



DI MARCO MONTANARI

## Salumi: nel 2021 bene produzione e consumi, ma l'aumento dei costi, l'inflazione e la PSA pesano sulle aziende del settore



Ruggero Lenti, Presidente Assica

# Buoni i consumi dei Salumi, un vero "comfort food"

**R**oma. I salumi si confermano un vero comfort food in questo periodo di incertezza. Ma se il 2021 ha visto una ripresa dei consumi, sia in Italia (+5,4% in volume) che all'estero (export +15,2% a volume, +12,0% a valore) oltre che della produzione (+7,0% in volumi e +6,2% in valore), rispetto al 2020 sono cresciuti anche esponenzialmente i costi di produzione e le difficoltà del settore. Le aziende del comparto sono oggi allo stremo: risultano fra le più colpite dai rincari, perché l'utilizzo di energia nei processi di lavorazione e conservazione è altamente impattante e a peggiorare le prospettive si sono aggiunti i casi di PSA fra i cinghiali in Italia. Un fatto, questo, che sta danneggiando gravemente le esportazioni, sia in Europa che nei Paesi terzi, che durante il 2021 hanno rappresentato un traino fondamentale.

### LENTI: LAVORARE INSIEME PER FRONTEGGIARE UNO SCENARIO SEMPRE PIU' INCERTO E VOLATILE

"Lo scorso anno abbiamo avuto ottimi segnali di crescita, come testimoniato dalle vendite in GDO e quelle on line; nonostante le mancate occasioni di consumo fuori casa abbiamo ancora penalizzato la domanda interna rispetto ai livelli pre-pandemia, la disponibilità al consumo dei salumi si è attestata a 17kg, corrispondente a un consumo medio reale pro capite di circa 11,3 Kg/anno.

In forte aumento è risultata la domanda estera, che ha beneficiato della ripresa delle attività e delle minori restrizioni, rispetto al nostro Paese, adottate in diversi Stati partner sia all'interno della Ue sia fra i Paesi terzi, trainati dal boom degli invii verso gli USA, che hanno registrato uno straordinario +53,0% in quantità e +43,3% a valore. - ha commentato Ruggero Lenti, Presidente ASSICA durante la conferenza stampa di presentazione dell'Assemblea Annuale,



prevista oggi a Roma, nell'ambito del Progetto "Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY" co-finanziato dall'Unione Europea - Con l'incremento dei costi di produzione, la guerra in corso, i casi di Peste Suina Africana sul territorio nazionale e i timori per nuove ondate del Covid-19 in autunno, lo scenario attuale desta serie preoccupazioni. Le aziende hanno finora retto, riducendo progressivamente i propri margini. È importante sottolineare infatti come l'incremento dei costi dei fattori produttivi e dei servizi non si sia tradotto in un incremento dei prezzi unitari dei salumi, che anzi hanno evidenziato nel 2021 un rientro rispetto all'anno precedente. L'incremento dei prezzi delle commodity e di tutti i costi di produzione è stato dunque assorbito dalle aziende del settore, ma l'aumento anche dei costi della materia prima ha determinato una situazione non più sostenibile. Per quanto riguarda l'impatto della PSA sull'export, poi, i dati del primo trimestre evidenziano ancora una crescita, ma l'analisi dei mercati rivela che i Paesi Terzi che non applicano la regionalizzazione stanno registrando una battuta d'arresto: -27,6% sia a volume sia a valore. Un dato che ci ricorda quanto sia urgente intervenire su questo fronte. In uno scenario sempre più incerto e volatile è necessario dunque percorrere nuove strade insieme alle Istituzioni per assicurare alle aziende la stabilità necessaria ad operare, inve-





➔ SEGUE DA PAG 70

stire e innovare. La crisi determinata dall'incremento delle commodity ci spinge ad accelerare sul fronte della sostenibilità energetica, ma i cambiamenti in atto sono tanti e vanno tutti governati. Il settore, come dimostrano i dati 2021, è vivo e reattivo: la qualità dei nostri prodotti è riconosciuta in Italia e sempre più apprezzata all'estero: dobbiamo quindi lavorare tutti insieme per difendere questo grande patrimonio del food Made in Italy.

**I CONSUMI IN ITALIA**

Il consumo apparente pro capite, considerato l'andamento della popolazione e la minore presenza dei turisti, si è attestato intorno ai 17 kg contro i 16,2 del 2020 (+5,4%) corrispondente a un consumo medio reale pro capite di circa 11,3 Kg/anno. Nel 2021 tutte le principali categorie di salumi hanno evidenziato una crescita. I consumi apparenti dei prosciutti crudi stagionati, favoriti dal rimbalzo della domanda interna e dalla ripresa di quella estera, sono saliti a 222.400 ton (+6,1%); quelli di prosciutto cotto sono tornati a quota 274.800 ton (+4,8%). Sono risultati in aumento anche i consumi di mortadella e wurstel (+4,2% per 190.800 ton) e quelli di salame attestati a 81.500 ton (+4,4%). Hanno evidenziato un deciso recupero anche i consumi di bresaola saliti a 25.800 ton dalle 24.200 dell'anno precedente (+6,7%) e quelli degli "al-

tri salumi", attestatisi a 219.800 ton (+7,0%).

