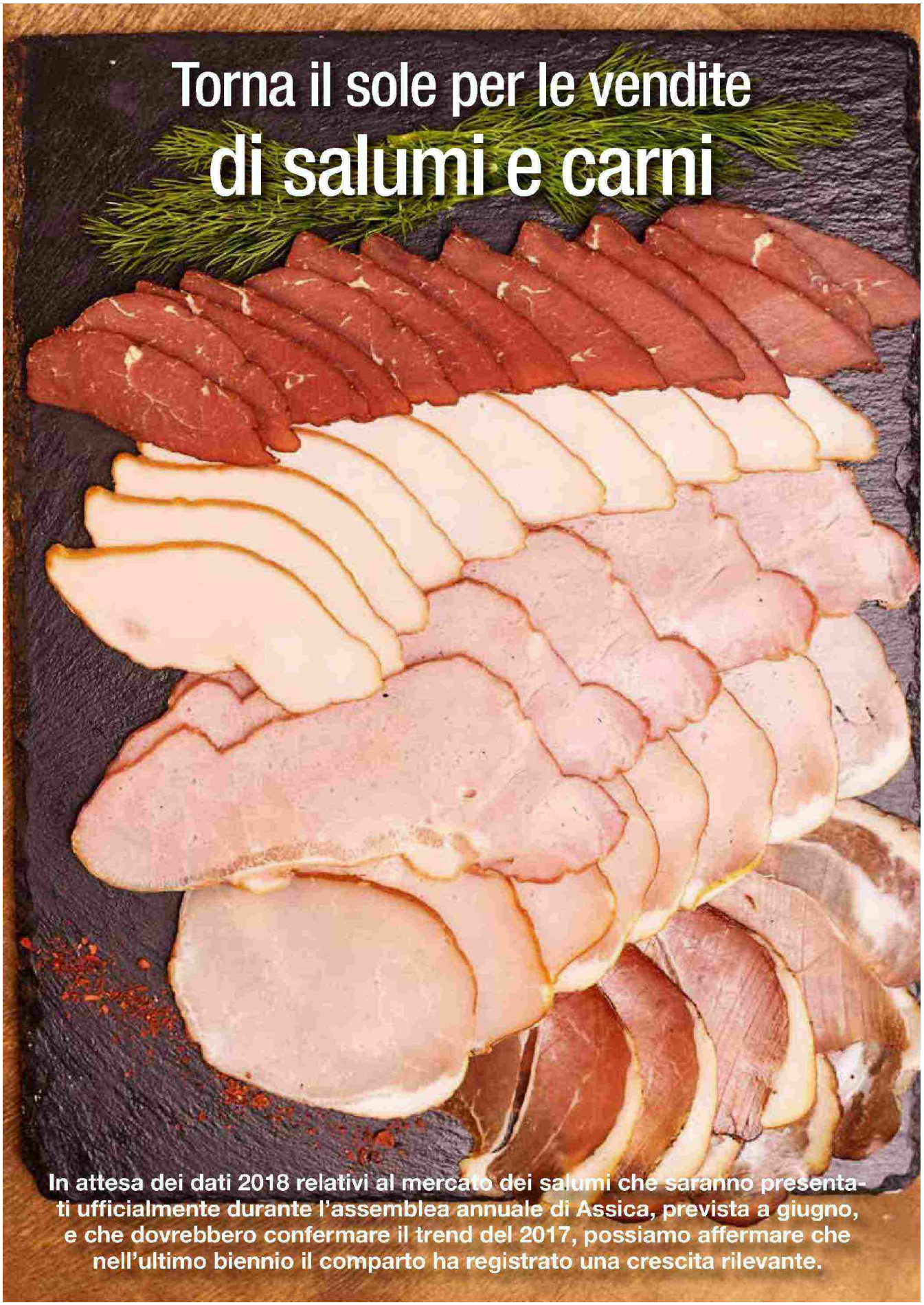
Torna il sole per le vendite di salumi e carni



In attesa dei dati 2018 relativi al mercato dei salumi che saranno presentati ufficialmente durante l'assemblea annuale di Assica, prevista a giugno, e che dovrebbero confermare il trend del 2017, possiamo affermare che nell'ultimo biennio il comparto ha registrato una crescita rilevante.

