## **MARCELLO PELLEGRINO, NEO DIRETTORE COMPRAL**

on questa intervista andiamo a conoscere Marcello Pellegrino, da quattro mesi Direttore Compral. Dottore Agronomo, 40 anni, laureato in Scienze e Tecnologie Zootecniche a Torino, il Dott. Pellegrino vanta un percorso lavorativo d'eccellenza. Ha iniziato la sua esperienza in Coldiretti, presso la sede provinciale di Cuneo nel settore tecnico-economico, fino ad essere nominato Re-

sponsabile del settore PAC-PSR. Ha proseguito poi la sua esperienza in Regione Piemonte, presso l' Assessorato Agricoltura, nel settore delle produzioni animali, prima di iniziare questa nuova avventura come Direttore della Compral.

## Venendo a Compral, ci fornisce aualche dato?

"Compral carne è una Cooperativa storica, fondata nel 1982, una realtà

che oggi è quella che è grazie all'attività e alla lungimiranza del Dott. Bovetti che ha saputo, all'interno del sistema allevatoriale di quei tempi, individuare un braccio commerciale economico che potesse valorizzare le produzioni delle aziende associate all'APA. In questi quasi quarant'anni di attività abbiamo vissuto tante fasi difficili riuscendo ogni volta a superare le difficoltà che si presentavano. Attualmente le aziende consociate sono 432 (tra Compral carne e Compral latte) per un fatturato di 160 milioni di euro all'anno.

Aggregare le aziende ci permette di collocare il prodotto sul mercato con un peso maggiore, riuscendo a fare massa critica nei confronti della clientela. Al fine di valorizzare al meglio la carne bovina di razza Piemontese, abbiamo cercato di diversificare gli sbocchi commerciali. Da un lato abbiamo la grande distribuzione (GDO) alla quale destiniamo le mezzene non lavorate, dall'altro abbiamo la ristorazione (Horeca) e altri canali di vendita come le macellerie tradizionali per le quali Compral seziona i tagli anatomici e li mette sottovuoto. Al 31 dicembre 2022 sono stati macellati 10132 capi. Abbiamo anche alcune



referenze che utilizzano la carne certificata Compral per preparare la pasta ripiena, come plin e tortellini. Infine presso il nostro laboratorio di sezionamento, è presente uno spaccio cui può accedere il cittadino privato. Sul totale del prodotto venduto, la GDO copre circa il 60% del fatturato."

#### Ci parli del laboratorio di sezionamento.

"Negli ultimi anni l'attività del laboratorio di sezionamento ha visto un continuo incremento del prodotto lavorato. Si tratta di un'attività molto impegnativa: la nostra è infatti una realtà semi-artigianale in grado di soddisfare ogni necessità del cliente. E' necessario che il personale impiegato, come i macellai, abbia un'elevata professionalità ma purtroppo non è così facile da reperire. Una delle

mie prime attività, da quando ho iniziato la mia avventura in Compral, è stato proprio quello di cercare delle nuove figure professionali da inserire nel laboratorio. A differenza dei grandi gruppi, caratterizzati da linee produttive standardizzate, noi abbiamo ancora tantissime lavorazioni fatte al coltello. Per noi è essenziale che la manualità dei macellai sia elevata e che siano capaci di valorizzare

tutti i tagli della carne di razza Piemontese."

## Cosa potreste suggerire alle nostre aziende?

"La selezione fatta da Anaborapi mette a disposizione degli allevatori animali con delle potenzialità enormi in termini di accrescimento e conformazione. Si tratta di sfruttare queste opportunità attraverso tecniche di alimentazione e di allevamento adeguate; è importante

che gli animali siano finiti presto e "ben coperti". La clientela ci chiede un prodotto omogeneo ed a questo proposito dobbiamo lavorare ancora molto."

#### Quali sono le prospettive per il mercato della carne e della Piemontese in particolare?

"Il nostro compito è favorire la commercializzazione dei prodotti dei nostri soci per far si che gli allevatori abbiano un adeguato tornaconto. Questo è purtroppo un momento di stagnazione dei consumi. Il prezzo degli animali da macello non è stato dietro ai vertiginosi aumenti dei costi di produzione. I dati previsionali e la clientela ci dicono che la carne sarà consumata sempre più con moderazione. In controtendenza va invece il consumo di carne fuori casa, quindi



