Assica, l'associazione degli industriali dei salumi

Export di prosciutti in calo del 20% da aprile

Anche i consumi interni con la chiusura di ristoranti e bar sono scesi del 25%

G.d.O.

Un calo dei consumi a causa della chiusura del canale Horeca di circa il 20-25%. Dall'emergenza Covid-19 è giunta una pesante zavorra per l'industria italiana delle carni suine (che nel 2019 ha registrato un giro d'affari di 8,1 miliardi di euro), che già veniva da una pesante crisi 2019. Lo scorso anno infatti un'epidemia di peste suina africana in Cina aveva portato all'abbattimento di decine di milioni di capi innescando una corsa agli acquisti sul mercato internazionale da parte del gigante asiatico che aveva poi fatto impennare (fino al +50%) i prezzi delle materie prime sui mercati deprimendo la redditività delle aziende. Uno scossone che con il lockdown è passato in secondo piano ma le cui conseguenze non sono certo scomparse. «L'emergenza Coronavirus è quindi arrivata su un settore già in difficoltà – spiega il direttore di Assica (l'associazione degli industriali dei salumi), Davide Calderone -. E ha portato con sé oltre al pesante calo dei consumi nella ristorazione anche alcuni cambiamenti negli acquisti nella grande distribuzione. I consumatori temendo gli assembramenti si sono mostrati restii a recarsi al banco gastronomia preferendo i prodotti preaffettati. Ma anche la crescita di questi ultimi si è rivelata presto solo un fuoco di paglia».

Al di là delle difficoltà legate alla fase più acuta dell'emergenza Covid anche la ripartenza non è stata facile. «Le aziende hanno continuato a lavorare e questo è stato un dato positivo – aggiunge Calderone – tuttavia la ripartenza della ristorazione sta avvenendo in modo molto lento e intanto stanno peggiorando i conti con l'estero».

Secondo i dati di Assica dopo un primo trimestre 2020 nel corso del quale le esportazioni avevano mostrato un trend positivo «a partire da aprile e maggio abbiamo registrato un crollo delle spedizioni di circa il 20% che se dovesse continuare porterà a fine anno a un calo del fatturato del settore del 10% circa». Sul calo delle esportazioni un ruolo non secondario l'hanno giocato anche i dazi Usa del 25% che hanno colpito salami e mortadelle made in Italy. «Prodotti che non sono ancora esportati in grandi volumi – aggiunge Calderone – ma che stavano registrando buone performance di crescita». A registrare difficoltà nelle filiere locali, ad esempio, è Confagricoltura Cuneo, provincia che cuba il 70%

dell'allevamento dei suini dell'intero Piemonte: «Il prezzo a cui gli allevatori sono costretti a vendere i propri capi è ancora inferiore al costo di produzione – sottolinea il presidente della sezione suinicola Roberto Barge – ci auguriamo che l'etichettatura il prodotto nazionale venga premiata dal consumatore». In questa situazione gli aiuti da parte del Governo non sono mancati. «Positivo è stato il primo bando per l'ammasso dei prosciutti stagionati che per la prima volta sono stati inclusi tra gli aiuti agli indigenti – dice ancora il direttore di Assica -. Adesso attendiamo il secondo bando che oltre ad avere una dotazione finanziaria superiore ci auguriamo venga esteso anche ad altri salumi».

Insomma in un quadro che già registrava le difficoltà legate alla peste suina africana e poi quelle che sono legate all'emergenza Covid non sono state una panacea neanche le nuove norme sull'indicazione obbligatoria della materia prima in etichetta. «Gli obiettivi di trasparenza e di corretta informazione al consumatore non sono in discussione – conclude Calderone -. Mi limito a osservare che in un quadro complesso come quello che stiamo vivendo prevedere nuovi obblighi lasciando molti dubbi interpretativi su come e dove indicare le nuove informazioni in etichetta, sui tempi di smaltimento delle vecchie indicazioni stanno mettendo in difficoltà anche le aziende che da tempo e su base volontaria avevano scelto di utilizzare solo materia prima made in Italy. Davvero non se ne sentiva il bisogno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

G.d.O.