la îndemână pentru a asigura un lanț de aprovizionare pentru clienții noștri."

Acestea fiind spuse, Lemaire observă că aprovizionarea este întotdeauna o preocupare, mai ales că în produse naturale pot exista variații ale randamentului de la an la an, chiar și pe lângă faptul că produsele reciclate provin din lanțul de aprovizionare principal. În acest scop, Fruit d'Or lucrează îndeaproape atât cu producătorii pentru a maximiza randamentul, cât și cu producătorii pentru a înțelege nevoile lor anuale.





IFFA

3–8.5.2025
Frankfurt am Main

Rethinking meat and proteins

Efficiency at every step of the way –
Processing, Packaging, Sales.

Be part of it!
iffa.com

info@romania.messefrankfurt.com

Tel. +40
722 45 42 25



Ultimul cuvânt: durabilitate

“Producătorii ar trebui să ia în considerare utilizarea unui ingredient reciclat pentru a sprijini reducerea pierderii/risipei de alimente în sistemele noastre alimentare”, spune O’Keefe.

“Folosirea unui ingredient upciclat extinde utilizarea unui produs agricol pentru a fi utilizat pe deplin pentru consumul benefic pentru oameni și animale de companie, îndreptându-se către o economie circulară mai valoroasă.

Un partener de co-creare este o modalitate excelentă de a începe să studiați cum să încorporați utilizarea ingredientelor reciclate într-un brand și/sau produse noi de pe piață.

Prin încorporarea atentă a ingredientelor reciclate, producătorii pot contribui la reducerea deșeurilor, la promovarea durabilității și la satisfacerea cererii în creștere a consumatorilor pentru produse ecologice.”

Trei probleme și soluții de upcycling

Danny Long de la Stratum Nutrition, a evidențiat trei probleme specifice cu care se confruntă producătorii atunci când lucrează cu ingrediente reciclate și a oferit îndrumări despre cum să le rezolve:

Problema 1: Consecvență și disponibilitate

Spre deosebire de lanțurile de

aprovizionare tradiționale în care materiile prime pot fi achiziționate cu ușurință, materialele reciclate provin adesea din surse variabile.

Soluție: Stabiliți relații puternice cu furnizorii, instalațiile de gestionare a deșeurilor sau alte surse pentru a garanta un flux constant de materiale reciclate.

Problema 2: Controlul calității

Ingredientele reciclate pot varia în calitate datorită originii lor din surse aruncate sau produse secundare.

Soluție: Producătorii ar trebui să implementeze măsuri solide de control al calității pentru a evalua și menține standardul dorit al produselor lor. Acest lucru poate implica proceduri amănunțite de testare, inspecție și verificare.

Problema 3: Trasabilitate

Trasabilitatea este întotdeauna importantă, mai ales atunci când produsul era considerat anterior deșeu.

Soluție: producătorii ar trebui să acorde prioritate transparenței și trasabilității în lanțurile lor de aprovizionare. Căutarea de certificări de la terți pentru ingredientele reciclate poate ajuta la construirea încrederii clienților și la demonstrarea angajamentului față de practicile durabile.



messe frankfurt

IGIENA ÎN INDUSTRIA LACTATELOR

CUM SCHIMBĂ TEHNOLOGIA ENZIMATICĂ REGULILE JOCULUI

Știați că 60% dintre bolile alimentare sunt rezultatul transferului microorganismelor de pe suprafețele echipamentelor pe produsul finit?¹ În industria lactatelor, unde riscul de contaminare este o provocare constantă, metodele tradiționale de curățare nu sunt întotdeauna suficiente. Atunci când sunt protejate de un biofilm, microorganismele pot fi de la 10 până la 1000 de ori mai rezistente la agenții de dezinfecție². Aici intervine tehnologia enzimatică, o soluție inovatoare care elimină biofilmele în întregime, protejând în același timp echipamentele și reducând impactul asupra mediului.



DE CE ESTE BIOFILMUL O PROBLEMĂ MAJORĂ ÎN PROCESAREA LACTATELOR?

Industria lactatelor oferă condiții ideale pentru dezvoltarea microorganismelor, iar dacă igiena nu este controlată riguros, acestea pot produce biofilme protectoare, care pot duce la contaminări persistente, greu de identificat, și riscuri majore pentru siguranța alimentară.

Principalele microorganisme și virusuri asociate cu formarea biofilmului în unitățile de procesare a lactatelor sunt:

- ✓ Bacillus sp.
- ✓ Staphylococcus aureus
- ✓ Pseudomonas sp.
- ✓ Clostridium sp.
- ✓ Candida
- ✓ Coliformi
- ✓ Fagi (virusuri care infectează bacteriile)

- Dacă un microorganism este prezent în spațiul de producție, există o probabilitate de 70% să se regăsească și în produsul finit.
- Peste 90% dintre bacterii sunt capabile să formeze biofilm³.

ALTE PROVOCĂRI LEGATE DE IGIENĂ ÎN PROCESAREA LACTATELOR

- Depunerea reziduurilor: Proteinele, grăsimile și mineralele din lapte formează straturi aderente pe echipamente, favorizând dezvoltarea microorganismelor.
- Contaminarea încrucișată: Materiile prime, echipamentele și personalul pot transporta microorganisme dintr-o zonă în alta, compromițând siguranța produselor.
- Eficiența echipamentelor: Depunerile de reziduuri reduc performanța echipamentelor precum pasteurizatoarele.

¹Bridier, A., Sanchez-Vizuete, P., Guillaud, M., Piard, J.-C., Naïtalí, M., & Briandet, R. (2015). Biofilm-associated persistence of food-borne pathogens. Food Microbiology, 45(Pt B), 167-178. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/2550038>

²Shakeri, S., Kermanshahi, R. K., Moghaddam, M. M., & Emtiazi, G. (2007). Assessment of biofilm cell removal and killing and biocide efficacy using the microtiter plate test. Biofouling, 23(1-2), 79-86. <https://doi.org/10.1080/08927010701190011>

CUM ELIMINĂM BIOFILMELE EFICIENT? COMPARAREA METODELOR

METODE CLASICE DE CURĂȚARE:

- ✗ Necesită temperaturi ridicate, consum mare de energie.
- ✗ Folosesc chimicale agresive, care pot deteriora echipamentele.
- ✗ Nu elimină complet biofilmele, ceea ce duce la recidive ale contaminării.

CURĂȚARE ENZIMATICĂ:

- ✓ Funcționează la temperaturi mai scăzute, economisind energie.
- ✓ Descompune biofilmul la nivel molecular, eliminând complet și reziduurile organice.
- ✓ Este biodegradabilă, reducând impactul asupra mediului.
- ✓ Îmbunătățește eficiența echipamentelor, prevenind acumulările de reziduuri.

SOLUȚIA ENZIMATICĂ: REZULTATE DOVEDITE ÎN INDUSTRIE

Un exemplu concret vine dintr-o fabrică de procesare a laptelui de capră din Belgia, care se confrunta cu pierderi cauzate de contaminare. După implementarea unui protocol de curățare enzimatică, rezultatele au fost spectaculoase:

- ✓ Eficiența pasteurizatorului a crescut cu 18%

"Datorită produselor Realco, am reușit să îmbunătățim eficiența pasteurizatorului nostru cu 18%." – Testimonial client din Belgia, fabrică de procesare lapte de capră.

CURĂȚARE EFICIENTĂ PENTRU FIECARE ETAPĂ A PRODUCȚIEI

Alege soluția potrivită din gama noastră de detergenți enzimatici, special concepuți pentru curățarea:

- Circuitelor închise (CIP) – elimină eficient depunerile organice sau biofilmele din conducte și rezervoare.
- Suprafețelor deschise (OPC) – îndepărtează reziduurile de grăsimi, proteine sau biofilm de pe suprafețe și echipamente, menținând igiena la standarde ridicate.

³Richards, J. J., & Melander, C. (2009). Controlling Bacterial Biofilms. ChemBioChem, 10(14), 2287-2294. <https://doi.org/10.1002/cbic.200900317>



Importator și unic distribuitor România:
Romfracht SRL



CONCLUZIE

CURĂȚAREA ENZIMATICĂ REGULATĂ, COMBINATĂ CU TRATAMENTE ENZIMATICE SPECIFICE PENTRU BIOFILM, PERMIT:

- ✓ Eliminarea eficientă a biofilmelor și a depozitelor de grăsimi și proteine⁵
- ✓ Optimizarea eficienței echipamentelor (pasteurizatoare, UHT etc.) prin eliminarea depunerilor.
- ✓ Prolungirea duratei de viață a echipamentelor
- ✓ Reducerea riscului de contaminare
- ✓ Îmbunătățirea analizelor microbiologice.
- ✓ Îmbunătățirea termenului de valabilitate.
- ✓ Un control mai bun al procesului aseptice.

Alege soluțiile marca Realco pentru o curățenie naturală, eficientă și sustenabilă în locația ta. Transformă igiena într-o artă cu ajutorul puterii enzimelor!



CE VA ADUCE URMĂTORUL VAL PE PIAȚA PROBIOTICELOR?

Mircea Demeter

Sănătatea imunitară a fost un accent din ce în ce mai mare pentru consumatori de câțiva ani și mai ales după pandemia de COVID-19, notează NutraIngredients, citând un studiu FMCG Gurus.

Consumatori mai conștienți

Un studiu realizat de FMCG Gurus a constatat că 64% dintre consumatorii globali sunt acum mai conștienți de imunitate de la pandemie. Sistemul imunitar este format din componente precum globule albe, limfocite și anticorpi ai celor derivați în principal din măduva osoasă, și fiecare joacă un rol vital în sănătatea imunitară.

Un sistem imunitar care funcționează bine este conceput pentru a împiedica microbii, cum ar fi bacteriile și virușii, să intre sau să dăuneze organismului. Tractul gastrointestinal (GI) este o altă linie importantă de apărare împotriva microbilor, datorită căptușelii sale mucoase bogate în celule imunitare și acidului din stomac care poate elimina majoritatea invadatorilor bacterieni și virusologici străini.

Semnele unui sistem imunitar slab sau slăbit pot include episoade frecvente sau prelungite de răceli, infecții cu simptome persistente și probleme digestive.

Sistemul imunitar al organismului poate fi susținut în mai multe moduri. Factorii stilului de viață, precum respectarea unei diete sănătoase, bogate în antioxidanți, exerciții fizice regulate, minimizarea stresului și obținerea unui somn de calitate suficient, printre alte obiceiuri sănătoase, pot avea un impact pozitiv asupra sănătății imunitare.

În același studiu din 2021, 68% dintre consumatorii globali au spus că pandemia de COVID-19 i-a determinat să-și schimbe dieta pentru a-și aborda sănătatea imunitară; o proporție similară și-a exprimat interesul pentru produsele alimentare și băuturi care promovează sănătatea imunitară și le-ar cumpăra chiar dacă nu au o problemă specifică de sănătate.

Acest lucru prezintă oportunități pe o piață în creștere pentru producătorii de alimente și nutraceutice de a formula produse alimentare și băuturi funcționale și suplimente, cu ingrediente care pot susține sănătatea imunitară.



Postbioticele și sănătate imunitară

Efectele probioticelor utilizate în mod obișnuit, cum ar fi Lactobacillus și Bifidobacterium, asupra funcției imune au fost studiate pe scară largă, cu o revizuire recentă care rezumă rolul lor în suprimarea infecției tractului respirator (RTI).

Între timp, alte studii au indicat efectele Lactobacillus și Bifidobacterium ucise de căldură. Aceste bacterii benefice pentru sănătate ucise de căldură sunt numite postbiotice, care sunt definite ca microorganisme neînsuflețite intacte sau componente celulare cu sau fără metaboliții lor care s-a dovedit a modula sistemul imunitar și susține sănătatea fizică.

Piața postbiotice este de așteptat să atingă peste 24 milioane USD până în 2029, la un CAGR de peste 10% până în 2029. Această creștere rapidă este condusă de o conștientizare tot mai mare a consumatorilor cu privire la beneficiile pentru sănătate oferite de suplimentele postbiotice, precum și de prevalența în creștere a diferitelor boli digestive.





biotice în alimente, băuturi și suplimente care atrag consumatorii de astăzi.

Fiind o tulpină postbiotică validată științific, cu proprietăți de îmbunătățire a sistemului imunitar, LAC-Shield prezintă capacitatea de a stimula producția de interleukină-12 (IL-12), o citokină critică care joacă un rol esențial în reglarea sistemului imunitar prin crearea de punți înăscute și imunitatea adaptativă.

În timp ce postbioticele sunt mai puțin sensibile la condițiile de mediu decât probioticele, diferite tulpini conferă efecte diferite, de exemplu în ceea ce privește stabilitatea și versatilitatea lor. Cu toate acestea, bacteriile ucise de căldură din LAC-Shield sunt tolerante la căldură și foarte stabile la pH, menținând în același timp beneficiile lor și proprietățile, făcându-le un ingredient convenabil într-o gamă largă de aplicații.

LAC-Shield este disponibil comercial în Japonia din 2014. Este utilizat pe scară largă pentru a promova sănătatea și bunăstarea în peste 1.000 de suplimente alimentare și produse alimentare funcționale de către peste 500 de companii din Japonia și extinzându-se în restul lumii, în special în produsele care necesită căldură mare, cum ar fi produse de patiserie și gustări, precum și băuturi gata de băut, gume și condimente, fără a afecta culoarea, textura și aroma.

O provocare chiar și pentru producători

Pe măsură ce consumatorii continuă să-și gestioneze în mod proactiv sănătatea, studiul postbioticele și potențialul lor de aplicare în industrie este pregătit pentru dezvoltare și oportunitate.

Cu toate acestea, nivelul actual de înțelegere de către consumatori a termenului "postbiotice" este încă o provocare pentru producători. Pentru a ajuta la rezolvarea acestei probleme, firma Morinaga a creat un nou brand și logo pentru LAC-Shield pentru a îmbunătăți gradul de conștientizare și recunoaștere a consumatorilor și pentru a comunica mai bine o înțelegere mai solidă a beneficiilor postbioticele.

Noul branding al produsului a fost conceput pentru a reflecta versatilitatea ingredientului pentru a se adapta mereu pentru a susține bunăstarea și rezistența populațiilor adulte și seniori într-o gamă largă de medii și stiluri de viață.

Pe măsură ce sănătatea imunitară continuă să fie un interes din ce în ce mai mare pentru consumatori, LAC-Shield poate ajuta producătorii să-și diferențieze formulările într-o gamă de suplimente alimentare și aplicații funcționale pentru alimente și băuturi, exploatând noi piețe și deblocând oportunități pentru a susține nevoile consumatorilor, acum și în viitor.

Printre acestea, s-a demonstrat că *Lacticaseibacillus paracasei* MCC1849 (LAC-Shield, denumirea tulpinii MCC1849) ucisă de căldură modulează sistemul imunitar.

Într-un studiu clinic, sa constatat că aportul de MCC1849 îmbunătățește capacitatea de răspuns a imunității dobândite la vaccinarea antigripală. la persoanele cu vârsta de 85 de ani sau mai mult, indicând potențialul de îmbunătățire a imunității și de menținere a sănătății în populațiile în vârstă.

Într-un alt studiu pe femei tinere sănătoase care erau susceptibile la răceală, apariția simptomelor asemănătoare răcelii a fost suprimată prin ingestia de MCC1849.

Deoarece vârsta și sexul par să afecteze capacitatea de răspuns la vaccinuri și, prin urmare, potențialul sistemul imunitar, un nou studiu randomizat, dublu-orb, controlat cu placebo a analizat efectele MCC1849 asupra simptomelor subiective ale stării fizice a unei populații mai largi de 200 de persoane. adulți sănătoși, bărbați și femei, cu vârsta cuprinsă între 18 și peste 70.

După perioada de 24 de săptămâni, numărul de zile cu nasul înfundat și simptome asemănătoare răcelii a fost redus semnificativ în grupul MCC1849, comparativ cu grupul placebo, fără efecte secundare ob-

servate, indicând că aportul oral de MCC1849 este consistent în eficacitate și poate ajuta la menținerea condiției fizice într-o gamă largă de populație.

Probioticele și sănătatea imunitară

L. paracasei MCC1849 ucis prin căldură a fost selectat din stocul extins de tulpini de bacterii lactice (LAB) de la Morinaga Milk și a fost denumit LAC-Shield. Acționând ca un scut de protecție pentru corpul uman împotriva amenințărilor externe, LAC-Shield este o modalitate convenabilă și accesibilă pentru formulatori de a încorpora ingrediente



TENDINȚE DE INOVARE ÎN PRODUCȚIA DE LACTATE: DE LA GESTIONAREA GREUTĂȚII LA UTILIZAREA PROTEINELOR

Maria Demetriad

Iată cele mai importante tendințe ale pieței și ale consumatorilor care ar putea influența inovația în producția de lactate în 2025, rezumate de DairyReporter.

Sănătate și bunăstare

Pe măsură ce medicamentele GLP-1 devin obișnuite, alimentele care oferă sațietate în timp ce se concentrează pe un profil natural, cu etichetă curată, sunt gata să fie pe radarul consumatorilor. Ca urmare a acestei tendințe de consum, în iunie 2024, CEO-ul Danone, Antoine de Saint-Affrique, a spus că medicamentele pentru slăbire au fost probabil în spatele unei creșteri a vânzărilor de iaurt bogat în proteine.

Datele despre vânzările din trimestrul I 2024 au susținut acest lucru, gigantul francez al produselor lactate înregistrând o creștere a vânzărilor cu 4% față de anul trecut. La rândul ei, Fage, compania greacă din spatele mărcii de iaurt Total, a înregistrat, de asemenea, o creștere cu 16% a vânzărilor în T1 2024.

Iaurtul simplu are, de asemenea, un indice glicemic scăzut, ceea ce îl face o sursă potrivită de proteine, calciu sau probiotice pentru persoanele care urmăresc nivelul glicemiei.

Analiștii se așteaptă ca aproximativ 31,5 milioane de oameni să adopte medicamente GLP-1 numai în SUA, până în 2035! Adică aproximativ 9% din populația SUA



Iaurtul gras

Pe lângă sprijinirea scăderii în greutate, iaurtul plin de grăsimi a fost asociat cu reducerea riscului de a dezvolta diabet de tip 2. De aceea, Administrația SUA pentru Alimente și Medicamente a fost de acord că există suficiente dovezi științifice pentru a susține o declarație de sănătate calificată pe care producătorii o pot folosi în ambalaj.

Cu toate acestea, producătorii ar trebui să aibă grijă să nu copleșească cumpărătorii cu mențiuni de sănătate, notează Mintel. Jenny Ziegler, Director Mintel Food & Drink, a declarat:

“Așteptați-vă să vedeți o creștere a inovațiilor de produse bogate în nutrienți pentru a îmbunătăți sănătatea pe termen scurt și lung. Importanța obținerii nutriției de bază necesare în fiecare zi va fi o lecție pe scară largă care va depăși nivelul și utilizarea medicamentelor de slăbit.

Începând din 2025, mărcile vor trebui să eficientizeze pachetele supraîncărcate cu mențiuni de sănătate referitoare la nutrienții critici pe care îi conțin.

Promovarea nutrienților esențiali bine-cunoscuți va diferenția, de asemenea, produsele într-o eră a accesului aproape infinit la informații, dar și a dezinformării”.

Să nu uităm de sănătatea mentală

ADM observă că mulți consumatori urmăresc emoțiile pozitive, iar alimentele și băuturile pot face un drum lung pentru a hrăni trupul și sufletul.

Aici, producătorii pot lucra cu culori și arome care ar putea stârni emoții pozitive, dar să fie atenți să-și păstreze eticheta curată prin aprovizionarea cu ingrediente naturale, deoarece 62% dintre consumatori la nivel global consideră că alegerea alimentelor naturale este cea mai bună modalitate de a asigura o dietă sănătoasă, potrivit Innova.

Pe lângă iaurt, laptele fără lactoză, bogat în produse proteice, cum ar fi brânza de vaci, și lactatele fermentate, cum ar fi zara și chefirul, au atras atenția consumatorilor ca alimente mai bune pentru tine.

Sustenabilitatea, factor determinant

Potrivit Euromonitor International, opțiunile durabile nu rămân doar o decizie conștientă bazată pe valori personale, ci și pe dovezi concrete și pe beneficiile pe care aceste produse le oferă față de nevoile clienților.

Începând cu T2 2024, numărul de SKU online cu declarații de sustenabilitate în 11 industrii FMCG și 25 de țări a fost de 5 milioane.



Funcționalitatea

Cu sănătatea și nutriția în prim-planul minții consumatorilor, adăugarea de valoare nutritivă și funcționalitate produselor lactate ar putea deschide noi oportunități pentru producătorii de alimente.

După cum s-a văzut la SIAL Paris 2024, producătorii adaugă SKU cu conținut ridicat de proteine la produsele lactate fermentate populare, cum ar fi chefirul. Acum, există și gouda îmbunătățită cu vitamine pentru iubitorii de brânzeturi atenți la sănătate.

Aplicarea proteinei bioactive de lactoferină este, de asemenea, probabil să se extindă de la alimentația sugarilor și adulților în produse de consum, cum ar fi iaurtul și băuturile lactate.

Și odată cu progresele în tehnologia de procesare și încapsulare, este acum posibil să se exploreze o nouă categorie de băuturi lactate RTD îmbunătățite cu culturi vii, vitamine și minerale, dar care nu necesită refrigerare.

Totul fiind bine, comunicarea beneficiilor funcționalității adăugate ar fi crucială pentru acceptarea consumatorilor, avertizează Mintel.

“Mărcile care le reamintesc cumpărătorilor de beneficiile inerente pentru sănătate vor oferi, de asemenea, claritate cumpărătorilor ocupați, conștienți de costuri, care ar putea deja să pună la îndoială valoarea formulărilor funcționale cu afirmații care nu sunt la fel de evident resimțite ca afirmațiile privind energia funcțională, digestive sau de mare sațietate.”



Lactate fără lactoză

Laptele fără lactoză au recuperat cota de piață de la alternativele de lactate pe bază de plante, am auzit la SIAL Paris 2025, deoarece grupurile de consumatori, cum ar fi flexitarienii, văd liberul ca o alegere sănătoasă.

Fairlife, deținută de Compania Coca-Cola, a atins o penetrare de 25% în gospodăriile din SUA. În SUA, categoria a crescut cu 11,6% în vânzări și cu 2,6% în termeni de volum în ultimele 6-12 luni (ultimele 52 de săptămâni încheiate pe 19 mai 2024), potrivit Circana.

Cu laptele fiind cea mai vândută categorie de produse lactate fără lactoză, 2025 ar putea vedea inovații în format și ingrediente care ar duce

laptele fără lactoză la următorul nivel. De exemplu, prin formularea de băuturi RTD concepute pentru consumatorii aflați în mișcare.

Lactate fără lapte de la animale

Mai multe startup-uri de tehnologie alimentară, cum ar fi Those Vegan Cowboys și unele companii majore de produse lactate, cum ar fi Bel Group, se pregătesc să lanseze soluții pentru oricare dintre ingrediente, cum ar fi fermentarea cu derivate de la o vacă.

Investițiile în fermentație au crescut și ele, Institutul Good Food raportând că startup-urile au strâns 49 de milioane de euro în primele șase luni ale anului 2024, față de 33 de milioane de euro în întregul 2023.

Creșterea investițiilor în fermentație indică o concentrare reînnoită pe extindere. , cu nume mari precum Danone, Fonterra și Leprino Foods, toate făcând mișcări în segment.

Și în cazul procesării, tehnologia, cum ar fi învățarea automată, este probabil să îmbunătățească inovația. Așa cum fac companii precum Climax Foods, care lucrează cu tehnologii Bel pentru a face brânzeturi superioare fără lactate, care sunt atât hrănitoare, cât și delicioase.

Inovație de format

În condițiile în care confortul ră-

mâne un motor de achiziție de top pentru consumatori, inovarea în format ar fi cheia pentru a accesa tendințele emergente.

De la pliculețe cu iaurt până la porții de unt de mărimea gâtului, producătorii au experimentat cu livrarea de lactate în formate care sunt atât accesibile, cât și atrăgătoare.

Dincolo de proteine

Se preconizează că conținutul bogat în proteine va fi segmentul cu cea mai rapidă creștere din iaurtul cu lapte în acest an, cu o rată de creștere de 17,2% conform Circana.

În Marea Britanie, produsele lactate bogate în proteine au înregistrat o creștere de 44,2% de la an la an în 2023, ajungând la o evaluare de 117 milioane de lire sterline, potrivit datelor IRI.

Și există încă o mulțime de pistă pentru categorie. De exemplu, producătorii de brânză de vaci - un produs lactat natural bogat în proteine - pot apela la afirmații pe etichetă sau pot experimenta arome și culori naturale.

Mărcile de înghețată precum Kri Kri din Grecia iau notă și ele lansând SKU-uri bogate în proteine; iar start-up-uri precum Smearcas de pe Coasta de Est au introdus tendința de înghețată cu brânză de vaci DIY în magazinul alimentar.



CUM POATE AJUTA AI ÎN PROIECTAREA PROTEINELOR PENTRU INDUSTRIA ALIMENTARĂ

Maria Demetriad

Folosind o combinație de inteligență artificială și biologie sintetică, un start-up îmbunătățește proteinele într-o gamă largă de funcții pentru industria alimentară, informează FoodNavigator.

Bariere și oportunități

Nenumăratele bariere și oportunități din jurul aplicării proteinelor într-o serie de alimente noi sunt pe buzele tuturor în tehnologia alimentară. De aceea, găsirea proteinelor potrivite în natură este dificilă, motiv pentru care o serie de companii de tehnologie se dedică creării și optimizării "proteinelor de design".

De exemplu, start-up-ul francez Al Bobby folosește AI pentru a îmbunătăți funcționalitatea proteinelor din alternativele la carne sau pentru produsele mixte cu carne. La rândul său, producătorul israelian Amai Proteins proiectează și produce proteine dulci ca alternativă la îndulcitorii artificiali.



Start-up-ul Cradle din Zurich este un altul. Folosind IA generativă pentru a ajuta oamenii de știință să proiecteze proteine pentru o varietate de aplicații, de la carne cultivată la enzime pentru siguranța alimentară, Cradle își propune să facă lucruri cu proteine care nu ar fi fost posibile niciodată în natură.

"Natura este cu adevărat creativă. Există miliarde de proteine pe care le putem studia și nu cunoaștem funcția multora dintre ele. Și, desigur, acest lucru se manifestă în medicamentele și în alimentele noastre. Deci există o cantitate imensă pe care o putem lua ca punct de plecare din natură. Dar, de foarte multe ori, ceea ce încercăm să facem noi, ca oameni, este ceva cu care natura nu a ajuns la bun sfârșit", a declarat Elise de Reus, co-fondatoare la Cradle, pentru FoodNavigator.

