

MARZO +62,7%

Auto, rimbalzo «fasullo»: perso il 21,6% sul 2019



■ TORINO - Le vendite di auto in Europa registrano a marzo un balzo del 62,7%, ma la crescita non è significativa perché marzo 2020 è stato il primo mese di lockdown totale a causa della pandemia. Se il confronto si fa con lo stesso mese del 2019 si rileva, invece, un calo del 21,6%. Secondo i dati dell'Acea, l'associazione dei costruttori europei, in Unione Europea, Paesi Efta e Regno Unito sono state immatricolate il mese scorso 1.387.924 auto, mentre il totale del trimestre è 3.080.751, lo 0,9% in più dello stesso periodo dell'anno scorso, ma il 25,6% in meno del 2019.

Stellantis ha venduto a marzo 292.149 auto, il 140,9% in più dello stesso mese del 2020, conquistando una quota pari al 21% rispetto al 14,2% di un anno fa. Nei tre mesi le immatricolazioni del gruppo sono 669.676, il 7,4% in più dell'analogo periodo dell'anno scorso, con la quota che passa dal 20,4% al 21,7%. Tra i mercati europei il quadro appare fortemente differenziato con una crescita eccezionale in Italia (+497,2%) e con un calo del 18% in Olanda. Rispetto a marzo 2019 l'Italia registra ancora una riduzione a doppia cifra (-12,7%). Continua il calo delle diesel (-31,4%) e a benzina (-10%).

Dop Prosciutto di Parma: pesano le chiusure, boom del preaffettato

Nel 2020 la produzione è calata del 2,2%
Vendite -5,6% in Italia, pesa l'Horeca
Il presidente Capanna: «Inizio 2021 difficile ma ci sono segnali di ripresa della domanda»

■ La pandemia ha messo a dura prova il settore del prosciutto. Complicata la difficoltà sul canale Horeca (hotel, ristoranti e catering), nel 2020 il Prosciutto di Parma ha registrato una sensibile riduzione della produzione. Il preaffettato invece in crescita del 21%: un trend positivo destinato a consolidarsi nel tempo.

Il Consorzio del Prosciutto di Parma traccia un bilancio. I prosciutti marchiati sono stati circa 8,7 milioni, in calo del 2,2%, mentre le cosce avviate alla produzione sono state 7,8 milioni, in diminuzione del 10%. Lo scorso anno è avvenuta una contrazione generalizzata del mercato del crudo: -5,6% in Italia, mentre le esportazioni

hanno in parte contenuto la crisi con un calo del 3% e 2,5 milioni di prosciutti esportati. Nell'export, le aziende che riforniscono il canale Horeca hanno visto ridurre in modo significativo le proprie vendite; quelle che invece operano nel preaffettato hanno conseguito risultati straordinari. «La pandemia ha indubbiamente accelerato un trend che era già in corso da diversi anni ovvero la crescita del Prosciutto di Parma preconfezionato favorita non solo dall'effetto del confinamento, ma anche da prezzi particolarmente bassi e dall'allungamento della shelf-life della vaschetta, un aspetto fondamentale per i Paesi più lontani - commenta Vittorio Capanna, presidente



PRESIDENTE Vittorio Capanna.

del Consorzio del Prosciutto di Parma -. Il 2021 si preannuncia ancora difficile, almeno nella prima parte dell'anno, ma si notano comunque i primi segnali di ripresa della domanda che con la riapertura della ristorazione e del settore alberghiero, si spera, porteranno a una crescita dei

I NUMERI

+21%

Il preaffettato è cresciuto del 21% ma non compensa il calo generale: rappresenta solo il 10% del totale delle vendite del «Parma».

