

Tra tradizione e innovazione

The screenshot shows the homepage of 'LA MADDALENA CAVOUR'. At the top, there's a banner with the text 'Carri buone per passione' and a logo featuring a cow and the text 'La Maddalena CAVOUR'. Below the banner is a navigation menu with 'Home Page - LA MADDALENA' and a search bar. The main content area is divided into several sections:

- Offerte ghiotte:** A green map of Italy with a list of products: 'Ghiotto grill', 'Giandu-ghiotto', and 'Ghiotte vaschette'.
- Ricette Top:** A list of six recipes: 1. Gulash sudtirolese, 2. Involtini agli spinaci, 3. Rinfreddo alla bolognese, 4. Milanese marinato, 5. Fricando, 6. Gargiofi ripieni.
- Consegna o ritiro?:** A section with a van icon and the text 'OMAGGIO oltre i 10 kg'.
- Prenota e acquista:** A list of services: 'Pacchi precostituiti', 'Acquisti "alla carta"', and 'Prodotti pronti'.
- Focus - News:** Two news items: '14/08/09 - VIASPETTIAMO A GEMERELLO' and '09/04/09 - ANALISI - Analisi medio delle carni di vitelli Limousine (maschi) dell'azienda'.
- I nostri partner:** Logos for 'Il Macellaio.it' and 'Cascina "Grange Scott"'. There's also a button 'INVIA LINK AD UN AMICO'.

At the bottom right, there's a text box: 'Il sito dell'azienda di Cavour che vende carne "on line"'. The footer contains copyright information: 'Copyright 2009 - LA MADDALENA CAVOUR - Società Agricola - Via S. Marco - Villanova Canale (TO) - Tel. +39 0121 80032 - Fax +39 0121 80033 - P.I. 0008022017'.

LA BISTECCA IN INTERNET

L'azienda agricola La Maddalena di Busso a Gemerello (Cavour) ha reagito alla crisi allargando il mercato: ordini "on line" e consegne entro 24 ore dalla macellazione

Carne di prima qualità acquistabile direttamente *on line* o telefonando in azienda, spaziando fra pacchi precostituiti, scelti alla carta o prenotando i tagli preferiti: l'iniziativa è partita quest'estate nell'azienda agricola "La Maddalena" di Gemerello. L'idea è di Marco Busso, giovane allevatore, erede di un'attività agricola e zootecnica iniziata, nei primi del Novecento, dal nonno Gioacchino. «Nel

1929, complice la grande crisi che colpì anche il nostro Paese, mio nonno - che era commerciante di bestiame - iniziò ad ingrassare alcune mucche di razza Piemontese, per la macellazione», racconta Marco Busso mentre passeggiamo tra i recinti dei vitelli al pascolo, sotto il sole di un pomeriggio d'autunno.

«Negli Anni '60, mio padre Elio iniziò a cercare in Francia i primi capi da allevamento tra le razze più simili alle nostre, dall'Aquitaine o Garronese alla Limousine». I guadagni venivano reinvestiti in prati e pascoli. Oggi l'azienda di Busso si estende su oltre 130 ettari, alcuni dei quali anche in alpeggi della Val Pellice, con 500 capi da allevamento destinati alle macellerie di tutta Italia.

La recessione degli ultimi anni (la contrazione dei mercati si era già fatta sentire nel 2000) ha spinto Marco alla ricerca di nuovi mercati esattamente

come il nonno nel 1929. Internet ha fatto il resto. «Era da tempo che pensavo ad un modo nuovo per essere più vicino al consumatore, senza passare attraverso lo spaccio aziendale, per non entrare in concorrenza con le altre aziende del territorio», spiega. Ma, oltre a tenere a freno il costo della bistecca e quindi ad invogliare il cliente a consumare carne nostrana, l'idea di un servizio di consegna a domicilio trae origine «anche dalla voglia di aiutare concretamente le famiglie, dal desiderio di dare una mano a chi è solo e non riesce a servirsi direttamente in cascina e a chi è costretto a passare sempre dalla grande distribuzione».