"Proteinele din natură sunt adesea puncte de plecare" a mai spus ea, "dar cu tehnologia Cradle, ele pot fi îmbunătățite pentru noi funcții".

Proiectarea proteinelor

Cradle proiectează proteine pentru a îndeplini sarcini specifice necesare clienților săi. Pentru a face acest lucru, proteinele trebuie să aibă proprietăți specifice.

"Acum, proteinele apar în toate părțile sistemelor vii, în alimentele pe care le consumăm, în shake-urile din zer și în ouă, de exemplu, dar ele alcătuiesc și o mulțime din componentele active ale celulelor.

AGRICOLA

Cel mai iubit chef
nu are stele,
ci întreaga familie
la masă.



CINE MĂNÂNCĂ împreună
RĂMÂNE împreună

Bucatarii
Necesarii



Deci, ele catalizează reacțiile, ajutând substanțele chimice să se transforme dintr-o stare, în alta. Ele dau structură și le putem folosi în tot felul de procese”, a spus Reus. “Uneori puteți găsi aceste proteine în natură, iar uneori puteți folosi tehnologii în laborator pentru a le dezvolta”.

Cum face AI procesul mai eficient?

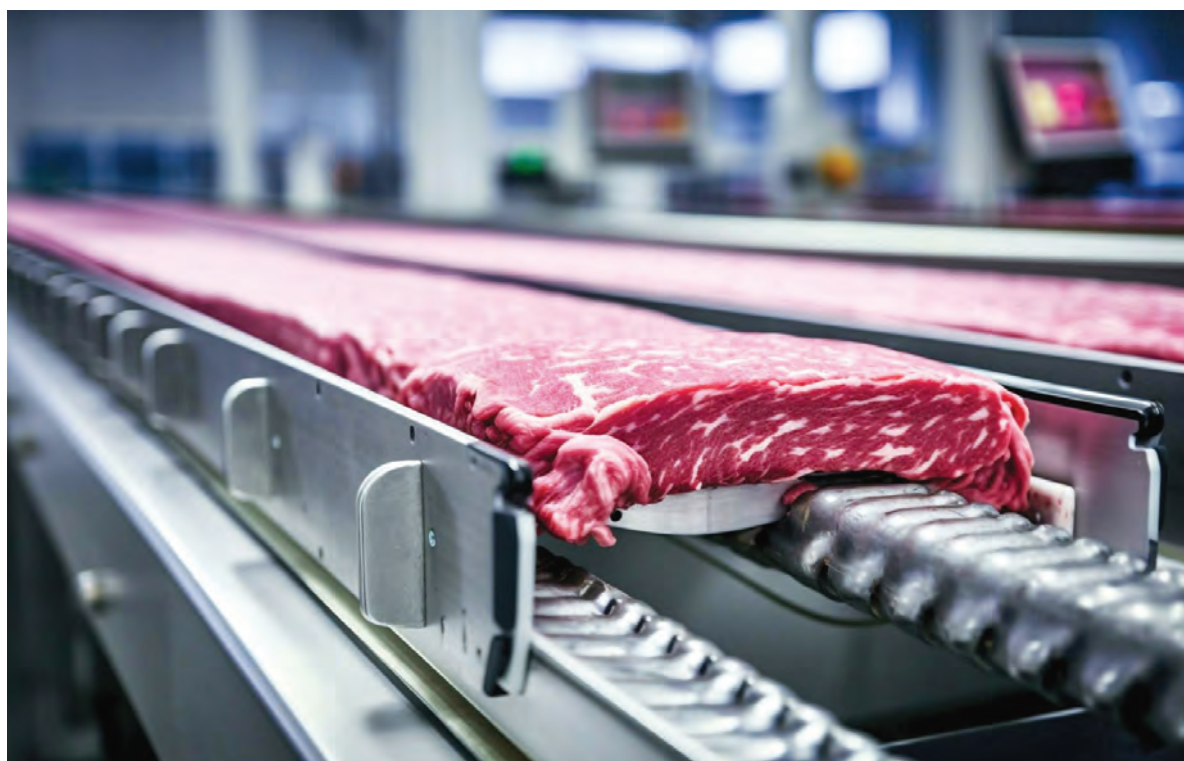
Proteinele utile pot fi găsite în natură, spune Reus. De exemplu, unele enzime pot face ca pâinea să dureze mai mult, ceea ce, la rândul său, previne risipa de pâine.

Cu toate acestea, în unele ocazii, s-ar putea dori să se dezvolte o nouă proprietate a proteinei, cum ar fi să reziste mai mult la temperatura camerei. Pentru aceasta, ai avea nevoie de o modificare.

Dezvoltarea unei astfel de proteine ar putea dura ani de cercetare și dezvoltare, spune Reus. AI generativă, pe care o folosește Cradle, poate accelera procesul.

Modelele pe care le folosește Cradle, cum ar fi roboții de chat precum ChatGPT, folosesc învățarea automată. Spre deosebire de ChatGPT, totuși, aceștia sunt instruiți nu pe limbajul oamenilor, ci pe limbajul proteinelor.

Ei pot analiza diferite secvențe de proteine și modul în care se comportă într-un laborator și, din aceasta, pot face sugestii despre cum pot funcționa și mai bine.



Cum pot fi utilizate aceste proteine în industria alimentară?

Proteinele au o gamă largă de utilizări în industria alimentară, dincolo de simpla nutriție. De exemplu, la fel ca și conservanții, a spus Reus, enzimele pot face sucurile de fructe limpezi, în loc să fie opace.

Enzimele pot fi folosite pentru a dezvolta arome în produse. De exemplu, nudkatone este un compus derivat din grapefruit care îi creează aroma, dar, potrivit lui Reus, ar avea nevoie de 400.000 de kilograme de grapefruit pentru un kilogram de nudkatone purificat. În schimb, se poate folosi pur și simplu o enzimă pentru

a produce molecula direct.

Enzimele pot fi, de asemenea, folosite pentru a elimina gusturile neplăcute ale produselor pe bază de plante. Acestea pot fi găsite în natură sau pot fi ajustate astfel încât aromele nedorite să fie eliminate.

Cradle poate ajuta, de asemenea, la proiectarea factorilor de creștere pentru carnea cultivată. Factorii de creștere au nevoie de anumite proteine, pentru a oferi semnale pe care altfel le-ar da un organism. În timp ce aceste proteine se găsesc în natură, ele sunt adesea instabile și se degradează ușor.

Învățarea automată poate ajuta la îmbunătățirea acestei stabilități, crescând probabilitatea ca carnea cultivată să poată fi extinsă.

Crearea proteinelor

Proteinele pot fi create la nivel de ADN. “Punctul de pornire este că aveți secvența de ADN în sine și apoi vă ajutați să adăugați acea secvență de ADN la celula care are toate instrumentele diferite pentru a transforma acel ADN în proteină”, a spus Reus.

“Atunci proteina poate sta cu ea ca o mică mașină în interiorul acelei fabrici de celule pentru a cataliza o reacție.”

Aceste proteine pot fi uneori funcționale, cum ar fi eliminarea gusturilor nedorite menționate anterior sau curățarea sucului de fructe, sau pot fi produsul în sine. De exemplu, proteina din zer este folosită mai degrabă ca produs, decât ca o simplă funcție.

Proteinele sunt testate la scară mică în laborator pentru a se asigura că funcționează. De exemplu, a spus Reus, enzimele de coacere a pâinii ar putea fi testate în pâini de 1 mm. Iar noutățile nu vor întârzia să apară, pe segmentul proteinelor fabricate cu ajutorul AI.



ÎN 2025, ELIT VIZEAZĂ DIVERSIFICAREA PORTOFOLIULUI, EFICIENTIZAREA PRODUCȚIEI ȘI DIGITALIZAREA PROCESELOR

Elit este unul dintre cei mai importanți jucători din industria mezelurilor din România, cu o producție anuală de aproximativ 50.000 de tone în cele cinci fabrici din Alba, București, Arad și Prahova.

Elit, un exemplu elocvent de dezvoltare

Portofoliul său include, printre altele, mărcile proprii Elit și Plin de Carne, cele mai cunoscute branduri ale companiei, adresându-se atât comerțului tradițional, cât și rețelelor naționale de magazine și piețelor de export.

Cu o strategie axată pe inovație, sustenabilitate și adaptabilitate, compania își consolidează poziția pe piață și răspunde nevoilor consumatorilor prin diversificarea continuă a produselor și optimizarea proceselor de producție.

Industria mezelurilor din România continuă să se dezvolte într-un ritm alert, fiind marcată de o competiție puternică și de investiții semnificative în inovație și sustenabilitate.

Piața s-a maturizat, iar jucătorii principali se concentrează pe diversificarea portofoliului de produse, modernizarea proceselor de producție și optimizarea lanțului logistic. Elit este un exemplu elocvent al acestui trend, investind constant în dezvoltare și adaptare la cerințele pieței.

Accentul pe calitate

Dacă până acum, consumatorii puneau preț mai mare pe cost și cantitate, tendințele actuale arată o orientare clară către produse premium, realizate din ingrediente naturale, fără aditivi artificiali.

Segmentul de mezeluri premium a crescut constant, datorită cererii pentru preparate mai sănătoase, în timp ce produsele ready-to-eat au devenit din ce în ce mai populare, pe fondul ritmului alert al vieții cotidiene.

În acest context, Elit și-a adaptat strategia de dezvoltare, investind atât în modernizarea liniilor de producție, cât și în extinderea gamei de produse pentru a răspunde nevoilor consumatorilor moderni.

“Într-o piață aflată în continuă schimbare, ne concentrăm pe dezvoltarea unor produse care să răspundă exigențelor consumatorilor moderni. Investim constant în tehnologii noi, în parteneriate strategice și în diversificarea gamei noastre, astfel încât să oferim soluții de calitate, adaptate cerințelor actuale.”, a declarat Dan Buda, Chief Sales Officer al Elit.

Miza pe tehnologiile avansate

Compania a mizat pe o combinație de tehnologii avansate și procese eficiente pentru a optimiza costurile și a reduce pierderile. Investițiile în logistică și distribuție au dus la o livrare mai rapidă și eficientă, asigurând un flux constant de produse către clienți.

Totodată, parteneriatele cu retaileri și HoReCa au consolidat prezența Elit în piață, facilitând accesul consumatorilor la produsele companiei.



Pentru anul 2025, Elit și-a propus obiective ambițioase, axate pe diversificarea portofoliului, eficientizarea producției și digitalizarea proceselor. Extinderea gamelor de mezeluri premium și ready-to-eat, implementarea unor soluții digitale pentru gestionarea stocurilor și dezvoltarea canalelor de vânzare online sunt doar câteva dintre direcțiile strategice care vor contribui la consolidarea poziției pe piață.

Elit este recunoscut nu doar pentru diversitatea produselor sale, ci și pentru modul în care reușește să înțeleagă și să anticipeze nevoile consumatorilor. Cu o prezență puternică pe piața autohtonă și cu o strategie de dezvoltare bine definită, compania rămâne un reper important în industria mezelurilor din România.

XXX

Dan Buda, Chief Sales Officer Elit, s-a alăturat echipei în 2013, ocupând diverse poziții de conducere în departamentul de vânzări. Din 2024, în calitate de Chief Sales Officer, coordonează strategia de vânzări, marketing și inovare de produs, având un rol esențial în dezvoltarea și implementarea planurilor de expansiune ale companiei.

GAMA DE PRODUSE BOIEREȘTI DIANA:

Autenticitate, evoluție și expertiză în industria cărnii

DIANA: Expertiză, calitate și tradiție

DIANA este un jucător de referință în industria cărnii din România, recunoscut pentru angajamentul său față de calitate, inovație, dar și respectarea tradițiilor gastronomice. Cu un proces integrat de producție și distribuție, compania își asigură controlul asupra fiecărei etape, de la selecția materiei prime până la livrarea produsului final către consumator.

În 2024, DIANA a trecut printr-un amplu proces de rebranding, un demers strategic menit să alinieze identitatea brandului la cerințele pieței moderne și la așteptările consumatorilor actuali.

Noua identitate vizuală, marcată de un logo modern și un design revizuit al ambalajelor, reflectă nu doar evoluția companiei, ci și dorința de a pune în valoare calitatea produselor sale.

Rebrandingul nu a fost doar o schimbare de imagine, ci o clarificare a portofoliului de produse, oferind consumatorilor o structură mai coerentă și mai ușor de navigat. Astfel, DIANA și-a consolidat poziția ca un brand care combină tradiția cu inovația, fără a face compromisuri asupra standardelor sale ridicate.



Rebrandingul DIANA și clarificarea portofoliului

Procesul de rebranding nu a fost doar o schimbare vizuală, ci o strategie bine conturată pentru a oferi consumatorilor o experiență mai clară și mai accesibilă. Un element esențial al acestui rebranding a fost reorganizarea portofoliului în patru game distincte: Mainstream, Upper Mainstream, Boierești și Premium.

Fiecare dintre acestea a fost creată pentru a răspunde unor segmente specifice de consumatori, reflectând atât preferințele acestora, cât și poziționarea strategică a brandului.

Prin această structură, DIANA a reușit să aducă mai multă claritate asupra ofertei sale, facilitând alegerea produselor și evidențiind diferențele de calitate, gust și proces de fabricație între game.



Boierești: O gamă cu personalitate și pasiune

În urma rebrandingului, gama Boierești și-a consolidat identitatea ca gamă de sine stătătoare, separându-se clar în portofoliu datorită cererii constante și a aprecierii consumatorilor.

Nu mai este doar o selecție de produse tradiționale apreciate, ci o linie completă, distinctă, cu o poziționare clară pe piață și o recunoaștere crescută atât în retail, cât și în sectorul HoReCa.

Această gamă distinctă reunește produse crud-afumate: Mușchi Boieresc, Piept Boieresc, Ceafă Boierească, bunătați cu specific românesc: Jumări Boierești, Slăninuță Boierească și Cârnați Proaspeți Boierești.

Iar vedeta gamei, mult îndrăgitul Șorici Boieresc, se remarcă prin metoda sa specială de pregătire, pârlit, nu opărit!, ceea ce îi oferă textura și savoirea pe care cunoscătorii le caută.

Fiecare dintre acestea este realizat conform unor rețete autentice, cu respect pentru calitatea materiilor prime și metodele de procesare consacrate.

O gamă all-year-round, disponibilă în retailul modern

Produsele din gama Boierești sunt disponibile pe tot parcursul anului, fiind listate atât în rețeaua proprie de magazine DIANA, cât și în marile lanțuri de retail (IKA). Această disponibilitate constantă oferă consumatorilor acces la produse autentice, indiferent de sezon, consolidând astfel poziționarea gamei ca un reper în piață.

Beyond Tradition: Inovație și rigoare în producție

În spatele fiecărui produs din gama Boierești se află un proces de fabricație bine structurat, ce îmbină metode consacrate cu tehnologii moderne pentru a asigura un standard ridicat de calitate.

Totul începe cu selecția atentă a cărnii, urmată de aseasonare și un proces de frăgezire ce potențează gustul natural și contribuie la o textură succulentă. Apoi, produsele sunt afumate ușor cu lemn de fag, așa cum se făcea odinioară în cămărilor boierești, pentru o aromă desăvârșită. Astfel, fiecare produs capătă o savoare intensă și o textură bine definită, fără adaos de monoglutamat sau coloranți artificiali.

Tehnologia de packaging în atmosferă protectoare menține proprietățile organoleptice și extinde durata de viață a produselor fără a compromite gustul sau textura.

Gama Boierești și evoluția pieței

Piața produselor din carne este dinamică, iar comportamentul consumatorilor se schimbă constant. Gama Boierești reflectă perfect această evoluție, răspunzând unei cereri tot mai mari pentru produse autentice, fără adaosuri artificiale și realizate prin procese cât mai naturale.

Un alt trend emergent este creșterea canalelor alternative de distribuție. Pe lângă retailul tradițional, DIANA investește și în e-commerce, asigurând accesibilitatea gamei Boierești și prin platformele de vânzare online ale partenerilor săi strategici. Acest lucru facilitează achiziția pentru consumatorii care caută comoditate și rapiditate în procesul de cumpărare.

Gama de produse Boierești nu este doar o linie de produse, ci o declarație de valori și expertiză în industria cărnii. Prin alinierea la cerințele actuale ale pieței, menținerea autenticității rețetelor și integrarea tehnologiilor moderne, DIANA continuă să definească standardele de calitate și să ofere consumatorilor produse cu adevărat speciale.



DELICII SCANDINAVE DIN CARNE

Mircea Demeter

Pentru nimeni care a vizitat Scandinavia nu mai este un secret faptul că acolo sunt fabricate unele dintre cele mai bune și mai consistente produse din carne. Iată produsele de top, evidențiate de World Food Atlas.



Fenalar fra Norge

Fenalar fra Norge este o pulpă de oaie afumată produsă în mod tradițional în Norvegia și despre care se crede că există încă din epoca vikingilor. Carnea provine de la miei care trăiesc în munții Norvegiei și care sunt sacrificați toamna. Carnea se sarează și se lasă la uscat timp de 3-6 luni sau 5-9 luni, într-un mediu controlat. În mod curent, pe piață se găsesc două tipuri de Fenalar fra Norge, cel tradițional cu os și cel mai maturat, mai puțin sărat și dezosat.

Morrpulse

Morrpulse este un cârnat tradițional norvegian. Se crede că acest cârnat este unul dintre cele mai vechi alimente procesate din țară, datând din epoca vikingilor. În mod tradițional, era făcut dintr-o combinație de carne de oaie și de organe, cum ar fi rinichi, plămâni, inimă, limbă, colon, stomac și esofag, care erau tocate fin sau măcinate, aseasonate cu condimente, apoi umplute în intestinul animalului și atârnat într-un loc rece câteva luni. În zilele noastre, cârnatul este de obicei făcut din carne de porc, capră, oaie sau vânat sălbatic, cu o proporție de 70% carne slabă și 30% grăsime.

Rullepolse

Acest rulou danez clasic este preparat în mod tradițional cu burtă de porc umplută cu o combinație de ierburi și condimente, înainte de a fi rulată, gătită și lăsată să se vindece într-o saramură condimentată. Când este plasat în saramură, ruloul este presat pentru a obține forma sa caracteristică dreptunghiulară. De obicei, este feliat și savurat ca preparat rece pe popularele sandvișuri smorrebrod sau ca parte a unei mese tip bufet.

Falukorv

Falukorv este un cârnat care provine inițial din orașul Falun, dar în prezent este fabricat de mai multe companii de carne din Suedia. Cârnatul este făcut dintr-un amestec de carne de porc și carne de vită sau vițel, care a fost măcinat și combinat cu amidon de cartofi, apă și o selecție de condimente ușoare. Conținutul de carne trebuie să fie de cel puțin 40%. Aroma sa este afumată și sărată.



Vindelnrokt skinka

Vindelnrokt skinka este o șuncă afumată tradițională suedeză făcută din șuncă întregă dezosată sau diferite bucăți, cum ar fi partea superioară, argintie, crup, articulație și rulou. Carnea pentru această șuncă provine de la porci și este afumată la cald, folosind lemn de arin în cuptoare tradiționale de fum. Există două tipuri principale în funcție de metoda lor de afumare: șunci afumate în poziție plată și șunci afumate în plase.

Renul Sami Gurpi

Creșterea renilor a fost puternic împletită cu cultura, moștenirea și dieta păstorilor indigeni nomazi sami din regiunea culturală Sapmi. Folosind metode vechi de conservare a alimentelor, păstorii nomazi continuă să pregătească o gamă largă de delicatese pe bază de carne de ren, inclusiv gurpi de ren Sami, un produs din carne de ren care este făcut cu o combinație de carne de ren rămasă, grăsime și sare. După procesul de întărire, amestecul de carne este modelat și afumat la rece cu lemn de mesteacăn ușor umed, timp de aproximativ două sau mai multe ore.

Souvas de ren

Suova de ren este un produs tradițional din carne suedeză. Se prepară prin sărare uscată a cărnii de ren, apoi afumat la foc deschis într-o colibă cu vârf timp de 8 ore. Carnea poate fi consumată crudă sau tăiată în bucăți, apoi la grătar. Acești reni semi-sălbatici sunt sacrificați în fiecare toamnă și iarnă, dar sărarea, afumarea și vindecarea se fac pe tot parcursul anului.

Aromate, dar delicate, suovasele sunt adesea însoțite de ciuperci murate și lingonberries sau gem de lingonberry. Este pregătit de indigenii sami care trăiesc într-o zonă numită Sapmi. Când Samii se aventurează în călătorii lungi, ei în mod tradițional împachetează suovas și pâine nedospită pentru a le mânca pe traseu.



Platingul Necelibrul



Un aperitiv de nota 10
se recunoaște
după savoare, nu după
plating.



Cea mai premiată
gamă de crud-uscate
din România



**CINE MĂNÂNCĂ împreună
RĂMÂNE împreună**

BIJUTERIA CULINARĂ A ARGENTINEI: BRÂNZA PROVOLETA

Emilia Ștefan

Argentina, renumită pentru peisajele sale spectaculoase și tradiția gastronomică bogată, este o țară în care carnea de vită domină scena culinară. Cu toate acestea, brânza joacă un rol esențial în bucătăria locală, iar una dintre cele mai apreciate delicatese este Provoleta. Această brânză emblematică este un simbol al identității argentinienne și un ingredient esențial în asado, tradiționalul grătar argentinian.

Originea și caracteristicile brânzei Provoleta

Provoleta are rădăcini italiene, fiind inspirată de provolone, o brânză originală din sudul Italiei. În secolul al XX-lea, odată cu valul masiv de imigranți italieni care au ajuns în Argentina, provolone a fost adaptată pentru a se potrivi gusturilor și tradițiilor locale. Astfel, a luat naștere Provoleta, o brânză semitare, fabricată din lapte de vacă, cu o textură elastică și un gust ușor picant, completat de arome de fum și sare.

Un aspect distinctiv al Provoletei este capacitatea sa de a fi gătită pe grătar. Brânza este concepută special pentru a rezista temperaturilor ridicate, topindu-se la interior și formând o crustă crocantă la exterior. Această proprietate o face perfectă pentru preparatele specifice asado.

Modul de preparare tradițional

În mod tradițional, Provoleta este gătită pe grătar, de obicei într-un suport metalic sau direct pe grătarul încins. Brânza este adesea presărată cu oregano, piper negru și un strop de ulei de măsline înainte de a fi pusă pe foc.

Rezultatul este o combinație irezistibilă de texturi: o crustă crocantă la exterior și un interior cremos și filant.

De asemenea, Provoleta poate fi servită ca aperitiv sau garnitură pentru fripturi și legume. Este însoțită frecvent de chimichurri, celebrul sos argentinian pe bază de pătrunjel, usturoi, ulei de măsline și oțet, care completează perfect gustul său bogat.

Popularitatea brânzei Provoleta

Provoleta nu este doar o brânză; este o experiență socială. În cultura argentiniană, asado reprezintă mai mult decât o masă - este un ritual care aduce familii și prieteni împreună. În acest context, Provoleta ocupă un loc special, fiind un aperitiv apreciat și un simbol al convivialității.

Brânza este disponibilă în aproape toate supermarketurile și piețele din Argentina, iar restaurantele tradiționale includ Provoleta în meniurile lor ca o opțiune clasică. În plus, Provoleta a câștigat recunoaștere internațională, fiind prezentă în restaurantele argentinienne din întreaga lume.



Adaptări moderne și inovații

În timp ce rețeta tradițională de Provoleta rămâne neschimbată, bucătarii moderni au experimentat cu diverse variații. Unele restaurante adaugă ingrediente precum roșii uscate, ardei iute sau miere pentru a oferi o notă contemporană acestui preparat clasic. De asemenea, se folosesc tehnici de afumare pentru a intensifica aroma brânzei.

Pe lângă versiunea clasică din lapte de vacă, există și variante fabricate din lapte de oaie sau capră, care oferă arome și texturi distincte. Aceste inovații reflectă diversitatea și creativitatea gastronomiei argentinienne.

Importanța culturală și economică

Pe lângă rolul său culinar, Provoleta are o importanță economică semnificativă. Producția de brânzeturi este o industrie prosperă în Argentina, iar Provoleta contribuie la promovarea imaginii țării ca destinație gastronomică. Exporturile de brânză, inclusiv Provoleta, au crescut constant, ajutând la consolidarea economiei locale.

Se poate spune, deci, că Provoleta este mai mult decât o brânză, este o expresie a tradiției, inovației și pasiunii argentinienne pentru gastronomie. Cu un gust unic și o versatilitate remarcabilă, această brânză continuă să cucerească inimile consumatorilor din întreaga lume. Fie că este savurată pe grătar, însoțită de chimichurri, sau reinterpretată în rețete moderne, Provoleta rămâne un simbol al identității culinare argentinienne.





PICK

TRADIȚIE ȘI MĂESTRIE
DE PESTE 150 DE ANI

VIITORUL SECTORULUI DE PROCESARE A CĂRNII

Veronica Ursachi-Andrei

Sectorul de procesare a cărnii a fost influențat de evoluțiile tehnologice. Cu toate acestea, tehnologia trebuie să fie acceptată de consumatori și ar trebui să fie fezabilă. Pe lângă toate, sectorul s-a confruntat cu alte probleme care au fost, de asemenea, probleme generale pentru omenire, cum ar fi încălzirea globală și efectele acesteia asupra animalelor, stresul asupra acestora și pășunilor.

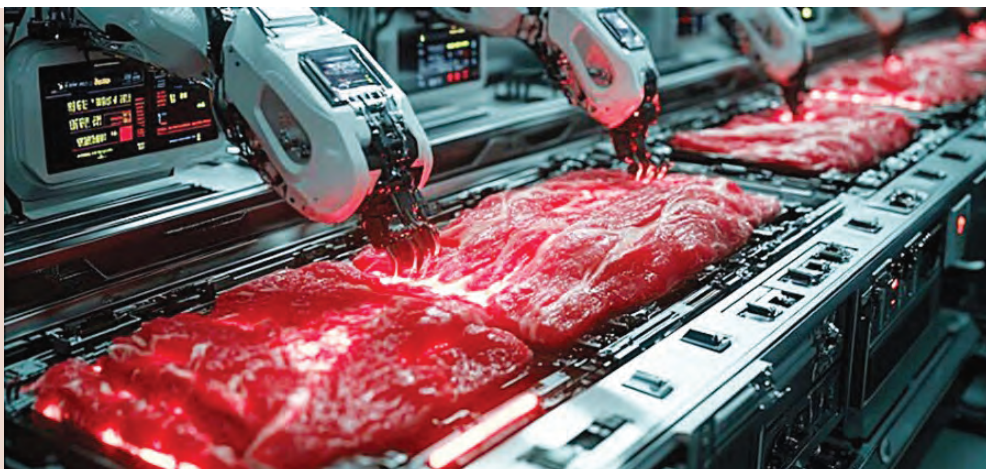
Mai mult, din cauza creșterii populației umane și a urbanizării, suprafețele agricole s-au stresat și prețurile acestora au crescut. Din acest motiv, prețul la hrana animalelor a crescut și, ca urmare, prețul produselor de origine animală a crescut. Ținând cont de toate acestea, care este viitorul sectorului de procesare a cărnii? Iată un posibil răspuns, oferit de MedCrave în studiu cu titlul "The future of meat industry".

