



ASSICA

Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi

aderente a Confindustria

www.assica.it

Comunicato stampa

A rischio l'intero sistema produttivo dei salumi Allarme di ASSICA al CIBUS di Parma

Parma, 9 maggio 2024 - ASSICA, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi aderente a Confindustria, ha organizzato oggi, durante la fiera CIBUS – International Food Exhibition di Parma un convegno - moderato da Angelo Frigerio, Direttore di alimentando.info - per le aziende del settore e per tutti gli operatori, dal titolo **“Salumeria italiana: le sfide per il futuro, tra le incertezze del commercio internazionale e l'aumento dei costi produttivi”**.

Tanti i temi messi a fuoco negli interventi, ma ovviamente il focus è stato la **situazione attuale della salumeria italiana, che sta attraversando uno dei periodi più difficili degli ultimi anni, con l'allarme della peste suina africana (PSA) che incombe come una spada di Damocle sull'intero sistema produttivo**.

“Con il ritrovamento a metà aprile di un cinghiale infetto a Varano de' Melegari, la zona di restrizione è stata allargata alle aree di Collecchio, Sala Baganza e Felino, mettendo in forte crisi le aziende che esportavano in Paesi quali il Canada e gli Stati Uniti. Abbiamo già aziende che hanno messo in cassa integrazione i dipendenti: da allarme sanitario la peste suina rischia di diventare un allarme sociale”, ha affermato il **Presidente di ASSICA, Francesco Pizzagalli**.

Le Istituzioni non possono ignorare ciò che sta accadendo e devono intervenire con efficacia per aiutare la filiera. *“Dobbiamo essere uniti nell'affrontare le opportunità di sviluppo attraverso modalità di confronto con le istituzioni. È giusto chiedere sussidi quando le nostre aziende vengono messe a rischio per colpe e situazioni che non sono imputabili a noi, ma i sussidi servono per affrontare la drammaticità del momento. Abbiamo bisogno di un sostegno reale agli investimenti, che sono quelli che garantiscono il futuro. L'intera filiera suinicola ha bisogno di aiuti straordinari, di nuove forme di accesso al credito per garantire la sopravvivenza di un settore che ha creato benessere in tanti territori, che ha valorizzato nel tempo le peculiarità dei territori, che non ha rincorso le delocalizzazioni per andare a produrre là dove costava meno produrre”*.

Ma come fare per garantire il futuro della filiera suinicola? Pizzagalli conclude il suo intervento sottolineando che occorre *“equilibrio sul piano economico della distribuzione del valore; dare vita ad un sistema di filiera sostenibile; ripensare al ruolo delle produzioni DOP e IGP”*.

Davide Calderone, Direttore di ASSICA, è entrato nel dettaglio dei danni della PSA, con numeri alla mano che danno la dimensione del danno. *“Fino a questo momento si sono avute perdite legate al mancato export per circa 500 milioni di euro in due anni e, se le cose non dovessero migliorare, il rischio sarebbe di subire ulteriori perdite per 60 milioni di euro al mese. Queste cifre avrebbero potuto essere anche più elevate, se non fosse stata messa in campo dal Ministero della Salute - con il sostegno di ASSICA - un'azione costante di informazione e dialogo con i principali Paesi importatori dei prodotti suinicoli; insieme all'attività diplomatica e tecnica del governo si è agito per il contenimento delle misure restrittive di ordine sanitario vigenti in molti Paesi importatori”*.



ASSICA

Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi

aderente a Confindustria

www.assica.it

Il convegno di ASSICA è proseguito poi con gli interventi di esperti e analisti del comparto agroalimentare.