nel settore della ristorazione. E' importante che il consumatore sia informato, in modo da poter scealiere e di consequenza pagare il giusto prezzo per un prodotto di qualità: in questo caso la carne di Piemontese ha tutte le carte in regola per essere vincente! Per far fronte a questa situazione, stiamo mettendo in atto delle strategie promozionali e commerciali, organizzando degli incontri dedicati con gli acquirenti. Stiamo sensibilizzando il personale che serve la clientela su quello che vuol dire scegliere e consumare carne di razza Piemontese e valorizzare quindi i vari taali. Abbiamo

anche invitato degli acquirenti all'interno del nostro centro di sezionamento per dei momenti di formazione. Stiamo infine valutando delle azioni di pubblicità specifiche a livello di GDO. Il tutto al fine di valorizzare ancora di più il discorso delle nostre tipologie di carni, avendo ben in mente che, per un discorso inflazionistico, il

consumatore medio rischia di spostare la scelta della carne dalla rossa verso quella di suino o quella bianca avicola."

## Cosa ci dice del mercato estero e delle Fassonerie?

"Dato che il rapporto domanda-offerta si sta riorientando, è importante cercare nuove opportunità anche all'estero. Siamo già presenti in qualche realtà dove mandiamo la nostra carne "sotto skin". Un esempio? Hong Kong. È quindi importante proseguire nel lavoro di ricerca di nuovi mercati e canali di vendita su cui promuovere l'eccellenza della carne Piemontese, migliorando così la fase di commercializzazione e vendita del prodotto. Per quanto riguarda le Fassonerie, si

tratta di una realtà che non presenta dei volumi elevatissimi ma è sicuramente uno strumento che permette di far conoscere la nostra carne al di fuori delle zone tipiche. Il progetto è nato nel 2013 dall'idea di un aiovane imprenditore torinese, con il fine di presentare la qualità della Razza Piemontese in giro per l'Italia. L'intento è quello di svilupparne e rafforzarne l'identità, promuovendone la aualità attraverso punti vendita sparsi sul territorio. Tra ristoranti e bistrot, i nostri punti ora si trovano a Torino, Monza, Caaliari, Recco, Genova e Milano, Realtà specializzate che permettono al



cliente di andare ad assaggiare diversi prodotti, come l'hamburger, la tagliata o i salumi 100% di Fassone."

#### Sostenibilità e condizioni di allevamento: quanto sono importanti?

"Per rispondere alle nuove richieste di PAC e PSR, stiamo cercando di accompagnare tutte le aziende associate con un'informazione tecnica specifica per aderire alle misure del PSR sul benessere animale, mettendo a disposizione dei tecnici e veterinari abilitati a redigere per esempio la check-list sul benessere animale. In questo momento, in cui si sente tanto parlare della non sostenibilità ambientale degli allevamenti intensivi, possiamo affermare che la razza Piemontese si colloca fra gli allevamenti

migliori. I nostri allevamenti non sono certo quelli che si chiamano allevamenti senza terra. Quello della Piemontese è un allevamento di tipo familiare, un allevamento cosiddetto "circolare" dal punto di vista della sostenibilità ambientale perché permette di valorizzare la produzione aziendale deali alimenti per ali animali. Senza dimenticare poi l'alpeagio che permette di mantenere ali ambienti alpini curati, per garantirne anche la fruibilità dal punto di vista turistico. È auindi un nostro obiettivo far conoscere al consumatore e ai nostri partner commerciali auesti aspetti di

> sostenibilità. Il nostro compito è "semplicemente" quello di valorizzare ciò che viene già fatto nei nostri allevamenti."

#### Quali progetti per il futuro?

"Sicuramente proseguire le attività di informazione e valorizzazione del prodotto. Cercheremo di valutare, all'interno del nostro laboratorio, la pos-

sibilità di sviluppare delle nuove linee produttive che siano in grado di valorizzare ulteriormente la carne della Piemontese. Inoltre, per cercare di andare a ridistribuire i volumi di carico all'interno del laboratorio di sezionamento, stiamo predisponendo una struttura da destinare a locale magazzino di stoccaggio dei prodotti plastici, imballaggi, detergenti che devono essere opportunamente separati dai locali di lavorazione."

## Ci sono nuove tecnologie particolari da adottare?

"Nuove tecnologie particolari no; quello di cui ci stiamo accorgendo è che, sia a livello di ristorazione sia a livello di altre tipologie di clienti, continua ad esserci un forte interesse verso



il prodotto congelato perché dal punto di vista della movimentazione del prodotto è più facile da gestire. Cercheremo di capire quanto questa richiesta di congelato sia in fase di crescita sul mercato."