160009

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Nel 2017 la disponibilità totale per il consumo nazionale di salumi (compresa la bresaola) è stata di 1,059 milioni di tonnellate (+0,4%) contro 1,054 milioni dell'anno precedente; quello apparente pro-capite si è attestato intorno ai 17,6 kg contro i 17,5 del 2016.
Sono rimasti sostanzialmente stabili, invece, i consumi apparenti dei prosciutti crudi stagionati, fermi a 231.900 tonnellate (-0,1%). Segno più per il prosciutto cotto, che ha raggiunto le 280.300 tonnellate (+1,2%). Positivi anche gli andamenti di mortadella, würstel (+1,5% per 202.900 tons) e salame, saliti a 83.700 tonnellate (+1,9%) dalle 82.100 dell'anno precedente. In crescita sono apparsi, infine, i consumi di bresaola pari a 14.000 tonnellate (+3,8%), mentre hanno registrato una flessione quelli degli "altri salumi" attestatisi a 246.000 tonnellate (-1,7%).

Il cotto resta in cima alle preferenze

La struttura dei consumi interni ha visto al primo posto sempre il prosciutto cotto, con una quota pari al 26,5% del totale dei salumi, seguito dal prosciutto crudo - ridimensionatosi al 21,9% - da mortadella e würstel saliti al 19,2%, dal salame in aumento al 7,9% e dalla bresaola stabile all'1,3%. Chiudono gli altri salumi, scesi al 23,2%.
In quest'ottica Parmacotto si concentrerà sul mercato dei prosciutti cotti e delle carni bianche. "Alla fine del 2018 - dichiara **Parmacotto** - abbiamo lanciato 'Azzurro', il prosciutto cotto di alta qualità con il 25% di sale in meno

rispetto alla media del mercato (Fonte: INRAN). Nell'ambito di un regime alimentare equilibrato e uno stile di vita sano, la riduzione del consumo di sale assume un ruolo fondamentale, senza però rinunciare a un prodotto dalla caratteristica morbidezza, dal profumo intenso e un gusto pieno ed appagante".

Nuovi target per allargare i consumi

I player nel settore dei salumi, però, sono alla ricerca di nuovi target. **Grandi Salumifici Italiani**,

160009
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

che nel 2018 ha realizzato un fatturato di quasi 670 milioni di euro, con esportazioni in 33 paesi, 14 stabilimenti produttivi e 1500 dipendenti, è da poco confluita nella holding Bonterre insieme a Parmareggio. Dopo aver lanciato una linea di merende dedicate al target bambino "La Merenda Equilibrata", pensa ora al momento della pausa con la linea Casa Modena Snack&Vai! Tre referenze a base di dischetti di prosciutto, mortadella e salame accompagnati da tarallini, con un apporto calorico equilibrato. Anche **Fratelli Beretta** ha immesso sul mercato una novità che guarda al consumatore bambino. "Merendino" è la nuovissima linea dedicata al mondo kids. La gamma è composta da un panino al latte di piccole dimensioni in tre varianti di gusto: prosciutto cotto e formaggio affettato, prosciutto crudo, salame Milano; sempre abbinato ad un frullato di frutta alla pesca. Il prodotto, che contiene anche una sorpresa, è conservabile fino a 4 ore fuori dal frigo. L'azienda ha oggi 27 stabilimenti nel mondo, di cui 23 in Italia, 3 negli USA e 1 in Cina, circa 2000 dipendenti e un fatturato di quasi un miliardo di dollari. **Ibis Salumi**, storico marchio di salumeria di Busseto (Pr) controllato da Italia Alimentari (Gruppo Cremonini), ha deciso di entrare nel segmento delle merende per bambini con i nuovi "Piccoli e Buoni Ibis", 4 referenze di salumi affettati - Prosciutto Crudo, Mini Cotto, Salame Milano e Mortadella - per la merenda, provenienti da filiere di allevamenti senza antibiotici dalla nascita, con solo conservanti di origine vegetale.

