

 CARNI & SALUMI

# Tra premium e discount

Nel 2018 è riapparso il segno 'più' davanti al trend dei consumi a valore dei salumi, soprattutto degli affettati in vaschetta. E intanto l'offerta delle aziende continua a polarizzarsi

di **Pietro Andena**

**I**l 2018 era iniziato con una tenue speranza di ripresa per i consumi a volume di carni e salumi da parte delle famiglie italiane: quasi fosse l'annuncio di una fase di riflusso e di reazione al trend vegetariano-vegano, o anche di una possibile affermazione del modello flexitariano nelle scelte alimentari degli abitanti del Bel Paese. Nel corso dell'anno, la speranza di un recupero più 'sostanzioso' è andata disattesa, ma non completamente: **secondo le stime Nielsen-Ismea dei consumi familiari, a fine 2018 la spesa per le carni (+1,5%) e per i salumi (+0,5%) s'è confermata in crescita (ma non i volumi), grazie soprattutto al**

generale trend di rialzo dei prezzi. Più in particolare, per quanto riguarda **la carne bovina a fronte di volumi stabili (+0,2%), il giro d'affari ha messo a segno un +2,1 per cento.** In aumento anche la spesa per le carni avicole(+3%), a fronte di una leggera contrazione dei volumi (-0,8%). Hanno registrato di nuovo un lieve calo, pari al -0,2%, le vendite a valore delle carni suine, malgrado un rialzo dei prezzi medi del +1,6 per cento. Sempre secondo le stime Nielsen-Ismea, tra i salumi, infine, **si rivede il segno più davanti alla spesa delle famiglie italiane per il prosciutto crudo (+0,1%) e per i salami (+1,4%), mentre si confermano in calo i consumi**

**domestici complessivi a valore per il prosciutto cotto (-1,6%).**

## Prosciutto cotto, bene nei super e nei discount

Il trend degli acquisti delle famiglie di prosciutto cotto trova eco - e pure rafforzata - nei dati Nielsen relativi alla distribuzione moderna (discount esclusi): nell'ultimo anno, infatti, **il sell out del cotto ha registrato un calo a volume del -2,8%, fermandosi a 65,5 milioni di kg venduti.** Il giro d'affari è sceso invece del -1,1%, raggiungendo quota 1,07 miliardi di euro, con un prezzo medio che è salito, in compenso del +1,7%, a 16,46 euro per kg, segnando rincari trasversali ad aree e canali.

## ▲ Nel 2018 la spesa per i salumi è aumentata del +0,5%

Con 29,6 milioni di kg per 470,6 milioni di euro, i supermercati piccoli e i liberi servizi sviluppano i volumi e il fatturato maggiore tra i format della distribuzione moderna, ma registrano comunque flessioni considerevoli, pari al -7,9% a volume e al -6% a valore, probabilmente a causa della maggiore competitività dell'offerta nei discount. **Più che positivo, in compenso, è il trend dei supermercati grandi, con +2,2% nelle quantità e +4% nel fatturato.**

A livello geografico, l'Area 1 mostra un trend negativo a totale categoria, dovuto a un calo maggiore del taglio e dai cubetti, mentre crescono gli affettati. L'Area 4 esprime l'andamento più negativo, con -8,5% a volume e -6,5% a valore, seguita dall'Area 3 con -2,9% a volume e -0,4% a valore. Per quanto riguarda il segmento del

### Il trend dell'export di salumi nel 2018

Categorie	Valore	Var. %	Volume	Var. %
Prosciutti stagionati	757,13	+0,14	72,33	+5,14
Prosciutti cotti	133,40	-11,43	19,42	-22,08
Salsicce e salami	317,90	+2,99	32,70	+3,03
Mortadelle, wurstel e altri insaccati cotti	137,74	+4,07	39,10	+3,49
Bresaola	63,18	-2,16	3,81	-2,61
Altri salumi a base di carni suine	122,14	+6,64	14,63	+11,65
Altre preparazioni a base di carni suine	72,38	+13,58	44,94	-4,01
<b>Totale Salumi</b>	<b>1.470,47</b>	<b>+2,12</b>	<b>207,51</b>	<b>+2,65</b>

In milioni di euro e in migliaia di tonnellate - fonte: Federalimentare

cotto al taglio, la flessione risulta generalizzata un po' in tutti i canali, a eccezione dei grandi supermercati, dove cresce del +2,9% a volume e del +5,5% a valore.