Un'ultima domanda. Non la spaventa dirigere una struttura di queste dimensioni?

"Sicuramente il gruppo Compral ha un fatturato importante che colloca la Cooperativa tra quelle più strutturate del Nord Italia nel comprato zootecnico. Dall'altra parte questo è



sicuramente un motivo di stimolo; è importante far sì che, con l'attività quotidiana del nostro gruppo (sia filiera carne sia latte), si possano raggiungere sempre degli obiettivi migliori

valorizzando prodotti tipici del territorio.

Il concetto di gruppo, all'interno della nostra realtà, è essenziale. In questi primi quattro mesi di attività ho avuto la possibilità di confrontarmi più volte con il Consiglio di Amministrazione. Mi sento sicuramente accolto in un modo molto positivo e quello che mi conforta e mi sprona è stato il ritorno che ho avuto da parte degli amministratori in termini di collaborazione e suggerimenti."

## PAGLIA trinciata

da grano duro e tenero, farro e orzo, coltivati in campi italiani, senza concimi chimici, trattamenti pesticidi e irrigazione.





dal 1960

100% Italiana

## Selezionata. Sanificata. Trinciata.

BALLON

### Uso ALIMENTAZIONE

Integrazione fibrosa nella razione.



#### Uso LETTIERA

Benessere naturale e comfort per gli animali.

www.gruppocarli.com

tel. 0541 923044

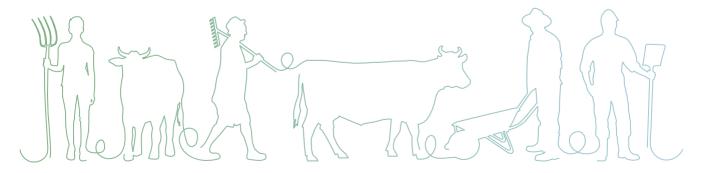




Sotto la stessa gestione amministrativa e la stessa organizzazione tecnica, il **Gruppo Compral** unisce in una unica rete la **Compral Carne**, specializzata nella produzione di carne di Fassone di Razza Piemontese e la **Compral Latte**, leader piemontese nella produzione di Latte di Filiera.







# Soc.Agr. Vinai Fratelli Cascina Fausona

Rocca de Baldi (CN)



L'allevamento della razza piemontese è una passione che parte da lontano, con il nonno Michele margaro fino agli anni sessanta che lascia il testimone al papà Mario e lo zio Giovanni che fanno crescere l'azienda fino ad un centinaio di capi. Dal 1999 con l'insediamento entrano a pieno titolo nella conduzione dell'azienda Michele, Massimo e Daniela. Si attua il classico ciclo chiuso, contando 220 vacche che salgono ogni anno in Valle Stura per l'alpeggio, per un totale di circa 480 capi. L'azienda si estende per circa 60 ettari destinati principalmente per la produzione di mais nelle forme insilato per il mantenimento delle vacche e pastone integrale e granella per la fase di ingrasso; si coltivano anche loietto e orzo da trinciare : tutte queste produzioni garantiscono l'autosufficienza per circa l'80% del fabbisogno alimentare.

**La fase di ingrasso** da più di 5 anni prevede una razione così composta: 6 Kg di pastone integrale, 2 Kg di mais granella macinata, 1,5 Kg di **nucleo Purina Beefactive 340 N** studiato appositamente per abbinare il pastone alla granella e 1,8 Kg tra fieno e paglia.

- SEMPLICITÀ/CONVENIENZA: Massimo utilizzo materie prime prodotte in azienda
- SICUREZZA: Animali con livelli di salute di rumine ed intestino ottimali, come testimonia durante tutto l'anno la lucentezza dei mantelli, la tranquillità e l'evidente stato di ingrassamento da manuale.
- RISULTATI: Questo programma alimentare consente di raggiungere oltre ai migliori accrescimenti anche una qualità delle carni costantemente eccellente senza MAI aggiungere i grassi.

Sia i maschi che le femmine vengono commercializzati tra i 17 ed i 18 mesi di vita con un peso medio per i maschi di Kg 700/730. Da sottolineare che i giovani nipoti **Gabriele** e **Mattia** con **Alessandro** (figlio di Michele) collaborano attivamente dando il loro contributo: rappresentano un bellissimo esempio di come si possono affrontare tempi difficili con la giusta determinazione e consapevolezza per un futuro migliore.







