

Strategie di mercato delle imprese dell'industria dei salumi dell'Emilia-Romagna

Report finale



Vsafe s.r.l.

Value Sustainable Agri-Food and Environment
Spin off dell ' Università Cattolica del Sacro Cuore

Strada dei mercati 9/c • 43126 Parma, Italy

Telefono: +39 0521 1715710

www.vsafesrl.com

info@vsafesrl.com

Sommario

1. Lo scenario di riferimento a livello nazionale	1
1.1. I salumi e le altre conserve animali	1
1.2. La struttura dell'industria dei salumi italiana e le indicazioni geografiche	4
2. I salumi DOP e IGP dell'Emilia-Romagna	6
2.1. Il consorzio dei salumi DOP Piacentini	6
2.2. Cotechino e zampone di Modena IGP	8
2.3. Il culatello di Zibello DOP	9
2.4. Mortadella di Bologna IGP	10
2.5. Il prosciutto di Modena DOP	12
2.6. Il prosciutto di Parma DOP	15
2.7. Il salame Felino IGP	17
2.8. I salamini italiani alla cacciatora DOP	19
2.9. Il salame Cremona IGP	20
2.10. Salama da sugo IGP	22
3. Analisi delle strategie delle principali aziende produttrici	24
3.1. I gruppi e le loro strategie	28
3.1.1. Il gruppo Veronesi	28
3.1.2. Grandi salumifici italiani (GSI)	28
3.1.3. Salumificio Fratelli Beretta	29
3.1.4. Alcar UNO	31
3.1.5. Giuseppe Citterio	31
3.1.6. Gruppo Pini Italia	32
3.1.7. Gruppo Cremonini	32
3.1.8. Italia alimentari spa	33
3.1.9. Gruppo Levoni	34
3.1.10. Villani Salumi	35
3.2. I salumifici specializzati	35
3.3. Integrazione Vs Diversificazione	37
3.4. Evoluzione delle strategie competitive dell'industria dei salumi	39
Bibliografia	42

1.Lo scenario di riferimento a livello nazionale

Il 2020 è stato per l'Italia l'anno più difficile dalla fine della Seconda guerra mondiale a oggi. Nel nostro Paese la diffusione del Covid-19 ha avuto conseguenze sul piano umano ed economico particolarmente rilevanti.

La chiusura del canale Ho.Re.Ca. ha sottratto una fetta importante di consumi di carni fresche e di salumi penalizzando soprattutto prodotti ad alto valore aggiunto. A fronte di queste dinamiche, soprattutto nella prima fase dell'emergenza, sono cresciuti gli acquisti di carni e salumi in GDO, che hanno registrato veri e propri picchi, basti pensare che nella settimana terminante il 15 marzo 2020, quella successiva all'inizio del lockdown, si registrò un vero e proprio "assalto dei supermercati" a causa dei timori della popolazione circa possibili interruzioni nella catena degli approvvigionamenti. Questa tendenza si è stemperata con il passare delle settimane, ma gli acquisti in GDO si sono assestati su livelli superiori a quelli dello stesso periodo dell'anno precedente.

Secondo IRI (Information Resources Srl), nel 2020 (fino al 27 dicembre 2020) nei canali Iper, Super, Iper+Super e Discount sono stati venduti circa 301,3 milioni di kg di salumi (+4,7% rispetto allo stesso periodo 2019) per un valore di 5.060 milioni di € (+7,7%).

Nella GDO particolarmente vivaci sono risultate le vendite a peso imposto (+11,0% a volume e +16,1% a valore), mentre il banco taglio ha evidenziato un calo (-3,4% a volume e -2,5% a valore) a causa delle mutate abitudini di acquisto, che hanno privilegiato prodotti (prevalentemente pre-affettati) caratterizzati da una shelf-life più lunga e modalità di acquisto più rapide. Nonostante il settore abbia registrato una certa resilienza grazie all'aumentata richiesta nel canale GDO e anche alla crescita degli acquisti on line, le vendite in GDO e negli altri canali di vendita non hanno compensato la flessione dell'Ho.Re.Ca.

1.1. I salumi e le altre conserve animali

Nel complesso del 2020 la produzione di conserve animali e quella di grassi lavorati è risultata in flessione rispetto a quella dell'anno precedente attestandosi a 1,345 milioni di ton da 1,439 milioni di ton del 2019 (-6,6%). L'insieme delle produzioni ha presentato un fatturato di 8.237 milioni di euro, inferiore (-3,3%) a quello del 2019 (8.522 milioni di euro) (fonte: Assica).

All'interno dell'aggregato le varie componenti hanno mostrato un andamento eterogeneo.

Nel 2020 la produzione di carni bovine in scatola ha registrato una crescita, salendo a quota 19.800 ton (+9,9%), per un valore di 139,6 milioni di euro (+14,6%). Un incremento, questo, determinato sia dall'aumento della domanda interna per prodotti con shelf-life lunga, verificatosi in gran parte durante il primo lockdown, sia dalla crescita della domanda estera. Sul fronte export, l'anno ha mostrato una decisa crescita nelle spedizioni che sono arrivate a quota 9.852 tonnellate, segnando un +13,1% rispetto ai dodici mesi precedenti. Le quantità esportate hanno continuato a sopravanzare le importazioni, risultate stabili (+0,2% per 5.244 ton). Il saldo commerciale della categoria

si è confermato negativo e in peggioramento (-10,5 milioni di euro), con l'export che in valore si è attestato a 25,9 milioni di euro (+9,4%) a fronte di un import salito a 36,4 milioni di euro dai 32,7 milioni dell'anno precedente (+11,4%).

La produzione di grassi suini lavorati, nel complesso dei 12 mesi passati, ha evidenziato una contrazione, scendendo a 232 mila ton (-5,4%) dalle 245 mila ton dell'anno precedente. Il valore della produzione è sceso a quota 170 milioni di euro (-3,1%) dai 175 milioni di euro del 2019.

Nel 2020 è risultata in flessione la produzione di salumi, che ha chiuso i dodici mesi attestandosi a 1,093 milioni di tonnellate da 1,176 del 2019 (-7,1%). In calo è risultato anche il valore della produzione che ha mostrato una flessione più contenuta scendendo a 7.927 milioni di euro (-3,6%) da 8.225 milioni del 2019.

La produzione è risultata penalizzata sia dal calo della domanda interna, sia da quello della domanda estera. provvedimenti restrittivi adottati durante l'anno per contenere la circolazione del virus hanno infatti prodotto un vero e proprio shock nel mercato soprattutto con riferimento alle chiusure totali e parziali del canale Ho.Re.Ca. che si sono susseguite durante l'anno. Se è vero, infatti, che il settore ha mostrato una certa resilienza come comprovano i dati relativi alle vendite in GDO e quelli relativi all'incremento delle vendite on line, è altrettanto vero che le mancate occasioni di consumo e l'assenza di turisti sul territorio nazionale hanno gravemente depresso la domanda interna.