Totul depinde de consumator

Pentru industria cărnii, preferințele consumatorilor sunt unul dintre cei mai importanți factori. Comportamentele consumatorilor și convingerile lor cu privire la carne și produsele din carne se bazează pe produsul în sine și pe caracteristicile individului.

În general și indiferent de caracterul ei tradițional și statutul social stabilit, carnea are o imagine negativă în general, deoarece este relația dintre animalul viu, practicile de manipulare și condițiile de sacrificare, prezența sângelui, problemele de mediu și preocupările religioase, ideologice, etice sau morale.

În mod paradoxal, toți acești factori negativi ai cărnii par să aibă un efect limitat asupra consumului de carne, posibil ca urmare a cunoștințelor scăzute ale consumatorilor.



La nivel mondial, cel mai mult se consumă carnea de porc (15,8 kg/locuitor/an), urmată de pasăre (13,6 kg/locuitor/an), carnea de vită (9,6 kg/locuitor/an) și în cele din urmă carnea de oaie și capră (1,9 kg/cap de locuitor/an).

Consumul de carne pe cap de locuitor este de 80 kg în țările dezvoltate și de 27,9 în țările în curs de dezvoltare, pentru o medie mondială de 38,7 kg.

Tiparele globale privind consumul de carne s-au schimbat de-a lungul timpului. În 1950, carnea de porc și vită erau dominate în totalitate, iar păsările de curte era a treia. Din 1950 până în 1980, producția de carne

de vită și porc a crescut mai mult sau mai puțin rapid.

Apoi, în 1990, producția de carne de vită în întreaga lume a crescut de la 19 milioane de tone în 1950 la 53 de milioane, dar nu a fost extinsă mult după aceea. În plus, datorită eficienței mari de conversie a cerealelor pentru carnea de pui decât carnea de vită, producția mondială de păsări a crescut în timp, depășind carnea de vită în anul 1997. În 2005, în întreaga lume au fost produse 245 de milioane de tone de carne, din care 30,8% era carne de rumegătoare, în principal carne de vită.

Se estimează că în viitorul apropiat, consumul de carne va experimenta o oarecare accelerare, ca urmare a creșterii consumului pe cap de locuitor în China și Brazilia. Se estimează că cererea de carne în lumea în curs de dezvoltare va crește de la 65 de milioane de tone în 1995, la 170-200 de milioane de tone în anul 2020.

Ideile consumatorilor despre produsele din carne azi și viitor

Comportamentele și ideile consumatorilor despre produsele din carne sunt subiect de importanță critică pentru carne industrie, deoarece are efect direct asupra profitabilității industriale. O mulțime de studii au rezultat că percepțiile consumatorilor asupra produselor din carne sunt complexe, dinamice și greu de definit.



Cu ajutorul dezvoltărilor științifice, profilul industriei cărnii pentru carne și produse derivate din carne a fost îmbunătățit pentru oameni din punct de vedere al siguranței, calității și stabilității produsului. Din păcate, industria cărnii are unele probleme importante în ceea ce privește percepția consumatorilor, în special în domeniile sănătății (nutriției), bunăstării animalelor și confortului.

Harrington et. All a enumerat preocupările consumatorilor: etică, siguranța alimentară, nutriție și grăsimi, bunăstarea animalelor. Elemente precum "lumea a treia", mediul și ingineria genetică, rămân valabile.

În plus, într-un studiu realizat de Vinnari au fost studiate posibile lucruri care ar putea avea impact asupra consumului viitor de carne. Cele mai importante atribute pe care consumatorii le acordă cărnii sunt gustul, raportul calitate-preț și sănătatea. Consumatorii doresc să consume produse din carne sănătoase, obținute de la animale crescute în mod durabil.

De asemenea, se dorește să aibă încredere că alimentele sunt fabricate respectând propriile standarde etice. Se estimează că dezbaterile privind produsele naturale și ecologice, în ceea ce privește calitatea și siguranța acestora, sunt importante în rândul consumatorilor. Cu toate acestea, comportamentele legate de carnea modificată genetic sunt clare. De exemplu, într-un sondaj efectuat în formatorii de opinie din UE, sugerează că nimeni nu admite consumul de animale transgenice.

Care este viitorul cărnii?

Viitorul cărnii de cultură depinde în mare măsură de opinia consumatorilor despre produs. Studiile realizate de Vinnari au demonstrat efectele unor factori care ar putea atrage consumul de carne în viitor. Este mai probabil ca oamenii să accepte o nouă aplicație sau tehnologie, dacă au opțiunea de a o accepta sau de a o respinge.

Din acest motiv, nu numai pentru azi, ci și pentru viitor, companiile ar trebui să fie atente la informațiile etichetelor de pe ambalaje. De exemplu, companiile ar trebui să adauge nu numai valorile nutriționale ale cărnii, ci și cum a fost produsă carne, folosind o tehnologie sau o metodă nouă (de exemplu, modificată genetic, artificială etc.) pe etichetă.

Utilizarea informațiilor corecte de pe etichete nu reprezintă doar o situație etică, ci este și una dintre cheile de rezolvare a problemelor de siguranță ale consumatorilor. În acest aspect, companiile ar trebui să fie clare pentru a oferi informații despre produsele lor pentru azi și viitor.

Schimbarea condițiilor de viață și obiceiurile alimentare sunt importante. De exemplu, oamenii preferă tot mai mult să consume produse ready meal și convenience. Totodată, este posibilă creșterea consumului de carne cu ajutorul unor tehnologii, cum ar fi dezvoltarea de produse din carne mai puțin consumatoare de energie și dezvoltarea unor produse care au timpi de gătit mai scurți.



Pe de altă parte, unele dintre evoluțiile tehnologice pot avea un efect negativ asupra consumului de carne. De exemplu, dezvoltarea cărnii de cultură, dezvoltarea de noi surse de proteine, altele decât carnea și dezvoltarea procesării și ambalării (scăderea cantității de carne inutilizabilă). Chiar dacă nivelul consumului de carne în țările industriale se poate apropia de nivelul său de saturare, oamenii din aceste țări au anumite cerințe diferite, cum ar fi carnea fără aditivi sau reziduuri chimice, expusă la procesare minimă etc.

Din aceste motive, se așteaptă ca evoluțiile tehnologice pentru industria cărnii să răspundă acestor tipuri de cerințe în viitor. Pe de altă parte, pe piață sunt disponibile diferite produse sub formă de grăsimi reduse, consumatorii sunt doritori să prefere produse mai sănătoase, dar nu doresc să plătească bani pentru produse a căror aromă sau gust s-a schimbat semnificativ. Din acest motiv, procesatorii ar trebui să fie atenți ca, în timpul dezvoltării unui produs, proprietățile de aromă ar trebui protejate.

Evoluții prezente și viitoare pentru știința și tehnologia cărnii

Astăzi, trebuie să fie produsă mult mai multă cantitate de carne din aceleași surse de intrare, adică eficiența producției ar trebui crescută și producția ar trebui să fie durabilă pentru mediu. În termeni practici, aceasta înseamnă un nivel minim de emisie de gaze climatice, utilizarea terenului, precum și consumul de energie și apă.

Acestea sunt probabil cele mai importante standarde pentru viitoarea producție industrială de carne. Pe de altă parte, oamenii sunt de așteptat să obțină produse din carne mai sănătoase. De exemplu, reduceți conținutul de sare al produselor din carne.

Industria cărnii este forțată să dezvolte noi produse cu formulări modificate. Acest lucru necesită și linii de producție flexibile. Enzimele microbiene, vegetale sau animale inovatoare pot fi utilizate pentru industria cărnii pentru a modifica textura cărnii și a produselor din carne.

Din păcate, până astăzi nu s-a observat niciun succes comercial real în adăugarea de nutrienți la produsele din carne. De asemenea, în viitor, ar putea exista mai mult loc pentru canalele de vânzare cu amănuntul pentru produse din carne specializate.

De exemplu, produsele care sunt atât convenabile, cât și oferă mai puțină vizibilitate a ingredientului din carne, pe care vizionarea cărnii poate determina evitarea, este o tendință limitată la anumite grupuri de consumatori de a consuma carne și produse din carne.





În următorii ani, unele aplicații, cum ar fi apa oxidantă electrolizată, presiunea înaltă în combinație cu tratamentele antimicrobiene, iradierea și pulsurile de lumină și dezinfectanții de suprafață, cum ar fi dioxidul de clor, clorura de cetilpiridiniu și acidul lactic, pot fi disponibile mai frecvent și pot îmbunătăți durata de valabilitate a cărnii și produse derivate din carne.

Importanța siguranței alimentare

În ceea ce privește siguranța alimentelor, aceasta este o obligație de pază. Nicio concesione nu este probabil acceptată de către consumator. Ca urmare, sunt de așteptat să se introducă tehnologii noi, cum ar fi pascalizarea, utilizarea bacteriilor de protecție și utilizarea unor pagini specifice.

Pe de altă parte, dacă industriile nu pot găsi o soluție pentru reducerea nivelului de sodiu și grăsimi din produsele din carne fără diferențe majore de gust și aromă, înlocuirii pot obține o șansă. Conform lui Vandendriessche F et al., produsele din carne în viitor ar trebui să aibă o durată de valabilitate perfectă, adică mult mai lungă decât perioada de valabilitate de astăzi, să nu prezinte riscuri pentru siguranța alimentară, să aibă, de asemenea, gust, aromă și aromă optime, care sunt ideale pentru sănătatea dumneavoastră și fără restricții de dietă.

Produsul care se apropie cel mai mult de această condiție este pro-

tabil să fie câștigătorul industriei cărnii. Cu toate acestea, calitatea, în special calitatea senzorială, nu este de așteptat să se schimbe semnificativ în viitorul apropiat.

Perspectivile cercetărilor genetice

Cererea de hrană este în creștere din cauza creșterii populației, din acest motiv, producția de alimente ieftine, dar nutritive pentru populația uriașă, precum și necesitatea de a crește durabilitatea animalelor de fermă ar putea motiva producția de alimente de la animale modificate genetic în viitor.

Marea majoritate a animalelor care sunt modificate genetic pentru a produce alimente și hrană pentru animale sunt în prezent în stadiul de cercetare și puține sunt aproape de aprobarea finală, dar niciuna dintre ele nu este încă disponibilă pe piață.

Garnier JP și colab. explică evoluțiile așteptate ale industriei cărnii și ale produselor din carne în viitor, cu ajutorul aplicațiilor de inginerie genetică cu detalii. Biotehnologia la animale (clonarea, transgeneza sau transgeneza urmată de clonare) are un potențial mare de a îmbunătăți calitatea, randamentul și siguranța produ-

selor alimentare prin manipulare genetică directă.

Se estimează că progresele în biotehnologia alimentară și în producția de organisme modificate genetic (OMG) vor continua ca subiect controversat, dar potențial mai puțin decât în trecut. În viitor, se așteaptă ca țările în curs de dezvoltare să joace un rol critic în căutarea, dezvoltarea și comercializarea animalelor modificate genetic (MG) și a peștilor pentru producția alimentară.

Cu toate acestea, este important de menționat că chiar și aplicațiile științei animalelor modificate genetic au un mare succes în viitor, succesul sau eșecul real al tehnologiei modificate genetic în industria de producție alimentară fiind determinat de atitudinile consumatorilor prin acceptarea sau respingerea acestei tehnologii.

Nanotehnologia în industria cărnii

Aplicațiile de ambalare prin utilizarea nanotehnologiei sunt în prezent cel mai promițător domeniu al nanotehnologiei pentru utilizarea în carne și produse din carne.

Sunt disponibile câteva exemple de aplicații, cum ar fi enzimele încorporate cu nanoparticule de aur pentru detectarea microbilor, detectarea gazelor legate de starea produselor alimentare: nano fibrile de fluorofori pe bază de perilenă indică deteriorarea peștelui și a cărnii prin detectarea aminelor gazoase.





Pe de altă parte, este posibil să se utilizeze nanosenzori, pentru a detecta molecule organice sau anorganice mici, cum ar fi melamina, pesticidele, unele toxine bacteriene pe bază de proteine etc., care sunt dăunătoare pentru produsele din carne.

Prin utilizarea nanotehnologiei, unele diferențe apar probabil în viitorul prelucrării cărnii, după cum s-a menționat în continuare: peptide bioactive derivate din carne, includerea pro și prebiotice în produsele din carne procesată, nano emulsii pe bază de grăsime pentru livrarea de antioxidanți, nanosenzori și nano trăsori pentru urmărirea biosecurității cărnii și produse din carne nanostructurate cu funcții definite.

Noi orizonturi pentru nanotehnologie în știința cărnii pot fi atinse prin cercetări suplimentare asu-

pra structurilor la scară nanometrică și a metodelor de control al interacțiunilor dintre moleculele individuale.

Mai mult, cu ajutorul nanotehnologiei, agregatele proteice fibrilare pot fi dezvoltate ca înlocuitori de carne, iar astfel proteinele fibrilare să fie construite pentru a imita carnea. Dacă gustul și alte proprietăți organoleptice sunt suficient de asemănătoare cu cele ale consumatorilor de carne, probabil vor plăcea consumatorilor.

Carnea artificială și viitorul ei așteptat

Se estimează că la nivel mondial consumul de carne se va dubla în următoarele decenii. Fără progrese importante în știința și tehnologia cărnii, odată cu creșterea cererii de carne, prețul cărnii este posibil să crească și acest lucru devine inac-

cesibil pentru o populație mare.

Din acest motiv, ar trebui să existe o soluție nouă pentru furnizarea de carne pentru oameni în termeni viitori, ideea cărnii artificiale ar putea fi o soluție pentru această problemă. Langelaan ML și colab. explică pe scurt evoluțiile trecute ale tehnologiei cărnii artificiale.

Există câteva motive pentru a promova IMPS, cum ar fi bunăstarea animalelor, condițiile de producție controlate și igienice, considerentele de mediu, precum și eficiența producției alimentare în ceea ce privește materia prime. Conform lui Tuomisto HL et al., IMPS ar putea reduce utilizarea terenului cu 99%, utilizarea apei cu 90% și consumul de energie cu 40%. Dacă sunt realizate, aceste reduceri conduc la o reducere mare a emisiilor de GES.

Cu toate acestea, se suspectează că tehnologia de cultivare a miocitelor ar avea un necesar redus de apă, energie și teren deoarece:

a) este cultivat exclusiv țesut muscular, ocolind dezvoltarea subproduselor și a țesuturilor musculare nescheletice;

b) pentru aceeași masă de carne, cultivarea țesuturilor este anticipată a fi mai rapidă decât creșterea până la o vârstă pregătită pentru sacrificare și

c) sistemele de producție de carne in vitro sunt capabile să crească în volum pe verticală, făcând inutilă defrișarea pentru a crea pășuni.

Până în prezent, s-au realizat doar câteva dezvoltări de bază pentru sistemul de producție artificială a cărnii. Adică, numai liniile de celule stem embrionare care provin de la mai multe specii model și oameni au fost izolate și cultivate cu succes. În prezent, dimensiunile cărnii de cultură sunt de aproape 1,5 cm în lungime și 0,5 cm în lățime.

Ca rezultat al cercetărilor efectuate de Goodwin J et al., în prezent, tehnologia cărnii artificiale este susținută de mediile de afaceri. Din acest motiv, este probabil ca mulți consumatori să dezvolte un grad de favorabilitate pentru produsele din carne artificială, dacă suportul media pentru produs continuă.



ECHIPAMENTE DE PROCESARE A CĂRNII

Veronica Ursachi-Andrei

Felierea și porționarea cărnii, precum și realizarea amestecurilor optime pentru producția de cârnați, sunt operațiuni esențiale în procesarea primară a cărnii. Iată două exemple de astfel de echipamente, prezentate cu titlu strict informativ.

Feliator industrial de carne HB 160

Feliatorul industrial prezentat aici poate tăia felii subțiri de 1 mm, executând inclusiv feliere automată a cărnii. Echipamentul este prevăzut cu dispozitiv de separare și stivuire a felilor de carne. Felierea se poate executa până la temperaturi de -2, -3 C.

Parametri tehnici:

Temperatura de lucru: Peste -3 C

Viteza de feliere: 60-260 bucati/min.

Grosimea de tăiere: Min.:1mm Max.:30mm (reglabil)

Dimensiunea maximă a produsului 600x160x100mm.

Putere motor: 1,25 kw

Alimentare: 380V/50Hz,3P,415v,220v.

Greutate: 370 kg

Dimensiune totală: 2345 x 580 x 535mm.

Caracteristici

- Design dublu de acționare cu centură.
- Controlul ecranului tactil, setare digitală a dimensiunii de feliere



- Slicer pentru pui congelat
- Cuțit de feliere german, ascuțit și durabil
- Funcție de porționare și stivuire
- Materii prime: toate tipurile de carne proaspătă sau congelată, carne gătită și produse similare ale acestora etc.

Mixer de carne pentru cârnați ZJB-750

Mixerul prezentat în această ediție acționează sub vid și produce carne procesată amestecată uniform și fără bule, cu o elasticitate perfectă. Mixerul pentru cârnați este potrivit pentru o fabrică de procesare de mari dimensiuni.



Parametrii tehnici

Capacitate (kg): 500

Putere (kW): 7.1

Alimentare: 380V/50Hz,3P;220V/415V,3P

Volum (L): 750

Viteza arborelui (rpm): 40

Vacuum (kPa): 60-85

Aer comprimat (MPa): 0,6 - 0,7

Dimensiune externă (mm): 1980x1065x1870

Dimensiune de instalare (mm): 3000x3000x3200

Greutate (kg): 1500

Detalii

Mixerul este fabricat din oțel inoxidabil, care asigură funcționarea durabilă și curățarea fără efort. Carnea poate fi amestecată în condiții de vid, iar gradul de vid poate fi setat pentru a atinge efectele de amestecare necesare. Perioada de amestecare, perioada de interval și programul de amestecare pot fi setate prin PLC și ecranul tactil.

Materii prime: Se poate realiza amestecarea tuturor tipurilor de carne, cartofi, legume și produse similare ale acestora etc.

(Sursa: www.hibestpattymachine.com)

Partenerul dumneavoastră
în prelucrarea cărnii și a
produselor lactate



Industria
cărnii

Produse
lactate

FACILITY DISTRIB:

Partenerul tău de încredere în soluții pentru industrie

Într-o eră în care schimbările tehnologice sunt constante, iar cerințele pieței evoluează rapid, eficiența și sustenabilitatea sunt factorii decisivi care garantează succesul și durabilitatea afacerilor.

În acest context, Facility Distrib s-a impus ca un lider în furnizarea de soluții complete pentru echipamente industriale și consumabile, devenind un partener esențial pentru companii din diverse industrii.

Cu o experiență solidă în domeniu și o echipă dedicată, compania oferă soluții inovative și personalizate, care ajută clienții să își optimizeze costurile operaționale și să obțină un management eficient al activităților.

Istoricul și Evoluția Facility Distrib

Înființată în 2012, Facility Distrib a fost creată cu scopul de a răspunde nevoilor complexe ale industriei alimentare, dar și altor sectoare industriale. De-a lungul anilor, compania a demonstrat un angajament constant față de excelență, inovând continuu pentru a oferi soluții care să fie atât eficiente, cât și sustenabile.

Începuturile sale au fost bazate pe adaptabilitate și dorința de a satisface cerințele clienților într-un mod profesionist și personalizat. Cu o viziune clară, Facility Distrib a reușit să construiască o reputație solidă în rândul clienților, devenind un nume de încredere pe piața echipamentelor industriale și a consumabilelor pentru diverse domenii de activitate.

Pe măsură ce cerințele pieței au evoluat, Facility Distrib s-a adaptat rapid, investind în formarea echipelor și în dezvoltarea de soluții inovative care răspund provocărilor actuale ale industriilor în care activează.

Acest proces continuu de îmbunătățire a fost susținut de un angajament ferm față de creșterea sustenabilității, eficienței și inovării în toate aspectele activității sale.



Portofoliul de Servicii al Facility Distrib

Una dintre caracteristicile care diferențiază Facility Distrib pe piață este diversitatea și complexitatea serviciilor oferite. Compania pune la dispoziție soluții care ajută clienții să își optimizeze operațiunile, reducând costurile și creșterea eficienței echipamentelor industriale. Printre principalele servicii furnizate se numără:

- **Management:** Facility Distrib oferă soluții eficiente și personalizate pentru gestionarea diferitelor solicitări venite din mediul industrial, cum ar fi fabrici sau centre comerciale, chiar și în mediul rezidențial. Aceste soluții sunt concepute pentru a asigura o administrare optimă a resurselor și pentru a contribui la îmbunătățirea performanțelor generale ale echipamentelor.

- **Întreținerea și mentenanța echipamentelor:** Un alt serviciu esențial oferit de Facility Distrib este întreținerea preventivă și corectivă a echipamentelor industriale. Utilizând tehnologii avansate, compania este capabilă să monitorizeze în permanență starea echipamentelor și să detecteze eventualele probleme înainte ca acestea să devină o reparație costisitoare. În acest fel, clienții beneficiază de o gestionare mai bună a resurselor și de minimizarea perioadelor de nefuncționare.

Un aspect important al acestui serviciu este faptul că Facility Distrib oferă garanție și servicii echipamentelor furnizate, având personal instruit direct de către producătorii echipamentelor și utilajelor. Mentenanța poate fi realizată pe bază de contracte stabilite sau în regim de urgență, în funcție de necesitățile fiecărui client.

Facility Distrib

.... un **partener** de încredere pentru afacerea ta!

Tehnologie și Inovație în Activitatea Facility Distrib

Unul dintre pilonii fundamentali ai activității Facility Distrib este utilizarea tehnologiilor de ultimă generație. Investițiile constante în tehnologii avansate permit companiei să furnizeze soluții inovative care ajută la optimizarea costurilor și îmbunătățirea eficienței operaționale.

Activitățile industriale pot beneficia de sisteme de management al facilităților (FM) care permit monitorizarea în timp real a echipamentelor și resurselor, asigurându-se astfel o gestionare mai bună a acestora.

În plus, Facility Distrib este un susținător activ al inovației. Compania se adaptează rapid schimbărilor tehnologice, integrând soluții digitale care îmbunătățesc experiența clienților. Această abordare inovatoare ajută la obținerea unor rezultate mai rapide, mai precise și mai sustenabile, menținând în același timp costurile sub control.

Angajamentul față de Sustenabilitate

Sustenabilitatea reprezintă un element esențial în viziunea și stra-

tegia Facility Distrib. Compania înțelege că, pe lângă eficiența economică, este important să își alinieze activitățile la cele mai înalte standarde ecologice.

Astfel, Facility Distrib se angajează să adopte practici care reduc impactul asupra mediului și să promoveze soluții care favorizează un viitor mai verde.

De exemplu, compania utilizează produse ecologice pentru curățenie și implementarea unor soluții de energie regenerabilă, care reduc consumul de energie și minimizarea amprentei de carbon.

Mai mult, Facility Distrib oferă consultanță și promovează tehnologii și produse prietenoase cu mediul, cum ar fi cele biodegradabile, care sunt realizate în conformitate cu tendințele actuale de sustenabilitate.

Parteneriate Strategice și Colaborări Durabile

Facility Distrib înțelege că succesul pe termen lung se bazează pe relații de încredere și parteneriate durabile. De aceea, compania pune un accent deosebit pe construirea unor relații strânse cu clienții și furnizorii săi.



Colaborarea transparentă și profesională este un pilon esențial al strategiei Facility Distrib, iar acest lucru se reflectă în modul în care compania își sprijină clienții pe întreaga durată a proiectelor.

Indiferent de complexitatea cerințelor, Facility Distrib se asigură că fiecare client beneficiază de soluții adaptate nevoilor sale specifice.

Viziunea pentru Viitorul Facility Distrib

Pe măsură ce mediul industrial evoluează, Facility Distrib rămâne concentrat pe inovație și adaptabilitate. Viziunea companiei pentru viitor este aceea de a deveni un lider în furnizarea de soluții complete pentru facilități industriale, consolidându-și astfel poziția pe piață.

Un obiectiv major este acela de a dezvolta soluții sustenabile și de a promova eficiența operațională, contribuind astfel la creșterea valorii adăugate în industria alimentară și nu numai.

Facility Distrib continuă să investească în noi tehnologii, să îmbunătățească procesul de gestionare a facilităților și să extindă portofoliul de servicii pentru a răspunde mai bine nevoilor clienților. În acest fel, compania își propune să aducă un plus semnificativ calității produselor alimentare și să contribuie la o industrie mai sustenabilă.

Concluzie

În concluzie, Facility Distrib reprezintă un partener de încredere pentru orice companie care își dorește să își gestioneze eficient proiectele și să își optimizeze resursele. Cu o abordare inovatoare, un portofoliu vast de servicii și un angajament puternic față de sustenabilitate, Facility Distrib a devenit un nume respectat în domeniul furnizării de soluții complete pentru echipamente industriale și consumabile. Dacă ești în căutarea unor soluții personalizate, eficiente și durabile pentru afacerea ta, Facility Distrib este alegerea ideală.



LACTATELE ULTRAPROCESATE-SOLUȚIE SAU RISC PENTRU CONSUMATORI?

Maria Demetriad

Alimentele ultraprocesate (UPF) au devenit un subiect controversat în știința nutriției și în sănătatea publică, aprinzând dezbateri din cauza diferitelor definiții, sfaturi și informații. Iată un studiu realizat de Universitatea din Wageningen asupra impactului alimentelor UPF-urilor, percepțiile consumatorilor, sfaturile de reglementare și soluțiile care promovează claritatea și educația.

Ce sunt alimentele ultraprocesate?

Termenul de "aliment ultraprocesat" (UPF) provine din clasificarea NOVA, care clasifică alimentele în funcție de amploarea și scopul prelucrării lor. UPF-urile sunt formulări de ingrediente derivate dintr-o serie de procese industriale. Acestea conțin de obicei aditivi precum coloranți, arome, emulgatori și conservanți, care se găsesc rar în bucătăriile casnice.

