

Nasce l'Osservatorio ASSICA: primo incontro con la Distribuzione per il futuro della filiera di carni e salumi

Esperti di Rabobank, di The European House - Ambrosetti e di NielsenIQ hanno illustrato le prospettive del settore, tra scenari internazionali, criticità e opportunità di crescita. L'intera filiera genera un fatturato di 48 miliardi di euro, 135.000 adetti e 34.000 imprese

Milano. Presso l'Auditorium Testori di Palazzo Lombardia a Milano, si è svolto il primo incontro dell'Osservatorio ASSICA, promosso dall'Associazione Industriale delle Carni e dei Salumi, aderente a Confindustria. Questo significativo evento inaugurale ha fortemente voluto coinvolgere le insegne nazionali e internazionali della Distribuzione per creare sinergie e definire strategie comuni: focus del confronto le ricerche The European House - Ambrosetti, Rabobank e NielsenIQ, hanno illustrato attraverso analisi ad hoc un comparto il cui impatto complessivo sul PIL è di 16,8 miliardi di euro ma che oggi è a rischio tra aumento e instabilità dei prezzi e incertezza dello scenario mondiale.

L'incontro è stato aperto dal Presidente ASSICA, Lorenzo Beretta, il quale ha sottolineato l'importanza dell'iniziativa dichiarando: "Presentiamo, attraverso questo primo evento, l'Osservatorio ASSICA, un luogo di analisi, riflessione e studio del settore, non fine a sé stesso, ma capace di alzare lo sguardo verso la filiera e verso la società. Desideriamo condividere con

la Distribuzione i punti di forza e le conoscenze del mercato e del consumatore italiano, per creare percorsi costruttivi verso progetti condivisi di sviluppo. L'obiettivo comune deve essere la crescita e la continua valorizzazione dei nostri salumi italiani".

Ne è seguita un'interessante analisi, con gli spunti generati dalle relazioni degli esperti di alto livello che sono intervenuti come Eva Gocsik - Global strategist for Animal Protein di Rabobank, Benedetta Brioschi - Partner e responsabile Food&Retail e Sustainability di The European House - Ambrosetti, Romolo De Camillis, Retail Director e Researcher di Nielsen IQ e Tiziana Fumagalli, Consumer Panel Manager di Nielsen IQ.

Lo scenario tracciato è stato un ottimo punto di partenza per sostanziare un dibattito, fornendo dati e focus specifici sul comparto, sottolineando l'impatto economico e le sfide future.

Eva Gocsik (Rabobank) nel corso del convegno ha illustrato la relazione sullo scenario agroalimentare: "Si prevede che l'offerta globale di proteine animali rimanga limitata nel 2026, a causa di fattori ciclici, come gli sforzi di ricostituzione delle mandrie di bovini negli Stati Uniti e in Brasile, e di aggiustamenti strutturali, in particolare con la Cina che ribilancerà la produzione di suini per stabilizzare i prezzi domestici. Questo scenario porterà a una maggiore diversificazione del business". Gocsik evidenzia anche come



Lorenzo Beretta, Presidente ASSICA, ha aperto il primo incontro dell'OSSERVATORIO ASSICA a Milano

"l'incertezza rimanga una costante nei mercati globali delle proteine animali, tra tensioni geopolitiche, malattie veterinarie, cambiamenti climatici e mutamenti nei modelli di consumo".

Dopo la visione internazionale di Rabobank, è intervenuta Benedetta Brioschi (TEHA - Ambrosetti): "La composizione del carrello della spesa delle famiglie italiane è rimasta sostanzialmente invariata negli ultimi dieci anni. I prodotti a base di carne continuano a rappresentare la principale voce di spesa, con una quota del 23%, seguiti a distanza da pane, pasta e cereali, al 17%".