Una dinamica, questa, che si è ripetuta anche all'estero facendo diminuire, in alcuni trimestri in maniera anche grave, la domanda proveniente sia dai partner comunitari sia da quelli extra UE.

Tabella 1 - Produzione salumi 2019 -2020 (dati espressi in quantità e valore)

Salume	Produzione (.000 t)		Quota % 2020	Var. % 20/19	Produzione (mln di €)		Quota % 2020	Var. % 20/19
	2019	2020			2019	2020		
Prosciutto crudo	281,6	261,1	23,9%	-7,3	2.223,6	2.114,7	26,7%	-4,9
Prosciutto cotto	289,4	271,1	24,8%	-6,3	1.987,8	1.934,4	24,4%	-2,7
Mortadella	164,1	157,1	14,4%	-4,3	678,9	681,7	8,6%	0,4
Salame	112,9	109,0	10,0%	-3,5	977,9	991,7	12,5%	1,4
Wurstel	59,6	58,9	5,4%	-1,2	182,8	187,4	2,4%	2,5
Pancetta	50,5	47,7	4,4%	-5,5	233,8	243,3	3,1%	4,1
Coppa	42,4	39,4	3,6%	-7,1	318,8	315,2	4,0%	-1,1
Speck	34,2	32,7	3,0%	-4,4	342,1	346,4	4,4%	1,3
Bresaola	29,9	27,1	2,5%	-9,4	471,7	442,5	5,6%	-6,2
Altri prodotti	111,3	88,6	8,1%	-20,4	807,7	670,0	8,5%	-17,0
Totale	1.176,0	1.092,7		-7,1	8.225,1	7.927,2		-3,6

Fonte: elaborazioni Vsafe su dati Assica

Occorre poi considerare che il Covid-19 ha profondamente influito sulle abitudini dei consumatori, favorendo, soprattutto durante il primo lockdown e successivamente in corrispondenza con la seconda ondata, l'acquisto di prodotti a peso imposto caratterizzati da una shelf life più lunga e da una maggiore facilità di acquisto. Inoltre, i timori circa le condizioni economiche future e il ridimensionamento dei redditi hanno penalizzato i consumi dei prodotti a maggiore valore aggiunto.

Infine, sulla dinamica quantità/prezzi hanno inciso in maniera non trascurabile gli aumenti relativi ai costi di produzione e distribuzione dovuti alla situazione determinata dal Covid-19 e alla implementazione dei protocolli di sicurezza, nonché, alle interruzioni registrate lungo le filiere soprattutto in coincidenza con l'esplosione della pandemia a marzo 2020.

In merito ai singoli salumi, il 2020 ha registrato una contrazione nella produzione a volume di tutte le principali categorie.

La produzione di prosciutti crudi stagionati, dopo la contenuta flessione del 2019, ha evidenziato un calo consistente del -7,3% per 261.100 ton e del -4,9% in valore per 2.115 milioni di euro. La chiusura dell'Ho.Re.Ca. e il blocco del turismo hanno particolarmente penalizzato la categoria e soprattutto le produzioni tipiche. La stessa dinamica più marcatamente si è riscontrata anche sui mercati esteri.

In decisa flessione è risultata anche la produzione di prosciutto cotto, scesa a 271.100 ton (-6,3%) per 1.934 milioni di euro (-2,7%). La quota di prosciutti crudi e cotti, prodotti leader del settore, si è mantenuta relativamente stabile rispetto all'anno precedente, sia in quantità attestandosi a 48,7% da 48,6% del 2019 sia in valore fermandosi a quota 51,1% da 51,2% dell'anno precedente.

Trend cedente in quantità anche per la produzione di mortadella, attestatasi a 157.100 ton (-4,3%) ma rimasta stabile a valore (+0,4% per 681,7 milioni di euro) e per quella dei wurstel, scesi a quota 58.900 ton (-1,2%) per un valore di 187,4 milioni di euro (+2,5%). In contrazione la produzione di speck che si è fermata a quota 32.700 ton (-4,4%) per un valore di 346,4 milioni di euro (+1,2%).

In diminuzione è risultata anche la produzione di salame, attestatasi a 109.000 ton (-3,5%) per un valore di 992 milioni di euro (+1,4%). Un contributo positivo alla categoria è arrivato dalla domanda estera cresciuta sia a volume sia a valore.

Andamento negativo anche per la pancetta che nel complesso dei dodici mesi ha visto la produzione fermarsi a quota 47.700 ton (-5,5%) per un valore di 243,3 milioni di euro (+4,1%). Analogamente al salame la voce ha evidenziato un aumento delle esportazioni. La differenza registrata negli andamenti di quantità e prezzi ha, nel caso specifico, risentito anche della pressione esercitata dalla domanda estera sulla materia prima.

Hanno chiuso in flessione, infine, anche le produzioni di coppa con 39.400 ton (-7,1%) per 315,2 milioni di euro (-1,1%) e di bresaola che ha chiuso l'anno con un -9,6% in quantità per 27.100 ton e un -6,2% in valore per 442,5 milioni di euro.

Nel complesso dell'anno la disponibilità totale per il consumo nazionale di salumi (compresa la bresaola) è stata di 962,7 mila ton (-7,6%) contro 1,041 milioni dell'anno precedente. Il consumo apparente pro-capite, considerato l'andamento della popolazione e la drastica riduzione degli arrivi dei turisti, si è attestato intorno ai 16,2 kg contro i 17,3 del 2019 (-6,6%).

Considerando l'insieme dei salumi e delle carni suine fresche, il consumo apparente pro-capite è sceso a 27,2 kg da 28,9 kg dell'anno precedente (-6,1%). Nel 2020 tutte le categorie di salumi hanno evidenziato una contrazione. I consumi apparenti dei prosciutti crudi stagionati, molto penalizzati dalla chiusura dell'Ho.Re.Ca. e dalla crisi del banco taglio, sono scesi a 209.700 ton (-7,1%); quelli di prosciutto cotto si sono fermati a quota 262.200 ton (-5,5%). Sono risultati in calo anche i consumi di mortadella e wurstel (-5,6% per 183.100 ton) e quelli di salame fermatisi a 78.000 ton (-6,1%). Hanno evidenziato una profonda flessione i consumi di bresaola scesi a 24.200 ton dalle 26.400

dell'anno precedente (-8,5%) e quelli degli "altri salumi", attestatisi a 205.500 ton (-12,5%).

La struttura dei consumi interni ha così visto al primo posto sempre il prosciutto cotto, con una quota pari al 27,2% del totale dei salumi, seguito dal prosciutto crudo al 21,8% da mortadella/wurstel scesi al 19%, dal salame all'8,1% e dalla bresaola al 2,5%. Chiudono gli altri salumi al 21,3%.