La struttura dei consumi interni ha così visto al primo posto sempre il prosciutto cotto, con una quota pari al 27,1% del totale dei salumi, seguito dal prosciutto crudo al 21,9% da mortadella/wurstel al 18,8%, dal salame all'8,0% e dalla bresaola al 2,5%. Chiudono gli altri salumi al 21,7%. Considerando l'insieme dei salumi e delle carni suine fresche, il consumo apparente pro-capite è salito a 28,4 kg da 27,2 kg dell'anno precedente (+4,4%), corrispondenti a circa 18,8 kg/anno di consumo reale.

**LA PRODUZIONE**

Nel 2021, la produzione di salumi è tornata a crescere, dopo l'importante flessione registrata nel 2020 a causa della pandemia, e ha chiuso i dodici mesi attestandosi a 1,169 milioni di tonnellate da 1,093 del 2020 (+7,0%). In aumento è risultato anche il valore della produzione salito a 8.420 milioni di euro (+6,2%) da 7.927 milioni del 2020.

In merito ai singoli salumi, nel 2021, la produzione di prosciutti crudi stagionati, dopo la profonda flessione del 2020, ha evidenziato un robusto +8,2% attestandosi a 282.500 ton e un +7,0% in valore per 2.263 milioni di euro. Il rimbalzo dei prosciutti crudi è stato sostenuto da vari fattori: il ritorno della domanda interna su un sentiero di crescita, la forte ripresa della domanda estera per la categoria e la necessità di ricostituire le scorte dopo il difficile 2020 in cui la pandemia ne aveva determinato una forte contrazione. Deciso aumento anche per la produzione di prosciutto cotto, salita a 288.200 ton (+6,3%) per 2.026 milioni di euro (+4,8%). La quota di prosciutti crudi e cotti, prodotti leader del settore, ha



evidenziato un lieve miglioramento in quantità rispetto all'anno precedente, attestandosi a 48,8% da 48,7% del 2020, ma ha evidenziato una lieve flessione a valore, fermandosi a quota 50,9% da 51,1% dell'anno precedente.

Trend positivo anche per la produzione di mortadella, salita a 163.800 ton (+4,3%) per 710,2 milioni di euro (+4,2%) e per quella dei wurstel, arrivati a quota 60.800 ton (+3,2%) per un valore di 188,5 milioni di euro (+0,6%). Nel 2021, la produzione di speck si è attestata a quota 33.600 ton (+2,8%) per un valore di 352 milioni di euro (+1,6%). In forte aumento è risultata anche la produzione di salame, attestatisi a 120.200 ton (+10,3%) per un valore di 1.077 milioni di euro (+8,6%). Un contributo molto positivo alla crescita della categoria è arrivato dalla domanda estera cresciuta in modo significativo sia a volume sia a valore. Ha registrato, invece, un andamento cedente la pancetta che nel complesso dei dodici mesi ha visto la produzione fermarsi a quota 45.800 ton (-4,0%) per un valore di 230,8 milioni di euro (-5,1%). In calo anche la produzione di coppa con 39.000 ton. (-1,0%) per 309 milioni di euro (-2,0%). Molto bene, infine, la bresaola che ha chiuso l'anno con un



I relatori all'Assemblea Assica a Roma

➔ SEGUE A PAG 74



➔ SEGUE DA PAG 72

+8,9% in quantità per 29.500 ton e un +7,1% in valore per 473,9 milioni di euro.

**IMPORT - EXPORT**

Il 2021 è stato un anno ottimo per le esportazioni e ha segnato, secondo l'ISTAT, un nuovo record: 197.759 ton per un fatturato di 1.836 milioni di euro, registrando un aumento a due cifre sia a volume (+15,2%) sia a valore (+12,0%). Grazie a questo importante traguardo, le esportazioni dei salumi italiani hanno recuperato la flessione del difficile 2020 e hanno abbondantemente superato i livelli pre-pandemia, registrando un +7,9% in quantità e un +15,6% a valore rispetto al 2019. Il saldo commerciale del settore ha registrato un +15,7% rispetto al 2020, salendo a 1.623 milioni di euro. Per quanto riguarda le aree geografiche, hanno evidenziato una solida crescita sia le esportazioni verso la UE a 27 sia, soprattutto, quelle verso i Paesi terzi, trainate dal boom degli invii verso gli USA. All'interno della UE tutti i nostri principali partner commerciali hanno mostrato un aumento importante della domanda: nel complesso dei 12 mesi, le spedizioni verso i partner comunitari hanno evidenziato un +13,6% in quantità per 135.969 tonnellate e un +10,4% in valore per circa 1.207 milioni di euro. Ottimo 2021 anche per gli scambi con i Paesi extra UE che, con arrivi di salumi italiani per 61.790 ton per un valore di 629 milioni di euro, hanno registrato un +18,9% a volume e un +15,3% a valore. Tra i prodotti, nel 2021 sono tornate a correre le spedizioni di prosciutti crudi stagionati, che archiviano il difficile 2020 con un +17,6% in quantità e un +14,7% a valore. Importante risultato anche per le esportazioni di salami (+18,9% a volume e +14,3% a valore), di bresaola, (+16,0% in quantità e un +14,3% a valore) e soprattutto dei prosciutti cotti, che con invii per 22.058 ton e 164,3 milioni di euro, chiudono l'anno con un +23,9% in quantità e con un +14,5% in valore e registrano la