2,5 mln

Export: i prosciutti venduti all'estero sono 2,5 milioni (pari al 29% dei prosciutti marchiati), per un fatturato stimato di 260 milioni di euro.

prezzi all'ingrosso attualmente ancora non remunerativi». Nel 2020 sono stati esportati 2,5 milioni di Prosciutti di Parma: il 29% dei prosciutti marchiati, per un fatturato stimato di 260 milioni di euro. Gli Stati Uniti riescono a contenere la crisi con 572mila prosciutti esportati (-5%) e si conferma-

no il primo mercato per l'export; variazione negativa in Germania (-11%, 397mila prosciutti), Francia (-13%, 365mila prosciutti), Giappone (-11%) e Canada (-26%). Molto bene i mercati del centro-nord Europa; Australia +45%. Per la produzione del Prosciutto di Parma in vaschetta sono stati affettati circa 2 milioni di prosciutti pari al 22,8% della produzione, per un totale di 97 milioni di confezioni. In Italia si concentra il 29% delle vendite, il resto è esportato in oltre 84 Paesi. Tutti i principali mercati del Parma preaffettato sono in crescita: +32% in Italia, +17% l'export. Straordinaria performance per gli Stati Uniti che segnano un aumento del 46% che superano la Germania (12 milioni di vaschette), diventano il secondo mercato dell'affettato dopo il Regno Unito (18 milioni di vaschette). L'Europa resta il mercato di sbocco più importante a cui è destinato l'83% di tutto l'affettato.

Leasing Vender: nuovo magazzino automatizzato con Unicredit

■ Unicredit supporta i piani di sviluppo tecnologico di Acciai Vender, azienda leader nel settore della distribuzione e trasformazione di acciaio inossidabile. La banca ha strutturato, attraverso Unicredit Leasing, un finanziamento con intervento di Garanzia Italia di Sace dell'importo di 11,6 milioni di euro. È stato finanziato il nuovo investimento, nell'ambito di «Industria 4.0», portato a termine dal gruppo Vender: la costruzione, in prossimità del sito produttivo di Parma, di un nuovo magazzino completamente automatizzato, funzionale a garantire una migliore gestione dello spazio, con maggiore capacità di stoccaggio, e una più efficiente gestione dei flussi di materiali. Commenta Andrea Burchi, Regional Manager Centro Nord di Unicredit: «Il nostro supporto vuol essere un segnale di vicinanza, tangibile, all'imprenditoria italiana impegnata in una azione di ripartenza e rilancio».

«Stiamo vivendo in un contesto di forte incertezza economica amplificata dalla pandemia - commenta Giovanni Vender, ceo e presidente del gruppo -. In periodi del genere è necessario pensare al futuro con una visione ottimistica e quindi organizzare e strutturare le diverse attività e aree aziendali cercando di migliorare il rapporto uomo macchina spingendo sull'acceleratore dell'innovazione tecnologica in tutte le sue parti nonché, sulle competenze e sul know-how delle risorse interne. L'investimento rientra a pieno in quest'ottica di pensiero e siamo stati ben felici di consolidare la partnership con Unicredit».

«Il leasing - aggiunge Mario Agostini, ad Unicredit Leasing - sta sempre più acquisendo un ruolo chiave nelle scelte di sviluppo ed evoluzione delle aziende in ottica digital».

Collecchio Bonaccini alla Parmalat: «È un riferimento a livello nazionale»

Il general manager Maurizio Bassani: «Rafforziamo il legame con il territorio»

■ Visita allo stabilimento Parmalat per il presidente della Regione Stefano Bonaccini. Ieri mattina Bonaccini ha dialogato con il sindaco Maristella Galli e 11 imprese dell'Area produttiva ecologicamente attrezzata «I Filagni» assieme agli assessori Alessio Mammi, Vittorio Colla e Barbara Lori; ha partecipato anche il presidente del Consorzio del Prosciutto Vittorio Capanna.