**Il sell out di cotto affettato, invece, avanza bene nei discount, con +4% a volume e +3,1% a valore**, ma anche negli ipermercati, dove si registra un aumento degli acquisti pari al +5 per cento. Nella geografia delle vendite emerge in positivo il trend dell'Area 1, dove il cotto affettato avanza del +3,9% nelle quantità e del +2,7% nel giro d'affari. Anche il cotto a cubetti è protagonista d'incrementi considerevoli nei discount, performando in doppia cifra.

**Crudo, valori stabili per il sell out**

Relativamente più rasserenante appare l'andamento del sell out di prosciutto crudo, la seconda categoria del comparto salumi per volumi venduti. **Secondo i dati di Ivsì-Istituto di valorizzazione dei salumi italiani, durante l'estate 2018 il prosciutto crudo ha registrato consumi record.** Nel mese di giugno, infatti, l'incremento è stato del +47% rispetto ad aprile, a fronte di una crescita complessiva del comparto salumi pari al 27 per cento. Nella distribuzione moderna, peraltro, nel corso dell'ultimo anno, secondo i dati Iri su iper+super+lsp (da 100 a 399 mq), il prosciutto crudo ha registrato un giro d'affari pari a 1,19 miliardi di



euro: **il fatturato, quindi, è rimasto pressoché stabile, segnando solo una lieve flessione del -0,3%, mentre le quantità vendute sono diminuite del 2,4 per cento.**

Ancora una volta, si tratta di una performance determinata, soprattutto, dall'andamento del peso variabile, in calo del -3,2% a volume e del -1% a valore. Al contrario, il peso imposto è cresciuto del +1% nelle quantità e del +2,2% a valore, evidenziando peraltro un deciso rallentamento rispetto al trend dell'anno precedente, ben più dinamico.

Per quanto riguarda la canalizzazione, il 71% degli acquisti è veicolato dai supermercati, davanti al libero servizio piccolo e agli ipermercati, con una sales location a volume rispettivamente del 17,5% e dell'11,5 per cento.

A livello geografico si registra una certa omogeneità dei consumi, che restano

più elevati nelle regioni centrali, ma determinano il maggiore giro d'affari le regioni del Nord-ovest, con un peso del 28,6% sul totale.

Nel complesso, i primi tre produttori coprono a valore il 7,4% del mercato, dimostrando quindi la presenza di un'offerta quanto mai frammentata. La marca del distributore, invece, risulta attestata al 20,2 per cento.

I player competono sempre più sul terreno dei livelli qualitativi soprattutto negli affettati in vaschetta, nonché differenziando e segmentando adeguatamente le proposte. Tra le strategie privilegiate dalle aziende c'è l'investimento sul valore dell'offerta, in modo da evidenziarne la premiumness. Così, per esempio, anche nel 2018 il San Daniele Dop preaffettato ha registrato risultati positivi, con un incremento del +3% e oltre 23 milioni di confezioni certificate.

**Il trend del prosciutto cotto per segmenti**

Prosciutto cotto	Valore	Var. %	Volume	Var. %	Prezzo medio	Var. %
Taglio	675.823.006,0	-2,4	42.531.638	-4,6	15,89	+2,3w
Affettati	351.492.880	+2,6	18.735.970	+3,4	18,76	-0,7
Cubetti	38.317.664	-4,7	2.777.181	-5,5	13,80	+0,9
Tranci+Intero	20.000.368	+2,4	1.040.038	+1,5	19,23	+0,9
<b>Totale</b>	<b>13.765.443</b>	<b>-15,0</b>	<b>1.512.408</b>	<b>-15,7</b>	<b>9,10</b>	<b>+0,8</b>

In euro, in kg e in euro/kg - totale Italia pi+pv - fonte: Nielsen a.t. 24.02.2019