Per quanto riguarda la filiera agroalimentare, Brioschi ha confermato che "l'industria delle carni suine e dei salumi riveste un ruolo strategico per la competitività del settore. L'intera filiera - dalla produzione primaria, passando per l'industria di trasformazione, fino al commercio all'ingrosso e al dettaglio, genera un fatturato di 48 miliardi di euro e impiega 135.000 persone in 34.000 imprese. Considerando anche gli effetti indiretti e indotti,



OSSERVATORIO ASSICA: Tavola Rotonda sul tema "Salumi e Distribuzione, nuovo dialogo e nuovo futuro"

➔ **SEGUE DA PAG 42**



OSSERVATORIO ASSICA; Quali saranno le prospettive e il significato dello storico accordo commerciale UE-MERCOSUR



AUDITORIUM TESTORI, Palazzo Lombardia a Milano; Nasce "OSSERVATORIO ASSICA", Analisi, Dati e Mercati del Comparto Agro-Alimentare

l'impatto complessivo sul PIL raggiunge i 16,8 miliardi di euro.

Se da un lato questo quadro generale evidenzia una netta strategicità del settore per il Made in Italy, dall'altro rimarca la presenza di numerose criticità: "Il settore si presenta solido, ma esistono sfide legate al contesto geopolitico e ai cambiamenti sociali. Ogni 100 euro di consumi di carne suina e salumi, solo 5,6 euro van-



Benedetta Brioschi, Partner e Responsabile Food&Retail and Sustainability of The European House-Ambrosetti

no agli azionisti della filiera estesa. Per questo è fondamentale sviluppare una visione di medio-lungo termine, chiara e oggettiva, che coinvolga tutti gli attori della filiera – produttori e distributori – in un'ottica di ecosistema, al fine di continuare a rispondere alle esigenze dei consumatori" ha concluso Brioschi.

I dati raccolti da NielsenIQ confermano la centralità del comparto salumi all'interno del reparto del fresco e il suo ruolo decisivo nel trainare le performance complessive del largo consumo. "L'analisi che abbiamo condotto ha evidenziato una categoria particolarmente sana sia in termini di giro di affari (in crescita sul 2024) che di parco acquirenti, e anche strategica per lavorare sulla frequenza delle missioni di spesa in punto di vendita. Parliamo di una categoria che incide fortemente sulla frequenza delle visite in punto vendita, perché il consumatore la percepisce come un acquisto quotidiano, legato alla tradizione e

al gusto, ma anche sempre più orientato alla qualità e alla praticità" ha affermato Romolo De Camillis (Nielsen IQ). Accanto ai dati positivi sul fronte dei consumi, dalla analisi di Nielsen IQ emerge anche un messaggio chiaro sul piano strategico: per consolidare il trend di crescita, è necessario un approccio condiviso che coinvolga tutti gli attori della filiera. "Il comparto richiede un vero gioco di squadra tra industria e distribuzione. Lo shopper contemporaneo è più informato, esigente e attento ai dettagli: non basta avere un buon prodotto, serve costruire un'esperienza d'acquisto coerente, valorizzare i diversi canali — dal banco servito al libero servizio e formare personale capace di raccontare il prodotto e trasmetterne la qualità" ha concluso Tiziana Fumagalli (Nielsen IQ).

In chiusura dei lavori, il Presidente Beretta, rivolgendosi alla platea di addetti ai lavori ha ribadito che "questo momento di confronto vuole essere il punto di partenza di una collaborazione tra noi e la Distribuzione. Questo settore non è privo di difetti, ma abbiamo ancora un futuro da costruire insieme!".



OSSERVATORIO ASSICA; L'intervento di Eva Gocsik, Global Strategist for Animal Protein di Rabobank



Romolo De Camillis, Retail Director and Researcher of Nielsen IQ



Tiziana Fumagalli, Consumer Panel Manager Nielsen IQ

L'iniziativa si è svolta nell'ambito del progetto europeo "Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY", finanziato dall'Unione Europea per valorizzare i prodotti agroalimentari di eccellenza, promuovere un consumo consapevole e informato, favorire la formazione degli operatori e un dialogo di filiera. ■