FILIERA CORTA PER TUTTI

Per Marco Busso, 38 anni, e la moglie Monica, il passo delle vendite in rete, nella direzione della "filiera corta", è stato breve e assolutamente naturale: «Riuscire ad arrivare direttamente al consumatore significa ridurre notevolmente i prezzi, ma senza diminuire la qualità della carne. Il cliente sceglie e noi portiamo direttamente a casa i tagli, conservati in vaschette in atmosfera protetta o in sacchetti sotto-vuoto, pronti ad essere consumati, conservati in frigo o congelati. Inoltre, lavorando la carne per questo sistema distributivo, si riesce a ottimizzare la resa della bestia: viene venduta tutta, senza quegli sprechi che, di solito, avvengono in macelleria».

La vendita in Internet (www.lamaddalenacavour.it), per ora, è una sfida ai mercati e si divide in due linee: una è diretta, l'altra segue la città di Torino e si appoggia ad un consorzio di produttori. «In questo caso, dopo aver ricevuto le ordinazioni telefoniche o sul sito, ci appoggiamo all'agri-macelleria vicino a Collegno che è associata (come noi) al consorzio e qui diamo la possibilità alla gente di ritirare la carne già confezionata». Le richieste arrivano soprattutto da Torino e prima cintura. Si parla di "taglio cittadino" (per un valore di circa 50 euro a pacco) con un 70 per cento di primo taglio e un 30 di secondo. «La gente chiede sempre meno pezzi per arrostiti o bolliti, ma consuma molto più le bistecche».

In Internet, invece, la consegna avviene nell'arco di una settimana dall'ordine e la scatola termica è consegnata direttamente a casa. Anche qui la clientela è quasi del tutto torinese e chiede i vari "tagli": Ghiotto (4 kg di carne a 49 euro), Ghiottone (8 chili

a 99 euro) e molte altre formule che si abbinano anche con piatti già preparati e confezionati, pronti alla cottura. Sopra i 75 euro di spesa, la consegna a domicilio è gratuita. Per una questione logistica, per il momento tutti i tagli sono confezionati a Rieti, «da un'azienda che dispone di sistema di lavorazione all'avanguardia».

ALL'INTERNO DELL'ALLEVAMENTO

Continua la nostra chiacchierata e la visita guidata si spinge più all'interno dell'allevamento. Gli animali vivono all'aria aperta, mostrano mitezza e soprattutto hanno un aspetto sano e uno sguardo sereno. Con il primo freddo autunnale, il pelo si sta allungando sul corpo di tutti i vitelli, come protezione naturale alle basse temperature. «Ogni capo ha a disposizione oltre dieci metri quadrati, oltre ai prati in cui possono muoversi liberamente. Crediamo che se un animale sta bene ed è tranquillo, la carne è anche migliore».



Marco Busso con i suoi vitelli

Marco Busso cura personalmente la selezione e l'acquisto dei bovini dopo un accurato controllo che avviene direttamente negli allevamenti delle aziende agricole. «Negli ultimi anni ho iniziato ad esplorare nuovi mercati.

Oltre alla razza Piemontese e alle razze francesi migliori, dal Belgio sto acquistando le pregiatissime Blu belga. Cerchiamo il massimo della qualità anche con un'alimentazione su misura, fatta da noi e studiata con un nutrizionista che ci segue da anni».

Nelle mangiatoie passano solo alimenti vegetali; per la maggior parte sono prodotti in azienda: mais, fieno, soia e paglia ottenuti con sistemi di coltivazione integrata, molto vicini al biologico. «La nostra struttura aziendale è a tolleranza zero verso i trattamenti chimici». Tutti i vegetali - che compongono l'alimentazione a secco degli animali - vengono macinati direttamente in cascina: «Ai nostri animali non diamo né trinciati né pastoni, per ottenere carne migliore e superiore dal punto di vista nutrizionale».

L'attenzione e la cura dell'animale, nell'azienda "La Maddalena" passa anche attraverso i tradizionali controlli (Nas e Asl) e al disciplinare di etichettatura volontaria dell'Asprocarne Piemonte che sottopone i bovini ai controlli aggiuntivi e periodici imposti.

Bistecche in Internet, insomma: ma sicuramente "docg".