



ASSICA rende noti i dati e i trend del mercato italiano nei primi 9 mesi del 2021

Facebook LinkedIn Twitter

Salumi: aumento del 4,1% nella grande distribuzione. I prodotti dop e igp guidano la crescita

La ricerca IRI-TuttoFood presentata da Marco Limonta conferma inoltre i salumi come punto di riferimento per la sostenibilità del Largo Consumo Confezionato. Il tema è al centro del progetto "Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY"

Alimentari&Bevande trainano la crescita del Largo Consumo Confezionato e i Salumi crescono più della media dei freschi: un +4,1, per 170.000 tonnellate totali nei primi 9 mesi del 2021 nel canale dei super e ipermercati (vs il 2,7% della media).

Sono i dati presentati ieri a Tutto Food da **ASSICA**, durante il Convegno "Il consumo dei salumi in Italia: dati, trend e novità dal mercato", un focus frutto di una ricerca IRI-Tutto Food illustrata dal Dr. Marco Limonta, Business Insights Director di IRI.

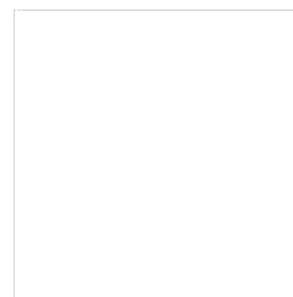
Oltre ai numeri, spiccano tre tendenze da segnalare. Da un lato, il ruolo di primo piano dei prodotti a denominazione d'origine, con un aumento del 9,6%, che detengono il 6,5% di quota a valore e rappresentano quasi un quarto del fatturato del settore.

Poi la grande conferma delle tendenze 100% Italiano e "free from", che i salumi seguono e in qualche caso accelerano, con ad esempio un +18,9% dei prodotti di salumeria totalmente made in Italy e un +5,6 di quelli "fat free". Infine, la tutela dell'ambiente come criterio di consumo consapevole: qui i salumi già oggi rappresentano un riferimento per la sostenibilità del Largo Consumo Confezionato.

L'11,9% utilizza un pack riciclato mentre il 12,3% usa una ridotta o assente quantità di plastica. Dati che ASSICA accoglie con estremo favore, dato il forte impegno dell'Associazione nel sensibilizzare su questo tema Aziende e Operatori.

Un obiettivo che è anche al centro di "Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY", la campagna, sostenuta dalla Commissione europea nell'ambito del Regolamento UE 1144/2014, per stimolare il settore ad una maggiore sensibilità ai temi della sostenibilità, dalle fasi iniziali fino alla distribuzione.

Cerca ...



Da un'analisi più approfondita dei dati emerge come il mercato dei Salumi sia positivo, grazie anche al contributo portato dal Discount. Il banco taglio, dopo un 2020 negativo, segna un rimbalzo positivo del 5,8% (52,3% del totale delle vendite in Super e Ipermercati), mentre il libero servizio cresce del 4,2% (32,3% del totale) e il Take Away è invece in deciso calo con un -5,9% (15,5% del totale).

Nei salumi le principali categorie crescono in volumi (+6,2 in totale), compresi Crudo (+7,2%) e Bresaola (+8,3%) che avevano riscontrato le maggiori difficoltà nel 2020. Il record appartiene al guanciale, con una variazione positiva del 37,2% mentre segnano un trend negativo solo il lardo (-2,2%) e la coppa (-1,6%).

Guardando invece in generale il mercato, la ricerca evidenzia una deflazione dopo un 2020 caratterizzato da un aumento dei prezzi dovuto fondamentalmente alla riduzione dell'attività promozionali, ora in ripresa e vicine ai livelli del 2019. I 9 miliardi di fatturato aggiuntivo generati nella Distribuzione moderna hanno premiato i formati distributivi caratterizzati dalla convenienza, dalla specializzazione e dal servizio.

La multicanalità, rispetto al periodo pre-Covid, vede in crescita soprattutto i Discount (+2,0%), l'e-commerce (+1,3%) e i Drugstore (+0,3%) mentre i più penalizzati sono gli Ipermercati (-2,1%). La spesa delle famiglie italiane segue inoltre un percorso di Premiumness che apre spazi per l'Innovazione di prodotto: la fascia di prezzo Super Premium rappresenta il 12,9% del totale con un +0,3%, mentre il Mainstream Premium è tendenzialmente stabile (+0,1%) pari al 19,9%.

Allo stesso tempo si affermano anche i prodotti a basso prezzo, il 24,9% del totale, con un più 0,4%. Calano invece i prodotti in fascia Mainstream Core che, pur rappresentando la maggioranza degli acquisti (42,3%) segnano un -0,8%.

www.assica.it

Lascia un commento

Devi essere [connesso](#) per inviare un commento.



Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

Si è verificato un errore.

Prova a guardare il video su www.youtube.com oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.