Il ciclo di incontri si è chiuso in

Parmalat. Maurizio Bassani, general manager di Parmalat in Italia, spiega che l'incontro «ci ha dato l'opportunità di ribadire la centralità di Parmalat nelle strategie di Lactalis e la volontà di rafforzare il legame con gli attori locali per essere ancora più veloci e concreti nel rispondere ai bisogni del territorio, rendendo sempre più fluido il lavoro di collaborazione pubblico-privato». Bonaccini sottolinea il legame del colosso alimentare con il suo ter-



VISITA Da sinistra Alessio Mammi, Giovanni Pomella, Stefano Bonaccini, Maurizio Bassani, Maristella Galli, Vittorio Colla.

ritorio: «Rappresenta una realtà di riferimento per il settore a livello nazionale ed è positivo che sia stata ribadita la sua centralità nelle strategie industriali della proprietà. Co-

me Regione apprezziamo la scelta di puntare su innovazione e ricerca come punti di forza delle nuove linee di produzione orientate al benessere e a una sana alimentazione. L'agroalimentare è un settore centrale, ha fornito un contributo molto importante nei mesi segnati dalla pandemia. Sono convinto che sarà protagonista anche della ripartenza». Con gli imprenditori de «I Filagni» si è parlato tra l'altro della programmazione dei fondi europei: «Ci hanno chiesto di avere molta attenzione sul risparmio energetico e i fondi per l'attrattività delle imprese - spiega Bonaccini -. Sui bandi stiamo cercando di mettere tutte le risorse che possiamo per la ripresa».

A.V.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Noceto Illa, nuovo ordine per 800mila euro da Giannini

L'ad Marziali: «Rafforziamo il processo di diversificazione sul mercato italiano»

■ La Illa Spa continua nel suo processo di crescita sul mercato italiano, diversificando e implementando il proprio business con un nuovo ordine del valore di circa 800mila euro, ricevuto da un importante cliente leader nel settore houseware.

Il nuovo ordine, la cui consegna è prevista per il terzo

trimestre di questo esercizio, è a marchio Giannini, brand di prodotti di alta gamma all'interno del portafoglio dell'azienda di Noceto. «Questo nuovo ordine - dichiara Pierpaolo Marziali, amministratore delegato di Illa - ci consente, da un lato, di implementare ulteriormente l'opera di diversificazione del

business avviata nei mesi scorsi e, dall'altra, di sfruttare il brand Giannini, marchio storico del kitchenware italiano, su cui stiamo puntando in modo significativo per guadagnare ulteriori quote di mercato nel settore del padellame in alluminio antiaderente. Nondimeno l'operazione rappresenta un ulteriore tassello nel raggiungimento degli obiettivi di fatturato che ci stiamo ponendo, sia nel breve sia nel lungo termine».

CEIP INFORMA



ANDAMENTO QUOTAZIONI

Prezzi a termine di elettricità e gas su livelli sostanzialmente invariati. Si registrano, invece, decisi rialzi sul prezzo spot elettrico PUN a causa del freddo anomalo che ha investito l'Europa e ad alcuni disservizi sugli impianti nucleari francesi. Petrolio in aumento per il calo delle scorte USA.

	Media periodo dal 09/04 al 15/04	Media periodo dal 02/04 al 08/04	Var. % sett. precedente	Var. % mese precedente
ELETTRICITÀ (€/MWH)				
Prezzi Spot	70,92	58,51	21,22 ↑	17,43 ↑
Prezzi a termine 2022	62,60	62,97	-0,58 ↓	3,36 ↑
Prezzi a termine 2023	59,94	60,12	-0,29 ↓	3,11 ↑
GAS NATURALE (€/CENT/M³)				
Prezzi Spot	21,55	21,04	2,41 ↑	11,51 ↑
Prezzi a termine 2022	19,93	20,00	-0,38 ↓	2,55 ↑
Prezzi a termine 2023	18,82	18,86	-0,20 ↓	1,63 ↑
BRENT (DOLLARO/BARILE)	64,68	62,81	2,98 ↑	-1,55 ↓

1700 - HUB

FONTE: Elaborazione Ceip su dati di mercato