Le esportazioni dei salumi, nel 2020, hanno avuto un andamento differenziato: secondo le elaborazioni ASSICA, nell'anno della pandemia le spedizioni dei salumi italiani hanno riguardato 170.137 ton per un fatturato di 1.626,7 milioni di euro, registrando una consistente flessione a volume (-7,2%), ma una crescita a valore (+2,5%). Nel corso dell'anno le importazioni hanno mostrato una contrazione sia in quantità sia in valore, fermandosi a quota 41.066 ton (-18,8%) per 204,9 milioni di euro (-12,0%). La dinamica import-export ha determinato un aumento del saldo commerciale del settore: +5,0% rispetto al 2019 per un valore di 1.421,8 milioni di euro. Le esportazioni del comparto, in termini di fatturato, hanno mostrato un passo più veloce sia di quello dell'industria alimentare (+1,0%) sia di quello registrato dalle esportazioni nazionali complessive (-9,8%).

1.2. La struttura dell'industria dei salumi italiana e le indicazioni geografiche

La produzione industriale della filiera suinicola si articola nella prima trasformazione, costituita essenzialmente dall'attività di macellazione e sezionamento per l'ottenimento dei tagli di carne fresca e la seconda trasformazione relativa all'industria dei salumi. Nel Nord del Paese si concentrano pochi operatori di medio – grandi dimensioni in grado di presiedere più stadi della filiera e diverse piccole aziende disseminate al Sud del Paese. Sulla base dei dati del Ministero della Salute, le strutture deputate alla lavorazione di carne suina sono pari a 3.064 unità.

Le macellazioni di suini sono caratterizzate da una spiccata stagionalità, sebbene in riduzione negli ultimi anni. Dopo il crollo del 2015 causato dalla chiusura del mercato russo a seguito dell'embargo e la pandemia da Covid-19, l'offerta di capi avviati alla macellazione ha visto una lieve diminuzione tra il 2016 e il 2020 e, in particolare, nel 2020 sono stati macellati 11,2 milioni di capi (-2% rispetto al 2019). Le macellazioni di capi di provenienza estera sono poco significative (2-3% del totale). Lombardia ed Emilia-Romagna sono le regioni che detengono il primato per numero di capi macellati, rispettivamente con una quota pari al 36% e al 34% del totale nazionale; a seguire il Piemonte con il 7% circa. A conferma della specializzazione produttiva della filiera, oltre il 90% dei capi macellati è costituito da suini grassi e, di questi, circa l'80 è inserito nel circuito tutelato per la produzione di prosciutti e altri salumi Dop; la parte restante dell'offerta è rappresentata da suinetti e suini leggeri per la produzione di porchette o per il consumo fresco.

Nel 2020, a causa della diffusione del Covid-19 e delle misure restrittive che hanno portato alla chiusura prima totale e poi parziale del canale Horeca, le macellazioni hanno subito un brusco calo. Nel circuito tutelato, tuttavia, si è evidenziato un andamento positivo delle macellazioni (+1,6% stima dell'intero anno), sia per la disponibilità di un maggior numero di capi sia come conseguenza del discreto andamento dei consumi di

carni suine e dell'avvio da parte di alcuni macelli dell'esportazione di tagli verso il mercato cinese. L'offerta nazionale di salumi è caratterizzata da un forte grado di tipicità e dalla presenza di un elevato numero di indicazioni geografiche, particolarmente concentrate in Emilia-Romagna e Lombardia. Le produzioni IG a base di carne suina sono 42, di cui 21 DOP e 21 IGP. In termini di produzione il totale dei prodotti IG a base di carne suina rappresenta nel 2020 un valore di 1,65 miliardi di €. A fronte della numerosità delle certificazioni, i primi quattro prodotti IG a base di carne suina sono: il Prosciutto di Parma DOP, la Mortadella di Bologna IGP, il Prosciutto di San Daniele DOP e lo Speck dell'Alto Adige IGP e costituiscono ben l'86% della quantità totale certificata e l'85% del valore all'origine del settore come dimostrato nella tabella 2.

Tabella 2 - Produzione salumi DOP IGP in valore

Prodotto	Regione	Indicazione	Fatturato origine (milioni di euro)			Quota su prodotti IG a base di carne suina (2020)
			2018	2019	2020	
Prosciutto di Parma	ER	DOP	824,1	720,9	687,3	41,5%
Prosciutto di San Daniele	FVG	DOP	307,1	313,0	308,9	18,7%
Mortadella Bologna	ER - Laz - Lom - Mar- Pie - Tos - Ven- TAA	IGP	296,0	277,4	304,0	18,4%
Speck Alto Adige	TAA	IGP	109,4	117,3	107,2	6,5%
Salame Felino	ER	IGP	29,6	29,8	31,4	1,9%
Prosciutto di Norcia	Umb	IGP	37,4	30,6	31,1	1,9%
Prosciutto Toscano	Tos	DOP	34,7	35,7	27,5	1,7%
Salamini italiani alla cacciatora	FVG-Ven-Lom- Pie ER-Umb -Tos-Abr-Mol	DOP	22,8	25,0	26,9	1,6%
Coppa di Parma	ER - Lom	IGP	16,3	16,2	16,2	1,0%
Cotechino Modena	ER - Lom	IGP	6,2	6,9	13,6	0,8%
Totale prodotti IG base di carne suina		DOP+IGP	1.790,3	1.673,4	1.655,6	100,0%

Produzione certificata DOP e IGP (% volumi. 2020)

Fonte: report Ismea filiera suinicola 2020

2.1 salumi DOP e IGP dell'Emilia-Romagna

Tra le numerose IG italiane i salumi dell'Emilia-Romagna DOP e IGP continuano a rappresentare la quota più importante. Il valore complessivo della produzione di prodotti a base di carne suina DOP e IGP dell'Emilia-Romagna è nel 2020 pari a 1.021 milioni di € sul totale Italia (Report Qualivita 2021).

Nello specifico, come mostrato nella tabella 3 i prodotti a base di carne DOP e IGP più rilevanti sono: Prosciutto di Parma DOP, Mortadella Bologna IGP, Salame Felino IGP, Salamini Italiani alla Cacciatora Dop e la Coppa di Parma Dop che nell'insieme rappresentano nel 2020 un valore di circa 1 miliardo di € per una produzione di 132 milioni di kg. Per quanto riguarda l'export di salumi DOP e IGP dell'Emilia-Romagna, i più significativi per la regione rimangono Prosciutto di Parma DOP con un valore all'export nel 2020 di quasi 253 milioni di € e al secondo posto la mortadella di Bologna IGP con un valore di 122 milioni di € nel 2020.

Tra le altre produzioni spicca sicuramente il salame felino IGP con un valore esportato di 14 milioni di € nel 2020 (tabella 3).

In totale le denominazioni della regione sono 13 e sono dislocate su tutta la regione.

2.1. Il consorzio dei salumi DOP Piacentini

Nell'agosto 2007 è stato costituito il Consorzio Salumi DOP Piacentini che riconosciuto dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali (MIPAAF) svolge attività di promozione, valorizzazione e tutela della coppa piacentina DOP, pancetta piacentina DOP e salame piacentino DOP. A tal fine in sinergia con le 13 aziende associate:

- Promuove, favorisce, organizza e partecipa ad iniziative volte a valorizzare i tre salumi, accrescerne la rinomanza in Italia e all'estero, estenderne la conoscenza, migliorarne il prestigio, propagandarne il consumo.
- Collabora, secondo le direttive ministeriali, alla vigilanza, alla tutela ed alla salvaguardia delle tre DOP piacentine da abusi, atti di concorrenza sleale, contraffazioni, uso improprio della certificazione.
- Sostiene programmi recanti misure di carattere strutturale e di adeguamento tecnico finalizzate al miglioramento qualitativo della produzione, in termini di sicurezza igienico- sanitaria, caratteristiche chimiche, fisiche, organolettiche e nutrizionali del prodotto commercializzato.