migliore performance fra le varie tipologie di salumi. Discreto il risultato di mortadella e wurstel (+5,8% a volume e +4,0% a valore) mentre gli invii di pancetta stagionata registrano un +3,1% in quantità ma un -6,6% a valore. Nel primo trimestre del 2022, le esportazioni di salumi italiani hanno registrato ancora una crescita: +5,4% in quantità per un totale di 44.780 tonnellate e +9% in valore per 431,5 milioni di euro. Un dato importante che conferma l'apprezzamento per i nostri salumi e che avrebbe potuto essere ancora più robusto senza il freno rappresentato dalla PSA. Molto bene le esportazioni verso la UE: +6,4% per un totale di 31.323 tonnellate esportate e +9,1% per un fatturato di 291 milioni di euro. Per dono slancio, invece, le esportazioni verso i Paesi Terzi (+3,1% a volume e +8,7% a valore) che, nonostante gli ottimi risultati di USA (+38,6% a volume e +38,4% a valore) e Regno Unito (+16,0% volume e +17,9% a valore) scontano il rallentamento di molti altri importanti partner, in particolare i Paesi asiatici che non applicano con riferimento alla PSA il principio di regionalizzazione. n

**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 cofinanziamento dalla Commissione Europea nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 (Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli nel mercato interno).



**ASSICA**

ASSICA, Associazione Industriale 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.

➔ SEGUE A PAG 76



CAMPAGNA FINANZIATA CON IL CONTRIBUTO DELL'UNIONE EUROPEA

➔ SEGUE DA PAG 74

**IL SETTORE DEI SALUMI E L'AGENDA DA 2030: ASSICA ANNUNCIA IL SUO "PROGRAMMA SOSTENIBILITÀ"**

In occasione dell'Assemblea annuale, presentata la prima edizione della pubblicazione, realizzata con IVSI, che riassume buone pratiche e impegni verso un nuovo modello d'impresa Roma. 5 goals, 48 Best practices e 35 impegni concreti verso un nuovo modello di impresa: il primo "Programma Sostenibilità" ASSICA non è solo una dichiarazione di intenti bensì una pragmatica assunzione di responsabilità, con cui il settore della



salumeria italiana ratifica un "cambio di passo" in atto da tempo. Affermare e valorizzare la sensibilità e la proattività del settore rispetto allo sviluppo sostenibile è l'intento principale del documento, realizzato dall'Associazione in tandem con l'IVSI (Istituto Valorizzazione Salumi Italiani) presentato oggi in anteprima in occasione dell'Assemblea nazionale ASSICA 2022.

Nel "programma", ASSICA ha raccolto tutte le attività e i progetti realizzati dalle Aziende del settore e dall'Associazione stessa in direzione dello sviluppo sostenibile. Fra i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (denominati Goal) dell'Agenda 2030 dell'ONU (SDGs), ne sono stati selezionati 5, quelli su cui i produttori di salumi possono offrire un contributo significativo e sui quali concentrare, di conseguen-

za, gli sforzi più consistenti: Goal 7 – Energia pulita e accessibile; Goal 8 – Lavoro dignitoso e crescita economica; Goal 9 – Imprese, innovazione e infrastrutture; Goal 12 – Consumo e produzione responsabili; Goal 13 – Lotta contro il cambiamento climatico. Dall'analisi 2021 è emerso che le Aziende del settore sono maggiormente attive sul Goal numero 8 (34%), subito seguito dal Goal 12 (26,4%) e dal 9 (24,2%). Ancora ampi margini di miglioramento per quanto concerne il Goal 7, sul quale le Aziende partecipanti allo studio offrono al momento un contributo pari al 15% ma ritengono di poterlo incrementare in tempi brevi. Per realizzare un percorso fortemente legato alla realtà – in grado di promuovere un approccio imprenditoriale fondato sulla sostenibilità – sono infatti state coinvolte le Aziende stesse, innescando un processo virtuoso di comprensione e condivisione, seguito da fasi basate sulla razionalizzazione e la formazione. Coerentemente con questa struttura, ogni singolo aspetto della sostenibilità, all'interno del lavoro è affrontato descrivendo: cosa ha fatto l'Associazione con e per le Aziende del settore in quell'ambito; le "Best Practice" più significative messe in campo dalle imprese del comparto; quali impegni concreti ASSICA si assume per promuovere lo sviluppo sostenibile .