Clasificarea alimentelor ultraprocesate

UPF-urile cuprind o gamă largă de produse, inclusiv, dar fără a se limita la:

Gustări ambalate și produse de patiserie

Băuturi răcoritoare și băuturi îndulcite

Taitei instant și supe

Produse din carne reconstituită, cum ar fi nuggets de pui

Mâncăruri congelate pregătite în prealabil.

UPF-urile sunt alimente concepute pentru a fi foarte gustoase, convenabile, cu termen de valabilitate de lungă durată și adesea cu costuri reduse, ceea ce duce la consumul lor pe scară largă în Europa și în lume. Cu toate acestea, există și o confuzie larg răspândită când vine vorba de UPF-uri.

Sunteți confuz în legătură cu alimentele ultraprocesate?

Confuzia apare adesea atunci când discutăm sau luăm în considerare alimentele ultraprocesate, deoarece termenul în sine nu este definit sau înțeles uniform de către diferite organisme științifice și de reglementare. Clasificarea NOVA a fost propusă pentru prima dată în 2010 de nutriționistul Carlos Augusto Monteiro de la Universitatea din São Paulo și colegii din alte institute braziliene.



Dar implementarea sa este uneori descrisă ca fiind complexă și subiectivă, provocând discrepanțe în ceea ce este considerat ultra-procesat. În plus, strategiile de marketing și etichetarea produselor pot ascunde amploarea procesării, ceea ce duce la o confuzie suplimentară în rândul consumatorilor.

Majoritatea (65%) consumatorilor europeni consideră că UPF-urile sunt nesănătoase, dar, în ciuda acestui fapt, continuă să aleagă UPF-urile. Doar jumătate (56%) dintre consumatori raportează că evită să cumpere alimente procesate. Mulți sunt, de asemenea, confuzi și nesiguri cu privire la măsura în care alimentele lor sunt procesate, consumatorii supra- sau subestimând modul în care sunt procesate diferite produse alimentare.

"Oferirea consumatorilor de îndrumări și educație mai clare i-ar putea ajuta să înțeleagă și să se implice mai bine în această problemă, dar este, de asemenea, important ca preocupările legate de alimentele procesate să fie luate în considerare în contextul mai larg al dietei și al bunăstării oamenilor.

De asemenea, este esențial să continuăm să ne consolidăm înțelegerea și acordul asupra modului în care clasificăm, evaluăm și etichetăm alimentele, astfel încât sfaturile noastre pentru consumatori să fie informate de cele mai recente științe", afirmă Klaus Grunert, profesor la Universitatea Aarhus din Danemarca și director al EIT Food Consumer Observatory.



Înțelegerea implicațiilor

Deși anterior a existat incertitudine cu privire la faptul dacă tehnicile specifice de procesare utilizate pentru a crea UPF-uri sunt direct responsabile pentru rezultatele în materie de sănătate, cum ar fi bolile netransmisibile (NDC), studii recente evidențiază constatări mai concrete.

O analiză generală publicată în 2024 a mai multor cercetări, cuprinzând aproape 10 milioane de participanți, a constatat că există asocieri directe între expunerea la UPF și parametrii de sănătate care includ mortalitate, cancer și rezultatele sănătății mentale, respiratorii, cardiovasculare, gastrointestinale și metabolice.

Studiul oferă dovezi pentru dezvoltarea unor măsuri solide pentru a viza și a reduce expunerea alimentară la UPF pentru îmbunătățirea sănătății umane. Cu toate acestea, intențiile consumatorilor de a mânca sănătos au scăzut și ele în ultimii ani, doar 56% dintre consumatori raportând că încearcă să mănânce sănătos, comparativ cu 60% în 2020 și 2021.

Există, de asemenea, diferențe regionale de luat în considerare, aportul de grăsimi trans industriale, de exemplu, fiind mai mare în țările baltice și est-europene, rezultând o prevalență mai mare a bolilor cardiovasculare.

În anii 1990, avertismentele timpurii au indicat că produse precum margarinele care aveau un



conținut ridicat de acizi grași trans aveau efecte adverse grave asupra sănătății cardiovasculare.

Profit pe seama ingredientelor ieftine

Acestea fiind spuse, returnarea unui profit este o parte necesară a oricărei afaceri agroalimentare, ceea ce înseamnă că costurile trebuie gestionate în toate etapele producției. Acest lucru poate implica adesea utilizarea de ingrediente alternative mai ieftine ori de câte ori este fezabil, ceea ce poate duce uneori la UPF cu impact negativ asupra sănătății.

Un exemplu notabil este hidrogenarea parțială a uleiurilor vegetale pentru a transforma acizii grași nesaturați în acizi saturați, făcând uleiurile mai solide sau mai utilizabile.

Din anii 1920, acest proces a fost folosit pentru a crea margarine solide, care erau mai ieftine și comercializate ca fiind mai sănătoase decât untul și utilizate pe scară largă la coacere, gătit și prăjire.

Cu toate acestea, în anii 1990, avertismentele timpurii au indicat că acizii grași trans ridicați au consolidat cortul a avut efecte adverse severe asupra sănătății cardiovasculare, contribuind la creșterea ratei mortalității prin boli cardiovasculare. În consecință, multe țări au restricționat sau interzis grăsimile trans.

Consiliere, reglementare și inovare

Interzicerea UPF-urilor sau a tehnicilor specifice de procesare este o metodă de reducere a consumului, dar sfaturile de reglementare cu privire la UPF-uri variază la nivel global. Unele țări, precum Brazilia, au adoptat clasificarea NOVA în ghidurile alimentare, pledând pentru un consum minim de UPF. În schimb, alte națiuni se concentrează pe liniile directe specifice nutriționale, cum ar fi reducerea zaharurilor adăugate și a grăsimilor trans, fără a aborda în mod explicit nivelurile de procesare.

Multe alte țări se referă la alimentele procesate în orientările lor în mod eufemistic, cum ar fi Africa de Sud care sfătuiește cetățenii să mănânce mai multe cereale nerafinate gata de consum, ovăz, făină de făină, maltabela, musli sau în

Nepal se sugerează "să se mănânce mai multe produse din cereale integrale și mai puțin rafinate".

Promovarea și finanțarea alternativelor sănătoase și la prețuri accesibile este o altă metodă pe care o poate lua industria pentru a sprijini mai bine consumatorii să facă alegeri alimentare sănătoase.

În cadrul ecosistemului EIT Food, compania UBLII, de exemplu, produce proteine naturale dulci ca o alternativă mai sănătoasă și ecologică la zahăr și îndulcitori. Folosind tehnologia de fermentație de precizie, UBLII oferă o soluție durabilă și rentabilă pentru reducerea zahărului în produsele alimentare și băuturi.

În mod similar, ReBind Food lucrează pentru a dezvolta un liant funcțional accesibil, pe bază de plante, fără alergeni, dintr-un produs secundar reciclat din industria alimentară, pentru a înlocui lianții folosiți în mod obișnuit astăzi, cum ar fi zahărul, ouăle și alți aditivi alimentari.

Soluțiile care pun informația în prim-plan și în centru vor sprijini, de asemenea, consumatorii să ia decizii mai informate. Cursurile educaționale precum "Mâncare și nutriție: adevărul din spatele titlurilor despre alimente" pot ajuta consumatorii să învețe cum să găsească informații fiabile și științifice despre alimente și nutriție.



Iar inițiativele care implică și inspiră tinerii, cum ar fi Educatorii în alimentație, asigură că tinerii sunt echipați cu cunoștințele și resursele de care au nevoie pentru a lua decizii informate pe măsură ce cresc.

Importanța etichetării

Soluțiile de etichetare și ambalare a alimentelor pot oferi consumatorilor acces la cunoștințe suplimentare care îi pot sprijini în luarea deciziilor. În plus, soluțiile de etichetare și ambalare a alimentelor care cresc accesibilitatea informațiilor nutriționale și de procesare pot oferi consumatorilor acces la cunoștințe suplimentare care îi pot sprijini în luarea deciziilor.

ScanTrust, de exemplu, permite consumatorilor și părților interesate din industrie să scaneze etichetele produselor alimentare printr-un cod QR care oferă apoi o imagine de ansamblu completă a călătoriei acelui produs alimentar pentru a se asigura că este sigur, conform și autentic.

Nutriția personalizată și sfaturile personalizate sunt o altă cale pe care consumatorii trebuie să o urmeze dacă încearcă să reducă consumul de UPF și să-și îmbunătățească dieta. BeYou oferă o platformă mobilă care ajută utilizatorii să adopte obiceiuri mai sănătoase printr-o combinație de gamification, coaching și comunitate online.



Startup-ul a proiectat o platformă de stabilire a obiectivelor și un instrument de urmărire a obiceiurilor, ajutând utilizatorii să-și aleagă obiectivele de sănătate, să urmărească progresul, să primească sprijin comunitar, să obțină conținut certificat de sănătate, să rămână angajați și să fie recompensați.

Produsele și formulele alimentare pe bază de pudră sunt, de asemenea, soluții promițătoare care pot sprijini promovarea dietelor sănătoase, datorită combinației lor de ingrediente benefice și micronutrienți.

De la microalge și cereale uzate până la legume și nuci reciclate, există nenumărate produse inovatoare pe bază de pulbere dezvoltate de startup-uri în cadrul comunității EIT Food.

Dar toate alimentele ultraprocesate sunt rele?

În timp ce efectele negative asupra sănătății ale unei diete bogate în UPF sunt bine documentate, UPF-urile nu sunt toate dăunătoare în mod inerent. Unele UPF fortificate sau special concepute, cum ar fi pâinea integrală, pot furniza nutrienți esențiali și pot face parte dintr-o dietă echilibrată.

Este esențial să recunoaștem că tipul și amploarea prelucrării alimentelor nu determină neapărat potențialul de sănătate al produsului final, iar accesibilitatea, durata lungă de valabilitate și comoditatea UPF-urilor sunt adesea văzute ca beneficii pentru mulți oameni.

Dacă aveți o idee sau o soluție care poate contribui la diete mai sănătoase, aflați cum EIT Food vă poate sprijini ca parte a Cadrului nostru de finanțare cu impact.

Ultra-procesat = ultra-complex

Navigarea în lumea alimentelor ultraprocesate este complexă, marcată de definiții variate și mesaje amestecate.

Cu toate acestea, concentrându-se pe informații clare și transparente, pe coerența reglementărilor și pe promovarea unor alternative mai sănătoase, este posibil să se atenueze impactul negativ al UPF-urilor.

Consumatorii, împuterniciți cu cunoștințe și sprijiniți de politici solide, pot face o alimentație mai informată alegeri, deschizând calea pentru rezultate mai bune în materie de sănătate.

Mizo

Mereu la înălțime



UNITĂȚI PILOT DE FILTRARE ȘI PROCESARE A LAPTELUI

Emilia Ștefan

Dezvoltarea de noi produse presupune întotdeauna echipamente de dimensiuni reduse. Iată două exemple, cu titlu strict informativ.

Unitate de filtrare DSS

Modelul prezentat este o unitate pilot DSS Ultrafiltrationn UF/ Microfiltration MF Batch Pilot Plant. Această instalație pilot are o capacitate de lucru de aproximativ 1.250 kg pe oră pe lapte integral și aproximativ 650 kg pe oră pe lapte degresat.

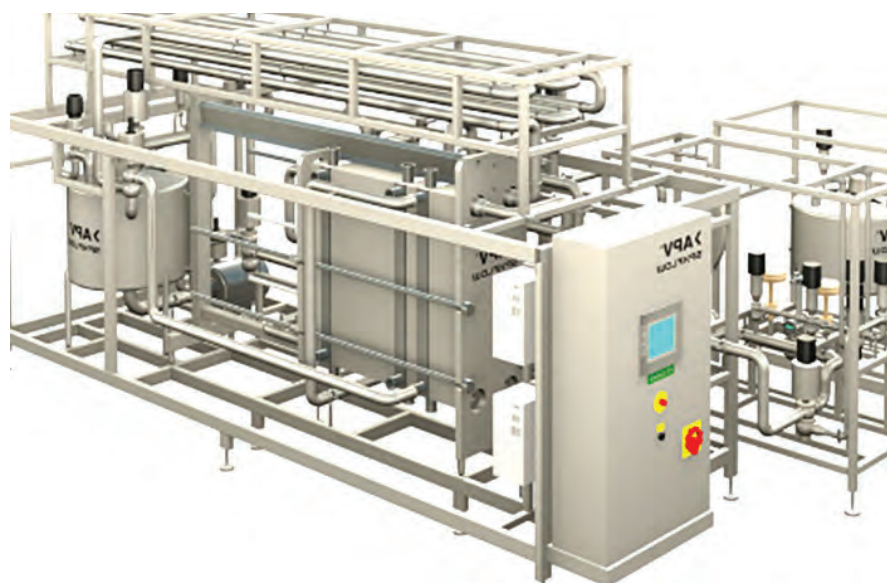
Unitatea include 4 module cu membrană, pompe, rezervor de echilibru, debitmetru, supape și panou de control complet integrat.

Caietul de sarcini:

- Marca: DSS Silkeborg, Danemarca (acum Tetra Pak)
- Tip: Ultrafiltrationn UF Microfiltration MF Batch Pilot Plant
- Numărul total de module cu membrană: 4
- Capacitate orară: aproximativ 1.250 kg pe oră pe lapte integral și aproximativ 650 kg pe oră pe lapte degresat
- Produs: Concentrație de lapte integral de la 13,05% solide totale la 23,87% solide totale la o rată de aproximativ 1.250 kg pe oră.
- Produs: Concentrație de lapte degresat de la 9,22% solide totale la 17,52% solide totale la o rată de aproximativ 650 kg pe oră.



- Abur: 90 kg pe oră
- Răcire: 6.500 - 650 LPH la 1 până la 10 grade C



Instalație de pasteurizare APV

Aceasta este o instalație de pasteurizare de lapte APV, folosită cu separator de smântână GEA Westfalia MSE 85-01-177 și omogenizator APV Gaulin K6. Unitatea include o instalație de pasteurizator de lapte APV de 10.000 LPH cu rezervor de echilibru, tuburi de reținere, conducte de interconectare, debitmetru, supape, panou de control cu înregistrare digitală grafică etc.

Detalii de produs:

- Funcție: Schimbător de căldură cu plăci - Pasteurizator de lapte
- Capacitate: 10.000 Litri pe oră
- Material de construcție: oțel inoxidabil cu garnituri
- Putere motor: 15Kw
- Viteza bolului: 7200 RPM
- Complet cu instrumente și panou de control
- Unitatea de standardizare directă dispune de o linie GEA Westfalia pentru standardizarea smântânii și grăsimilor din lapte.

(Sursa: www.machineryworld.com)

BRĂDET
LACTATE

PRIN GRIJA FAMILIEI NOASTRE
Produce
la
Brădet

Acum jumătate de secol,

a luat ființă vechea fabrică de prelucrare a laptelui de la Brădet, localitate care a dat numele cașcavalului foarte apreciat și cunoscut sub același nume. În acest loc, atestat documentar din 14 mai 1503, a fost produs Cașcavalul Brădet de către **călugării Schitului Brădet**, cașcaval cu o rețetă deosebită și o formă rotundă specifică, ușor de recunoscut. Pentru continuarea tradiției Cașcavalului Brădet, **încă producem acest sortiment de cașcaval.**

Acest loc plin de tradiție de la poalele Făgărașilor, ne-a inspirat să facem tot ce ne stă în putință să ducem mai departe tradiția lactatelor din zona Brădet. Astfel, în 2005 am început să aducem la oraș primele noastre produse, făcute cu mare drag și atenție, **așa cum se face tot ce-i bun la țară.** De atunci, îmbinând natura cu tehnologia modernă, vă dăruim produse potrivite cu grijă, în fiecare zi.

Și povestea noastră nu se încheie aici. Pe măsură ce anii au trecut, am adus din ce în ce mai multe produse în familia noastră de la Brădet. Așa am ajuns să producem, pe lângă **renumitul Cașcaval Brădet**, și alte lactate delicioase, iaurturi cremoase, untul fin care se topește în gură, smântâna groasă și aromată, brânza de vaci fină și telemeaua maturată cu răbdare. Fiecare dintre acestea poartă în ele același respect pentru tradiție și natură, fiind create cu mare grijă, exact așa cum am învățat de la bunici.

Natura și lactatele curate, **procesate fără a folosi diferite „ocolișuri”**, așa cum se spune, „ca să ne iasă brânza mai albă sau mai fină”, sunt cea mai importantă grijă a noastră. Astfel, la fel cum o bunică, un bunic, are grijă de nepoți, la fel și noi avem grijă **ca voi să primiți tot ceea ce este mai bun.**

Așa că, dragii noștri prieteni, de fiecare dată când puneți mâna pe un **Cașcaval de Brădet**, să știți că în el se află **o bucățică din tradiția și sufletul locului**, amestecate cu grijă și iubire, ca să vă aducă bucurie și energie în fiecare zi.



www.lactatebradet.ro

Grupul BARONCINI alături de cel mai ambițios proiect

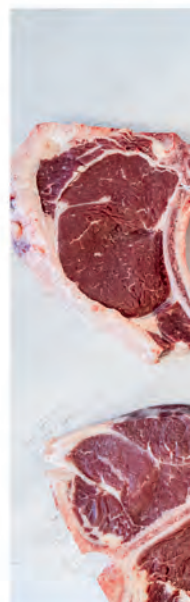
Firma **Total Meat Solutions** a pus în funcțiune recent abatorul și fabrica de prelucrare a cărnii de vită **Angus "MARBLE – The Finest of Angus"**, un proiect inovator, ambițios și realizat într-o perioadă în care puține companii fac investiții noi.

Abatorul, care include o secție de tranșare și procesare, se întinde pe o suprafață de aproximativ 2.400 mp, având o capacitate de sacrificare de 30 de capete de bovine adulte pe schimb și o capacitate de prelucrare de aproximativ 14 de tone de carne pe schimb pentru tranșare și procesare.

La baza acestui proiect de anvergură s-a aflat domnul **László BÍRÓ**, șeful de producție, care a coordonat implementarea și punerea în funcțiune a liniilor tehnologice, colaborând strâns cu furnizorii de utilaje. Ideile echipei conduse de domnul **László BÍRÓ** au fost implementate în ceea ce privește linia de sacrificare de către **Grupul BARONCINI**.

DI. **Gabriele Utignani**, reprezentantul Grupului **BARONCINI**, a declarat:

„Deși am pus în funcțiune mai multe abatoare în România de-a lungul anilor, fiecare proiect reprezintă o provocare unică. Atunci când pui suflet și îți folosești întreaga experiență pentru a veni în întâmpinarea nevoilor clientului, satisfacția profesională este maximă. Astăzi am pus în funcțiune cel mai mare abator de bovine din județul Harghita, un abator modern, dotat cu tehnologie de ultimă generație și cu un flux optimizat pentru sacrificarea animalelor. Acest lucru nu ar fi fost posibil fără sprijinul firmei Total Meat Solutions și al echipei conduse de domnul László BÍRÓ.”



- Instalații abatorizare
- Săli de tranșare

- Accesorii Abator
- Incineratoare

- Stații epurare
- Protecții pentru uși

“MARBLE - The Finest of Angus” din județul Harghita



Domnul László BÍRÓ, șeful de producție al firmei **Total Meat Solutions** (care deține marca Marble) a adăugat:

„Suntem încântați că am reușit să finalizăm acest proiect alături de partenerul nostru, domnul Gabriele Utignani. Unitatea noastră este unul dintre cele mai moderne abatoare de bovine Angus și unități de procesare a cărnii din țară. Marca noastră Marble oferă carne premium, specialități de friptură și produse din carne, unde aromele și texturile se îmbină într-o armonie perfectă. Vacile și vițeii noștri sunt crescuți pe pășuni cu biodiversitate ridicată, iar în ultimele șase luni înainte de sacrificare utilizăm o rețetă unică de hrană naturală pentru a spori calitatea și marmorarea cărnii, elemente ce inspiră brandul Marble.”

Pentru a garanta că produsul finit premium îndeplinește cele mai înalte standarde (Bio, Halal), abatorul dispune de o boxă specială pentru acomodarea animalelor vii și de o zonă de sacrificare cu o capacitate de 30 de bovine pe zi. După tranșare și dezosare, cărnurile de calitate superioară (de exemplu, vrăbioară, mușchi de vită, rasol alb) sunt comercializate preambalate, după maturare uscată și umedă. Celelalte părți ale cărnii le comercializăm sub formă de produse sous-vide, chiftele pentru burgeri, cârnați și salamuri maturate și afumate.”



BARONCINI EST - ÎNALTA CLASĂ A ITALIEI



Calitate, Inovație,
Flexibilitate

Calitate, Inovație, Flexibilitate

PRODUSELE NOASTRE:

- » abatoare bovine
- » abatoare porcine
- » abatoare ovine
- » abatoare iepuri
- » abatoare păsări
- » abatoare modulare
- » linii tranșare
- » protecții pereți și uși
- » stații de epurare
- » igienizare și accesorii
- » instalații de rendering pentru valorificarea produselor necomestibile rezultate din abatorizare
- » soft de trasabilitate





Domnul Gabriele Utignani - reprezentantul Grupului Baroncini ne-a descris linia de uscare compusă

1. Rezervor din oțel inoxidabil AISI 304 complet cu agitator, acționat de un motor reductor cu rotație redusă și un dispozitiv de spălare la sfârșitul ciclului
2. Dispozitiv de control al nivelului care urmează să fie instalat pe fundul rezervorului de stocare.
3. Pompă de alimentare, acționată de un motor cu viteză variabilă
4. Unitate de uscare formată din două camere cilindrice rotative cu motovariator complet cu tambur de tracțiune și alimentare produs, precum role de rulare și sistem movimentare

Această soluție vine ca alternativă pentru abatoarele care au probleme privind colectarea deșeurilor organice, mulțumim firmei Radic Star pentru încrederea acordată.

Grupul BARONCINI

Pune în funcțiune prima stație de uscare a sângelui din România în Jud. Argeș

De curând Grupul BARONCINI a realizat o premieră în România, punând în funcțiune stația de uscare a sângelui pentru firma Radic Star din Jud Argeș.

Majoritatea abatoarelor din România au probleme cu stocarea și gestionarea sângelui care se adună în urma abatorizării animalelor. Am fost curioși și noi să aflăm că aceasta, oferă o alternativă serioasă cu beneficii reale prin faptul că transformă sângele într-o pulbere (făină) cu umiditate de 10-12%.

5. Cameră de post-combustie pentru purificarea fumului prin tratarea termică
6. Ciclon din oțel inoxidabil AISI 304 pentru eliminarea prafului și ventilator de extracție
7. Arzătoare cu gaz plasate respectiv în grupul de uscare și în camera de post-combustie.
8. Coș de evacuare

PRINCIPII DE SUSTENABILITATE ÎN AMBALAREA PRODUSELOR DIN CARNE ȘI LAPTE

Veronica Ursachi-Andrei

Industria alimentară se confruntă cu provocări complexe legate de sustenabilitate, siguranță alimentară și cerințe ale consumatorilor. Produsele din carne și lactate, fiind printre cele mai perisabile, necesită soluții avansate de ambalare care să prelungească durata de viață, să reducă risipa alimentară și să minimizeze impactul asupra mediului.

În ultimii ani, cercetarea și inovația au condus la dezvoltarea unor tehnologii moderne și sustenabile de ambalare, care îmbină materiale ecologice, design inteligent și funcționalități avansate. Iată mai jos cele mai noi tendințe și tehnologii din acest domeniu, oferind o perspectivă detaliată asupra viitorului ambalajelor pentru carne și lactate.

Ambalaje biodegradabile și compostabile

Una dintre cele mai promițătoare direcții în ambalarea produselor alimentare este utilizarea materialelor biodegradabile și compostabile. Acestea sunt fabricate din surse regenerabile, precum amidonul de porumb, celuloza sau acidul polilactic (PLA), și se descompun în mod natural în mediu, reducând acumularea de deșeuri.

Beneficii pentru industria cărnii și lactatelor:

- Ambalajele biodegradabile previn contaminarea produselor alimentare prin utilizarea de materiale fără substanțe chimice nocive.
- Pot fi personalizate pentru a oferi o barieră eficientă împotriva oxigenului și umidității, prelungind durata de viață a produselor.
- Reduc amprenta de carbon, contribuind la obiectivele de sustenabilitate ale companiilor.



Exemple notabile includ ambalajele din chitosan, un derivat al crustaceelor, care oferă proprietăți antimicrobiene naturale, și filmele din proteine de zer, care sunt biodegradabile și potențial comestibile.

Ambalaje inteligente (smart packaging)

Tehnologia ambalajelor inteligente integrează senzori și etichete digitale care monitorizează starea produsului alimentar în timp real. Aceste soluții permit consumatorilor și producătorilor să urmărească prospețimea, temperatura și siguranța alimentelor.

Caracteristici și beneficii:

- Etichete termocromice: Schimbă culoarea pentru a indica variațiile de temperatură care pot afecta calitatea produselor.
- Senzori de gaz: Detectează prezența gazelor produse de bacterii, oferind un indicator clar al alterării alimentelor.
- Tehnologii RFID și QR: Permit urmărirea produselor de-a lungul lanțului de aprovizionare și oferă consumatorilor informații despre originea și condițiile de depozitare.



Aceste ambalaje reduc risipa alimentară, oferind informații precise despre siguranța produselor, și îmbunătățesc încrederea consumatorilor în branduri.

Ambalaje active

Ambalajele active interacționează direct cu produsul sau mediul din interiorul ambalajului pentru a prelungi durata de viață și a menține calitatea alimentelor. Această tehnologie utilizează materiale care absorb oxigenul, eliberează agenți antimicrobieni sau controlează nivelul de umiditate.

Exemple de aplicații:

- Absorbanți de oxigen: Reduc oxidarea grăsimilor și inhibă dezvoltarea microorganismelor.
- Filme antimicrobiene: Incorporarea de nanoparticule de argint sau uleiuri esențiale pentru a preveni creșterea bacteriilor.
- Controlul umidității: Pachetele care absorb excesul de umiditate previn formarea mucegaiului și degradarea produselor lactate.

Materiale reciclabile și cu amprentă redusă de carbon

Creșterea conștientizării impactului plasticului asupra mediului a condus la o tranziție către ambalaje reciclabile și reutilizabile. Companiile dezvoltă materiale mono-component, care sunt mai ușor de reciclat, și ambalaje fabricate din plastic reciclat post-consum (rPET).

Avantaje:

- Contribuie la economia circulară prin reducerea necesarului de materii prime virgine.
- Sunt compatibile cu infrastructura existentă de reciclare, facilitând



tând colectarea și reprocesarea.
- Reduc emisiile de gaze cu efect de seră asociate producției de ambalaje noi.

