



## COMUNICATO STAMPA

Oggi nell'Assemblea annuale ASSICA presentati i nuovi dati economici del comparto

# Salumi: aumento dei costi di produzione e inflazione pesano su produzione e consumi nel 2022 e incombono sul 2023

Roma, 15 giugno 2023 – Nel 2022 del post pandemia e della crisi energetica, **le aziende del comparto suinicolo sono state messe particolarmente alla prova**. L'Assemblea annuale ASSICA, che si è svolta oggi a Roma, ha evidenziato come conseguenza del difficile anno passato una **flessione sia nella produzione di salumi** (in quantità, con un 2022 che ha chiuso a -2,2% rispetto al 2021) che nei consumi, con una flessione della domanda interna, cui si è aggiunta nell'ultimo trimestre del 2022 anche la forte **contrazione di quella estera**. E la situazione non sembra migliorare per il 2023.

### D'ANGELI: L'INCREMENTO DEI COSTI PRODUTTIVI SUPERA IL 25%, SENZA REDDITIVITÀ NON C'È FUTURO

*“Il deciso e incessante aumento dei costi della materia prima, dei costi energetici e dei costi “correlati” è innegabile: **l'incremento dei costi produttivi supera il 25%. L'inflazione del primo trimestre 2023 al consumo è circa 8%**. Altrettanto evidente è che le industrie del settore **hanno scaricato a valle solo parzialmente gli aumenti registrati**, mantenendo calmierati i prezzi finali di vendita a tutela dei consumatori. Questo fenomeno ha determinato **una sempre più marcata contrazione dei margini e della redditività delle aziende** e ha sicuramente contribuito a **generare problemi di liquidità alle imprese e ad accentuare la tensione finanziaria, comprimendo la possibilità di generare flussi di cassa positivi**. Il protrarsi di questa dinamica di sofferenza dei conti economici non potrà naturalmente essere senza conseguenze sulle prospettive del tessuto produttivo. – ha commentato il **neoeletto presidente ASSICA Pietro D'Angeli**. **“L'accesso al credito è l'altra grossa discriminante per la salute del settore, soprattutto per le piccole e medie imprese e per quelle aziende che non vantano rating estremamente positivi**. A partire dalla seconda metà del 2022, il panorama dei tassi di interesse è completamente cambiato: i tassi estremamente bassi cui ci eravamo abituati negli ultimi anni sono balzati rapidamente in alto nel giro di pochi mesi. L'aumento del costo del denaro, che avrà i suoi pieni effetti nel 2023, contribuirà ad appesantire enormemente i conti economici delle imprese che hanno fatto e dovranno fare ricorso al sistema bancario per il proprio fabbisogno finanziario. A questo scenario già preoccupante **si affianca la perdita di potere d'acquisto delle famiglie**: il consumatore italiano è più in difficoltà e si sta rivolgendo a categorie di acquisto più basse. **Il rischio di contrazione dei volumi di vendita dei nostri prodotti, per tutti noi, è evidente**. Non da ultimo, la recente alluvione in Emilia-Romagna ha compromesso i raccolti del 2023 facendo prevedere un nuovo incremento dei costi di grano e mais con il rischio di nuovi aumenti dei costi di allevamento e gettando ulteriori nuove ombre sull'evoluzione dell'anno. **Insieme dobbiamo individuare la via che possa portare il settore in un porto sicuro: senza redditività non c'è futuro**” – ha concluso il Presidente.*





## I CONSUMI IN ITALIA

Nel 2022, il settore ha mostrato una certa resilienza testimoniata dai buoni risultati delle vendite in GDO, ma l'incremento dei costi di produzione ha penalizzato i volumi venduti negli altri canali, che hanno recepito prima gli aumenti. **Proprio in questi canali, infatti, i consumatori sembrano aver variato prima le proprie abitudini di spesa**, modificando tipologia di prodotti comprati e i quantitativi. Inoltre, soprattutto nella prima fase dell'anno, si è assistito ad un ridimensionamento dei formati di vendita che ha contribuito alla **riduzione dei quantitativi venduti come anche la maggiore attenzione delle famiglie** che, abbandonata la mentalità della scorta che aveva contraddistinto la fase del Covid, hanno effettuato acquisti sempre più consapevoli e in prossimità della occasione di consumo.

Nel complesso dell'anno la disponibilità totale per il consumo nazionale di **salumi** (compresa la bresaola) è stata di 994,1 mila ton (-2,1%) contro 1,015 milioni di ton dell'anno precedente. **Il consumo apparente pro-capite, considerato l'andamento della popolazione, si è attestato intorno ai 16,7 kg contro i 17,0 del 2021 (-2,1%).**

I consumi apparenti dei **prosciutti crudi stagionati sono scesi** a 219.700 ton (-1,2%); quelli di **prosciutto cotto sono saliti** a quota 276.100 ton (+0,5%). Sono risultati in **aumento anche i consumi di mortadella e wurstel** (+6,0% per 202.100 ton) e quelli di **salame** attestatisi a 84.900 ton (+4,2%). Hanno evidenziato un **deciso ridimensionamento i consumi di bresaola** scesi a 24.000 ton dalle 25.800 dell'anno precedente (-6,9%) e **quelli degli "altri salumi"**, attestatisi a 187.200 ton. (-14,8%).