In tema di sostenibilità ambientale, le principali best practice evidenziate nel Programma riguardano il monitoraggio delle emissioni negli stabilimenti a tutti i livelli, da generatori a biogas interni con raccolta di scarti e sottoprodotti derivanti dalla macellazione e dall'azienda agricola, ai contratti di energia 100% rinnovabile. In tema di sostenibilità economica, il processo di miglioramento dei valori nutrizionali dei prodotti in commercio ha riguardato tutti i principali salumi italiani



così come è generale l'investimento in ricerca per soluzioni innovative che riducano l'utilizzo della plastica e contengano l'impatto ambientale del packaging a fine vita, trasformandolo da rifiuto a risorsa utile per la tutela dell'ambiente. Sul versante sociale le buone pratiche più diffuse e significative riguardano il benessere e la formazione dei lavoratori e la collaborazione con realtà no profit territoriali, mentre l'impegno di ASSICA si evidenzia soprattutto nella formazione, in collaborazione con l'IVSI. Oltre alle tre dimensioni della sostenibilità, ampio spazio è dedicato anche al tema del "benessere animale", fra gli argomenti più delicati e specifici per le aziende della salumeria, tema su cui ASSICA sta incoraggiando una crescita culturale, per favorire un sistema di filiera sostenibile, in linea con le aspettative del consumatore.

"Promuovere il settore, oggi e in futuro, si traduce anche nell'impegno per incentivare e offrire supporto alle Aziende nello sviluppo sostenibile. La mission di ASSICA e IVSI, dunque, si allarga e si arricchisce di un nuovo obiettivo: elevare il profilo di sostenibilità ambientale, economica e sociale delle aziende del settore. È da questa visione, che trae vigore e sostanza la prima edizione del Programma Sostenibilità" specifica il Presidente ASSICA, Ruggero Lenzi, il quale aggiunge anche che: "per trasformare questi impegni in risulta-

➔ SEGUE A PAG 78

➔ SEGUE DA PAG 76



FRANCESCO PIZZAGALLI  
Presidente  
IVSI - Istituto Valorizzazione Salumi Italiani

ti tangibili è però fondamentale che tutta la filiera si muova verso la medesima direzione. In questo ambito hanno senza dubbio un ruolo decisivo anche le Istituzioni, nazionali e internazionali. La filiera è infatti protagonista, ma quello a cui bisognerebbe giungere è un vero e proprio 'ecosistema' di cooperazione. Pertanto, la cosa più importante è capire che la filiera zootecnica è parte della soluzione e la sostenibilità del settore può essere generata internamente, sfruttando la capacità di rendere economicamente sostenibili le naturali propensioni alla circolarità della produzione che lo caratterizza."

A rimarcare l'intento dell'opera anche il Presidente IVSI, Francesco Pizzagalli, che aggiunge: "Grazie alla formazione continua e allo sviluppo di iniziative in grado di stimolare la crescita della consapevolezza e dell'efficacia delle azioni intraprese dalle Aziende associate in favore della sostenibilità, ASSICA - con il supporto di IVSI - ha già iniziato a sostenere il settore verso il cambio di paradigma che la sostenibilità ambientale, economica e sociale determinano con chiarezza. Oggi - continua Pizzagalli - l'Associazione e le Aziende del settore credono fortemente nello sviluppo sostenibile



come imperativo del nuovo modo di fare impresa, tanto quanto sono convinti che il settore di carni e salumi possa giocare un ruolo tangibile nel raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile fissati dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite. Questo lo afferma con chiarezza."

Quello in atto è un cambio di passo culturale concreto che vede la sostenibilità come opportunità aziendale e non come onere, come una necessità per rimanere competitivi sul mercato. L'evoluzione di questo approccio si traduce nel considerare la sostenibilità come uno dei fattori, dei valori, posti al centro della strategia aziendale del presente e del futuro. Da qui la necessità del Programma Sostenibilità, una pubblicazione che risponde alla vision di ASSICA, impegnata anche in un ambizioso progetto, "Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY", co-finanziato dall'Unione Europea, che ha fra i suoi obiettivi proprio la promozione della cultura produttiva della carne suina e dei salumi, dedicando ampio spazio ai valori che la ispirano: qualità, sicurezza alimentare e sostenibilità.

#### EXPORT SALUMI 2021: CRESCITA A DUE CIFRE, SUPERATI I LIVELLI PRE-PANDEMIA, MA L'AUMENTO DEI COSTI RAFFREDDA GLI ENTUSIASMI.