Un exemplu notabil este utilizarea ambalajelor din polipropilenă reciclată pentru iaurturi și alte produse lactate, care combină sustenabilitatea cu protecția alimentelor.

Ambalaje comestibile

Dezvoltarea ambalajelor comestibile reprezintă o soluție inovatoare pentru reducerea deșeurilor. Acestea sunt fabricate din materiale naturale, precum proteinele, carbohidrații sau algele, și pot fi consumate împreună cu produsul alimentar.

Aplicații în industria cărnii și lactatelor:

- Filme proteice pentru ambalarea cărnii proaspete, care adaugă un strat suplimentar de protecție

împotriva contaminării.

- Pachete comestibile pentru brânzeturi, fabricate din cazeină sau alte proteine din lapte.

Această tehnologie este încă în fază de dezvoltare, dar promite să reducă semnificativ cantitatea de ambalaje care ajung la gropile de gunoi.

Ambalaje din materiale inovatoare

Cercetările recente au condus la utilizarea unor materiale neconvenționale pentru ambalaje, cum ar fi:

- Nanoceluloza: Derivată din fibre vegetale, oferă o barieră excelentă împotriva gazelor și umidității.
- Bioplasticuri avansate: Fabricate din resurse regenerabile, precum zahărul din trestie sau amidonul de porumb, acestea sunt biodegradabile și sustenabile.
- Ambalaje pe bază de alge: Acestea sunt complet biodegradabile

și pot fi utilizate pentru ambalarea lactatelor lichide, cum ar fi iaurturile și smântâna.

Sunt așteptate noi soluții

Tehnologiile moderne și sustenabile de ambalare a produselor din carne și lactate demonstrează că inovația poate merge mână în mână cu responsabilitatea față de mediu.

De la ambalaje biodegradabile și inteligente până la materiale comestibile și reciclabile, industria face pași importanți spre un viitor mai verde.

Adoptarea acestor soluții nu doar că îmbunătățește calitatea și siguranța alimentelor, dar contribuie și la reducerea impactului ecologic, satisfăcând totodată cerințele consumatorilor moderni.

Pe măsură ce tehnologia continuă să evolueze, ne putem aștepta la soluții și mai inovatoare care să redefinească standardele de ambalare în industria alimentară.

Principii de sustenabilitate

Implementarea principiilor de sustenabilitate în ambalarea produselor din carne și lapte presupune integrarea unor soluții care să reducă impactul asupra mediului și să contribuie la eficiența proceselor. Aceste principii sunt fundamentate pe cercetări și bune practici internaționale și includ următoarele direcții esențiale:





1. Reducerea consumului de materiale

Un principiu cheie este optimizarea cantității de materiale utilizate în ambalaje. Potrivit Journal of Cleaner Production, proiectarea ambalajelor mai subțiri și mai ușoare poate reduce semnificativ consumul de resurse și costurile asociate cu transportul.

2. Utilizarea materialelor regenerabile

Sursele regenerabile, cum ar fi bioplasticurile din amidon de porumb sau acid polilactic (PLA), oferă o alternativă viabilă la materialele convenționale pe bază de petrol. European Bioplastics Association evidențiază că aceste materiale nu doar că reduc dependența de sursele fosile, dar sunt și biodegradabile, contribuind la reducerea poluării.

3. Promovarea reciclabilității

Materialele mono-component, precum PET sau HDPE, sunt mai ușor de reciclat. Conform unui raport al Ellen MacArthur Foundation, integrarea reciclabilității în designul ambalajelor este crucială pentru tranziția către o economie circulară.

4. Reducerea emisiilor de carbon

Studiile publicate de Climate Change Journal subliniază importanța optimizării

proceselor de producție și transport pentru reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră. De exemplu, utilizarea ambalajelor fabricate local din materiale reciclate poate reduce semnificativ amprenta de carbon.

5. Educarea consumatorilor

Implicarea consumatorilor în procesul de reciclare este esențială. Potrivit Environmental Research Letters, campaniile de informare și etichetele clare privind reciclabilitatea pot crește rata de reciclare cu până la 30%.

6. Durabilitate pe termen lung

Încurajarea utilizării ambalajelor reutilizabile, precum cele din sticlă pentru lapte, este o strategie eficientă. Rapoartele Zero Waste Europe sugerează că astfel de soluții reduc semnificativ deșeurile generate de ambalajele de unică folosință.

7. Inovații tehnologice

Adoptarea ambalajelor active și inteligente, care prelungesc durata de viață a produselor și reduc risipa alimentară, este o altă direcție promițătoare. Un exemplu notabil este utilizarea senzorilor care detectează nivelurile de gaz din interiorul ambalajelor, conform cercetărilor publicate în Food Packaging and Shelf Life.

Concluzii

Implementarea acestor principii este susținută de cercetări și studii detaliate, cum ar fi:

- Journal of Cleaner Production pentru analiza optimizării materialelor.
- European Bioplastics Association pentru informații despre utilizarea bioplasticurilor.
- Ellen MacArthur Foundation pentru promovarea economiei circulare.
- Climate Change Journal pentru date despre reducerea emisiilor de carbon.
- Environmental Research Letters pentru rolul educării consumatorilor.
- Zero Waste Europe pentru exemple de ambalaje reutilizabile.
- Food Packaging and Shelf Life pentru inovațiile tehnologice.

Adoptarea acestor principii nu doar că sprijină protecția mediului, ci și răspunde cerințelor crescânde ale consumatorilor pentru produse sustenabile și de înaltă calitate.





ELOPAK

Together we make packaging work



**Soluții complete pentru ambalarea
produselor lactate lichide în ambalaje de carton.**

Contact: office@goodflowsolutions.ro | www.elopak.com

ECHIPAMENTE DE AMBALARE ÎN VID A PRODUSELOR DIN CARNE

Emilia Ștefan

Ambalarea vidată a produselor din carne sau a cărnii este utilizată pe scară largă, atât în companiile cu o mare producție, cât și în unitățile mici de procesare, magazine sau rețele de fast-food. Iată două exemple.

Mașină de ambalat în vid TXBJ-760

Mașina de ambalare prezentată în această ediție utilizează un film compozit, la temperatură joasă, așează materialele pe tavă și folosește aspirația în vid, pentru a acoperi filmul transparent de ambalare de pe suprafața produsului și tava de plastic.

Detalii despre produs

Principiul mașinii de ambalare este acela de a utiliza un film compozit la temperatură joasă, de a plasa materialele pe tavă sau și de a utiliza aspirația în vid. Acest tip de ambalaj poate spori eficient sentimentul de valoare și calitatea produsului. Ambalajul cu afișaj vizual ultra-transparent de înaltă calitate schimbă forma originală a ambalajului și îmbunătățește foarte mult competitivitatea pieței produselor.

Perioada de valabilitate a alimentelor poate fi extinsă de la 30, până la 90 de zile, într-un mediu frigorific.

Parametri tehnici

Eficiență: 2-3 ambalaje/minut
Latime film ambalaj: 760 mm
Dimensiune efectivă de lucru: 710x510x60 mm
Pompa de vid: 100m³/h
Puterea aerului de lucru: 0.06Mpa
Putere: 7.5kw
Alimentare: 380V/50Hz, 3P, 415v, 220v.3p
Greutate: 300 kg
Dimensiune totală: 950x950x1170mm

Detalii

- Interfață de operare cu ecran tactil, imagine clară, setare simplă, operare ușoară, proces de control precis
- Supapa pneumatică adoptă Airtac
- Rulment din oțel inoxidabil SUS304 cu durată lungă de viață și rezistență bună la coroziune
- Mașina este realizată din oțel inoxidabil 304 și aliaj de aluminiu.
- Materii prime: carne, produse din carne, fructe de mare, produse congelate etc.



Mașină de ambalat în vid TZBJ 350

Mașina de ambalare sub vid oferă funcții duble cu ambalaj vizual etanș și păstrarea prospețimii, prin sigilare în vid.

Parametri tehnici

Eficiență: 3-4 ambalaje/minut
Latime film ambalaj: 350 mm
Dimensiune efectivă de lucru: 388x308x45 mm
Putere: 2.5kw
Alimentare 380V/50Hz, 3P, 415v, 220v.3p
Greutate: 75 kg
Dimensiune totală: 600x500x460mm

Detalii

- Tava de ambalare nu se limitează la un singur tip. Dimensiunea tavii poate fi schimbată după bunul plac în funcție de produs, iar adâncimea ambalajului poate ajunge la 4,5 cm.



- Mașina este realizată din oțel inoxidabil 304 și aliaj de aluminiu.
- Mașina este potrivită pentru unități mici de procesare, comerț electronic, supermarketuri, fast-food.
- Materii prime: carne, pește, legume etc.

(Sursa: www.hibestpattymachine.com)

AVA STAR S.R.L

705200 Pașcani-Iași

Strada 1 Mai, nr.72

Tel : +40 758 049 667

Punct de lucru

Roșcani, județul Suceava

Strada Abatorului

office@avastar.ro

**Producător și furnizor
carne de vită, porc și oaie**



AVASTAR

True quality meat



MAȘINI DE AMBALARE A UNTULUI

Veronica Ursachi-Andrei

Ambalarea untului a presupus de fiecare dată tehnologii specifice, ținând cont de vâscozitatea produsului. Iată două sugestii de echipamente, cu titlu strict informativ.

Mașină de ambalat P12K

Modelul P12K a fost dezvoltat pentru ambalarea industrială a untului. Este o mașină robustă, concepută pentru utilizare intensivă. Principiul de bază de funcționare este mecanic, cu adăugarea unor servomotoare pentru a obține o versatilitate maximă de utilizare. Este ecologic și economic de utilizat, deoarece economisește până la 30% din materialul de ambalare în comparație cu o mașină de ambalat tip pliere inferioară.

Poate fi folosit pentru ambalarea untului tradițional, dar și pentru unt cu conținut redus de grăsimi, unt cu sare în cristale, unt cu ierburi și amestecuri de unt și ulei vegetal.

Detalii de produs pentru patru variante:

- unitate de alimentare directă din oțel inoxidabil pentru unt și amestecuri de unt și ulei vegetal, cu compensator de piston și racord de conductă de retur. Este proiectat pentru curățarea CIP.

- buncăr din oțel inoxidabil cu șuruburi de alimentare motorizate, proiectat pentru curățare manuală. Buncărul poate fi alimentat automat sau manual cu blocuri mici de unt.

- buncăr din oțel inoxidabil cu șuruburi de alimentare motorizate, fiind proiectat pentru igienizare manuală. Buncărul poate fi alimentat automat sau manual cu blocuri mici de unt.



- unitate de alimentare directă din inox pentru unt cu cilindru de mare capacitate (24 kg) predispus pentru igienizare cu unitate C.I.P.

Mașina P12K poate împacheta folosind mai multe tipuri de materiale de ambalare, cum ar fi hârtie de pergament, aluminiu cuplat și unele materiale pe bază de plastic. Cea mai importantă calitate a Vezzadini P12K este versatilitatea.

Mașină de ambalat unt KRX

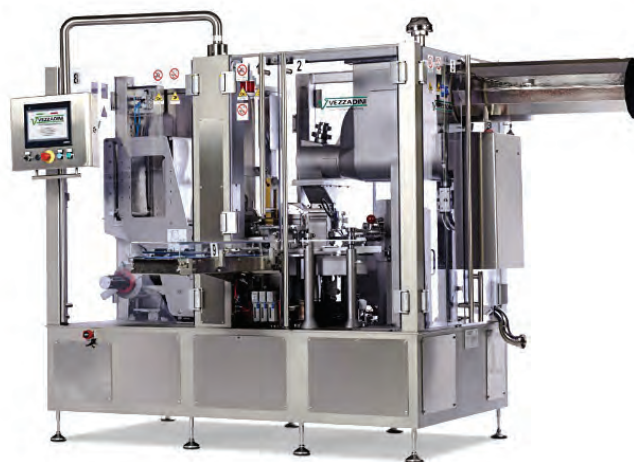
Modelul KRX a fost dezvoltat pentru ambalarea industrială a untului. Este o mașină robustă, concepută pentru utilizare intensivă. Principiul de bază de funcționare este mecanic, cu adăugarea unor servomotoare pentru a obține o versatilitate maximă de utilizare. Cadrul corpului mașinii și majoritatea componentelor KRX sunt fabricate din oțel inoxidabil.

Poate fi folosit pentru ambalarea untului tradițional și a altor sortimente de unt, inclusiv cu amestec.

Pachetele sunt pliate și pot fi închise în trei moduri:

- etichetă autoadezivă
- adeziv termofuzibil
- pliere simplă

KRX poate împacheta folosind mai multe tipuri de materiale de ambalare, cum ar fi hârtie de pergament, aluminiu cuplat și unele materiale pe bază de plastic.



Greutatea pachetelor variază de la 50 g până la 250 g. Timpul de schimbare a dimensiunii este întotdeauna mai mic de 30 de minute.

KRX poate doza și împacheta până la 85 de pachete pe minut. Mașina este echipată cu un panou de operare cu ecran tactil pentru a seta parametrii de lucru. Ungerea este centralizată cu pompă automată programabilă.

[Sursa: www.machineryworld.com]



in ROMANIA prin
Fotometric Instruments

Charm EZ® Systems Antibiotic and Chemical Control

Rapid Antibiotic Testing

- Combined incubator and analyzer
- Identifies antibiotic family with color coded strips



- Multi-residue Detection
- Levels Customized to Regulations
- Simple and FAST Validated Methods
- Milk, Feed, and Grain
- Natural Toxins and Animal Drugs

Peel Plate® Microbial Test Microbial Indicators and Hygiene Verification



READY-TO-USE TESTS FOR:

- Aerobic Count
- E. coli/Coliform
- Yeast & Mold

DAY	WEEK	MONTH
PREV	NEXT	ALL

DATE	TEST TYPE	COUNT	STATUS
07/01/16	AC-MAB	0.0	3.48K CFU
07/02/16	AC-MAB	0.0	2.98K CFU
07/03/16	AC-MAB	0.0	3.48K CFU
07/04/16	Coliforms	154	4.99K CFU
07/05/16	Coliforms	0	3.94K CFU
07/06/16	CC	37	4.0K CFU
07/07/16	CC	26	4.0K CFU
07/08/16	AC-Buffer	7602	4.0K CFU
07/09/16	AC-Buffer	7602	4.0K CFU
07/10/16	AC-Buffer	0.107	3.48K CFU
07/11/16	CC-Test	177	4.0K CFU

Review Records



novaLUM® II ATP Detection System

Sanitation, Allergen Control, and Water Quality
Documentation and Remediation



- WiFi Enabled
- Customizable Dashboard Analytics
- Document Corrective Action and Retest
- Add Swab Locations On-demand

STANDARDE ȘI RECOMANDĂRI REFERITOARE LA ETICHETAREA LACTATELOR FĂRĂ LACTOZĂ

Maria Demetriad

Piața laptelui fără lactoză este în creștere. Dar cum sunt reglementate afirmațiile de pe ambalaje, legate de lactoză, pe piețele globale majore? Iată o sinteză a standardelor, publicată de DairyReporter.

Un procent uriaș

Potrivit cercetărilor, aproximativ 68% din populația globală are o formă de intoleranță la lactoză. Estimarea prevalenței variază de la 28% în Europa, la 64% în Asia și 42% în America de Nord.

În SUA, aproximativ 36% din populație are intoleranță la lactoză, iar cererea de produse lactate fără lactoză, în special lapte de consum, a crescut considerabil în ultimul an, cu vânzări în creștere cu 11,6% și volume cu 2,6%, conform Circana (începând cu anul trecut; YTD mai 2024).

Digestibilitatea este trăsătura pozitivă cheie a categoriei, dar există și alți factori care atrag consumatorii, cum ar fi termenul de valabilitate lung, ultrafiltrarea, beneficiile nutriționale ale laptelui, în comparație cu alternativele de lapte fără lactate, și asocierea cu sănătatea prin mențiuni gen "fără lactoză".



Dar cât de "fără" lactoză sunt în realitate produsele lactate fără lactoză și cu conținut redus de lactoză? DairyReporter a discutat cu organizații comerciale din SUA, Marea Britanie și Europa pentru a afla ce standarde și recomandări se aplică pe aceste piețe cheie ale produselor lactate.

În SUA

Andrew Jerome, vicepreședinte de comunicare la Asociația Internațională a Produselor Lactate, a spus că, în SUA, declarațiile despre lactoză nu sunt afirmații privind conținutul de nutrienți; mai degrabă, sunt declarații pentru a facilita evitarea consumului.

"Nu există o definiție pentru "lapte fără lactoză", așa că trebuie să fie o declarație adevărată și nu înșelătoare, ca în cazul tuturor declarațiilor de etichetare", a explicat el. "Dar nu există un nivel de prag definit ca fiind fără lactoză".

Pentru "lactoză redusă", reglementările pentru enzima lactază derivată din *Kluyveromyces lactis* din 21 CFR 184.1338, oferă îndrumări despre laptele cu lactoză redusă, specificând că lactoza este cu cel puțin 70% mai mică decât un produs obișnuit. Acesta este singurul loc care face diferența între mențiunile de lactoză din lapte, față de alte produse lactate.

Producătorii folosesc rezultatele testelor

analitice ale lactozei care nu sunt detectabile pentru a se asigura că afirmațiile "fără lactoză" sunt veridice, a explicat Jerome.

În UE

Un purtător de cuvânt al Asociației Europene a Produselor de Lactate (EDA) a spus că reglementările UE privind etichetarea fără lactoză sunt ghidate în primul rând de Regulamentul (UE) nr. 1169/2011:

"Este important de subliniat faptul că nu există un standard specific la nivelul UE doar pentru produsele fără lactoză sau cu conținut scăzut de lactoză", a spus purtătorul de cuvânt al EDA. "Fiecare stat membru al UE are propriile reguli și orientări."

Numai afirmațiile privind formulele pentru sugari și formulele de continuare sunt reglementate la nivelul UE. În conformitate cu articolul 9 din Regulamentul (UE) 2016/127, termenul "fără lactoză" se poate aplica numai acestor produse cu un conținut de lactoză de 2,5 mg la 100 kJ (10 mg/100 kcal).

Unele state membre ale UE au stabilit niveluri de prag pentru utilizarea termenilor "fără lactoză" și "scăzut în lactoză" în alimente. De exemplu, țările scandinave precum Danemarca, Finlanda, Norvegia și Suedia, consumă 10 mg de lactoză la 100 g de produs pentru laptele etichetat ca fiind fără lactoză, și 1 g/100 g pentru un conținut scăzut de lactoză.



În timp ce Germania, Slovenia și Ungaria permit un conținut mai mare de lactoză pentru produsele fără lactoză (100 mg/100 g), iar Republica Irlanda își stabilește limita fără lactoză la zero lactoză detectabilă și galactoză prezentă pentru laptele fără lactoză și 1 g/100 g pentru laptele cu un conținut scăzut de lactoză.

Majoritatea consumatorilor cu intoleranță la lactoză pot tolera până la 12 g de lactoză per porție, adică 240 ml / 8 fl.oz de lapte.

“De obicei, producătorii respectă îndeaproape standardele UE și naționale”, a adăugat purtătorul de cuvânt al EDA. În ceea ce privește alte categorii de alimente decât laptele, brânzeturile tari și moi (maturate) acestea “sunt în mod natural lipsite de lactoză și pot fi consumate de persoanele care au intoleranță la lactoză.



Bacteriile fermentează, ca parte a lactozei și o transformă în acid lactic în timpul procesului de coacere. Lactoză rămasă este apoi evacuată în timpul procesului de strecurare.

“Iaurturile și laptele fermentat cu culturi vii îmbunătățesc digestia lactozei la persoanele cu o proastă digestie a lactozei, după cum a confirmat EFSA.”

În Marea Britanie

În ceea ce privește Marea Britanie, Dairy UK a spus că nu există o legislație specifică care să determine când poate fi făcută o declarație “fără lactoză”.

“Cu toate acestea, se așteaptă ca, dacă un produs are o mențiune fără lactoză, nivelurile de lactoză sunt sub limitele de detectare”, a declarat pentru sursa citată un purtător de cuvânt al organizației.

“În ceea ce privește mențiunile de reducere a lactozei, Regulamentul (CE 1924/2006) prevede că produsul trebuie să conțină cu cel puțin 30% mai puțină lactoză, în comparație cu un produs similar.”

Intoleranța nu este același lucru cu alergia

Este posibil ca lipsa de standardizare a afirmațiilor de pe etichetă pentru produsele fără lactoză și cu un conținut redus de lactoză să provină din faptul că lactoză nu este un alergen.

Mai degrabă, incapacitatea de a digera lactoză este o afecțiune alimentară care variază ca severitate de la persoană la persoană, dar nu pune viața în pericol.

În schimb, companiile care comercializează produse lactate cu mențiuni legate de lactoză pe ambalaj, au un stimulent comercial pentru a livra produse care fac ceea ce spun ei pe cutie.

(Cf: “Country, regional, and global estimates for lactose malabsorption in adults: a systematic review and meta-analysis”)

ȘAPTE PROVOCĂRI ALE SISTEMULUI ALIMENTAR EUROPEAN

Nora Marin

Care sunt cele mai presante probleme ale sistemului alimentar din Europa pe care factorii de decizie ar trebui să le acorde prioritate, în raport cu consumatorii? Iată ce consideră important Observatorul European al Consumatorului (OEC)a, legat de această problemă.

Un cadru favorabil de politici alimentare

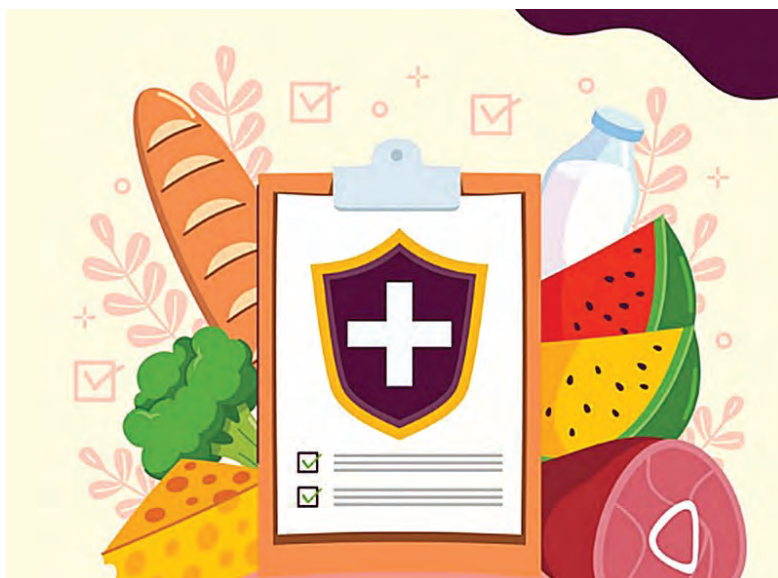
În timp ce Parlamentul European nou ales a preluat mandatul, ne aflăm într-un moment critic pentru viitorul sistemului alimentar al Europei. Avem ocazia de a dinamiza urmărirea unui cadru de politici favorabil pentru un sistem alimentar care este durabil, rezistent, sănătos și competitiv.

Dar, așa cum am văzut în legislatura anterioară, blocajul politic prezintă provocări. Mai multe dosare cheie legate de politicile alimentare legate de Acordul ecologic european și de strategia Farm to Fork au fost amânate sau diluate. La EIT Food, credem că gravitatea provocărilor de mediu, economice și sociale poate fi o forță unificatoare. Ceasul ticaie.

Aici evidențiem șapte oportunități și provocări ale sistemului alimentar cu care se confruntă noul Parlament. Ne bazăm pe discuțiile de la vocile principale de la Conferința 2023 Future of Food, care au fost rezumate în detaliu într-un raport post-eveniment.

1- O nevoie urgentă de legi îndrăznețe pentru alimente

Dezbaterile despre sustenabilitate prezintă adesea o alegere falsă. Fie protejăm și restaurăm mediile naturale ale Europei, fie menținem o economie competitivă. Dar nu le putem face pe amândouă. Drept urmare, legislația privind natura și clima au devenit din ce în ce mai politizate și polarizate.



Un exemplu important este Legea pentru restaurarea naturii - concepută pentru a păstra 30% din pământul și marea Europei pentru biodiversitate - care a fost adoptată în cele din urmă în iunie 2024, după ce a rămas blocată luni de zile.

“Nu putem rata avântul; noua Comisie trebuie să împuternicească actorii cheie pentru a permite ambiția Green Deal”, afirmă MŪnica AndrĖs EnrĖquez, Vicepreședinte Executiv pentru Europa, YARA International.

Instrumentele îndrăznețe ale politicii alimentare pot aduce rezultate pozitive pentru oameni, întreprinderi și planetă, oferind în același timp claritate investitorilor. Parlamentul European ar trebui să se angajeze ferm cu Comisia Europeană pentru a promova texte-cheie, cum ar fi Cadrul pentru Sisteme Alimentare Durabile (FSFS).

Acest lucru ar eficientiza politicile și reglementările existente și viitoare și ar promova coerența, ambiția și gândirea sistemică. Pentru Parlamentul european, provocarea este să lase deoparte diferențele politice. Legislația agroalimentară ambițioasă și cuprinzătoare este cheia pentru un sistem alimentar modern care funcționează pentru toată lumea.

2- Elaborarea politicilor alimentare incluzive, cu consumatorii în centrul atenției

De multe ori avem așteptări nerealiste de la factorii de decizie. Ne așteptăm ca aceștia să prevadă toate rezultatele posibile ale politicilor lor și ca cei afectați de politici să se comporte exact așa cum a fost planificat.

Lumea reală nu este niciodată atât de simplă. Politica alimentară este deosebit de complicată, deoarece se intersectează cu sănă-

tatea, clima, securitatea globală și multe altele. Cu toate acestea, elaborarea politicilor participative, angajându-se direct cu toate părțile interesate, poate face rezultatele politicilor mai previzibile.

Nu presupuneți niciodată ce gândesc și simt consumatorii despre alimente: întrebați-i. Observatorul Consumatorului EIT Food, centrul central al Europei pentru cunoștințele consumatorilor cu privire la subiectele agroalimentare, a dezvăluit că consumatorii europeni ar adopta o etichetă ecologică universală pentru produse și că mulți oameni sunt confuzi cu privire la alimentele ultraprocesate.

“Etichetarea poate funcționa doar ca parte a unui impuls mai răspândit asupra educației în ceea ce privește alimentația sănătoasă”, susține Marla Etessam Ilvaro, Dietetician și FutureFoodMaker.

Elaborarea politicilor ar trebui să reflecte nevoile și atitudinile consumatorilor. Dar în general, există mult loc de îmbunătățire. Potrivit celui mai recent raport EIT Food Trust, mai puțin de jumătate dintre europeni spun că au încredere în alimente.

