

SECONDO GLI INDUSTRIALI

A CURA DI ASSICA

Tuttofood 2021, da Assica bilancio positivo

Gli incontri organizzati dall'Associazione industriali delle carni e dei salumi durante i giorni di manifestazione hanno avuto l'obiettivo di fornire informazioni sull'attività dell'Associazione agli operatori del settore e ai visitatori

Far aumentare il grado di conoscenza di carne suina e salumi, migliorare l'immagine di questi prodotti nel vissuto dei consumatori e promuovere presso gli operatori del settore un maggiore grado di sostenibilità, con buone pratiche lungo la filiera. È l'obiettivo del progetto "Trust Your Taste, Choose European Quality" (www.trustyourtaste.eu), la campagna Ue che Assica sta realizzando in Italia e in Belgio e che ha promosso anche a Tuttofood lo scorso ottobre.

In questa occasione Assica ha fornito informazioni sull'attività dell'Associazione agli operatori del settore e ai visitatori istituzionali, provenienti anche da realtà associative estere ed italiane.

L'Associazione ha organizzato tre incontri durante i giorni di manifestazione con l'obiettivo di fornire contenuti utili al lavoro delle aziende su temi specifici.

Esportare in Regno Unito dopo Brexit

Nel pomeriggio del 23 ottobre, lo spazio della Retail Plaza è stato animato dal workshop "Export in Salsa Brexit", organizzato da Assica per illustrare ai partecipanti le novità che le aziende interessate a esportare prodotti di origine animale in Gran Bretagna si trovano ad affrontare in conseguenza dell'uscita del Regno Unito dall'Ue.

Venuta meno la libera circola-

zione di persone, beni, servizi e capitali tra Ue e Uk, anche le aziende che fino a oggi avevano operato esclusivamente in ambito intracomunitario devono cominciare a prendere confidenza con procedure doganali di esportazione, regole di origine, certificazioni sanitarie e tante altre barriere al commercio che prima non esistevano tra le due sponde della Manica.

Il webinar è stato condotto da Giada Battaglia, responsabile dell'Area export di Assica, con la partecipazione di Fulvio Liberatore, ceo di Easyfrontier ed esperto in materia doganale. Liberatore ha coinvolto i presenti in un brillante e partecipato dibattito sulle opportunità offerte alle Pmi dall'Accordo sugli scambi commerciali e la cooperazione concluso tra l'Ue e il Regno Unito e sulle semplificazioni doganali che permettono di ridurre tempi e costi negli scambi internazionali.

Il termine per l'entrata in vigore degli obblighi di certificazione dei prodotti di origine animale in esportazione dall'Ue verso la Gran Bretagna è stato posticipato, per decisione del Parlamento britannico, al 1° luglio 2022, ma Assica sta già lavorando affinché le aziende associate arrivino pronte all'appuntamento.

Focus sui dati di mercato

Il giorno seguente - 24 ottobre -



Lo stand di Assica a Tuttofood 2021

durante il Convegno "Il consumo dei salumi in Italia: dati, trend e novità dal mercato", si è tenuto un seminario con un focus basato su di una ricerca Iri-Tuttofood illustrata da 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.

Da un'analisi più approfondita dei dati presentati 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%, 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 guancialetto, con una variazione positiva del 37,2% mentre segnano un trend negativo solo il lardo →

SECONDO GLI INDUSTRIALI

A CURA DI ASSICA

GLI INTERVENTI DEGLI ESPONENTI ASSICA A TUTTOFOOD

<https://youtu.be/LitnPidK9bs>

Ruggero Lenti, Presidente di Assica

"Le sfide che sta affrontando il settore della carne suina"
(1:32 min)https://www.youtube.com/watch?v=6ctBQ2Mh_kc