Ottimo 2021 per le esportazioni di salumi. Secondo ISTAT, nel corso dell'anno da poco concluso le esportazioni di prodotti della nostra salumeria hanno raggiunto un nuovo record: 197.759 ton per un fatturato di 1.836 milioni di euro, registrando un aumento a due cifre sia a volume (+15,2%) sia a valore (+12,0%).

Grazie a questo importante traguardo le esportazioni dei salumi italiani hanno recuperato la flessione del difficile 2020 e hanno abbondantemente superato i livelli pre-pandemia, registrando un +7,9% in quantità e un +15,6% a valore rispetto al 2019. Nel corso dell'anno, le importazioni hanno mostrato una contrazione sia in quantità sia in valore, fermandosi a quota 44.949 ton (-4,1%) per un va-



lore di 212,8 milioni di euro (-9,9%). La dinamica import-export ha così determinato un forte aumento del saldo commerciale del settore che ha registrato un +15,7% rispetto al 2020, salendo a 1.623 milioni di euro. Le esportazioni del comparto, in termini di fatturato, hanno mostrato un passo più veloce di quello dell'industria alimentare (+10,9%) ma meno veloce di quello registrato delle esportazioni nazionali (+18,0%), la cui crescita, a differenza di quella del settore alimentare, risulta amplificata dal confronto con un 2020 in forte contrazione.

#### TRA I PRODOTTI: I PROSCIUTTI COTTI REGISTRANO LA CRESCITA PIÙ IMPORTANTE; AUMENTI A DUE CIFRE ANCHE PER PROSCIUTTI CRUDI STAGIONATI, SALAMI E BRESAOLA.

Sono tornate a correre nel 2021 le spedizioni di prosciutti crudi stagionati, che con invii pari a 70.747 ton (+17,6%) per un valore di 836,9 milioni di euro (+14,7%) hanno archiviato definitivamente il difficile 2020.

Le esportazioni della categoria, infatti, hanno superato ampiamente anche i livelli pre-pandemia, registrando un +3,9% a volume e un +12,8% a valore rispetto al 2019.

Il saldo commerciale della voce doganale ha registrato un +15,5% rispetto al 2020, salendo a 774,5 milioni di euro da circa 670,7 milioni dell'anno precedente.

Nel corso dell'anno, le esportazioni di prosciutti disossati (la voce comprende anche speck, coppe e culatelli) hanno registrato una importante crescita a due cifre: +18,8% per un totale di 68.225 ton a volume e +15,1% per 820,8 milioni di euro a valore; le esportazioni di prosciutti in osso,

➔ SEGUE A PAG 80



➔ SEGUE DA PAG 78



invece, hanno chiuso con una consistente flessione in quantità (-7,3% per un totale di 2.522 ton) e una più lieve in valore (-1,3% per un valore di 16 milioni di euro).

Considerando l'insieme di prosciutti crudi stagionati con e senza osso hanno mostrato una crescita a due cifre sia gli scambi con i Paesi UE sia quelli con i Paesi terzi.

Le spedizioni verso la UE27 hanno chiuso il 2021 con un +13,3% in quantità per un tot di 46.807 ton e con un +11,2% in valore per 523,2 milioni di euro. All'interno del mercato unico sono apparsi in crescita sia a volume sia a valore gli invii verso tutti i principali mercati di riferimento: Francia (+13,9% in quantità e +11,9% in valore), Germania (+5,2% e +3,9%), Austria (+12,7% e +12,9%), Belgio (+20,2% e +11,1%) e Paesi Bassi (+28,3% e +16,9%), Croazia (+25,3% e +26,4%) e Svezia (+10,6% e +10,6%).

Ottimo il trend delle esportazioni verso i Paesi Terzi, che con invii per 23.939 ton e 313,6 milioni di euro hanno registrato un +27,2% a volume e un +21,2% a valore. Fuori dalla UE, a trainare la categoria è stata la straordinaria performance delle esportazioni verso gli USA, che con 11.304 ton per 141,5 milioni di euro hanno registrato un +41,4% a volume e un +35,6% a valore. Molto bene anche le spedizioni verso il Canada che hanno chiuso con un +48,3% a volume e un +41,4% a valore. L'export verso il Regno Unito, invece, è risultato in linea con l'anno precedente per quanto riguarda i volumi (-0,2% per invii pari a 4.473 ton), ma ha registrato una flessione a valore (-3,6% per 67,4 milioni di euro). Buone notizie sono ar-

ivate, infine, da Svizzera (+17,0% in quantità e +11,3% in valore), Brasile (+44,0% e +52,2% in valore) e Hong Kong (+46,3% ma +42,2%), mentre hanno ceduto terreno, ma solo con riferimento ai volumi, quelle verso il Giappone (-3,9% in quantità ma +2,3% in valore). Importante risultato anche per le esportazioni di salami che hanno registrato un +18,9% a volume per un totale di 42.732 ton inviate e un +14,3% a valore per 450,7 milioni di euro, segnando anche un +22,8% in quantità e un +31,4% in valore rispetto al 2019.