Gli aderenti al consorzio si sono impegnati per mantenere rigorosamente il metodo di lavorazione antica, con la salatura a secco, l'aggiunta di poche spezie (per ottenere un prodotto delicato) e la stagionatura prolungata. Come segno di garanzia, un'apposita commissione tecnica rilasciava il contrassegno metallico con il simbolo del Consorzio: la cornucopia colma di salumi, affiancata da un emblema araldico che ricorda quello della famiglia del cardinale Alberoni.

I suini destinati alla produzione delle tre D.O.P. devono provenire dal territorio delle regioni Emilia-Romagna e Lombardia, mentre la zona di lavorazione è limitata alla sola provincia di Piacenza (massimo 900 metri sul livello del mare).

Solo i salumifici ubicati nella Provincia di Piacenza e riconosciuti dal sistema di controllo possono produrre i salumi piacentini DOP e quindi possono utilizzare la denominazione per: Coppa piacentina DOP, Pancetta piacentina DOP e Salame piacentino DOP.

I Salumi Dop Piacentini hanno chiuso il 2020 con un fatturato al consumo pari a 33 milioni di €: 11 milioni per il salame, 14 milioni per la coppa e 8 milioni per la pancetta (speciale salumi 2021- FOOD). Dal punto di vista produttivo, il Salame Piacentino ha raggiunto un totale di 761.521,74 chili, la Coppa Piacentina i 769.155,65 chili e la Pancetta Piacentina 573.083,88 chili.

I principali canali di vendita sono: GDO per il 60%, Horeca per il 27%, tradizionale per il 10% e online per il 3%. Un impegno particolare è riservato all'espansione nei mercati esteri, soprattutto attraverso il progetto Europe Open Air Taste Museum. Il prossimo obiettivo per il Consorzio Salumi Piacentini Dop sarà espandere l'export anche in Germania e Francia.

La zona di produzione comprende il territorio della provincia di Piacenza fino a 900 metri slm, le cui caratteristiche climatiche e territoriali sono fondamentali per ottenere l'inconfondibile gusto che l'ha resa famosa in tutto il mondo. I suini devono essere nati, allevati e macellati solo nelle regioni Lombardia ed Emilia-Romagna. Tracce della presenza di suini in quest'area si trovano fin dal Neolitico e ossa di maiali sono state rinvenute tra suppellettili preistoriche. All'inizio del XV secolo, i negozianti di Milano e della Lombardia già distinguevano i salumi piacentini da quelli provenienti da altre località della Pianura padana qualificandoli come "roba de Piasenza".

- Coppa Piacentina DOP: Di antica tradizione, la coppa deve il suo nome alla parte del maiale da cui è ricavata, ossia la regione cervicale del suino. È costituita prevalentemente da carne magra con striature di grasso. La fase di stagionatura, in ambienti con temperatura compresa tra 10 e 20 °C e umidità relativa tra il 70 e il 90%, e stagionatura minima di sei mesi. Al taglio la fetta è uniforme, compatta e omogenea, di colore rosso vivo inframmezzato al bianco rosato delle parti grasse. Il profumo è dolce e caratteristico. Il sapore è dolce e delicato che si affina con il procedere della maturazione.
- Pancetta Piacentina DOP: La Pancetta Piacentina Dop è ottenuta dal cosiddetto "pancettone", il taglio grasso del suino che, a seguito della sezionatura, viene squadrato e rinfilato. Segue l'elaborazione, consistente nella salagione e nell'aggiunta di pepe e spezie. Quindi, dopo essere state raschiate e massaggiate, le pancette vengono arrotolate, con l'eventuale aggiunta di carne di maiale magra, e infine legate. La Pancetta deve essere stagionata esclusivamente all'interno del territorio piacentino, dove grazie alle vegetazioni boschive e al clima temperato matura in modo lento e graduale e acquisisce l'inconfondibile sapore dolce e sapido e un profumo gradevole con note speziate. Al taglio la fetta è caratterizzata dal tipico alternarsi di strati circolari di color rosso vivo e bianco rosato.
- Salame Piacentino Dop: questo salume ha origini in Val Trebbia (Pc), dove un mosaico del XII secolo rappresenta il "sacro" rito della macellazione del maiale. Il Salame Piacentino Dop è un prodotto di salumeria, insaccato, ottenuto dalle parti magre e dal 10-30% di parti grasse di suino pesante italiano. La stagionatura viene effettuata in condizioni di temperatura e umidità controllate per non meno di 45 giorni dalla salagione. Al taglio, la fetta appare compatta e il colore è rosso vivo inframmezzato da lenticelle di grasso bianco-rosato. Profumo e sapore sono fragranti e dolci, a seconda del diverso periodo di stagionatura.

2.2. *Cotechino e zampone di Modena IGP*

Dal 2001, il Consorzio Zampone e Cotechino Modena IGP custodisce due antiche specialità gastronomiche italiane, con la missione di tutelarne la qualità e promuoverne la conoscenza:

- riunendo e coordinando le più importanti aziende della migliore salumeria italiana che producono queste IGP;
- garantendo inoltre i consumatori attraverso un'attenta vigilanza sul mercato, in Italia e all'estero;
- difendendo da possibili frodi i veri Zamponi e Cotechini Modena IGP;
- promuovendo Zamponi e Cotechini Modena IGP in tutto il mondo.

Ogni azienda del Consorzio viene controllata da un organismo indipendente che assicura che il processo produttivo avvenga nel rispetto del Disciplinare di produzione. Ad oggi le aziende associate al consorzio sono 12.

La storia di Zampone Modena e Cotechino Modena affonda le proprie radici in tempi antichissimi nel territorio del modenese. Nel 1511 le truppe di Papa Giulio II della Rovere stanno assediando da tempo Mirandola, città natale di Giovanni Pico della Mirandola governata dall'omonima signoria. Dopo settimane di strenua resistenza, i mirandolesi sono alla fame: possono ormai contare solo su pochi maiali, da sottrarre in tutti i modi all'invasore pronto a entrare in città. Da qui l'ingegnosa idea di uno dei cuochi di Pico della Mirandola, che propone di conservare la carne più magra in un involucri formato dalla pelle delle zampe anteriori dei maiali, così da preservarla e cuocerla al bisogno più avanti. Un'astuzia dettata da necessità, a metà fra storia e leggenda, che avrebbe dato vita a due prodotti destinati a diventare icona della cucina italiana.