Reconstruirea încrederii consumatorilor în sistemul alimentar poate fi ajutată făcând informațiile despre durabilitate mai fiabile și mai ușor de înțeles, prin mecanisme precum directiva privind declarațiile eco-

gice. Platformele de implicare publică, cum ar fi FoodUnfolded, pot ajuta, de asemenea, să reconectați oamenii cu originea alimentelor lor.

3- Cine plătește pentru agricultura durabilă?

Multe voci din întreaga societate cer pentru o producție alimentară mai durabilă. Dar până în prezent, sarcina pentru trecerea către producția alimentară mai durabilă a căzut în mare parte asupra fermierilor. Acest lucru vine pe lângă presiunile, de la scăderea marjelor de profit la obligațiile de mediu și lipsa tinerilor care intră în profesie.

“În ultimii 10 ani presiunea este în continuare aceeași, probabil mai mare. Ceea ce s-a schimbat este, pe de o parte, conștientizarea generală a acestei probleme și, pe de altă parte, soluțiile oferite de pionierii agriculturii regenerative pentru a face față acestor presiuni”, declară Federico San Bonifacio, fermier italian.

În cele din urmă, tranziția durabilă în agricultură este o decizie financiară care afectează toți contribuabilii din UE. În timp ce costul anual este estimat între 37 și 52 de miliarde EUR, prețul reacționării este la fel de substanțial. Degradarea solului costă 50 de miliarde EUR pe an, în timp ce bolile netransmisibile asociate cu dietele cresc costurile asistenței medicale.



Având în vedere amploarea Provocarea și riscurile insecurității alimentare, un mecanism de finanțare dedicat pentru tranziția agricolă este crucial. Europa necesită, de asemenea, o combinație mai bună de subvenții și investiții private.

Este necesară o coordonare mai puternică între Banca Europeană de Investiții, fondul european de investiții și bugetele regionale pentru a sprijini inovația locală și dependentă de context.

Mulți au subliniat, de asemenea, că subvențiile din politica agricolă comună (PAC) nu recompensează cu acuratețe practicile de mediu, o revizuire a condițiilor de plată poate fi un factor cheie al schimbării.

De asemenea, sunt necesare abordări colaborative mai aproape de

teren. Prin portofoliul de inovare regenerativă, EIT Food a angajat 15 milioane EUR pe trei ani, privind investițiile corporative private cu soluții inovatoare pilot. Prin adoptarea unei abordări bazate pe peisaj, schema poate reduce riscurile pentru fermele individuale și poate facilita schimbul de cunoștințe în cadrul regiunilor.

4- Asigurarea că fermierii pot accesa date fiabile

În căutarea unui sistem alimentar net zero, agricultura regenerativă este un câștig pentru toate. Poate consuma mai puțin carbon decât agricultura convențională, iar solurile sănătoase pot stoca mai mult carbon. Dar fără acces la date relevante și accesibile, fermierii lucrează în întuneric. Producătorii de alimente trebuie să vadă dacă schimbările au efectele pozitive scontate.

“De ce fel de date avem cu adevărat nevoie?”, întreabă public Dr Claudia Schapp de la Oficiul Federal pentru Agricultură și Alimentație din Germania?

Până în 2028, fermierii ar trebui să poată accesa datele producției de carbon la fel de ușor ca și alte valori, cum ar fi achiziționarea de furaje. Pentru a deveni realitate, sunt necesare investiții suplimentare pentru dezvoltarea infrastructurii și a conectivității în Europa.

Și costurile pentru tehnicile de colectare a datelor, cum ar fi sondele de sol, imaginile prin satelit și IA trebuie reduse. La nivelul UE,



metodologiile de certificare a eliminării carbonului ar trebui să fie coerente și procedurile de laborator armonizate.

Datele pot ajuta, de asemenea, fermierii să îmbunătățească recoltele și să anticipeze provocări precum seceta și bolile culturilor. Costurile pot fi reduse prin inițiative care permit partajarea cunoștințelor și a resurselor între ferme, fermierii având întotdeauna un cuvânt de spus în modul în care datele lor sunt colectate, utilizate și partajate. Inovatorii pot fi asistați prin proiecte precum Test Farms, care creează o punte între noua tehnologie și aplicațiile agricole.

5- Construirea de noi competențe în cadrul forței de muncă din sistemul alimentar

Provocările legate de alimentație evoluează rapid; la fel sunt și abilitățile necesare pentru a le aborda. Tinerii ar trebui să fie împuterniciți la nivel global să dezvolte capacități de conducere și să contribuie la modelarea viitorului alimentației.

Un exemplu excelent este programul de învățare online Girls Go Circular, care a dotat peste 40.000 de școlari cu vârsta între 14 și 19 ani din Europa cu abilități digitale și antreprenoriale. Sunt necesare economii circulare pentru un sistem alimentar mai durabil, prin utilizarea mai eficientă a resurselor și valorificarea risipei alimentare.

Oamenii din toate etapele carierei lor ar trebui să aibă acces la oportunități de educație și dezvoltare. Prin intermediul serviciilor sale de învățare, EIT Food își construiește abilitățile și

competențele în sistemul alimentar european, de la formarea concentrată pentru fermieri și industrie, până la programul său de master în știință în sistemul alimentar.

Sistemul alimentar al Europei poate deveni mai rezistent prin îmbrățișarea tehnologiilor emergente, cum ar fi inteligența artificială și robotica. Toate părțile interesate pot contribui la construirea competențelor necesare pentru a lucra cu aceste tehnologii perturbatoare și pentru a gestiona riscurile acestora.

O sursă bună va fi Inițiativa Deep Tech Talent, care solicită industriei să ajute la calificarea a un milion de oameni în domeniile tehnologice profunde până la sfârșitul anului 2025.

6- Crearea de parteneriate solide public-privat

Dezbaterile despre influența sectorului privat în Europa au fost o caracteristică de lungă durată a Parlamentului European. Dar sunt interesele într-adevăr la fel de împărțite pe cât o înfățișează unii? Numai în termeni economici, viabilitatea pe termen lung a majorității industriilor se bazează într-o oarecare măsură pe sănătatea și durabilitatea resurselor naturale.

“Trebuie să aducem diferiți jucători împreună, dacă vrem să avem un impact la nivelul întregului sistem”, este de părere Iliana Ivanova, comisar european pentru inovare, cercetare, cultură, educație și tineret.

În cadrul unei guvernări corecte, parteneriatele public-private vor fi o parte esențială a tranziției sistemelor alimentare. Ele pot sti-



mula colaborarea, schimbul de cunoștințe și partajarea resurselor între guverne, întreprinderi și organizațiile societății civile.

În mod crucial, colaborările public-private pot spori eforturile existente. Acesta este conceptul din spatele Cadrului de finanțare cu impact, prin care EIT Food cofinanțează și co-resurse programe care se aliniază cu cele trei misiuni principale ale noastre de a: Îmbunătăți impactul dietei asupra obezității și bolilor netransmisibile Reduce daunele asupra mediului legate de sistemul alimentar Face față amenințărilor reprezentate de integritatea alimentară și lanțurile complexe de aprovizionare.

7- Faceți din dietele sănătoase, sigure și durabile alegerea ușoară pentru toți

Știința este din ce în ce mai clară. Dietele bogate în alimente ultra-procesate pot crește riscul apariției unor cca pacienții, supraponderalitatea și obezitatea, împreună cu alte boli netransmisibile. Dar simpla avertizare asupra riscurilor pentru sănătate nu este suficientă. Dietele sănătoase ar trebui să devină cea mai convenabilă și accesibilă alegere pentru toată lumea. Politicile care vizează schimbarea dietelor ar trebui să fie bazate pe informații din știința comportamentală. Mai degrabă decât instrumente de politică clare, obiectivul ar trebui să fie dezvoltarea unor

medii alimentare în care consumatorii sunt îndemnați să aleagă opțiuni sănătoase și durabile.

Think tank-urile sunt un alt instrument util pentru a se angaja cu provocările complexe ale sistemului alimentar. Grupurile de reflecție ale EIT Food privind diversificarea proteinelor și îmbătrânirea sănătoasă reunesc experți din politica alimentară și din industrie pentru a aborda provocările comune.

În sondajele efectuate în rândul consumatorilor, prețul, confortul și gustul sunt în mod regulat pe primul loc pentru a determina comportamentul consumatorilor. Așadar, o altă prioritate ar trebui să fie promovarea cooperării cu industria alimentară pentru a reformula produsele, a reduce dimensiunile porțiilor și a promova opțiuni mai sănătoase.

Inovațiile în acest spațiu ar putea fi accelerate prin eficientizarea procesului de aprobare a alimentelor noi în Europa. De asemenea, revigorarea Strategiei UE pentru protecție poate asigura că provocările de sănătate și de mediu sunt abordate într-o manieră comună.

(Conform: EIT Food: A Supportive Policy Framework For Food Systems Transformation (2024); Euractiv: EU countries rubber-stamp Nature Restoration Law after months of deadlock)






Meat Systems

Meat Systems importa si distribuie in Romania membrane artificiale, condimente, adjuvanti, materiale de ambalare a produselor alimentare si acorda consultanta tehnologica pentru industria carni



Meat Systems SRL
 str. Fântâna nr.38 - Metaloglobus, sector 2. 021805 București
 tel.: 021-209.90.66, fax: 021-209.90.65
 e-mal: office@meatsystems.ro - www.meatsystems.ro
Puncte de distribuție: Bacău - tel.: 0234-579.995, 0726-158.764

Kalle
 Tradition Δ Commitment Δ Vision
 MEMBRANE ARTIFICIALE


VAN HEES
 We know how!
 CONDIMENTE SI ADJUVANTI


 MEMBRANE COLAGENICE
 COMESTIBILE PENTRU
 CRENVURSTI SI CARNATI

CREȘTEREA SUSTENABILITĂȚII UNUI LANȚ LOGISTIC ÎN INDUSTRIA ALIMENTARĂ

Mircea Demeter

Industria alimentară joacă un rol esențial în asigurarea securității alimentare globale, dar contribuie semnificativ la impactul negativ asupra mediului. Lanțurile logistice din această industrie sunt complexe și implică multiple etape, de la producția materiilor prime la distribuția produselor finite către consumatori. Pentru a reduce impactul asupra mediului și a răspunde cerințelor crescânde ale consumatorilor pentru produse sustenabile, este crucial ca lanțurile logistice să adopte practici mai ecologice, după cum se arată în raportul *ÖSustainability in the European food supply chain*, elaborat de Comisia Europeană.

Importanța sustenabilității în lanțurile logistice

Sustenabilitatea în lanțul logistic al industriei alimentare este esențială pentru reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, a deșeurilor și a consumului de resurse naturale.

Această abordare nu doar că sprijină obiectivele globale de mediu, dar contribuie și la creșterea eficienței operaționale și la reducerea costurilor pe termen lung.

Consumatorii sunt din ce în ce mai preocupați de impactul produselor alimentare asupra mediului, ceea ce determină companiile să așteargă soluții sustenabile pentru a-și menține competitivitatea pe piață.



Strategii pentru creșterea sustenabilității

1. Optimizarea transportului

Transportul este o componentă majoră a lanțului logistic și contribuie semnificativ la emisiile de CO2.

- **Utilizarea vehiculelor electrice sau hibride:** Acestea reduc considerabil emisiile de gaze cu efect de seră.



- **Planificarea rutelor eficiente:** Implementarea unor sisteme avansate de management al transportului (TMS) poate reduce distanțele parcurse și consumul de combustibil.

- **Transportul intermodal:** Combinarea diferitelor mijloace de transport, cum ar fi calea ferată și transportul rutier, poate reduce costurile și emisiile.

2. Reducerea deșeurilor alimentare

Deșeurile alimentare reprezintă o problemă majoră în industria alimentară. Gestionarea lor eficientă poate avea un impact pozitiv asupra sustenabilității lanțului logistic.

- **Monitorizarea și prognozarea cererii:** Utilizarea tehnologiei pentru a previziona cererea și a ajusta producția poate preveni surplusurile.

- **Colaborarea cu băncile de alimente:** Produsele care sunt încă bune pentru consum, dar care nu pot fi vândute, pot fi donate pentru a reduce risipa.

- **Compostarea și reciclarea:** Deșeurile alimentare pot fi transformate în compost sau utilizate pentru producerea de biogaz.

3. Ambalaje sustenabile

Ambalajele joacă un rol critic în protejarea produselor alimentare, dar pot genera cantități mari de deșuri.

- **Materiale biodegradabile și reciclabile:** Utilizarea acestor materiale reduce poluarea.

- **Reducerea ambalajului excesiv:** Designul minimalist al ambalajelor poate diminua cantitatea de deșuri.

- **Inovații în ambalaje:** Tehnologiile inteligente, cum ar fi etichetele care indică prospețimea produsului, pot contribui la reducerea risipei alimentare.

4. Eficiența energetică în depozite

Depozitele sunt mari consumatoare de energie, mai ales cele care necesară refrigerare.

- **Sisteme de iluminat LED:** Acestea consumă mai puțină energie decât becurile convenționale.

- **Energie regenerabilă:** Instalarea panourilor solare sau utilizarea altor surse regenerabile poate reduce amprenta de carbon.

- **Sisteme de management al energiei:** Monitorizarea consumului energetic și implementarea soluțiilor automatizate pentru optimizare.

OFFSET

DIGITAL



Servicii tipografice complete

- flyere • mape • foi cu antet
- cărți de vizită • pliante • broșuri • afișe
- bannere, mesh-uri, autocolante
- printuri de mari dimensiuni
- personalizări prin serigrafie,
tampografie sau transfer termic pe orice tip
de suport pentru orice gamă de obiecte
promoționale
- agende • calendare
- multiplicări și inscripționări dvd-uri
- etichete autocolante personalizate

Echipa noastră de profesioniști vă stă la dispoziție oricând pentru consultanță în alegerea soluției optime pentru dumneavoastră.

Putem executa în tipografia noastră o gama largă de lucrări, în orice tiraj, offset sau digital, în funcție de nevoile dumneavoastră.

Finisarea acestor lucrări este variată: capsare sau broșare, celofanare mată sau lucioasă etc.

Apelați cu încredere la serviciile noastre.

Vă putem consilia on-line sau la adresa:

infoGROUP

Str. Valea Merilor nr.45,

Sector 1, București

Tel. : +4 021 223 25 21

Email: office@infogroup.ro

www.infogroup.ro



5. Digitalizarea și utilizarea tehnologiilor avansate

Transformarea digitală joacă un rol crucial în creșterea sustenabilității.

- **Blockchain:** Asigură trasabilitatea produselor alimentare și transparența în lanțul logistic.

- **Internet of Things (IoT):** Senzorii pot monitoriza condițiile de transport și depozitare pentru a preveni pierderile.

- **Inteligența artificială:** Optimizarea proceselor logistice prin analiza datelor poate reduce costurile și impactul asupra mediului.

Beneficiile sustenabilității în lanțurile logistice

Implementarea practicilor sustenabile aduce multiple beneficii, inclusiv:

1. Reducerea costurilor: Optimizarea resurselor și reducerea risipei conduc la economii semnificative.

2. Creșterea loialității clienților: Consumatorii apreciază companiile care adoptă practici ecologice.

3. Respectarea reglementărilor: Multe guverne impun standarde stricte privind sustenabilitatea.

4. Avantaj competitiv: Companiile sustenabile se diferențiază pe piață și atrag investitori preocupați de responsabilitatea socială.

Oportunitatea transformării

Creșterea sustenabilității în lanțul logistic al industriei alimentare nu este doar o necesitate morală, ci și o oportunitate de a transforma industria într-una mai eficientă și rezilientă.

Prin adoptarea tehnologiilor avansate, optimizarea proceselor și reducerea impactului asupra mediului, companiile pot contribui la un viitor mai sustenabil și pot răspunde așteptărilor tot mai mari ale consumatorilor și ale societății. Astfel, industria alimentară poate deveni un exemplu de sustenabilitate în economia globală.

În acest sens, Uniunea Europeană a implementat recent mai multe reglementări menite să sporească sustenabilitatea lanțurilor logistice în industria alimentară. Iată câteva dintre cele mai relevante, cu mențiunea că unele dintre ele sunt supuse unor amânări, ca urmare a cererilor industriei:

Directiva privind Raportarea Corporativă de Sustenabilitate (CSRD)

Începând cu 2025, Directiva CSRD impune companiilor obligația de a raporta emisiile de CO₂ pe întregul lanț de aprovizionare, inclusiv emisiile indirecte din transport (Scope 3). Această măsură vizează creșterea transparenței și responsabilității corporative în



cea ce privește impactul asupra mediului.

Reglementări privind defrișările asociate produselor agroalimentare

Comisia Europeană a decis amânarea cu un an a implementării reglementării care impune ca produsele agroalimentare importate în UE să provină din terenuri care nu au fost defrișate recent. Deși această amânare a generat îngrijorări, reglementarea rămâne o componen-

tă esențială a agendei verzi a UE, având ca scop reducerea impactului negativ asupra mediului.

Norme privind emisiile pentru vehiculele de transport (Euro 7)

De asemenea, Comisia Europeană a decis amânarea cu doi ani a implementării noilor norme de emisii Euro 7, care vizează reducerea emisiilor poluante ale vehiculelor, inclusiv a celor utilizate în transportul de mărfuri.

Aceste norme sunt esențiale pentru diminuarea impactului transportului asupra mediului și pentru promovarea unor practici logistice mai sustenabile.

Este important de menționat că, deși unele reglementări au fost amânate, angajamentul Uniunii Europene față de sustenabilitate rămâne ferm. Companiile din industria alimentară sunt încurajate să adopte proactiv practici sustenabile, anticipând reglementările viitoare și contribuind la obiectivele de mediu ale UE



DEPOZITARE EFICIENTĂ PENTRU INDUSTRIA ALIMENTARĂ CU MOVO ȘI PALLET SHUTTLE

Maximizarea spațiului în depozitele frigorifice

Industria alimentară se confruntă cu provocări complexe în ceea ce privește depozitarea, în special în medii reci și congelate, unde optimizarea spațiului și reducerea costurilor operaționale sunt esențiale. Soluțiile de depozitare de mare densitate, cum sunt rafturile mobile pentru paleți MOVO și sistemul automatizat cu navetă radiocomandată Pallet Shuttle, sunt ideale pentru a răspunde acestor cerințe.

Rafturile pe baze mobile MOVO sunt proiectate pentru a crește capacitatea de depozitare prin eliminarea culoarelor fixe și utilizarea inteligentă a spațiului disponibil. Montate pe șine, aceste sisteme permit acces individual la paleți și pot funcționa eficient chiar și la temperaturi de -30C, reducând amprenta la sol și costurile de operare. Avantajele MOVO includ:

Creșterea cu până la 80% a capacității de depozitare în același spațiu existent.

Reducerea consumului de energie prin necesitatea unui volum mai mic de aer răcit.

Flexibilitate ridicată, adaptabilă pentru diverse tipuri de produse alimentare și băuturi.

Pallet Shuttle - Automatizare pentru eficiență maximă

Sistemul Pallet Shuttle (rafturi cu navetă radiocomandată) oferă o alternativă avansată la soluțiile Drive-in, permițând plasarea și extragerea paleților prin intermediul unei navețe autonome, eliminând

necesitatea ca un stivuitor special să pătrundă în canalul de depozitare.

Pentru companiile care doresc un grad mai mare de automatizare, Shuttle-ul automatizat pentru paleți este o soluție inovatoare care reduce timpul de manipulare și optimizează spațiul. Acest sistem permite:

Depozitare de mare densitate, prin eliminarea necesității de culoare între rafturi.

Manipulare rapidă și eficientă a paleților, cu intervenție umană minimă.

Compatibilitate cu depozitele frigorifice, funcționând în condiții de temperaturi scăzute.

Prin utilizarea MOVO și Pallet Shuttle, companiile din industria alimentară pot optimiza depozitarea, îmbunătăți trasabilitatea produselor și POT reduce costurile operaționale, asigurând în același timp respectarea celor mai stricte norme de igienă și siguranță.



Rafturi pe baze mobile MOVO

Sistemul automatizat Pallet Shuttle

MANAGEMENTUL SCANDALULUI: CUM POT EVITA MĂRCILE SĂ FIE SCUFUNDATE DE PRESA NEGATIVĂ?

Nora Marin

Reputația este totul pentru mărcile de alimente și băuturi. Dar ce se întâmplă dacă un brand are parte de comentarii negative în presă? Pierde clienți? În acest caz, îi poate aduce înapoi? Iată ce recomandă specialiștii de la Qualtrics, citați de FoodNavigator.

Piatra de temelie

Loialitatea mărcii este piatra de temelie a oricărei companii de succes în domeniul alimentației și al băuturilor. Și această loialitate se bazează pe încrederea consumatorilor.

“Loialitatea mărcii ar putea însemna diferența între atingerea sau ratarea țintelor de venit”, spune un purtător de cuvânt al companiei de dezvoltare a mărcii, Qualtrics.

Deci, ce se întâmplă dacă această încredere este ruptă de presa negativă? Se pierde încrederea pentru totdeauna? Clienții vor merge în altă parte? Și poate fi restabilită încrederea înainte de a duce la ruina financiară?

Mai întâi, trebuie să răspundem la următoarea întrebare: Cum influențează presa negativă vânzările?

Deși niciun brand nu dorește să primească presă negativă, acest lucru s-ar putea întâmpla cu ușurință. Și, cu cât o marcă devine mai mare, cu atât va fi mai atentă la ce se spune ori se scrie despre ea. Dar, marea întrebare este: Va afecta vânzările? Și răspunsul este, aproape sigur, da.

Potrivit unui sondaj recent realizat de firma de cercetare a consumatorilor Cluey, 95% dintre respondenți au confirmat că atenția negativă a presei a afectat opinia lor despre o marcă în trecut. În plus, 89% au spus că atenția negativă le-a afectat de fapt comportamentul de cumpărături. Dar cât de semnificativ este afectat acel comportament și cât va dura impactul negativ?



Acest lucru poate depinde de o serie de factori, inclusiv care este știrea negativă, cine a fost afectat și modul în care marca răspunde la problemă. De exemplu, Coca-Cola s-a confruntat cu reacții din partea grupurilor ecologiste în 2020, după ce a fost clasată pe primul loc în lume ca poluator de plastic.

Gigantul băuturilor răcoritoare a răspuns afirmând că nu va abandona sticlele de plastic, declarând că sunt populare în rândul clienților, iar vânzările nu au fost afectate.

Prin comparație, marca britanică BrewDog s-a confruntat cu mai multe știri negative. În special, producătorul de bere și băuturi spirtoase a fost criticat pentru retorica transfobă în 2015, ceea ce a determinat 8.000 de persoane să semneze o petiție împotriva mărcii. Morala poveștii este aceea că deranjează clienții, iar asta înseamnă că există o problemă.

Cum perceam consumatorii presa negativă?

Modul în care consumatorii percep presa negativă este, de asemenea, puternic influențat de modul în care clienții fideli se comportau față de o marcă înainte de apariția știrilor negative. Încrederea în industria alimentară și a băuturilor este în scădere, astfel încât loialitatea mărcii este mai importantă ca niciodată.

“Loialitatea față de marcă este incredibil de puternică pentru orice companie”, a declarat Amanda Thurston, consultant PR pentru mărcile de alimente și băuturi, pentru FoodNavigator. “Crearea unei co-

nexiuni emoționale puternice cu clienții înseamnă că aceștia sunt mai probabil să rămână loiali în fața presei negative.”

Acest lucru s-a dovedit a fi adevărat pentru mărcile majore, inclusiv pentru Nestlé, care continuă să domine piața, în ciuda știrilor negative, cum ar fi recentul scandal pentru formulele pentru bebeluși.

Între timp, gigantul de cofetărie Mondelez Internațional, a dovedit puterea loialității clienților, înfruntând povești negative, cum ar fi shrinkflation, unde au redus dimensiunea produselor, în ciuda vânzărilor care continuă să crească.

Marca a crescut, de asemenea, costurile produselor ca urmare a creșterii prețurilor mărfurilor, directorul executiv Dirk Van de Put confirmând că va exista o “creștere directă a prețurilor” pentru consumatori.

Dar un motiv pentru care au trecut nevățamați prin această situație este transparența cu care au abordat situația. Ar putea fi, de asemenea, un rezultat al “părtinirii negative”.

Ce este părtinirea negativă și cum poate crește vânzările?

Prejudicata negativă este tendința de a acorda mai multă atenție informațiilor negative decât informațiilor pozitive. Mărcile pot beneficia de acest lucru, deoarece își pot pune numele și produsele în prim-planul minții consumatorilor și, de fapt, pot crește profilul mărcii.



“Prejudecata negativă este un fenomen psihologic adânc înrădăcinat în istoria noastră evolutivă”, spune strategul de afaceri, Shah Mohammed. “Este tendința creierului nostru de a acorda mai multă atenție, de a-și aminti și de a fi influențați de informațiile negative, în comparație cu informațiile pozitive sau neutre. Și este un fenomen pe care mărcile inteligente au stăpânit arta exploatarea acestui lucru.”

Unele mărci își recunosc în mod intenționat propriile defecte sau vulnerabilități, creând un sentiment de autenticitate și relatabilitate. Acest lucru poate stimula o percepție mai pozitivă, deoarece consumatorii apreciază onestitatea.”

Deși, din nou, este important să ne amintim că acest lucru va depinde de tipul de știri negative și de modul în care acestea sunt comunicate consumatorilor. Veștile negative vor apărea, de asemenea, probabil pe neașteptate. Deci, cum pot mărcile să returneze un rezultat mai pozitiv din știrile negative?

Cum își pot recupera mărcile valorile din presa negativă?

Cel mai bun mod de a vă recupera după știrile negative este să faceți o schimbare. Acest lucru le va arăta consumatorilor că recunoașteți eroarea și că ați căutat să remediați, mai degrabă, decât să ignorați problema. Și se pare că majoritatea mărcilor recunosc acest lucru.

“Din experiența mea, atunci când companiile alimentare primesc presă negativă, este mai probabil să facă schimbări pozitive în produsele lor”, a

declarat Vani Hari, autor și activist alimentar, pentru FoodNavigator.

“De exemplu, când am descoperit în 2013 că Kraft producea celebrele lor Mac & Cheese în alte țări fără coloranți artificiali, în timp ce au folosit Yellow 5 și Yellow 6 în SUA, am fost atât de revoltat încât am început o petiție. Această petiție a primit o atenție majoră în presă și a strâns aproape 400.000 de semnături.