L'export verso la UE, con 28.830 ton per 289,3 mln di euro, ha registrato un +15,8% in quantità e un +10,9% a valore grazie alla crescita evidenziata da tutti i principali mercati di riferimento: Germania (+8,4% e +3,7%), Francia (+11,6% e +8,9%), Belgio (+40,5% e



+29,1%), Svezia (+12,7% e +11,0%) e Austria (+10,2% e +2,9%).

Ottimo il risultato delle esportazioni verso i Paesi extra UE: +25,9% in quantità e +20,9% in valore, dove spicca la crescita degli USA (+132,5% per 1.621 ton e +99,3% per 14,7 milioni di euro), che si è sommata agli incrementi di Regno Unito (+8,4% e +2,7%) primo mercato di riferimento, Svizzera (+7,9% e +3,9%) e Canada (+226,8% per 1.477 ton inviate e +401,0% per 19,3 milioni di euro). Discreto 2021 per l'export di mortadella e wurstel. Nel complesso dell'anno gli invii della categoria sono saliti a quota 42.488 tonnellate (+5,8%) per oltre 165,5 milioni di euro (+4,0%). Le spedizioni di mortadella hanno così evidenziato anche un +4,0% a volume e un +8,5% a valore rispetto al 2019. Buona crescita per gli invii verso la

UE: +6,7% in quantità per un totale di 31.029 ton e +3,2% a valore per 124,6 milioni di euro. All'interno del mercato comunitario da sottolineare le performance di Francia (+11,3% e +4,1%), Belgio (+34,9% e +21,4%) e Slovenia (+8,7% e +10,0%). Bene anche Austria (+6,9% e +13,2%) e, solo a volume, Spagna (+5,8% ma -0,7%) e Grecia (+4,0% e -1,1%). Sono rimaste, invece, in linea con l'anno precedente le spedizioni a volume la Germania primo mercato di riferimento (+0,1%), che ha però registrato una flessione a valore (-2,1%), mentre hanno chiuso in flessione quelle verso la Croazia (-2,3% e +0,1%).

In aumento anche le esportazioni verso i Paesi Extra UE, arrivate a 11.459 ton (+3,4%) per 40,9 milioni di euro (+6,3%), grazie ai risultati di Stati Uniti (+24,1% e +21,9%), Kosovo (+18,0% e +23,2%), Canada (+48,5% e +62,3%) e Giappone (+73,7% e +71,8%). Un contributo positivo è arrivato anche da Serbia (+4,9% in quantità e +3,3% in valore) e solo volume la Bosnia Erzegovina (+2,2% ma -4,4%), mentre hanno registrato un calo gli invii verso il Regno Unito (-36,8% e -22,6%), la Svizzera (-2,0% e -4,0%) e il Libano (-21,0% e -22,8%).

Brillante crescita per le esportazioni di prosciutto cotto, che con 22.058 ton (+23,9%) per 164,3 milioni di euro (+14,5%), hanno registrato la migliore performance fra le varie tipologie di salumi. Grazie a questo risultato la categoria ha chiuso il periodo ben sopra i livelli pre-pandemia, evidenziando un +12,9% a volume e un +15,5% a valore rispetto al 2019.

Ottima la performance degli invii verso la UE, saliti a quota 17.669 ton (+25,1%) per 130,8 mln di euro



➔ SEGUE A PAG 82



➔ SEGUE DA PAG 80



(+14,3%). Nel mercato unico aumenti importanti sono stati registrati da: Francia (+20,8% in quantità e +10,8% in valore), Germania (+23,5% e +19,2%) e Spagna (+21,1% e +8,0%). Notevoli anche i risultati di Polonia (+77,6% e +80,9%) e Romania (+84,9% e +20,9%).

Forte aumento anche dell'export di prosciutti cotti verso i Paesi terzi: +19,5% in quantità per 4.389 ton e +15,3% in valore per oltre 33,5 milioni di euro. Fuori dalla UE hanno giocato un ruolo fondamentale le spedizioni verso gli Stati Uniti (+101,6% e +78,0%), mentre sono rimaste sostanzialmente stabili quelle verso il Regno Unito (-0,1% e +0,3%). Bene a volume anche gli invii verso la Svizzera (+8,8% in quantità ma -0,8% a valore) che hanno però evidenziato una lieve flessione a valore. Hanno mostrato infine buone crescite il Canada (+15,8% per 223 ton e +19,4% per 1,7 milioni di euro), il Giappone (+31,1% e +24,9%) e la Federazione Russa (+10,0% in quantità per 70 ton e +23,7% in valore per 504 mila euro).