Cotechino Modena e Zampone Modena ci mettono ben poco a superare i confini del modenese per farsi conoscere nelle regioni centro-settentrionali della Penisola come due fra le più tipiche prelibatezze gastronomiche emiliane.

Tradizionalmente, il loro consumo si lega fin da subito al periodo di Natale e Capodanno e all'usanza contadina di sacrificare il maiale a partire dal 13 dicembre, giorno di Santa Lucia, per poi consumarne le pregiate carni insaccate durante le feste. Non mancano però attestazioni della presenza dello Zampone anche su tavole più nobili, come confermerebbero alcune ricette che lo vedono accompagnato allo zabaione, ingrediente di certo non alla portata delle famiglie meno abbienti.

L'Ottocento decreta il definitivo successo di Zampone Modena e Cotechino Modena su larga scala, anche grazie alla "sponsorizzazione" di alcuni fan d'eccezione.

Se il gastronomo romano Vincenzo Agnoletti inizia infatti a inserire lo Zampone nei suoi scritti, ancora più significativi sono gli scambi epistolari fra il compositore Gioacchino Rossini e Giuseppe Bellentani, uno dei maggiori produttori d'epoca. Nelle sue lettere, il padre de Il barbiere di Siviglia fa espressamente richiesta di "quattro Zamponi e quattro Cotechini, il tutto della più delicata qualità".

Considerati fin dalle origini i progenitori di tutti gli insaccati che contengono cotenna, dopo oltre 500 anni Cotechino Modena e Zampone Modena vengono ancora oggi preparati secondo l'antica ricetta di un tempo. Allo scrupoloso rispetto della tradizione si aggiungono importanti garanzie: la certificazione IGP assicura infatti che Zampone e Cotechino Modena conservino l'originale ricetta tradizionale, nel rispetto dei più alti standard qualitativi richiesti dalla gastronomia odierna.

Il Cotechino Modena IGP è costituito da una miscela di carni suine, cotenna, sale, pepe intero e/o a pezzi. Possono inoltre essere impiegati vino, acqua, aromi naturali, spezie e piante aromatiche, come vuole la ricetta originale. L'impasto ottenuto viene insaccato nel budello, naturale o artificiale. Il prodotto precotto è confezionato in buste ermetiche e sottoposto a trattamento termico a elevate temperature per garantirne la stabilità organolettica. Il prodotto crudo è invece sottoposto ad asciugamento in stufe ad aria calda. Per poterne apprezzare le caratteristiche organolettiche è necessario quindi sottoporlo a una prolungata cottura, così da fargli acquistare il sapore tipico, il colore roseo quasi rosso e la consistenza al taglio propria del Cotechino Modena. È senza derivati del latte e senza glutammato aggiunto. È inoltre previsto l'utilizzo esclusivo di aromi naturali.

Lo Zampone Modena IGP è ottenuto da carni pregiate unite a cotenna, aromatizzate con sale, pepe intero e/o a pezzi, vino, aromi naturali, spezie e piante aromatiche, seguendo ancora oggi i dettami dell'antica ricetta. L'impasto ottenuto viene successivamente insaccato in un involucro naturale ricavato dalla pelle della zampa anteriore del maiale. Il prodotto precotto è confezionato in buste ermetiche e sottoposto a trattamento termico a elevate temperature per garantirne la stabilità organolettica. Il prodotto crudo viene asciugato in stufe ad aria calda e successivamente viene fatto bollire almeno per 2/3 ore, in modo da acquisire quel gusto, quel colore roseo e quella consistenza compatta tipica dello Zampone Modena IGP. È senza derivati del latte e senza glutammato aggiunto. È inoltre consentito l'utilizzo esclusivo di aromi naturali.

Con la loro forte connotazione stagionale e lo stretto legame alle tradizioni, zampone e cotechino di Modena IGP sono distribuiti quasi solo in Italia, e principalmente nel periodo invernale. Solo una quota del 1% raggiunge infatti i mercati esteri: un limite che le aziende produttrici sono fortemente intenzionate a superare. Nel 2020 le vendite di zampone e cotechino IGP hanno toccato 2,4 milioni di kg, per un fatturato di 21,5 milioni di €. La GDO è il primo canale sia per lo zampone con il 59% di quota sia per il cotechino con il 72%.

2.3. Il culatello di Zibello DOP

Il consorzio di Tutela del Culatello di Zibello nasce l'8 gennaio 2009 con lo scopo di difendere, suggellare e promuovere la qualità e la tipicità del Culatello di Zibello DOP (Denominazione d'Origine Protetta), vero e proprio gioiello della salumeria italiana. Ogni giorno, i produttori si impegnano a garantirne la provenienza, l'antica lavorazione e l'autentica tradizione.

Per poter fare ciò, si avvale di un preciso disciplinare e di una severa regolamentazione. Inoltre, vengono messi in atto dei rigorosi controlli, svolti dall'Ente di Certificazione CSQA (l'ente incaricato dal MIPAAF) sull'intera filiera produttiva, compreso l'origine tutta italiana delle carni. Più specificatamente, per ottenere il Culatello di Zibello DOP devono essere utilizzate solamente le cosce di suini provenienti dalle regioni dell'Emilia-Romagna e della Lombardia.

La Denominazione d'Origine Protetta (DOP) è un marchio di qualità che viene attribuito dall'Unione Europea, sulla base di precisi regolamenti comunitari, a quei prodotti le cui peculiarità qualitative dipendono essenzialmente o esclusivamente dal territorio in cui vengono prodotti.

Ogni anno, poco più di 90.000 Culatelli di Zibello, si possono fregiare della prestigiosa denominazione DOP e, dal 2009, anche del marchio dei produttori aderenti al Consorzio di Tutela del Culatello di Zibello. Una garanzia in più di unicità e tipicità del Culatello di Zibello DOP.

Il culatello viene identificato come un prodotto di salumeria, dall'inconfondibile forma "a pera", che viene insaccato in un involucro naturale (di solito la vescica del maiale). Nella miscela di salagione sono presenti anche sale, pepe (intero e/o a pezzi) e aglio. Inoltre, può essere impiegato vino bianco secco.

Dalla coscia del suino adulto, private di osso e cotenna, si separa il "fiocco", così da ricavare la parte più nobile e pregiata. Il taglio ottenuto viene cosperso di sale e massaggiato a mano in maniera energica per consentire un assorbimento uniforme ed omogeneo. Una volta trascorso un adeguato periodo di riposo, il salume viene insaccato all'interno di una vescica di maiale. Una volta insaccato, il culatello viene legato a mano, strettamente con corda naturale per non lasciare sacche d'aria. La stagionatura è un tempo lungo e delicato. Avviene in cantine umide e ben areate, deve consentire un processo lavorativo di almeno dieci mesi, ma può protrarsi anche più a lungo.

L'umidità dell'aria, infatti, favorisce la lenta formazione delle muffe nobili, elemento fondamentale per ottenere un salume morbido e profumato. La stagionatura del Culatello di Zibello continua anche in estate, quando il caldo e l'afa, che sono propri delle sue zone, lo arricchiscono ulteriormente di sapore e profumo. Ultimata la stagionatura, si procede con i controlli finali. Al termine della maturazione si ha finalmente tra le mani la squisita prelibatezza.