Am fost la talk-show-uri naționale din programele de dimineață și am făcut nenumărate interviuri cu presa. Acest lucru a pus o presiune enormă asupra Kraft pentru a face ceea ce trebuie și, din fericire, acum avem Kraft Mac & Cheese fără coloranți artificiali.”

Răspunsul bine gestionat

Dar, mai mult decât atât, este posibil ca mărcile să transforme presa negativă într-o presă pozitivă, dacă răspunsul este bine gestionat. “Contează modul în care reacționezi”, spune consultantul PR Thurston.

“Un brand care reacționează rapid și clar, cu onestitate și integritate, are potențialul de a prelua controlul asupra narațiunii și chiar de a o întoarce în favoarea lui. Oatly este un exemplu. În loc să se ferească de publicitatea negativă primită în legătură cu afirmațiile de mediu, brandul a acceptat-o, construind o întreagă campanie în jurul său pentru a spune partea sa a poveștii și pentru a rectifica greșelile făcute. Acum, în ciuda provocărilor sale, 36% dintre toți consumatorii de lapte alternativ din Marea Britanie cumpără marca.”

Cu toate acestea, mărcile ar trebui să

se asigure că înțeleg pe deplin problema, înainte de a încerca să o remedieze.

“Când citiți comentarii negative despre afacerea sau marca dumneavoastră, există adesea tendința de a reacționa rapid în apărare”, a declarat Emily Blewett, co-fondatoare Spring & Tonic PR, pentru FoodNavigator.

Companiile se pot confrunta, de asemenea, cu presa negativă despre marca lor, bazată pe opinie. Acest lucru nu poate fi neapărat schimbat și, uneori, este mai bine să lăsați situația în pace.

“Oamenii au dreptul la opinia lor, iar acesta este ceva ce nu poate fi controlat”, spune Blewett. “Dacă este posibil, vă sfătuim să faceți un pas înapoi și să vă acordați timp să vă gândiți înainte de a face sau a spune ceva.”

Trei întrebări cheie

Ea sfătuiește mărcile să ia în considerare trei întrebări cheie:

- 1-Trebuie sa raspunzi?
- 2-Ce se poate câștiga din acest lucru?
- 3-Vrei să evitați să adăugați combustibil la foc Ai greșit ceva pentru care trebuie să-ți ceri scuze?

Și, dacă decideți că trebuie să răspundeți, asigurați-vă că vă planificați abordarea.

“În afaceri, lucrurile nu merg întotdeauna conform planului”, spune Thurston. Mai mult decât atât, contează modul în care reacționezi când lucrurile merg prost.

Sfaturi de top pentru mărcile care se confruntă cu presa negativă

Pregătiți-vă: Gândiți-vă cu atenție la mesajele dumneavoastră și la modul în care doriți să interacționați cu părțile interesate și cu mass-media.

Fii sincer: Onestitatea este întotdeauna cea mai bună politică. Răspundeți rapid, cu transparență și nu reține informații și nu evita problema în mână.

Fiți încrezător și clar: Asigurați-vă că purtătorul de cuvânt este clar în ceea ce privește mesajele pe care doriți să le transmiteți și are încredere în gestionarea întrebărilor dificile.

Planificați din timp strategii de criză: Punerea în aplicare a unui plan de comunicații de criză va face o navigare mai lină spre recuperare. Aceasta ar trebui să includă responsabilități, proceduri și modele pentru declarațiile de presă.

În plus, asigurându-vă că purtătorul de cuvânt este pregătit pentru mass-media, acest lucru vă va ajuta, de asemenea, să oferiți jurnaliștilor instrumentele de care au nevoie, dar care, finalmente, să se dovedească a fi utile companiei și mărcii dumneavoastră.



COORDONATE DE MOMENT ALE CONSUMULUI ȘI RETAILULUI ALIMENTAR

Emilia Ștefan

Pentru sectorul alimentar european, anul 2024 a fost tot despre inflație. Pentru alimentele europene, inflația a fost în medie de 12,8 la sută, atingând cel mai ridicat nivel de la sfârșitul celui de-al doilea Război Mondial.

Presiune pe portofel

În timp ce condițiile nefavorabile de piață pun o presiune asupra portofelelor și marjelor consumatorilor, aceștia sunt presați de creșterea costurilor. Dar, există semne de speranță: inflația s-a stabilizat, salariile reale cresc, iar mai puțini consumatori indică intenția de a tranzacționa în scădere.

Pornind de la aceste realități, se pun câteva întrebări care pot indica modul în care va funcționa retailul alimentar european în anul 2025. Acestea sunt următoarele:

Cum pot comercianții să atenueze creșterile suplimentare ale costurilor și să-și îmbunătățească marjele?

Cum pot determina creșterea rentabilității și impulsionarea vânzărilor de alimente?

Ce ne rezervă viitorul pentru ca mâncarea să se vândă și mai mult?

Vor fi atinse obiectivele de sustenabilitate?

Ce trebuie să se întâmple pentru ca jucătorii să ajungă mai consistent pe piața de alimente online?

Cum pot băncii să dezvolte afaceri media de vânzare cu amănuntul, care sprijină rentabilitatea în mod fiabil?

Unde ar trebui să investească băncii în IA și analiză avansată, pentru a obține cel mai mare impact?



În cele din urmă, într-o lume a piețelor reduse ale forței de muncă, cum pot atrage comercianții cu amănuntul de produse alimentare și cum pot păstra talentul potrivit pentru creșterea viitoare?

Iată câteva răspunsuri extrase din raportul "Signe of Hope-The State of Grocery Retail 2025", realizat de Comisia Europeană împreună cu McKinsey și Euro-Commerce.

Din nou totul despre preț

Vânzările de produse alimentare în Europa au crescut cu 8,6% în 2024. Această creștere a fost rezultatul prețului alimentelor care a crescut cu 12,8%, care a determinat un efect de 2% de scădere procentuală a volumului. Aceasta înseamnă că vânzările de alimente în termeni reali au scăzut din nou, iar acum sunt cu 4,5% sub nivelurile din 2019.

Această scădere, față de 2019, este determinată de un volum mic creștere de 0,3 la sută și o scădere a prețului per element în termeni reali cu 4,8 la sută. În timp ce inflația s-a diminuat semnificativ în cursul 2024, ea a fost încă factorul dominant care afectează industria.

Creșterea prețurilor la alimente în Europa a fost egală sau mai mare, atingând un vârf de 19,0 la sută în martie 2023 și o medie de 12,8 la sută pentru întregul an 2024.

Salariile reale au fost comprimate în 2022 și în cea mai mare parte a anului 2023. Acest lucru a pus o presiune severă asupra multor gospodării bugetele și asupra puterii de cumpărare redusă a consumatorilor. Creșterile salariale de 6,3 la sută în UE-27, în a doua jumătate a anului 2023, au adus o oarecare ușurare pentru consumatori, dar nu toate țările au revenit la nivelurile salariale din 2019 în mod real termeni.

Drept urmare, consumatorii au făcut tranzacții în scădere semnificativă în 2023 și 2024, iar mărcile private și discounterii au beneficiat de acest lucru. Ponderele mărcii private a crescut substanțial, cu 1,8 puncte procentuale, la 38,0 la sută din vânzări în 2024, de la 36,2 în 2022.

Discounterii au câștigat încă 0,8 puncte procentuale în cota de piață în medie, și la cel puțin 1,0 punct procentual în Belgia, Germania, Polonia, Suedia și Regatul Unit. Ponderele supermarketurilor a rămas stabilă la 37,2 la sută în Europa.

Supermarketurile din Italia, Olanda, Portugalia și Spania au găsit strategii pentru a reuși, în ciuda presiunii ridicate a prețurilor și chiar au atins creșteri ale cotei de piață cu 0,5 până la 0,8 puncte procentuale.

Vânzările online au rămas stabile, la 6 la sută din



totalul vânzărilor de produse alimentare, cu diferențe semnificative între țări. Franța a avut cel mai mare câștig online, cu 0,5 puncte procentuale, în timp ce canalul online a pierdut cotă de piață în Suedia (-1,2 puncte procentuale), Regatul Unit (-0,7) și Italia (-0,5), precum și în Belgia, Țările de Jos și Portugalia (-0,2).

Odată cu diminuarea inflației spre sfârșitul anului, evoluția a pieței alimentare s-a îmbunătățit. Scăderile de volum au încetinit de la trimestrul la trimestru și s-a apropiat de zero în al patrulea trimestru al 2024.

2025: Semne de speranță?

Datele dau semne de speranță pentru 2025. În timp ce primele câteva luni din 2024 au fost încă provocatoare, deoarece economia s-a confruntat cu efectele secundare ale inflației ridicate, fundamentele se îmbunătățesc încet. În general inflația este de așteptat să se stabilizeze în jurul valorii de 2 la sută, cu inflația alimentară ușor sub pe scurt spre mediu termen.

Se așteaptă ca salariile reale să crească. Volumul de mărfuri de băcănie a încetat să scadă și chiar a început să crească în unele piețe. În plus, consumatorii spun că intenționează să cumpere mai mult decât au făcut-o în 2024. Dacă această tendință se menține, ne așteptăm ca volumul de produse alimentare din Europa să revină pe creștere, în a doua jumătate a anului 2025.

Datele arată, de asemenea, diferențe mari între țări și segmente de consumatori. În unele țări, inclusiv Germania, consumatorii raportează o intenție puternică pentru a reduce tranzacțiile în jos și pentru a începe



din nou tranzacționarea în sus selectiv. Pe alte piețe, consumatorii sunt încă mai puțin optimiști, cu privire la viitor (de exemplu, în Italia și Elveția).

Prin urmare, ne așteptăm ca performanța pe piață în Europa în 2025 să fie destul de eterogenă, cu semnificative diferențe între țări. Ne așteptăm ca același lucru să fie valabil și pentru segmentele de consumatori. De exemplu, gospodăriile cu venituri mici sunt încă tranzacționate în scădere, în timp ce gospodăriile cu venituri mari intenționează să schimbe din nou anumite ocazii sau în categorii selectate.

Manageri îngrijorați

Managerii din retail rămân îngrijorați,

deși mai puțin ca anul trecut. 76 % dintre managerii comerțului alimentar cu amănuntul european rămân îngrijorați de provocări condițiile pieței. Iar 36 % așteaptă ca realitățile de piață să devină mai proaste decât în anul anterior (în scădere de la 44 la sută în 2023, și 60 la sută în 2022), în timp ce 40% se așteaptă ca piața să rămână la fel.

Directorii generali sunt în special îngrijorați de prețuri și inflație. Acestea fiind spuse, CEO din Europa Centrală și de Est sunt ceva mai puțin pesimiști decât semenii lor din Europa de Vest. Doar 29 % dintre directorii generali din Europa Centrală și de Est se așteaptă ca condițiile de piață să se înrăutățească, comparativ cu 50 procente, în Europa de Vest.

Oricum, agenda 2025 a CEO de produse alimentare rămâne similară cu cea precedentă. Creșterea presiunii în marjă și tranzacționarea în scădere sunt din nou pe primele două poziții, cu mult înaintea celorlalte priorități.

Dar, iată tendințele pentru anul 2025.

Rentabilitatea comercianților a scăzut, iar presiunea nu va dispărea

Marjele au scăzut atât pentru comercianții cu amănuntul de produ-

se alimentare, cât și pentru companiile de mărfuri ambalate. În timp ce comercianții cu amănuntul de produse alimentare au pierdut 0,4 procente puncte de marjă EBITDA, în acea perioadă, companiile CPG a pierdut 1,3 puncte.

Cu toate acestea, 2024 a urmat diferite traiectorii. Retailerii pierdeau încă 0,3 procente puncte din cauza creșterilor suplimentare ale costurilor, în timp ce companiile CPG au câștigat înapoi 0,8 puncte procentuale și au transferat creșterile de costuri către comercianții cu amănuntul.

În 2025, comercianții cu amănuntul de alimente vor continua să simtă o presiune pe marjă. Principalul motor în 2025 este creșterea costurilor forței de muncă.

Pentru a-și îmbunătăți marjele, comercianții cu amănuntul sunt așteptați să facă o intensificare a negocierilor cu furnizorii și să intensifice activitatea de cumpărare prin alianță, concomitent cu eforturile de consolidare. În 2024, am văzut intense negocieri cu furnizorii. În acest an ne așteptăm să vedem negocieri și mai intense.

Alianțele de cumpărare câștigă putere, precum parteneriatul dintre





Auchan și IntermarchÉ. Între timp, activitatea de fuziuni și achiziții este de așteptat să rămână ridicată, un exemplu fiind achiziția de către Reitan a majorității rețelei de magazine ALDI din Danemarca.

Consumatorii vor continua să economisească bani

Majoritatea grupurilor de consumatori încă intenționează să tranzacționeze în scădere în 2025. Peste 45 la sută dintre consumatorii europeni au spus că mai caută modalități de a economisi bani la cumpărături. Totuși, acest număr este mai mic decât anul trecut.

Înșă, în timp ce tranzacționarea în scădere este încă foarte răspândită în rândul celor cu venituri mici, am văzut intenția netă a gospodăriilor cu venituri mari de a cumpăra mai multe alimente de înaltă calitate sau produsele ecologice au crescut în continuare la începutul anului 2024.

Așteptăm așadar pentru a vedea downtrading și uptrading în același timp, în funcție de grupul de consumatori și de geografie. Rezultatele sondajului consumatorilor variază foarte mult de la un loc la altul țări, ceea ce ne face să ne așteptăm la diferențe semnificative în dezvoltarea pieței în toată Europa.

Marca privată a cunoscut o creștere puternică în Europa, câștigând 1,8 și, respectiv, 2,9 puncte procentuale, iar consumatorii continuă să aibă experiențe pozitive cu aceste oferte. Potrivit sondajului, 83% dintre consumatori apreciază produsele cu etichetă privată de calitate egală sau mai

bună decât opțiunile de marcă.

Ca tendință generală, grija pentru sănătate și longevitate este singura premiumizare care nu a fost afectată negativ de inflație. Intenția cumpărătorilor de a cumpăra produse mai sănătoase a rămas constant ridicată timp de câțiva ani.

Potrivit sondajului nostru pentru consumatori, ei prioritizează produsele percepute ca fiind "bune pentru mine" sau "bune pentru planetă", "sprijinirea energiei" și "sprijinirea sănătății".

Segmentul "Food to Go" capătă consistență

Categoria Food to Go cuprinde diverse canale: alimente preambalate, ready meal, confort, street food, restaurante care vând la pachet și livrarea mesei. Creșterea acestor canale este condusă de întoarcerea lucrătorilor la birouri și a consumatorilor stilului de viață dinamice, ocupate.

Conform sondajului nostru CEO, Food to Go este una dintre primele cinci tendințe pentru 2025, iar directorii generali așteaptă ca mâncarea

de acest tip să genereze volume, pentru a crește marjele și a genera oportunități de vânzare încrucișată.

Furnizori de servicii alimentare, cum ar fi restaurante, produse la pachet și servicii de livrare a mesei câștigă pondere de la comerțanții cu amănuntul de produse alimentare.

În ciuda mediului inflaționist și a consumatorilor care tranzacționează în jos, serviciul alimentar a depășit aproape industria alimentară cu amănuntul cu trei puncte procentuale. În timp ce foodservice a crescut la 11,5 la sută, produse alimentare au atins o rată de creștere de numai 8,6% anul trecut.

Retailerii de produse alimentare își extind ofertele de produse alimentare pentru a capta această creștere. Băcăniile își extind oferte tradiționale ready meal și ready to cook.

Sustenabilitatea este în topul condițiilor puse de consumatori

O schimbare de pas pentru sustenabilitate în băcănie necesită acțiuni îndrăznețe de la comerțanți cu amănuntul. De fapt, ponderea consumatorilor care doresc să cumpere produse care sunt mai durabile în următoarele 12 luni a crescut cu un punct procentual față de 2024.

De asemenea, rămâne intenția de a cumpăra mai multe produse proteice alternative. Numai membrii ai Generației Z și millennials semnalează o intenție ridicată de a cumpăra produse mai ecologice în 2024.

Cele mai bune zece rețele de retail alimentar și-au stabilit obiective de sustenabilitate pentru 2025, acoperind o varietate de dimensiuni de activitate. Multe dintre dimensiuni au încă

goluri considerabile până la atingerea acestor obiective. Prin urmare, ne așteptăm să vedem eforturi accelerate de sustenabilitate, în 2025.

Printre obiectivele care lucrează pentru aceste scopuri se identifică o dublă oportunitate de reducere a emisiilor de carbon și obținerea de economii pe costuri. S-a constatat că, în funcție de categorie, până la 40 la sută din emisii pot să fie reduse într-un mod care să reducă și costurile.

Dar, până acum, niciunul dintre primii zece retaileri europeni nu raportează vreun progres consistent cu privire la reducerea emisiilor. Acest lucru este cauzat în principal faptului că măsurarea exactă a acestor emisii este foarte dificilă.

Cu toate acestea, retailerii au început să construiască capacități care utilizează emisiile reale în funcție de produs și furnizor, în loc de mediile globale ale tuturor furnizorilor. Acest schimb de strategie va permite băcăniilor să măsoare și să reducă emisiile mai eficient.

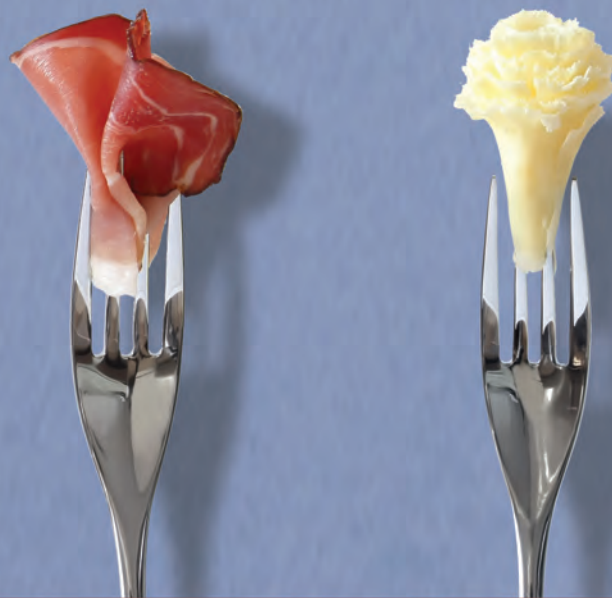
La rândul său, agricultura regenerativă ar putea deveni noul "organic". Majoritatea emisiilor de gaze cu efect de seră ale comerțanților de alimente sunt conduse de agricultură. Aproximativ 50 la sută sunt conduse numai de lactate și carne. Agricultura regenerativă este, prin urmare, cheia pentru a atinge ambițiile Net-Zero proclamate de mulți retaileri.

Prezentarea de etichete agricole regenerative în sortimentul lor ca o alternativă la etichetele organice poate fi o mare oportunitate pentru ca retailerii cu amănuntul să își diferențieze ofertele, în timp ce lucrează spre obiectivele lor de durabilitate.



Meat. Milk.TV

by *infoGROUP*® & AGROTV



În fiecare vineri, de la 19.00 la 20.00, pe AgroTv, urmăriți emisiunea specialiștilor din sectoarele de carne și lapte

PERSPECTIVELE SECTOARELOR EUROPENE DE LAPTE ȘI CARNE PENTRU ANUL 2025

Nora Marin

Potrivit Băncii Centrale Europene (BCE), perspectivele de creștere economică în zona euro slăbesc, în principal din cauza încrederii reduse a consumatorilor, a înclinației crescute a gospodăriilor către economisire și a investițiilor reduse în afaceri. Aceste lucruri vor influența categoric agroindustria Uniunii Europene, se arată în ultimul raport privind agricultura și industria alimentară, întocmit de Comisia Europeană.



Peisaj macroeconomic

Recenta reducere a ratelor dobânzilor oficiale de către BCE ar trebui să deschidă calea și către reducerea efectelor de înăspritare a politicii monetare. Conform ultimelor prognoze ale BCE, PIB-ul real așteptat în zona euro ar crește cu 0,8% în 2024 și cu 1,3% în 2025, așteptându-se la o redresare marginală mai lentă a cererii interne. Se presupune că euro se va aprecia ușor față de dolarul american, de la 1,09 USD în 2024 la 1,10 USD în 2025.

Inflația este de așteptat să-și continue ajustarea către ținta de 2% în urma creșterii din 2022. Cu toate acestea, inflația din 2024 este încă de așteptat să fie cu 0,5 pp mai mare decât ținta din cauza presiunilor costului forței de muncă, în timp ce inflația alimentară, după creșterea observată în special în 2023, este de așteptat să atingă 2,9% în 2024 și 2,4% în 2025, deoarece impactul șocurilor anterioare ale prețurilor energiei și mărfurilor agricole se estompează.

Perspectivile pentru prețul petrolului continuă să fie stabile, prețurile țițeiului Brent fiind proiectate în jurul valorii de 80 USD pe baril și chiar sub acest prag pentru anul 2025, în ciuda intenției țărilor OPEC+ de a reduce în continuare producția din cauza consumului global lent.

În ceea ce privește piața gazelor naturale, s-a înregistrat o corecție ascendentă a previziunilor de preț. Prețurile gazelor naturale în timpul verii trecute au crescut mai mult decât se prevedea, din cauza lucrărilor de întreținere la zăcămintele de gaze naturale din Norvegia și a închiderii temporare a instalațiilor US Freeport LNG. Acestea ar putea crește până la aproximativ 14 USD/MMBtu în T1 2025 (aproximativ 42 EUR/mWh), deoarece gazele de tranzit din Ucraina au fost oprite.

Prețul laptelui, peste media ultimilor cinci ani

În 2024, prețurile la laptele crud din UE s-au stabilizat la un nivel mult peste mediile pe 5 ani. Deși condițiile meteorologice au fost nefavorabile în unele regiuni și în diferite perioade ale anului, disponibilitatea și calitatea pășunilor și a furajelor sunt suficiente pentru a susține o aprovizionare stabilă cu lapte.

Cu o creștere ușoară a conținutului de solide din lapte (+0,1%), oferta de lapte din UE a crescut ușor în 2024 (+0,5% inclusiv livrările suplimentare, din cauza anului bisect), deoarece creșterea producției de lapte din UE (+0,9%) contrabalansează scăderea efectivului de lapte (-0,3%).

Producția de brânzeturi și zer din UE își mărește ponderea în utilizarea rezervorului de solide din lapte (+2,1% și, respectiv, +1%), în timp ce oferta UE de unt este redusă (-1,6%), cu prețuri record în 2024.

Însă, exporturile totale de lactate din UE au scăzut în volum în 2024 (-2% în echivalent lapte), acoperind diferite evoluții pentru produsele lactate. În timp ce exporturile de brânzeturi din UE își continuă traiectoria de creștere (+2,1%), exporturile de lapte praf degresat și integral au scăzut (-5% și, respectiv, -15%) din cauza cererii slabe de import în China și a concurenței crescânde pe piețele cheie de export.



Producția de produse lactate proaspete va crește probabil (+0,5%), în mod neașteptat, în 2025. Cu toate acestea, cererea globală slabă a declanșat o scădere a exporturilor UE de produse lactate proaspete (-3%).

Se estimează că aprovizionarea cu lapte a UE va crește marginal în 2025 (+0,2%). Presupunând condiții meteorologice normale, scăderea continuă a efectivului de lapte (-0,7%) este de așteptat să fie contrabalansată de creșterea producției de lapte (+1%).

Livrările de lapte din UE au fost stabile în 2024 (+0,5% de la an la an, fără ajustarea pentru anul bisect), în ciuda condițiilor meteorologice nefavorabile din unele regiuni. Există o eterogenitate semnificativă în dezvoltarea aprovizionării cu lapte crud între țările UE.

Oferta de lapte va rămâne probabil stabilă în DE și DK, în timp ce este probabil o scădere în NL și IE (acesta din urmă fiind afectată de efectul negativ al condițiilor umede asupra capacității de transport a pășunilor). Livrările de lapte în FR, ES și IT au crescut și ele în 2024, iar PL continuă tendința de creștere puternică din ultimii câțiva ani.

Dezvoltarea efectivului de lapte din UE urmează să-și continue tendința de scădere pe termen lung (-0,3%). Produsele de lapte vor crește probabil (+0,9%) în 2024, deși într-un ritm mai scăzut decât în 2023. Conținutul de solide din



lapte probabil nu va crește semnificativ (+0,1%) și, prin urmare, nu poate oferi câștiguri suplimentare în disponibilitatea solidelor din lapte pentru procesare industrie.

În 2025, în ipoteza condițiilor meteorologice normale și a prețurilor la laptele crud încă peste nivelurile istorice, se presupune că tendința de creștere a producției de lapte din UE (+1%), va contrabalansa în continuare scăderea efectivilor de vaci (-0,7%), ceea ce duce la o creștere marginală. creșterea livrărilor de lapte (+0,2%) și o aprovizionare stabilă de substanțe solide din lapte.

Producția de lactate

Creșterea producției de brânză din UE a rămas puternică și în 2024 (+2,1%), iar brânza își va crește ponderea în utilizarea substanțelor solide din lapte. Cu prețuri competitive, exporturile de brânzeturi din UE își pot continua tendința de creștere și în 2024 (+2% în volum).

Importurile de brânză din UE (în mare parte brânzeturi premium de mare valoare) arată semne de redresare după ce presiunea inflaționistă s-a atenuat la nivel global în 2024, cu o creștere a importurilor de brânză din Regatul Unit și Elveția (+8% și, respectiv, +10% față de anul trecut).

În 2025, presupunând că aprovizionarea UE cu grăsimi din lapte este stabilă, producția de brânză din UE ar putea crește în continuare (+0,5%). Exporturile de brânză din UE ar putea beneficia, de asemenea, de prețuri competitive și ar putea crește în continuare, deși într-un ritm mai lent (+1%) din cauza redresării lente a cererii consumatorilor pe piețele cheie de import.

În paralel, producția de zer din UE va urma probabil tendința de creștere din ultimii câțiva ani (+1%). Exporturile UE urmează să

crească (+3%), în timp ce utilizarea internă a UE rămâne stabilă (+0,1%).

În 2025, stocul stabil de lapte din UE și perspectivele pozitive de producție de brânză ar putea permite o creștere suplimentară a producției de zer (+0,7%), determinată de creșterea exporturilor UE (+2%), cu o utilizare internă probabil stabilă.

Producția de SMP din UE a scăzut doar marginal (-0,1%) în 2024, după scăderea considerabilă din anul precedent. Expansiunea exporturilor de SMP din 2023 nu a putut fi susținută. Deși exporturile de SMP au crescut în continuare în prima jumătate a anului 2024 către majoritatea țărilor din MENA, cererea slabă de import din China va duce probabil la o scădere a exporturilor (-5%).