Luci e ombre per le esportazioni di pancetta stagionata che hanno chiuso il 2021 con un +3,1% in quantità per 6.381 ton inviate, ma con un -6,6% a valore per oltre 61,1 milioni di euro. A penalizzare il risultato è stato l'effetto confronto con un 2020 che aveva registrato un incremento dell'export della categoria particolarmente forte a valore. Nonostante il calo registrato dal fatturato estero, la categoria ha evidenziato ancora un +5,2% a volume e un +17,5% rispetto al 2019. A pesare sul risultato

complessivo è stata la flessione della domanda proveniente dai Paesi terzi, mentre quella dei partner comunitari ha mostrato una robusta crescita.

Le spedizioni verso la UE hanno chiuso, infatti, con un +27,3% in quantità (per 2.803 ton) e con un +20,3% in valore (per circa 26,8 milioni di euro). Nel mercato unico oltre ai buoni risultati di Francia (+6,1% in quantità e +7,5% a valore) e Germania (+9,3% e +5,3%) spiccano le performance di Belgio (+24,4% e +13,8%), Svezia (+50,9% e +48,7%) e Spagna (+94,6% e +97,8%), Austria e Irlanda. L'export verso i Paesi Terzi ha registrato, invece, un -10,3% in quantità per 3.578 ton e un -20,5% in valore per circa 34,4 milioni di euro, penalizzato dai cali delle esportazioni verso il Canada (-40,7% in quantità -43,5% in valore) e verso il Giappone (-68,9% per 109 ton e -69,0% per 810 mila



Roma, Bologna, Milano, Parigi, Londra, Berlino, New York, Tokio, Sidney; l'Apericena con i Salumi Italiani

euro), mentre il Regno Unito (+14,6% in quantità e +4,9% in valore), primo mercato di riferimento extra UE, ha evidenziato una buona crescita.

Crescita a doppia cifra anche per le esportazioni di bresaola, arriva a quota 4.005 ton per 74,5 milioni di euro (+16,0% in quantità e un +14,3% a valore). La categoria ha così recuperato ampiamente la flessione del 2020, registrando un +1,3% a volume e un +11,4% in valore rispetto al 2019. Gli scambi con i Paesi della UE hanno evidenziato un brillante +17,2% in quantità per un totale di 3.028 ton scambiate e un +17,2% per 55,6 milioni di euro. Nel mercato comunitario hanno registrato una buona crescita gli invii verso la Francia (+8,1% a volume e +7,0% a

valore) e hanno messo a segno un aumento a due cifre quelli verso la Germania (+16,9% e +18,7%). Un risultato importante è arrivato, inoltre, dalle spedizioni verso la Spagna (+124,0% a volume e +45,4% a valore). Robusti anche gli incrementi negli invii verso Belgio (+21,5% e +21,7%), Danimarca (+41,5% e +30,5%), Austria (+30,4% e +28,1%) e Svezia (+6,1% e +3,6%). Le esportazioni verso i mercati extra UE, invece, hanno registrato un +12,4% per un totale di 977 ton e un +6,7% per un valore di 18,9 milioni di euro. A determinare questo risultato è stata la crescita degli invii verso e la Svizzera (+10,8% e +11,9%) cui si sono sommati gli incrementi di Emirati Arabi (+55,3% e +39,7%), Arabia Saudita (+95,1% e 91,9%) e Qatar (+26,4% e 25,8%).

**NELLA UE CRESCONO GLI INVII VERSO TUTTI I PRINCIPALI PARTNER COMMERCIALI.**

Crescita a due cifre nel 2021 per le esportazioni di salumi verso la UE. Nel complesso dei 12 mesi le spedizioni verso i partner comunitari hanno evidenziato un +13,6% in quantità per 135.969 tonnellate e un +10,4% in valore per circa 1.207 milioni di euro. All'interno della UE tutti i nostri principali partner commerciali hanno mostrato un aumento importante della domanda.

Le spedizioni verso la Germania, principale mercato di riferimento con 36.459 ton per un valore di 368,3 milioni di euro hanno registrato un buon +7,0% in quantità e un +4,6%. Sul mercato tedesco spiccano gli incrementi di prosciutti cotti e bresaola, molto bene anche salami e pancetta; discreto l'andamento dei prosciutti crudi stagionati, mentre sono rimaste stabili a volume e hanno chiuso leggermente in flessione a valore le spedizioni di mortadella. L'export verso la Francia ha chiuso l'anno con un +13,7% per 33.251 ton e un +9,4% per 312,8 milioni di euro. Oltralpe tutte le categorie di salumi hanno registrato una crescita. Ottima la performance dei prosciutti cotti, molto bene anche prosciutti crudi stagionati, salami, e mortadella



CAMPAGNA FINANZIATA  
CON IL CONTRIBUTO  
DELL'UNIONE EUROPEA



le, buono l'andamento di bresaola e pancetta stagionata.