Il Consorzio di Tutela del Culatello di Zibello ha stabilito, con propria specifica direttiva, che tutti i Culatelli DOP dei produttori Consorziati devono riportare il marchio consortile. Tale marchio raffigura un antico suino storico stilizzato, simbolo delle antiche radici e della tipicità del prodotto.

Nel 2020 sono 23 le aziende associate al consorzio con un fatturato alla produzione pari a 12,5 milioni di euro e un volume di quasi 79 mila pezzi.

Per il consorzio di tutela del culatello di Zibello DOP, il 2020 ha visto crescere la quota di salume in vaschetta, che ne ha ampliato la presenza anche all'estero con una quota export del 15-20%. I principali paesi di destinazione sono l'Unione Europea, il Regno Unito, il Giappone, la Svizzera, gli Stati Uniti ed il Canada.

2.4. Mortadella di Bologna IGP

Il Consorzio italiano tutela Mortadella Bologna è nato ufficialmente nel 2001 dall'unione delle più importanti Aziende produttrici della Mortadella Bologna con la missione di tutelare, promuovere e valorizzare questo favoloso salume.

Il Consorzio ha l'obiettivo di garantire:

- Sicurezza: Garanzia di eccellenza e provenienza della materia prima, secondo alti standard e accurati controlli.
- Qualità: Un prodotto unico e inimitabile, realizzato secondo una ricetta tradizionale, semplice e genuina, e in linea con le più moderne esigenze nutrizionali attuali.
- Italianità: La Mortadella Bologna IGP è prodotta rigorosamente ed esclusivamente in Italia, solo in alcune specifiche aree.

- Unicità: Il suo colore caratteristico, il profumo tipico e il sapore delicato, la distingue da tutti i salumi.

La zona di elaborazione della Mortadella Bologna IGP comprende Bologna e il territorio dell'Emilia-Romagna, Piemonte, Lombardia, Veneto, provincia di Trento, Toscana, Marche e Lazio.

Attualmente il Consorzio annovera 26 associati fra produttori e affettatori di Mortadella Bologna IGP. Tutti sono tenuti al rispetto del Disciplinare di produzione approvato dall'Unione Europea che ne tutela l'ingredientistica e la produzione. Il Disciplinare riporta esattamente non solo la tradizionale ricetta di preparazione, ma anche le caratteristiche organolettiche, chimiche e fisiche del prodotto finito. Il rispetto del Disciplinare è assicurato dall'azione di un organismo di controllo indipendente (IFCQ) autorizzato dal Ministero delle politiche agricole, alimentari e forestali. L'IFCQ opera ispezioni e verifiche sia del processo produttivo sia del prodotto finito, anche attraverso l'analisi documentale, presso le aziende autorizzate alla produzione della IGP.

La Mortadella Bologna ha una storia secolare ed è considerata il salume più famoso della tradizione gastronomica del Bolognese.

Le origini di questo prodotto eccezionale sono da ricercare nei territori dell'antica Felsina etrusca e della Bonomia dei Galli Boi, ricchi di querceti che fornivano ghiande saporose ai numerosi maiali locali. Proprio da questi maiali nasce la tradizione della Mortadella Bologna.

Esistono due ipotesi sulle origini del nome:

- Nel Museo archeologico di Bologna è conservata la prima testimonianza di quello che si ritiene essere stato un produttore di mortadelle: una stele di epoca romana imperiale nella quale sono raffigurati da una parte sette maialetti condotti al pascolo e dall'altra un mortaio con pestello. Dal momento che il mortaio era utilizzato dai romani per pestare e impastare le carni suine con sale e spezie, se ne potrebbe dedurre che il nome della gustosa specialità salumiera nasca da "mortarium" o "murtatum", che significa appunto carne finemente tritata nel mortaio.
- La seconda ipotesi deriva dalla parola myrtatum, il termine latino che designava il mirto. Questo aroma costituiva infatti l'ingrediente chiave di un insaccato chiamato proprio farcimen myrtatum. Si trattava evidentemente di un salume largamente apprezzato, dal momento che ne parlano sia Plinio il Vecchio che Varrone.

La prima vera ricetta della mortadella la fornisce, nei primi anni del XVII secolo, l'agronomo Vincenzo Tanara con indicazioni degli ingredienti precise e un quantitativo di grasso molto maggiore di quello di oggi. Nel 1661 viene ufficialmente riconosciuta l'unicità e l'esclusività del prodotto e della città di Bologna, grazie al cardinale Farnese che emise un bando che codificava la produzione della mortadella fornendo uno dei primi esempi di disciplinare simile a quelli attuali delle denominazioni a marchio DOP e IGP.

Un paio di secoli fa la Mortadella Bologna era un prodotto riservato a una élite di buongustai, nobili e ricchi borghesi che potevano permettersi un salume dal prezzo elevato. È solo a seguito del graduale sviluppo dell'industria salumiera, avviato nell'Ottocento, che diventa un prodotto accessibile a tutti, "democratico" e popolare.

Le carni utilizzate (il taglio principale è ottenuto per lo più dalla spalla del suino) vengono attentamente selezionate, triturate e mescolate con i lardelli (si utilizza la parte più consistente e pregiata del maiale: il grasso di gola), le spezie e gli aromi naturali.

L'impasto viene quindi insaccato e cotto in apposite stufe ad aria per diverse ore, a seconda del peso (i tempi di cottura che mediamente oscillano tra le 8 e le 26 ore), fino al raggiungimento della temperatura di 70° al cuore della Mortadella. È proprio questa la fase più delicata, che conferisce alla Mortadella Bologna IGP il suo aroma e la sua morbidezza. L'ultima fase è la docciatura a freddo e il raffreddamento. Tutto questo, unito alle materie prime selezionate e di alta qualità, fa della Mortadella Bologna IGP un prodotto davvero unico.

La qualità raggiunta nella scelta delle materie prime e nelle tecniche di lavorazione, permette di produrre Mortadelle proteiche e particolarmente adatte alle esigenze del consumatore moderno.

La produzione di Mortadella Bologna IGP ha raggiunto un volume di 32 milioni di kg, per un fatturato al consumo nel 2020 di circa 426 milioni di €, ossia il +1% rispetto al 2019: un incremento sostanzialmente trainato dalla domanda del mercato interno (fonte: report salumi FOOD 2021). L'export rappresenta il 20% delle vendite complessive di Mortadella Bologna e ha risentito della pandemia in particolare nei paesi extra UE dove il calo è stato del 26% (a fronte di un - 2% nei paesi UE). I dati più performanti provengono dal normal trade, in cui è stato registrato un + 18% rispetto al 2019, e dalla distribuzione moderna, con un incremento del 6,1% (elaborazioni consorzio su dati ifcq). Secondo i dati IRI, negli ipermercati, supermercati, superette il banco taglio (che per la mortadella bologna costituisce il 70% del totale vendite) ha registrato un aumento del 2,8% mentre le vendite di prodotto IGP nel peso imposto, in larga parte costituito dall'affettato, hanno registrato un aumento a doppia cifra pari al 17%.