160009

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Le novità strizzano l'occhio alla salute

Oltre al già citato Azzurro di Parmacotto, anche altri competitor guardano con interesse al trend salutista anche per i salumi. **Citterio**, che ha festeggiato 140 anni di storia, dal 2017 ha eliminato i nitriti e i nitrati, oggi il lancio di "Armonie di Natura", una nuova linea di affettati in vaschetta, ottenuta dalla selezione di pochi ingredienti selezionati, di origine esclusivamente naturale, senza conservanti. A fine 2018 aveva invece introdotto sul mercato gli snack "on the go" - della linea "Gli Irresistibili" -, capaci di conservarsi fuori dal frigorifero. Diverse le proposte disponibili sia nella classica vaschetta che nella nuova confezione flowpack. Gli Irresistibili sono fatti con carne 100% italiana, senza glutine e senza lattosio.

Anche **Rovagnati** elimina i conservanti. Con la linea Naturals (GranCotto, Crudo, Mortadella, Salame e GranCotto arrosto), che già aveva eliminato i nitriti di origine artificiale, fa a meno anche dell'impiego di nitriti di origine vegetale. Infatti, Naturals utilizza ingredienti naturali totalmente privi di nitriti e nitrati che, in sinergia tra loro, permettono di avere un prodotto assolutamente salubre, avente le stesse garanzie di sicurezza dei prodotti trattati con nitriti.

Il crudo rallenta la corsa, ma non troppo

Segno positivo, anche se piccolo per il crudo. Il salume più nobile d'Italia, però, non si preoccupa del leggero rallentamento

PIÙ ESTERO PER LE DOP PIACENTINE

Il Consorzio Salumi Dop Piacentini ha chiuso il 2018 con un bel segno più sulla produzione. Per quanto riguarda i dati produttivi dei prodotti confezionati, troviamo al primo posto il Salame Piacentino con un totale di circa 550.920,72 kg, seguito da Coppa Piacentina con 463.956,92 kg e infine Pancetta Piacentina con 349.751,91 kg. Parlando invece di prodotto affettato, fra le più consumate troviamo la Coppa Piacentina con ben 361.814,97 kg di prodotto, a seguire Pancetta Piacentina con 289.475,58 kg ed infine con una sostanziale differenza rispetto al prodotto confezionato il Salame Piacentino che, affettato, presenta un dato piuttosto basso pari a 142.249,81 kg. Il prossimo obiettivo per il Consorzio Salumi Piacentini DOP sarà quello di espandere l'export anche in Germania e Francia.

160009

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

NUOVE REGOLE PER LA MORTADELLA

Il Consorzio Mortadella Bologna, nell'anno del suo diciottesimo compleanno, si regala un Disciplinare nuovo: niente glutammato e solo aromi naturali. Buone notizie, anche per quanto riguarda produzione e consumi. Dei 33 milioni di kg venduti nel 2018, l'84% viene consumato in Italia e il 16% all'estero, per un valore totale di 320 milioni di euro.
In particolare, le vendite all'estero sono cresciute del +8,6% rispetto al 2017, un aumento dovuto non solo alla propensione sempre maggiore dei consumatori esteri verso i cibi genuini, ma anche alle attività che il Consorzio Mortadella Bologna sta portando avanti sia in Europa (Germania e Belgio) sia nei mercati extra UE in forte espansione, come Giappone e Hong Kong.