Mariella Ronga, Direzione Filiere e Analisi dei Mercati ISMEA, nella sua relazione ha presentato i risultati della ricerca inedita sulla distribuzione del valore all'interno della filiera suinicola nazionale, con il caso di studio sui prosciutti cotti e prosciutti DOP. *"Il progetto di ricerca ASSICA-Ismea è stato articolato in due annualità in cui sono state approfondite, in uno scenario fortemente segnato da un aumento dei prezzi in tutte le fasi della filiera, le dinamiche di due dei prodotti leader della salumeria italiana: il Prosciutto cotto Alta Qualità e il Prosciutto di Parma. In dettaglio, l'analisi ha evidenziato l'importanza delle relazioni di filiera e la ripartizione del valore dalla stalla al banco taglio".*

Luigi Stimolo, Responsabile Area Mercato di BMTI (Borsa Merci Telematica italiana) ha parlato delle dinamiche interne alla filiera e degli scenari del mercato nazionale e internazionale. *"Dall'analisi di BMTI risulta chiaro come alcune delle criticità che negli ultimi anni hanno coinvolto il settore suinicolo, tra cui l'aumento dei prezzi e le problematiche legate all'aumento dei costi di produzione, si siano attenuate nella prima parte del 2024. La speranza è che i dati continuino a migliorare affinché, anche durante il lavoro svolto dalle CUN in sede di formulazione delle tendenze di mercato e dei prezzi indicativi, si possa riscontare una remunerazione per tutti gli attori della filiera suinicola."*

Con **Marco Limonta, Consumer Packaged Goods Director di Circana** si sono analizzate le scelte di acquisto del consumatore, all'interno di un contesto comunque positivo per i salumi. *"In un mercato che ha fatto registrare nel 2023 un generale calo dei volumi, pari a -0,9%, i salumi si sono contraddistinti per performance positive. Sia considerando tutti i canali distributivi, includendo i Discount (+0,2%), ancor di più considerando i soli Ipermercati + Supermercati + Libero Servizio piccolo (+1,7%). Sicuramente queste performance sono state aidate da un aumento dei prezzi meno elevato rispetto alla media del Largo Consumo Confezionato. I risultati sono legati anche alla volontà dello shopper italiano di continuare ad acquistare uno dei prodotti più importanti nel loro paniere di consumi, categoria quella dei Salumi che è tra quelle più vendute nei punti vendita. Tuttavia, anche nei salumi assistiamo ad un cambiamento nelle scelte di acquisto da parte degli italiani: categorie con prezzi elevati sono stati maggiormente penalizzate dal contesto inflattivo, mentre altre, con prezzi più bassi, sono state premiate dal consumatore".*

Dove ha concentrato gli acquisti il consumatore? *"Il consumatore ha messo in atto diversi cambiamenti nei "luoghi" dove effettuare gli acquisti di salumi, privilegiando negli ultimi mesi gli acquisti a Banco Taglio rispetto a quelli a Libero Servizio: i prodotti a Banco Taglio sono cresciuti del +4,6% a fronte di quelli a Libero Servizio a -0,3%. Il Take Away si conferma in difficoltà, con un calo dei volumi pari a -2,7%"* ha concluso Limonta.

Importante anche il punto di vista della Grande Distribuzione. **Mauro Lusetti, Presidente Associazione Distribuzione Moderna e Conad** ha evidenziato le criticità del mercato interno. *"L'export agroalimentare italiano potrebbe andare ancora meglio se venisse posta una maggiore attenzione ai consumi domestici – ha sostenuto Mauro Lusetti, Presidente Conad – Le nostre eccellenze crescono forti se possono contare su un mercato interno che ne sostenga gli investimenti. Inoltre, penso che per continuare a crescere, le imprese industriali italiane dell'agroalimentare debbano pensare, con le istituzioni e le altre componenti della filiera, a mettere in atto piani di lungo termine che favoriscano la loro aggregazione in campioni nazionali di dimensioni adeguate a essere competitivi nei mercati internazionali."*



ASSICA

Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi

aderente a Confindustria

www.assica.it

Un aiuto ai produttori può arrivare dal sistema del credito. **Marco Perocchi, Responsabile Banca d'Impresa di Crédit Agricole Italia**, si è rivolto alle aziende fornendo sostegno e ascolto. *“Sosteniamo con convinzione e importanti quote di mercato il settore della produzione dei salumi, della macellazione suina e della trasformazione di altri prodotti a base di carne. Abbiamo attivato dei tavoli di ascolto con i produttori proprio per approfondire ulteriormente le necessità immediate del settore e cercare le migliori soluzioni e gli strumenti finanziari più adeguati per sostenere tutta la filiera”*.

RSVP: Tiziana Formisano - Ufficio stampa Assica - formisano@assica.it - 346 8734426