2.5. *Il prosciutto di Modena DOP*

Il Consorzio del Prosciutto di Modena si è costituito in forma volontaria il 6 ottobre 1961; l'intensa attività profusa dai produttori e la qualità del prodotto hanno consentito l'ambito riconoscimento, a livello europeo, della Denominazione di Origine Protetta.

Il 6 ottobre del 1969 diciassette aziende costituirono il "Consorzio volontario tra produttori di prosciutto tipico di Modena". Questi lungimiranti imprenditori avevano compreso la necessità di "difendere, tutelare e promuovere il commercio di questo prodotto, di promuovere ogni utile iniziativa intesa a salvaguardare la sua tipicità e le sue caratteristiche peculiari, di propagandarne il consumo, agevolandone il commercio interno ed estero" (estratto dall'atto costitutivo).

Circa due anni dopo le aziende aderenti al Consorzio, nel frattempo diventate 26, si erano già volontariamente assoggettate ad un regolamento per la produzione del Prosciutto Tipico di Modena che veniva marchiato a fuoco a stagionatura ultimata. Anche l'attività di promozione prese avvio da subito come si evince da un'immagine di un inserto del Resto del Carlino dell'8 dicembre 1971. Per quasi vent'anni dalla costituzione del Consorzio i produttori di Prosciutto tipico di Modena hanno richiesto alle istituzioni il giusto riconoscimento di questo prodotto, tanto che un famoso giornalista modenese Sandro Bellei li definì in un suo articolo di giugno 1988 "I moschettieri del prosciutto".

L'intensa attività profusa dai produttori e dalle istituzioni fece sì che il 12 gennaio del 1990 venne promulgata la Legge n. 11/1990 che tutela la denominazione d'origine del Prosciutto di Modena delimitando la zona di produzione e le caratteristiche del prodotto.

Il Prosciutto di Modena, dopo un intenso lavoro di ricerca storica e scientifica coordinata dagli organi direttivi che ha portato a redigere il Disciplinare di produzione depositato presso l'Unione Europea, ha poi ottenuto con il Reg. CEE 1107/96 la denominazione d'origine protetta DOP.

Tale riconoscimento ha rappresentato per i produttori non un traguardo ma un punto di partenza per impegnarsi ancora di più nella salvaguardia e tutela del prodotto anche attraverso una intensa attività di vigilanza e nella continua ricerca di miglioramento dei requisiti qualitativi e organolettici. Per tali ragioni nel 2010 è stato modificato il Disciplinare di Produzione in senso restrittivo portando la durata della stagionatura minima da 12 a 14 mesi e vietando l'utilizzo di conservanti ad eccezione del sale.

Se si guarda alla storia del Consorzio è di tutta evidenza che il comune denominatore di questi 50 anni è sempre stato quello di migliorare le caratteristiche del Prosciutto di Modena DOP e di aumentarne la diffusione e la conoscenza sia in Italia che all'estero.

Il Consorzio detiene il Disciplinare di Produzione, depositato presso l'Unione Europea per il riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta (DOP), che regola tutto il processo di produzione del Prosciutto di Modena, dando luogo ad un complesso ed articolato sistema di controllo sull'intera filiera. In tale disciplinare sono dettagliatamente indicati i requisiti della materia prima, le zone di approvvigionamento e di lavorazione, le tecniche produttive e i controlli finalizzati a certificare la produzione e autorizzare l'apposizione del marchio di tutela a fine stagionatura. Il Consorzio è altresì incaricato dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali di vigilare nella fase di commercializzazione del prodotto sulle disposizioni di legge tramite i propri agenti vigilatori. L'attività del Consorzio è finalizzata alla promozione, valorizzazione e diffusione della conoscenza del Prosciutto di Modena in Italia e all'estero tramite una strategia di comunicazione sia on-line che off-line e la partecipazione ad eventi fieristici di respiro nazionale e internazionale. Il Consorzio è inoltre impegnato a mantenere, salvaguardare e migliorare le qualità organolettiche e nutrizionali del prodotto, e a fornire al consumatore una corretta informazione sulle sue garanzie e caratteristiche. Il Consorzio si impegna ad assistere le imprese associate tramite attività di consulenza di carattere tecnico-produttivo, attua iniziative volte a promuovere e tutelare il prodotto, regola materie di interesse comune per tutti i soggetti coinvolti nella produzione.

La zona di produzione del Prosciutto di Modena corrisponde alla fascia collinare ed alle valli che si sviluppano attorno al bacino oro-idrografico del fiume Panaro e che partendo dalla fascia pedemontana non supera i 900 metri di altitudine, comprendendo anche territori delle province di Bologna e Reggio Emilia. Le fasi di lavorazione del prosciutto, dalla salagione alla stagionatura completa, hanno luogo nella zona tipica sopra indicata.

La concentrazione degli stabilimenti di produzione di Prosciutto di Modena in una zona ben delimitata non è affatto casuale. Si tratta di una produzione che ha le proprie radici nella storia: ritrovamenti effettuati e bibliografie autorevoli fanno risalire la lavorazione del prosciutto in queste zone già al tempo degli etruschi.

Da sempre esiste infatti una forte connessione tra ambiente naturale, favorevole all'allevamento, e sistema agro-industriale, capace di trasformare le produzioni agricole. Il processo produttivo è descritto nel Disciplinare di produzione e prevede una precisa metodologia.

Fase 1: Isolamento: il maiale, dal quale si ricava la coscia fresca da impiegare nella preparazione del prosciutto di Modena, deve provenire unicamente da 10 regione del Centro Nord Italia, avere almeno 9 mesi di età, pesare in media circa 160 Kg ed essere sano, di razza bianca, alimentato nel trimestre precedente la macellazione con sostanze tali da limitare l'apporto di grassi ad una percentuale inferiore al 10%, riposato e a digiuno. Dopo la macellazione si procede al sezionamento della coscia, quindi al suo inoltro presso lo stabilimento di produzione dove viene subito sottoposta ai necessari controlli.

Fase 2: Raffreddamento: le cosce fresche ritenute idonee vengono sistemate in apposita cella, dove sostano per il periodo necessario a consentire il raggiungimento di una temperatura delle carni attorno agli 0 gradi centigradi; in tal modo la carne raggiunge la giusta consistenza ed una uniforme temperatura, facilitando così la successiva operazione di salagione in quanto una coscia troppo fredda assorbirebbe poco sale, mentre una coscia non sufficientemente fredda potrebbe subire fenomeni di deterioramento.

Fase 3: Rifilatura: consiste nell'asportare grasso e cotenna in modo da conferire al prosciutto la classica forma tondeggiante a "pera". Le cosce impiegate per la produzione del prosciutto di Modena non devono subire alcun trattamento ad eccezione della refrigerazione.