Davide Calderone, Direttore di Assica

"L'andamento del settore dei salumi e i dati export dei primi sei mesi del 2021" (1:27 min)

https://www.youtube.com/watch?v=Pe_VxO9h5zc

Monica Malavasi, Resp. Comunicazione Assica

"Il progetto "Trust Your Taste, Choose European Quality"
(1:00 min)<https://www.youtube.com/watch?v=nfdRMLK8dPQ>

Giada Battaglia, Resp. Area Export di Assica

"Export di prodotti agroalimentari dopo Brexit" (1:45 min)

<https://www.youtube.com/watch?v=sz3ZzxLU0AM>

Fulvio Liberatore, EasyFrontier

"Opportunità e conseguenze della Brexit per il commercio verso il Regno Unito" (0:54 min)

https://www.youtube.com/watch?v=xsc_glGfYJs

Marco Limonta, Business Insight Director di Iri

"Report sulle dinamiche di mercato che riguardano il consumo di salumi in Italia" (1:45 min)

<https://www.youtube.com/watch?v=JqcwPwTF95w>

Nicola Levoni, Past President Assica

"La situazione delle esportazioni di salumi italiani" (1:16 min)

<https://www.youtube.com/watch?v=40fuHIXQHBo>

Lorenzo Beretta, Presidente Isit

"Andamento delle vendite dei salumi Dop/Igp e dell'export dei prodotti tutelati" (1:20 min)

(-2,2%) e la coppa (-1,6%). Guardando più in generale ai dati del 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 mld 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 il 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%.

Pratiche sleali nella filiera agroalimentare

Il 25 ottobre si è poi tenuto un workshop tecnico dal titolo "Pratiche sleali nella filiera agroalimentare: i passi avanti" che ha affrontato le novità, i punti irrisolti e le criticità operative che si prefigurano nel recepimento della direttiva 633/2019. Tale recepimento ha armonizzato all'interno del mercato unico europeo gli approcci in materia di pratiche commerciali sleali nell'agroalimentare e la direttiva, pur lasciando consueti margini di manovra ai singoli Stati, pone principi comuni come la necessità del rispetto di precisi e definiti tempi di pagamento delle forniture, l'impossibilità di

addebitare al fornitore costi per il deperimento merci non a lui imputabile, il divieto di modificare unilateralmente le condizioni contrattuali, l'esplicito divieto di utilizzo di segreti commerciali acquisiti nell'ambito della normale attività di compravendita, la condanna delle ritorsioni in caso di segnalazione per pratiche sleali, che includono una dettagliata lista di azioni che potrebbero pregiudicare le relazioni contrattuali e commerciali fra soggetti. Al workshop promosso da Assica a Tuttofood, ha parlato di questa direttiva Francesca Sebastio dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm): un provvedimento che pone le basi per un nuovo approccio alla disciplina delle pratiche commerciali tra operatori. Molti i temi toccati: a livello nazionale, fra le principali novità, vi è la decisione di individuare un'autorità di controllo differenziale rispetto al passato: non più l'Agcm, ma all'Icqr, l'Ispezzato del Mipaaf che già sovrintende

all'applicazione di una gran parte della normativa agroalimentare. Fra i punti sollevati durante il workshop, la necessità di armonizzare i 2 impianti normativi attualmente esistenti a livello nazionale nella filiera agroalimentare: il Decreto legislativo di attuazione della Direttiva n. 633/2019 (di prossima entrata in vigore) con l'art. 62 della legge n. 27/2012, auspicando un protocollo d'intesa tra Mipaaf e Agcm per superare le differenze e sovrapposizioni esistenti tra la normativa nazionale e quella di estrazione comunitaria, in termini di fattispecie e di competenze. Non sono poi da sottovalutare, ha specificato Sebastio, gli effetti in materia di tutela dei consumatori finali, che potrebbero essere pregiudicati da condotte 'sleali' attuate da aziende agroalimentari, anche in scenari nuovi, come in caso di pratiche perpetrate online, i cui Regolamenti europei sono in parte entrati in vigore a fine 2020, mentre altri sono in via di approvazione. **T.F. ●**