e prosegue la sua conquista dei mercati internazionali e domestici. Il **Prosciutto di Parma Dop** da aprile ritorna protagonista in comunicazione con la nuova campagna Prosciutto di Parma fa parte di te, realizzata ancora una volta da McCann, una campagna integrata a sostegno della marca e del prodotto, simbolo dell'eccellenza alimentare italiana. Il **Consorzio del Prosciutto di San Daniele** rende noto che, per quanto riguarda le vendite, il 2018 si è chiuso con un incremento del 1,5% sull'anno precedente. La produzione di preaffettato in vaschetta continua ad affermarsi come trend di vendita più performante; sono stati affettati in totale 404.472 prosciutti (+6,7% sul 2017) che hanno prodotto oltre 23 milioni di confezioni certificate, pari a una crescita del +3,7% rispetto al 2017, per un totale di 1.937.737 kg (+6,2%). Il **Consorzio del Prosciutto di Modena** ha chiuso il 2018 con un bel segno più sulla produzione. Infatti, sono stati circa 71.600 i prosciutti avviati alla produzione, segnando un incremento del 16,3% rispetto al 2017, per un valore al consumo di circa 12.500.000 euro. Risulta molto apprez-

160009

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

zato in Germania, in Inghilterra e in Francia, ma l'attività del Consorzio è intensa anche oltreoceano, in particolare negli USA, dove sono state intraprese diverse iniziative, a Chicago e San Francisco, per far conoscere al grande pubblico questa eccellenza modenese. Il prossimo obiettivo è il Giappone: sono 3 infatti i prosciuttifici abilitati ad esportare verso questo Paese, quarta economia più avanzata del mondo e partner importante per l'Unione Europea.

Cacciatore a tutto export

Il Salame Cacciatore Dop piace sempre più all'estero e i dati lo confermano. Nel 2018 ha avuto una crescita delle esportazioni del +7% rispetto al 2017. È il 30% di Salamini Italiani alla Cacciatora Dop, calcolato sul venduto, ad aver varcato i confini nazionali, confermando così la costante crescita delle esportazioni negli ultimi anni. L'Unione Europea ha assorbito oltre l'89% del prodotto esportato, mentre l'esportazione verso il resto del mondo è cresciuta di oltre il 36%. I Paesi più performanti sono stati Germania, Belgio, Francia, Svizzera e Austria. Positivi i dati dei primi mesi del 2019 che fanno registrare un + 5,2% sulla produzione, dati incoraggianti che arrivano dopo un 2018 leggermente sotto le aspettative, anche se in linea con l'andamento globale del mercato dei salumi. Dati incoraggianti che stimolano i produttori a puntare maggiormente sul mercato dei salami in generale. Grazie all'acquisizione dello stabilimento Montagna in Calabria, Ibis Salumi, per esempio, presenterà una linea di eccellenze e tipicità calabresi, tra cui la 'Nduja, la soppressata dolce e piccante, la salsiccia calabrese e il capocollo, a cui si aggiunge la produzione di salumi di Suino Nero di Calabria, una pregiata razza autoctona allevata allo stato brado e alimentata con prodotti naturali come ghiande, castagne e cereali.

La bresaola scala le classifiche mondiali

Nell'ultimo biennio la bresaola, passando da prodotto tipico locale a eccellenza del largo consumo, ha registrato un au-

160009

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

mento costante sia a volume sia a valore. Come dimostrano i dati IRI – Totale Italia Iper+Super+Lsp / dicembre 2018, infatti, la produzione è passata dalle 12.291 tonnellate del 2017 alle 12.710 di fine 2018 (+3%) e a valore da 395,8 a 411,8 milioni di euro (+4,2%). Dall'inizio del terzo millennio a oggi, la bresaola valtellinese ha scalato le posizioni nella classifica di gradimento dei cibi, come attesta l'incremento nei consumi del 45% e il fatto che 8 italiani su 10 apprezzino il prodotto. L'essere diventata eccellenza del largo consumo, apprezzata sia in Italia sia all'estero, ha portato ad avere ottime performance di vendita sia all'estero sia nella gdo. Tra le novità più interessanti per movimentare il mercato ci sono le nuove Bresaole d'Autore del