Aceste evoluții ale producției și exporturilor ar permite o oarecare creștere a utilizării interne (+0,6%), inclusiv procesarea pentru pulberi umplute cu grăsimi. Ca urmare, în 2025, producția de SMP ar putea crește ușor, în timp ce exporturile s-ar putea redresa, în funcție și de cererea viitoare de import din țările din Asia de Sud-Est și de competitivitatea UE pe acele piețe (+1%).





Exporturile UE sunt pe trend negativ

După redresarea din 2023, exporturile UE de WMP au scăzut semnificativ în 2024 (-15%) din cauza cererii slabe continue din China și a concurenței crescute cu Noua Zeelandă pe alte piețe de export.

Cele mai multe dintre aceste dificultăți pot continua să prevaleze în 2025, ducând probabil la o scădere suplimentară a exporturilor de WMP (-5%). Producția de WMP, pe de altă parte, va scădea probabil doar ușor în 2024 (-0,2%), permițând o redresare a uzului intern (+11%).

Prețurile untului din UE au crescut brusc în 2024, depășind 7 EUR/kg pentru prețurile medii din UE înainte de toamnă. Creșterea prețurilor a fost determinată de oferta redusă și cererea stabilă. Dar producția de unt din UE este probabil să scadă (-1,6%) în 2025.

În paralel, prețurile ridicate ale UE nu au permis susținerea creșterii exporturilor de unt, care au scăzut (-4%) în 2024, în comparație cu nivelurile ridicate ale anul trecut. Utilizarea internă din UE s-ar putea adapta la scăderea competitivității prețurilor untului (de asemenea, în raport cu alte grăsimi), cu o scădere (-1,4%).

Pe baza creșterii producției de produse lactate proaspete în primele trei trimestre, producția va crește probabil (+0,5%) în 2025. Producția de smântână și iaurt poate crește dinamic (+2%), împreună cu o oarecum creștere a ofertei de băuturi.

lapte (+0,3%).

Însă, exporturile UE vor continua probabil să scadă (-3%) din cauza scăderii cererii de import din China. Exporturile mai scăzute pot muta volume suplimentare pe piața internă a UE, declanșând o creștere a utilizării interne (+0,6%).

În 2025, consumul în UE va reveni probabil la tendința de scădere (din cauza consumului de lapte), iar exporturile UE ar putea fi erodate și mai mult din cauza cererii globale slabe persistente (-3%). Cu factori negativi ai cererii atât pe piețele interne, cât și pe piețele globale, producția UE ar putea scădea la un nivel comparabil cu 2022 (-0,8%).

Sectorul cărnii-Tablou general

Ajustarea structurală continuă conduce la o scădere a producției de carne de vită din UE cu o scădere estimată de 0,5% în 2024 și 1% în 2025. În ciuda ofertei reduse, exporturile de carne din UE continuă să aibă rezultate bune, în special pe piața turcă. Consumul de carne de vită pe cap de locuitor al UE a scăzut cu 1,7% în 2024 și este de așteptat să scadă în continuare, cu 1,2% în 2025.

Producția de carne de porc din UE se redresează în unele țări din UE, indicând o tendință mixtă pentru sector, dar în general, producția

de carne de porc din UE este de așteptat să scadă ușor, cu 0,2% în 2025. Cererea mai scăzută din China ar putea încetini exporturile UE, fiind prevăzută o nouă scădere de 2% de la an la an.

Sectorul păsărilor de curte din UE a avut o evoluție de piață destul de bună în 2024, cu o creștere de 4% a producției și o creștere de 3% a exporturilor. În 2025, producția ar putea crește cu 0,9%, iar exporturile cu 2%. Consumul pe cap de locuitor al UE este de așteptat să crească în 2025. Dar incertitudinea în ceea ce privește incidența HPAI în Europa și Americi rămâne o preocupare ridicată pentru sector.

La rândul ei, scăderea istorică a efectivului de ovine din UE a împins sacrificarea cu 4,9% în 2024. Pentru 2025 este de așteptat o scădere suplimentară de 1% de la an la an. Cererea susținută și prețurile interne ridicate au menținut importurile ridicate (+2% în 2024), în timp ce exporturile de carne scad și mai mult cu 10% din cauza lipsei de competitivitate. În general, consumul de carne pe cap de locuitor al UE a crescut ușor în 2024, la 66,8 kg (+0,8% de la an la an) și să se stabilizeze în 2025.





Producția de carne de vită

Producția de carne de vită din UE a crescut cu 3% în prima jumătate a anului 2024 de la an la an, în principal datorită creșterii semnificative a sacrificării în IT (+9%) și PL (+20%). Creșterea poate avea cauze multiple, cum ar fi condițiile proaste de pășunat în Europa Centrală și o cerere în creștere pe anumite piețe de export (Turcia).

Cu toate acestea, până la sfârșitul anului 2024, producția de carne de vită a scăzut ușor (-0,5%), din cauza penuriei de bovine tinere în unele țări ale UE (de exemplu, IT și ES). Oferta redusă de carne de vită continuă să susțină prețurile producătorilor de carne de vită din UE și prețul animalelor vii.

Moderarea prețurilor la furaje și prețurile ridicate ale carcanelor sunt de așteptat să favorizeze marje mai bune pentru cei care îngrășează. În 2025, se așteaptă ca tendința de scădere a producției de carne de vită să continue (-1,0%) de la an la an din cauza efectivelor în scădere.

Deoarece prețurile de consum rămân ridicate, din cauza ofertei reduse, consumul de carne de vită pe cap de locuitor din UE în 2024 este de așteptat să scadă ușor și în 2025, până la 9,6 kg (-1,7% față de an).

În ciuda ofertei limitate, exporturile

de carne de vită din UE au crescut în prima jumătate a anului 2024 (+41 600 t sau +17% de la an la an). Piața turcă este principalul motor (+28 100 t), alături de exporturile în creștere către Algeria, Elveția și Filipine.

Se așteaptă ca exporturile UE să crească cu 10%, de la an la an. În aceeași perioadă, exporturile UE de animale vii au scăzut cu 16% de la an la an, din cauza unei pe-

nurii relative de animale vii și a dificultăților de a ajunge pe unele piețe din motive geopolitice. În general, exporturile de animale vii sunt de așteptat să scadă cu -2% în 2025 de la an la an.

În 2024, piața UE a rămas mai puțin atractivă pentru importuri, cu o scădere de 2,2% în ianuarie-iunie de la an la an. Importurile din Brazilia au scăzut substanțial (-15%), în timp ce importurile din Marea

Britanie au scăzut cu 0,2%.

Principalii parteneri UE, inclusiv țările din America de Sud, găsesc piețe mai profitabile în alte părți ale lumii (de exemplu, SUA), datorită unei piețe relativ strânse de carne de vită la nivel global. În 2025, importurile de carne de vită ar putea scădea în continuare cu încă 1,5% din cauza producției mai scăzute așteptate în Brazilia anul viitor.

Producția de carne de porc

În prima jumătate a anului 2024, producția de carne de porc din UE a crescut cu 1,7% față de an. Cele mai mari creșteri au fost înregistrate în PL cu 77 000 t (+9%), în HU cu 18 000 t (+8,3%) și în DE cu 18 000 t (+0,9%), deși producția a scăzut în ES cu 5 000 t (0,2%).

În aceeași perioadă, în DK au fost sacrificate mai puține animale, dar greutatea medie a carcanei a crescut (+17 000 t, +2,5% de la an la an). Creșterea ofertei UE, combinată cu cererea limitată, a condus la o scădere a prețurilor interne din mai 2024, chiar dacă cotația medie a rămas semnificativ peste media pe 5 ani.





Pe măsură ce prețurile, atât la furaje, cât și la purcei, au scăzut, marjele au rămas relativ pozitive în prima jumătate a anului. Focarele de pestă porcină africană rămân un risc pentru producție. În ansamblu, s-a consemnat o scădere a producției de 0,5% pentru 2024, și este prevăzută o scădere suplimentară cu încă 0,2% pentru 2025 de la an la an.

Consumul a fost stabil în 2024, fără creșterea obișnuită în lunile de vară. Consumul pe cap de locuitor al UE este de așteptat să scadă în continuare la 30,9 kg până la sfârșitul anului (-0,4% față de an). Pentru 2025, consumul UE pe cap de locuitor este de așteptat să se stabilizeze la 30,9 kg de la an la an.

Prețurile mai puțin competitive ale cărnii de porc din UE determină o adevărată provocare pentru piața globală. În prima jumătate a anului 2024, exporturile UE au înregistrat o scădere de 6% față de an, în principal către China (-27%). În plus, exporturile către Marea Britanie au scăzut în ianuarie-iunie (3% de la an la an).

Concurența puternică a prețurilor din Brazilia și SUA a creat provocări pentru exporturile UE către unele piețe cu valoare ridicată (Japonia, Australia), deși au existat câștiguri în Coreea de Sud și piețe cu valoare mai mică, cum ar fi Filipine și Viet-

nam. În general.

Exporturile UE în 2024 au scăzut cu 2,5%. Dacă diferența de prețuri dintre UE și concurenții internaționali continuă să scadă, acest lucru ar putea stimula exporturile UE pe piața internațională. În ansamblu, pentru 2025 se preconizează o scădere de 2% de la an la an. Cu posibilele taxe compensatorii din China, exporturile de carne de porc în 2025 ar putea scădea în continuare. Importurile totale de carne de porc din UE au fost de 53.711 t în ianuarie-iunie 2024 (+1% de la an la an). Importurile din Marea Britanie re-

prezintă aproximativ 2/3 din totalul importurilor de carne de porc din UE și au scăzut cu 2,2% în aceeași perioadă.

În același timp, importurile din Chile au crescut cu 8.600 t (+173%) datorită noului ALS dintre Chile și UE. Cu toate acestea, având în vedere o scădere a cererii de carne de porc din Regatul Unit, în 2025, importurile din UE ar putea scădea cu 2% în 2025.

Producția de carne de pasăre

În 2024, producția de păsări de cur-

te din UE continuă să crească de la redresarea din 2023, datorită unui sezon mai blând HPAI, precum și a costurilor mai accesibile pentru furaje și a prețurilor de producție favorabile. În prima jumătate a anului 2024, sacrificarea în UE a crescut cu 4,7% de la an la an.

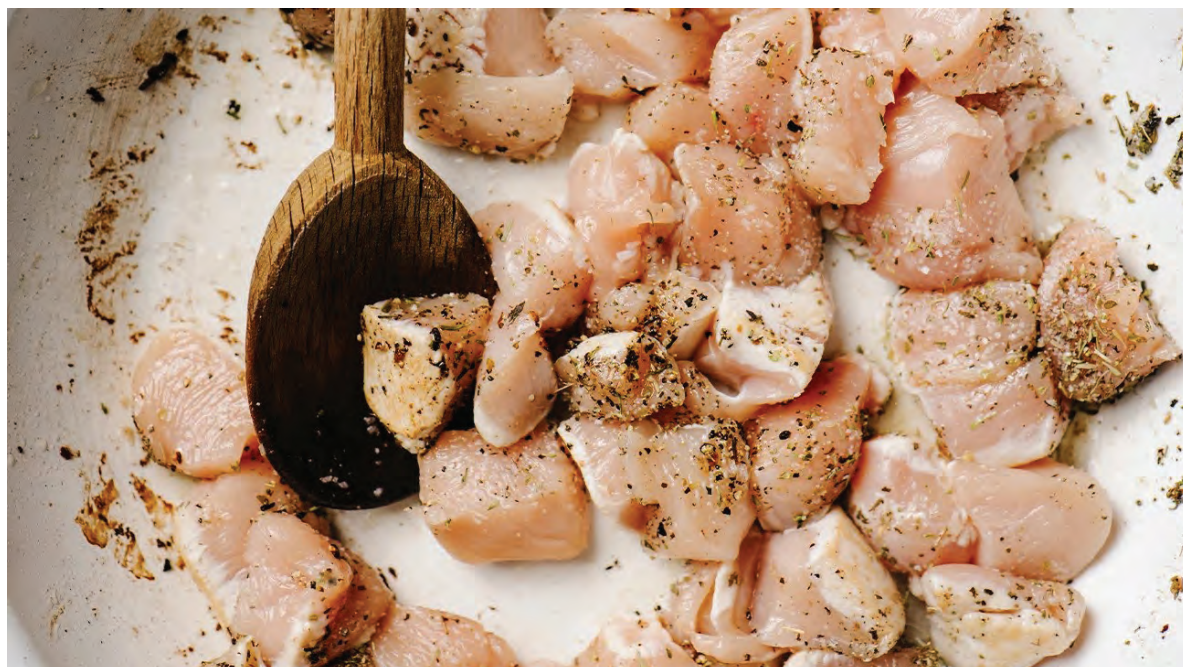
Producția a crescut în aproape toate țările UE, cu excepția de ex. SE, NL și LT. În special, au fost raportate creșteri mari în FR (+116 000 t sau +15,9%) și HU (+34.000 t sau +13,9%). Până la sfârșitul anului 2024, producția a crescut cu 4%.

O creștere mai mică a producției, de 0,9% față de anul trecut, este prevăzută în 2025 din cauza concurenței prețurilor din partea altor carni și a unei cereri globale mai stabile. În ciuda sezonului mai blând al focarelor de HPAI din acest an, riscul rămâne pentru sezoanele următoare.

Prețurile de producție din UE au crescut constant în prima jumătate a anului 2024, rămânând peste 2.500 EUR/tonă.

În 2024, importurile din UE au scăzut cu 20.370 t (-4,5% de la an la an). Cu toate acestea, importurile UE din Regatul Unit s-au redresat semnificativ (+32% sau aproape +20 000 t) după declinul abrupt de anul trecut.

Pe de altă parte, importurile UE au scăzut din Ucraina (-12%), Brazilia (-12%) și Thailanda (-11%). În ansamblu, importurile UE au scăzut cu 0,5% în 2024. Incertitudinea pri-





vind importurile de păsări de curte care provin din Brazilia, Regatul Unit și Ucraina ar putea avea un impact semnificativ asupra acestor evoluții.

În 2024, exporturile UE au crescut cu 11%, în special către Regatul Unit (+7.600 t) și majoritatea destinațiilor din Africa și Asia: Arabia Saudită (+7.200 t), Vietnam (+10.800 t), Filipine (+33.170 t) și RD Congo (+9.190 t). În schimb, exporturile către Ucraina au scăzut (-12.540 t).

Până la sfârșitul anului 2024, exporturile UE au crescut cu 3% de la an la an și ar putea fi menținute în 2025, dacă se mențin debușeele tradiționale ale UE pentru păsările de curte.

Disponibilitatea internă mai mare prin producția UE și imaginea favorabilă a păsărilor de curte pentru consumatorii europeni, în comparație cu alte proteine animale, sunt de așteptat să susțină creșterea consumului pe cap de locuitor în UE cu aproape 1 kg (+3,5% față de an). Pentru 2025, consumul UE pe cap de locuitor s-ar putea stabiliza la 25,2 kg (+0,6% de la an la an).

Producția de ovine și caprine

Producția de ovine și caprine din UE a scăzut cu 7,4% în prima jumătate a anului 2024, de la an la an, ca urmare a declinului structural continuu al efectivelor de capre și ovine, precum și de condițiile meteorologice nefavorabile și de disponibilitatea ierbii.

Principalele state membre producătoare, cum ar fi ES și FR, au

avut de înfruntat scăderi de 6 100 t (-10%) și, respectiv, 2 800 t (6%), în aceeași perioadă. Focarele de boli în efectivele din statele membre vestice ar putea afecta și mai mult disponibilitatea animalelor pentru sacrificare până la sfârșitul anului.

În general, producția de ovine și caprine din UE a scăzut cu 5% în 2024, în ciuda prețurilor record ridicate, și ar putea fi urmată de o reducere mai mică în 2025 (1%).

Fiind cel mai scump tip de carne, consumul UE de carne de oaie este probabil să sufere de presiuni inflaționiste ca și alte tipuri de carne roșie. Deși are o poziționare favorabilă în cadrul coșurilor de consum ca produs sezonier și tradițional (de exemplu în timpul festivităților religioase și culturale), combinația dintre disponibilita-

tea mai scăzută și prețurile ridicate sunt de așteptat să conducă la o ușoară scădere a consumului în 2024 la 1,2 kg (-3,2 kg). % an la an).

Pentru 2025, consumul pe cap de locuitor este de așteptat să rămână la 1,2 kg (-0,6% anual).

În prima jumătate a anului 2024, exporturile UE de carne de oaie au scăzut cu 14%, ca urmare a exporturilor mai scăzute către Regatul Unit, Elveția, Israel, Qatar, Arabia Saudită și Emiratele Arabe Unite. Acest lucru se datorează în principal prețurilor relativ ridicate din UE, care conduc la o competitivitate mai scăzută pe piețele internaționale.

Exporturile de carne de oaie au scăzut cu 10% până în 2024. Dacă prețurile se scad, ar putea fi de

așteptat o redresare de aproximativ +2% față de an în 2025. Exporturile UE de animale vii au scăzut cu 2% în prima jumătate a anului 2024 de la an la an, fiind defavorizate de prețuri interne și disponibilitate mai mică.

Exporturile în creștere către Maroc și Algeria, în special din ES, au compensat parțial scăderile către Iordania, Arabia Saudită și Israel. În general, exporturile de animale vii vor scădea și cu 2% pentru tot anul 2024 din cauza situației geopolitice dificile. În 2025, este prevăzută o nouă scădere de 2%.

Importurile UE de carne de oaie au scăzut cu 10% în ianuarie-iunie, cu scăderi de la principalii furnizori din UE: Marea Britanie (17%) și Noua Zeelandă (2%). Cu toate acestea, importurile din UE din 2024 au crescut cu 2% de la an la an și este de așteptat să se mențină la acest nivel și în 2025, datorită redresării producției din Noua Zeelandă și Australia și deviației mai multor produse către piețele UE.



AGRICULTURA JAPONIEI LA ÎNCEPUTUL SECOLULUI XX

Maria Demetriad

Țară care este o adevărat definiție a excelenței, indiferent de domeniul la care ne-am referi, Japonia poate reprezenta un model de dezvoltare, inclusiv din perspectiva asigurării necesarului de consum cu produse alimentare. Cu un trecut puternic feudal, gândind la forma de proprietate și exploatarea agricolă, Japonia s-a transformat în prima jumătate a secolului trecut.

Context istoric

În primii ani ai secolului XX, agricultura japoneză era dominată de ferme mici, de obicei familiale, cu suprafețe medii de teren arabil sub un hectar. Principala cultură era orezul, considerat nu doar aliment de bază, ci și un simbol al identității naționale. Sistemul agricol era intens și laborios, bazat pe muncă manuală și utilizarea animalelor pentru tracțiune.

În această perioadă, Japonia se confrunța cu limitări geografice semnificative: aproximativ 20% din teren era cultivabil, iar majoritatea regiunilor erau montane sau colinare. Aceste condiții au impus o utilizare extrem de eficientă a terenurilor agricole și o dependență de sistemele de irigație complexe, care au fost dezvoltate încă din epoca Edo (1603-1868).

Totuși, modernizarea inițiată în timpul Restaurației Meiji a în-

ceput să influențeze agricultura. Guvernul a promovat dezvoltarea tehnologică și a încurajat adoptarea de practici agricole mai eficiente, precum utilizarea îngrășămintelor chimice și a uneltelor metalice moderne. Totodată, instituțiile de cercetare agricolă au fost create pentru a sprijini inovația.

Politicile agrare și impactul social

Guvernul japonez a adoptat politici care vizau creșterea producției agricole și îmbunătățirea condițiilor pentru fermieri. Totuși, aceste politici au fost uneori contradictorii.

Pe de o parte, guvernul a promovat reforma agrară, încurajând transferul de terenuri către fermierii mici și reducerea dependenței de moșierii mari. Pe de altă parte, taxele ridicate pe orez au pus o povară considerabilă asupra fermierilor, alimentând nemulțumirile sociale.





În anii 1920, Marea Depresiune a afectat grav economia agricolă a Japoniei. Scăderea prețurilor orezului și dificultățile economice au dus la sărăcirea fermierilor, ceea ce a generat migrarea masivă către orașe. Acest exod rural a schimbat structura socială a Japoniei și a contribuit la industrializarea accelerată.

Modernizarea tehnologică

Un aspect important al agriculturii japoneze în secolul XX a fost adoptarea tehnologiilor moderne. Începând cu anii 1910, utilizarea îngrășămintelor chimice, cum ar fi superfosfații și sulfatul de amoniu, a crescut semnificativ, îmbunătățind randamentele culturilor.

Totodată, mașinile agricole au început să fie introduse treptat, deși utilizarea lor pe scară largă a fost limitată de dimensiunile reduse ale terenurilor.

Guvernul a investit, de asemenea, în cercetare agricolă, înființând stații experimentale și universități specializate. Aceste instituții au jucat un rol crucial în dezvoltarea de soiuri de orez mai productive și mai rezistente, precum și în promovarea rotației culturilor pentru a menține fertilitatea solului.

Impactul războiului și reformele postbelice

Cel de-al Doilea Război Mondial a avut un impact profund asupra agriculturii japoneze. Resursele limitate și mobilizarea pentru război au dus la scăderea producției agricole și la foamete în anumite regiuni. După război, însă, agricultura a fost supusă unei transformări radicale.

Reforma agrară din 1946-1949, inițiată sub ocupația americană, a redistribuit terenurile agricole, reducând puterea marilor proprietari funciari și oferind fermierilor mici acces la pământ. Această măsură a stimulat producția agricolă și a contribuit la creșterea nivelului de trai în mediul rural.

În plus, în anii 1950 și 1960, Japonia a experimentat o revoluție agricolă bazată pe mecanizare și utilizarea intensivă a tehnologiei. Tractoarele și alte utilaje agricole au devenit mai accesibile, iar practicile agricole moderne au fost adoptate pe scară largă.

Moștenirea agriculturii japoneze din secolul XX

La începutul secolului XX, agricultura japoneză a fost punctul de plecare pentru modernizarea și dezvoltarea țării. Deși provocările geografice și economice au impus limite, eforturile guvernamentale, adoptarea tehnologiilor moderne și reformele sociale au transformat acest sector într-un pilon al economiei naționale.

Astăzi, moștenirea agriculturii din acea perioadă se reflectă în continuarea tradițiilor, precum cultivarea orezului, dar și în adaptarea la cerințele contemporane. Lecțiile învățate din trecut, inclusiv importanța echilibrului între tradiție și inovație, rămân relevante pentru viitorul agriculturii japoneze.

(Cf: Gordon, Andrew - A Modern History of Japan: From Tokugawa Times to the Present (Oxford University Press, 2014). Totman, Conrad - Japan: An Environmental History (I.B. Tauris, 2014). Francks, Penelope - Rural Economic Development in Japan: From the Nineteenth Century to the Pacific War (Routledge, 2006). Articole academice publicate în reviste precum The Journal of Japanese Studies și Economic History Review.)



Meat.Milk.

REVISTA SPECIALIȘTILOR DIN INDUSTRIILE DE CARNE ȘI LAPTE

Meat.Milk.

EDITOR
infoGROUP

Str. Valea Merilor nr.46,
sector 1, București
Tel: +4 021 223 25 21
Email: office@infogroup.ro

FERMA

Adoptarea Inteligenței Artificiale în fermele zootehnice



INOVAȚIE

Produse lactate hibride



MATERII PRIME

Alternative naturale în definirea aromelor în produsele din carne



PIAȚA

Cu cât a scăzut consumul de carne și lactate?

REDAȚIA

Director general:
Laurențiu Mitrea

Director editorial:
Ilie STOIAN

Redactori:
Maria Demetriad
Miruna Sorescu
Nora Marin
Vasile Dusa
Mircea Demeter
Emilia Stefan
Veronica Ursachi-Andrei

Corectură:
infoGROUP

Marketing&Publicitate:
infoGROUP

Layout & DTP
Viorel Rucăreanu

Difuzare și abonamente
office@infogroup.ro

IT:
Tiberiu Voicu

Tipar:
INFOGROUP MEDIA INVEST
Tel: +4 021 223 25 21

Toate drepturile de autor aparțin editorului. Nici o parte din această publicație nu poate fi reprodusă, arhivată sau transmisă prin niciun fel de mijloace, mecanice sau electronice, fotocopiere, înregistrare video, fără acordul prealabil scris al editorului. Drepturile asupra numelui și siglei Meat.Milk. aparțin Societății Comerciale INFOGROUP MEDIA INVEST.

Distribuție
Meat.Milk. este o revistă gratuită care apare la patru luni, destinată specialiștilor din industriile de carne și lapte. Editorul își rezervă dreptul de a determina categoriile de cititori care primesc revista gratuit. Nicio parte a revistei nu poate fi reprodusă sau transmisă în orice formă sau pe orice dispozitiv electronic sau mecanic, inclusiv fotografiere, înregistrare sau informație înmagazinată sau prin sistemul de redare, fără acordul scris al editorului.



**47% DINTRE
ROMÂNII
VOR SĂ ÎȘI ÎMBUNĂTĂȚEASCĂ
SĂNĂTATEA DIGESTIVĂ,
DAR NU ȘTIU CUM SĂ O FACĂ**



Verifică **starea sistemului tău digestiv** pe:
www.danone.ro/staredigestiva

Carmangeria GODAC



Magazine București

- Drumul Taberei nr. 98, Sector 6,
tel: 021/444.01.04
- Str. Apusului nr. 50, Sector 6,
tel: 031/405.61.03
- Calea Giulești nr. 131, Sector 6,
tel: 021/220.28.54
- Str. Moinești nr. 5, Sector 6,
tel: 021/434.35.38
- Str. Grigore Ionescu nr. 94-96 Sector 2
Tel/Fax 021/243 46 45

Magazin Comuna Chiajna

Str. Caporal D-tru Pipercu nr. 2, Jud. Ilfov, tel: 021/436.17.19

Magazin Orașul Chitila

Sos. Banatului nr. 14, Jud. Ilfov. tel. 021/796.04.77

Magazin Comuna Dragomirești-Deal

Str. Republicii nr. 93, Jud. Ilfov, tel: 021/436.64.66

Magazin Bolintin Vale

Str. Poarta Luncii nr. 12, Jud. Giurgiu, tel: 0246/270.770

Magazin Stoenesti-Florești

Str: Mihai Viteazu nr. 103 jud. Giurgiu Tel: 0246/ 258 322

Magazin Comuna Ciorogîrla

Sos. București nr.147, Jud. Ilfov, tel. 0722.434.197

www.carmangeriagodac.ro

Dragomirești-Deal, Jud. Ilfov, Str. Republicii nr. 93 B,
Tel: 021/436.64.67, 021/436.64.65; Fax: 021/436.62.72
E-mail: carmangeria_godac@yahoo.com