

Questo Rapporto è stato realizzato nell'ambito del progetto “Osservatorio della filiera suinicola – 2020”, grazie al contributo di:



Unioncamere Lombardia



CCIAA di Mantova

Sommario

1. Le filiere suinicole italiane nel 2019: uno sguardo d'insieme <i>di Gabriele Canali</i>	5
2. IL MERCATO EUROPEO	
<i>di Isabella Casella e Ronny Ariberti</i>	7
2.1. Le produzioni	7
2.2. I prezzi.....	8
2.3. Commercio intracomunitario di suini, carni suine e salumi	9
3. I PREZZI DEI FATTORI DI PRODUZIONE	
<i>di Ronny Ariberti</i>	27
4. I PREZZI DEI SUINI E DELLE CARNI IN ITALIA	
<i>di Ronny Ariberti</i>	37
4.1. I prezzi dei suini da macello e da allevamento in Italia nel 2019 ...	37
4.2. I prezzi dei tagli di carne suina fresca in Italia nel 2019	38
4.3. I prezzi degli altri tagli di carne suina fresca in Italia nel 2019	39
4.4. I prezzi dei prosciutti stagionati in Italia nel 2019	39
5. LA REDDITIVITA' DELLE VARIE FASI DELLA FILIERA SUINICOLA	
<i>di Ronny Ariberti</i>	53
5.1. La redditività della fase d'allevamento.....	53
5.2. La redditività della fase di macellazione.....	55
5.3. La redditività della fase di stagionatura dei prosciutti	55
6. L'ALLEVAMENTO SUINO IN ITALIA	
<i>di Isabella Casella</i>	67
6.1. L'evoluzione delle produzioni	67
6.2. Le strutture produttive	69
7. L'ATTIVITÀ DI MACELLAZIONE IN ITALIA	
<i>di Isabella Casella</i>	81
7.1. L'offerta nazionale	81
7.2. Le macellazioni per regione	82
7.3. Le principali aziende nella macellazione di suini in Italia	83
8. IL COMMERCIO ESTERO	
<i>di Isabella Casella</i>	95

8.1. L'import-export italiano di suini, carni suine e salumi: uno sguardo d'insieme	95
8.2. I suini vivi	96
8.3. Le carni suine fresche e congelate.....	97
8.4. I salumi e le carni suine lavorate	98
 9. L'INDUSTRIA DEI SALUMI IN ITALIA	
<i>di Martina Enerli</i>	117
9.1. La produzione di salumi e altri trasformati.....	117
9.1.1. I salumi.....	117
9.1.2. Gli altri prodotti trasformati	118
9.2. La struttura dell'industria delle carni.....	120
9.2.1. Il settore agricolo	120
9.2.2. Evoluzione e trend delle imprese	120
9.2.3. Categorie dimensionali	120
9.2.4. Forme giuridiche.....	120
9.2.5. La distribuzione territoriale	121
9.2.6. Le principali imprese.....	121
9.3. I prodotti DOP e IGP.....	124
9.3.1. I prodotti a base di carne DOP e IGP	124
 10. I CONSUMI ALIMENTARI	
<i>di Vanina Seresi e Martina Enerli.....</i>	153
10.1. I consumi alimentari	153
10.2. Consumi di carne e salumi.....	155