Salumificio Panzeri: Tonica, Tartufata, Sbagliata e Montanara. "Sono 4 bresaole dalla ricetta innovativa - afferma **Nicolò Panzeri, presidente Salumificio Panzeri** - destinate a vivacizzare il

Il superpremium prosegue la sua ascesa

"L'Agnello Gallese IGP è presente da molti anni sul mercato italiano. Anche nel 2019 continueremo ad esportare i tagli che il consumatore italiano predilige, quali le costolette, la spalla e il cosciotto", afferma Jeff Martin, responsabile HCC Italia (Meat Promotion Wales, Ente gallese per la promozione delle carni rosse). La maggior parte dell'Agnello Gallese IGP viene venduto nella grande distribuzione, ma anche l'alta ristorazione si è dimostrata molto interessata verso questi prodotti. "Nel 2019 - prosegue Martin - ci sarà un aumento delle esportazioni di Manzo Gallese IGP, un prodotto di altissima qualità e dalla lunga tradizione. Il prestigio di cui gode deriva da diversi fattori quali l'ambiente sano e pulito in cui crescono gli animali, la loro alimentazione naturale e il clima mite e piovoso che mantiene sempre verdi i pascoli. A queste caratteristiche territoriali e climatiche uniche bisogna aggiungere la tradizione secolare nell'allevamento, la professionalità degli operatori dell'intera filiera e i sistemi di controllo disposti sulla sicurezza e sulla tracciabilità.
Il risultato è una carne tenera e succulenta, adatta a molteplici preparazioni e molto amata dai buongustai di tutto il mondo".

160009
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

mercato nazionale e le esportazioni della Bresaola della Valtellina". Nate dalla collaborazione con lo chef Claudio Sadler. "L'obiettivo che ci siamo posti - prosegue Panzeri - è ambizioso: reinventare un'eccellenza alimentare carica di tradizione come la Bresaola della Valtellina con delle ricette dall'immagine più giovane, ricca e differenziante, così da avvicinare alla nostra offerta nuove fasce di consumatori italiani ed esteri. Per fare questo stiamo lavorando parallelamente sia nel canale della gdo, distribuendo i nostri prodotti nei migliori punti vendita, sia nel canale Ho.Re.Ca. dove attualmente abbiamo una collaborazione con tutti i Panino Giusto d'Italia. La nostra bresaola, infatti, è stata scelta come ingrediente del Panino Sbagliato, ricetta creata per festeggiare il 40esimo anniversario di Panino Giusto".■

La carne direttamente dal produttore al consumatore

Tina Gran Dispensa è il nome dello spaccio di carni con vendita diretta dal produttore al consumatore, sorto accanto allo storico stabilimento di Inalca (Gruppo Cremonini) di Castelvetro di Modena, dove sarà possibile acquistare le eccellenze sia di Inalca che delle altre aziende del Gruppo. "Una evoluzione del classico concetto di spaccio aziendale, con le carni bovine fresche italiane e internazionali che saranno il fiore all'occhiello del negozio; una vera e propria macelleria gourmet con tagli provenienti dall'Italia e dai principali paesi produttori di carne di qualità", spiega l'azienda. L'offerta comprende anche i salumi a marchio Ibis, i prodotti surgelati distribuiti da Marr (pesce e verdure), e un'ampia selezione di formaggi locali e di gastronomia pronta. Il locale è integrato con la sede centrale Inalca che di recente ha visto inaugurato il suo ampliamento così come l'assunzione di una decina di nuovi dipendenti; ha una superficie di vendita di 150 mq (più altri 150 mq di laboratorio) e dispone di un parcheggio per 50 posti auto. Lo spaccio è rivolto sì ai circa 2.000 dipendenti Inalca e Cremonini della zona di Modena (distribuiti tra gli stabilimenti di Castelvetro, Castelnuovo e la sede centrale di Ca' di Sola), ma anche a un ampio pubblico della zona in cerca di prodotti di eccellenza, soprattutto in fatto di carni bovine.

160009

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.