Chiusura d'anno importante anche per le esportazioni verso il Belgio (+27,6% per 9.280 ton e +16,5% per 109,1 mln di euro). Su questo mercato hanno evidenziato una crescita gli invii di tutti i salumi con crescita che a volume vanno dal +20,2% dei prosciutti crudi stagionati al +40,5% dei salami.

Buono l'incremento evidenziato dalle spedizioni verso l'Austria, arrivate a quota 8.440 ton (+11,2%) per 74,2 mln di euro (+9,5%). Su questo mercato spicca la performance delle pancette, molto bene anche la bresaola e i prosciutti crudi e solo a volume i salami, discreto l'andamento della mortadella, mentre hanno perso terreno i prosciutti cotti.

Ottimo risultato per gli invii verso la Spagna, saliti a quota 7.335 ton (+15,8%) per un valore di 33,6 milioni di euro (+10,7%).

Nei 12 mesi passati sul mercato iberico hanno chiuso con un incremento tutte le principali categorie di prodotti, bene in particolare pancette stagionate, salami, e soprattutto bresaola.

Hanno registrato una crescita importante, inoltre, le spedizioni verso la Polonia (+48,7% e +37,7%); hanno chiuso con una crescita a due cifre gli invii verso Svezia (+14,0% e +11,1%), Paesi Bassi (+18,8% e +13,0%) e Grecia (+18,1% e +26,3%). Discreti, infine, gli andamenti di Croazia (+4,7% per invii pari a 7.272 ton e +15,6% per 19,5 milioni di euro), Slovenia (+6,6% e +11,9%) e Malta (+3,3% e +4,2%).

### FRA I PAESI TERZI BOOM DELL'EXPORT VERSO GLI USA

Ottimo 2021 per gli scambi con i Paesi extra UE che, con arrivi di salumi italiani per 61.790 ton per un valore di 629 milioni di euro, hanno registrato un +18,9% a volume e un +15,3% a valore. Escludendo il Regno Unito la performance evidenzerebbe un +26,4% in quantità e un +23,5% in valore. Nel totale dell'anno sono risultate in lieve aumento a volume le spedizioni il Regno Unito (primo mercato di riferimento), salite a quota 16.289 ton (+1,9%), che hanno, però, evidenziato una flessione a valore (-1,3%) sceso a 177,7 mln di euro. Oltremareca hanno registrato una crescita sia a volume sia a valore gli invii dei salami e soprattutto delle pancette stagionate; sono risultati stabili gli invii dei prosciutti cotti e solo a volume quelli dei prosciutti crudi stagionati (che hanno però evidenziato una flessione a valore); infine hanno evidenziato pesanti flessioni mortadella e bresaola.

Boom dell'export verso gli Stati Uniti, che nel corso del 2021 hanno visto gli arrivi di salumi italiani salire a quota 15.966 ton per un valore di 176,2 milioni di euro (+53,0% in quantità e +43,3% a valore). Oltreoceano tutte le principali categorie di salumi esportati hanno evidenziato una crescita importante sia a volume sia a valore, con variazioni che vanno a volume dal +24,1% di mortadella e wurstel al +132,5% dei salami, passando per 41,4% dei prosciutti crudi stagionati, +79,6% delle pancette stagionate e il +101,6% dei prosciutti cotti. Nel Nord-America buone notizie sono arrivate dall'export verso il Canada (+20,4% in quantità e +19,0% in valore), dove spiccano le crescite di salami, prosciutti crudi e mortadella. Su questo mercato hanno registrato un robusto aumento anche i prosciutti cotti, mentre hanno chiuso in calo pancette e bresaola. Buon risultato anche per le esportazioni verso la Svizzera che con arrivi per 5.710 ton per 91,1 milioni di euro hanno registrato un +9,0% a volume e un +6,0% a valore. Oltralpe, hanno mostrato un incremento tutte le principali categorie di salumi ad eccezione della mortadella e del prosciutto

cotto con riferimento ai fatturati.

Segno negativo in volume per le spedizioni verso il Giappone, che hanno chiuso l'anno con un -2,1% in quantità per 2.692 ton ma con un +1,7% in valore per 31 milioni di euro e per quelle verso il Libano (-7,0% in quantità e -17,0% in valore). Risultato positivo ma solo a volume per le esportazioni verso la Repubblica Sudafricana (+7,9% ma -3,1%) e verso la Bosnia Erzegovina (+1,9% ma -5,3%). Hanno chiuso, invece, con una crescita sia a volume sia a valore le spedizioni verso Hong Kong (+13,2% e +17,9%), quelle verso la Norvegia (+8,0% e +13,9%), e quelle verso il Brasile (+20,3% e +32,8%). Infine, ha evidenziato un aumento la Federazione Russa (+23,3% in quantità per 144 ton e +2,6% in valore per 958mila euro) verso la quale ricordiamo possono essere esportati solo i prodotti appartenenti al codice al codice 1602 a causa dell'embargo.