La **struttura dei consumi interni** vede quindi al **primo posto sempre il prosciutto cotto**, con una quota pari al 27,8% del totale dei salumi, seguito dal prosciutto **crudo** al 22,1% da **mortadella/ wurstel** al 20,3%, dal **salame** all'8,5% e dalla **bresaola** al 2,4%. Chiudono gli altri salumi al 18,8%.

Considerando l'insieme dei **salumi e delle carni suine fresche**, il consumo apparente pro-capite è rimasto stabile a 28,4 kg (+0,2%) grazie all'incremento registrato dai consumi di carne suina fresca (+3,6%).

## LA PRODUZIONE

Nel 2022 la produzione di conserve animali e quella di grassi lavorati è risultata in flessione rispetto a quella dell'anno precedente attestandosi a 1,393 milioni di ton da 1,433 milioni di ton del 2021 (-2,8%). L'insieme delle produzioni ha presentato un fatturato di 8.964 milioni di euro, superiore (+2,2%) a quello del 2021 (8.774 milioni di euro).

La produzione di salumi nel 2022 ha evidenziato una **flessione in quantità**, dopo l'importante incremento registrato nel 2021 e ha chiuso i dodici mesi attestandosi a 1,143 milioni di tonnellate da 1,169 del 2021 (-2,2%). È risultato **in leggero aumento, invece, il valore della produzione** salito a 8.522 milioni di euro (+1,2%) da 8.420 milioni del 2021 spinto dagli aumenti dei costi di produzione.

Anche in merito alla produzione (in volumi) il **primo posto va al prosciutto cotto**, con una quota pari al 25,4% del totale dei salumi, seguito dal prosciutto **crudo** al 24,4%, dalla **mortadella** al 14,9%, dal **salame** all'11% e dai wurstel al 5,5%. Chiudono gli altri salumi al 19%.





## L'EXPORT/IMPORT

Discreto risultato per le **esportazioni di salumi italiani** nel 2022 nonostante le penalizzazioni dovute alla PSA (che ha determinato la chiusura di alcuni importanti mercati esteri come Giappone, Serbia e Taiwan e l'imposizione di restrizioni da parte di altri mercati) e all'inflazione che hanno pesato sugli scambi rallentandone il passo e limitando il potenziale del settore.

Secondo i primi dati rilasciati da ISTAT, nel corso del 2022 le spedizioni dei salumi italiani si sono fermate a quota 197.800 ton per 1.990,9 milioni di euro, registrando una lieve flessione a volume (-0,4%) ma una crescita a valore (+7,4%). Dati che nascondono però il forte **peggioramento registrato dall'export nell'ultimo scorcio dell'anno**, quando, l'inflazione e l'aumento dei tassi di interesse hanno fatto **rallentare anche la domanda dei nostri tradizionali partner commerciali**, soprattutto quelli comunitari.

Le **importazioni** hanno mostrato una contrazione in quantità ma una crescita in valore, fermandosi a quota 48.172 ton (-6,8%) per un valore di 255,2 milioni di euro (+3,5%).

Il saldo commerciale del settore è salito a quota 1.735,6 milioni di euro, in aumento (+8,1%) rispetto al 2021. Le esportazioni del comparto in termini di fatturato hanno, però, mostrato un passo più lento rispetto a quello dell'industria alimentare (+18,5%) e a quello generale del Paese (+19,9%).

\*\*\*\*\*

**"Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY"**, il progetto promosso da ASSICA con l'obiettivo di migliorare il grado di conoscenza e consumo consapevole dei prodotti agricoli UE, attraverso la promozione della cultura produttiva della carne suina e dei salumi, valorizzando gli alti standard europei e la grande tradizione storica che contraddistingue questo comparto. Il Progetto ha durata triennale (2021-2024), si svolge in Italia e Belgio e gode del co-finanziamento dalla Commissione Europea nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 (Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli nel mercato interno).

**ASSICA, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**, è l'organizzazione nazionale di categoria che, nell'ambito della Confindustria, rappresenta le imprese di macellazione e trasformazione delle carni suine. Nel quadro delle proprie finalità istituzionali, l'attività di ASSICA copre diversi ambiti, tra cui la definizione di una politica economica settoriale, l'informazione e il servizio di assistenza ai circa 180 associati in campo economico/commerciale, sanitario, tecnico normativo, legale e sindacale. Competenza, attitudine collaborativa e affidabilità professionale sono garantite da collaboratori specializzati e supportate dalla partecipazione a diverse organizzazioni associative, sia a livello nazionale che comunitario. Infatti, sin dalla sua costituzione, nel 1946, ASSICA si è sempre contraddistinta per il forte spirito associativo come testimonia la sua qualità di socio di Confindustria, a cui ha voluto aderire sin dalla nascita, di Federalimentare, Federazione italiana delle Industrie Alimentari, di cui è socio fondatore, del Clitravi, Federazione europea che raggruppa le Associazioni nazionali delle industrie di trasformazione della carne, che ha contribuito a fondare nel 1957.

**Ufficio Stampa** – Progetto Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY Blancdenoir  
Francesca Goffi - [francesca@blancdenoir.it](mailto:francesca@blancdenoir.it) – tel. 030 7741535 – cell. 347 9186442

**Ufficio Stampa** – Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi - Tiziana Formisano – [formisano@assica.it](mailto:formisano@assica.it) – tel. 02 8925901 – cell. 346 8734426

