



## In crescita il settore carni in Italia

Mar 12th, 2021 | Di Redazione | Categoria: Imprese e Mercati



Secondo le rilevazioni di IRI per TUTTOFOOD, sempre attenta ad analizzare i dati provenienti dai diversi comparti del food e all'ascolto delle fonti più autorevoli, nel 2020 le vendite di carne confezionata a peso imposto nella distribuzione organizzata italiana sono aumentate a doppia cifra – il +13,4% in valore – sfiorando il miliardo di euro (943 milioni).

A dicembre l'incremento è stato ancora più marcato, un +14,8% con vendite per 87 milioni di euro in un solo mese. Qualità e contenuto di servizio ma anche, più di recente, igiene e sicurezza, sono le chiavi di questo exploit che può ambire a compensare le chiusure forzate del fuoricasa.

Peso imposto e vaschette rispondono infatti alla crescente domanda di comodità, praticità e igiene. Ma la sfida è anche portare al cliente, in questi formati, i prodotti d'eccellenza, come il caso della porchetta di Ariccina IGP

Il mancato apporto della ristorazione, potenzialmente compensato dal servizio nel Retail, viene sottolineato anche da Andrea Maroni di Orma Group che, con il marchio Bacalini, produce specialità tipiche del territorio.

Secondi dati dell'associazione di categoria Unaitalia, il primo trimestre 2020 ha visto nella GDO una forte crescita nei consumi di carni bianche (+8,9%) e di uova (+14,1%), queste ultime tra i prodotti più acquistati durante il lockdown. A essere acquistati sono per il 60% i tagli freschi (petto, coscia, fesa ecc.), ma anche panati e preparati, che guadagnano un 10% a volume. Il settore delle carni, dunque, sembra avere ancora molti assi da giocare, come testimonia la centralità che avrà a TUTTOFOOD 2021, a fieramilano dal 22 al 26 ottobre prossimi.

E incoraggianti sono anche i commenti di Davide Calderone, Direttore di Assica, l'Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi, che vede nella prossima edizione di TUTTOFOOD il futuro per una grande ripartenza del comparto: "Assica è storicamente partner di TUTTOFOOD. Proprio perché ha sempre creduto nel respiro internazionale di questa mostra.

I nostri operatori si aspettano di fare business, di incontrare i buyer internazionali, di incontrare gli operatori e questo rappresenta un'occasione molto importante per sviluppare il proprio mercato. La fiera è un'occasione irrinunciabile per creare business, possibilità di crescita, investimenti e portare i nostri prodotti soprattutto all'estero".

### Related posts:

1. **Integratori alimentari: un settore solido e in crescita**
2. **Coldiretti: "l'agroalimentare è l'unico settore che resiste all'emergenza coronavirus e diventa settore traino del Made in Italy"**
3. **Pubblicità in Italia: Magna (IPG) stima una crescita del 10,6% nel 2021**
4. **Petfood in crescita e venduto con i nomi dei prodotti alimentari destinati alle persone**



### RIMANI INFORMATO

📄 Entries (RSS)



### ALTRE NEWS

- In crescita il settore carni in Italia
- Tiene l'industria degli elettrodomestici
- Il mercato dell'auto riparte in rosso a -14%
- [Archivio per 'Imprese e Mercati' »](#)

### ALTRE CATEGORIE

Mondo GREEN  
 Giro di poltrone  
 Marketing  
 Comunicazione  
 Psicologia & Sociologia  
 Aziende  
 Agenzie  
 Prodotti e Servizi Innovativi  
 Associazioni  
 Management  
 Economia & Finanza  
 Glossario di Marketing e Comunicazione