Fase 4: Salagione: le cosce rifilate vengono quindi sottoposte alla salagione, effettuata con il seguente procedimento: le cosce vengono asperse con sale, in modo che venga coperta sia la superficie esposta del lato interno che la cotenna. Per questa operazione la coscia rimane adagiata su un piano orizzontale. Preliminarmente o contemporaneamente le cosce sono massaggiate con procedimenti manuali o meccanici onde predisporre la carne al ricevimento del sale e verificarne, con opportune pressioni puntuali, il perfetto dissanguamento. Per la salagione viene utilizzato cloruro di sodio, in genere sale marino integrale, con esclusione di procedimenti di affumicatura. Mantenute sempre su un piano orizzontale, le cosce salate vengono sistemate in apposita cella, detta di "primo sale", dove rimangono per un periodo variabile tra i 5 e i 7 giorni ad una temperatura oscillante tra 0 e 4 gradi centigradi e con una umidità relativa che varia tra 80% e 90%. Trascorso tale periodo, le cosce vengono prelevate dalla cella, il sale residuale viene asportato dalla superficie, viene ripetuto il massaggio e, infine, viene ripetuta l'aspersione con ulteriore sale, secondo le modalità descritte. Riposte in cella, detta di "secondo sale", le cosce salate vi rimangono per ulteriori 12/15 giorni cioè fino a compimento della durata del processo di salagione, nelle medesime condizioni ambientali. Durante l'intero processo il prosciutto assorbe lentamente sale e cede parte della sua umidità.

Ad oggi le aziende associate al consorzio sono 10. Nel 2020 la produzione del prosciutto di Modena Dop ha registrato un volume pari a 67.000 cosce marchiate, per un valore di 5 milioni di € (in calo del 12% rispetto all'anno precedente). La chiusura del canale Horeca, per buona parte del 2020, ha inciso molto nell'andamento negativo, con un calo medio del 35%. Il primo semestre del 2021 ha visto un recupero rispetto allo stesso periodo del 2020, soprattutto nella quota di prodotto avviato alla produzione tutelata (+29%), ma anche nel prodotto marchiato (+2%). Pure l'affettamento ha registrato un + 10 %.

I canali GDO e Cash&Carry rappresentano circa l'80% del venduto, mentre Horeca e Normal Trade sviluppano il restante 20%. Nella distribuzione moderna il prosciutto di

Modena è presente prevalentemente come preaffettato confezionato con circa 630.000 vaschette, le vendite a volume sono rimaste pressoché stabili.

L'export incide per l'8% delle vendite complessive. Gli Stati Uniti, con una quota del 57% si confermano come primo mercato di destinazione, mentre i Paesi UE per il restante 43%.

2.6. *Il prosciutto di Parma DOP*

Il Prosciutto di Parma DOP è un prodotto di salumeria, crudo e stagionato, ottenuto dalla lavorazione delle cosce fresche di suini di razze iscritte nel Libro Genealogico Italiano.

La zona di produzione e di lavorazione del Prosciutto di Parma DOP comprende parte del territorio della provincia di Parma, nella regione Emilia-Romagna. I suini utilizzati sono nati e allevati nelle regioni Emilia-Romagna, Veneto, Lombardia, Piemonte, Molise, Umbria, Toscana, Marche, Abruzzo e Lazio.

I suini utilizzati devono avere almeno nove mesi di età e un peso medio di 160 kg. Dopo la macellazione, le cosce vengono raffreddate per un intero giorno, quindi rifilate per conferire la caratteristica forma tondeggiante a "coscia di pollo", favorendo così anche la salagione, per la quale si utilizza esclusivamente sale marino, senza aggiungere conservanti o additivi. Le cosce sono sottoposte a una leggera seconda salagione e rimangono nelle celle di sale per un periodo complessivo di un mese. Eliminato il sale residuo, le cosce vengono riposte per un periodo di 60-90 giorni in celle di riposo, a temperatura e umidità idonee. Il prosciutto viene quindi lavato in acqua tiepida per togliere tutte le impurità. Durante la fase della pre-stagionatura, i prosciutti vengono appesi alle tradizionali "scalere" e fatti asciugare per 6-7 mesi, in stanzoni con finestre contrapposte aperte a seconda delle condizioni climatiche sia interne che esterne. Al sesto mese la parte muscolare scoperta è poi ammorbidente con uno strato sottile di sugna, un impasto di grasso di maiale, sale e pepe. Al settimo mese, i prosciutti sono trasferiti in cantina per la stagionatura. Trascorsi 12 mesi dall'inizio della lavorazione, gli ispettori dell'ente certificatore effettuano le operazioni di sondaggio, un esame olfattivo effettuato con un ago di osso di cavallo. A questo punto sui prosciutti ritenuti idonei, viene apposto il marchio a fuoco con la "Corona Ducale".

Il Prosciutto di Parma DOP vanta origini antichissime. Le prime testimonianze sulla lavorazione dei prosciutti nel territorio parmense risalgono a Catone nel II secolo a.C. A partire dall'anno Mille, il prosciutto acquisisce sempre maggiore importanza. Tra il Duecento e il Trecento si forma a Parma la Corporazione dei Beccai, che si occupava della produzione della carne suina, che conobbe una scissione nel 1459, quando i Lardaioli, coloro che ammazzavano il maiale e ne salavano le carni, decisero di costituire una corporazione a sé.

Il prodotto è immesso in commercio nella tipologia Prosciutto di Parma DOP. È commercializzato intero, disossato, a tranci o affettato, sfuso oppure confezionato in atmosfera modificata o sottovuoto.

Il Consorzio del Prosciutto di Parma nasce nel 1963 per tutelare e valorizzare in tutto il mondo il Prosciutto di Parma e offrire ai consumatori garanzie e sicurezze sulla qualità del prodotto. Da allora, è impegnato in numerose attività, tra cui la gestione e la salvaguardia delle regole produttive, la gestione della politica economica del comparto, la vigilanza e la tutela delle disposizioni di legge e dei regolamenti, la protezione del

nome “Prosciutto di Parma” e del relativo marchio (Corona Ducale) attualmente registrato in circa 90 Paesi, nonché la valorizzazione del prodotto in Italia e nel mondo.

Il consorzio si occupa di:

- gestire il disciplinare produttivo: Il Disciplinare produttivo, depositato presso l'Unione Europea per il riconoscimento della Denominazione di Origine Protetta, definisce la regolamentazione relativa agli aspetti della produzione del Prosciutto di Parma: dalle razze dei suini utilizzati alle tecniche di allevamento, dalla provenienza della materia prima alla delimitazione della zona geografica di produzione, fino ai metodi di lavorazione e alle caratteristiche del prodotto finito.
- Gestire la politica economica: formulazione di strategie, indirizzi, politiche macroeconomiche per il settore del Prosciutto di Parma.
- Proteggere la denominazione: Il Consorzio si occupa di proteggere l'uso della denominazione “Prosciutto di Parma” e dei relativi marchi, timbri e sigilli di riconoscimento e di reprimere ogni utilizzo illecito e ogni atto di concorrenza sleale inerente alla commercializzazione del Prosciutto di Parma in Italia e all'estero.
- Vigilare sulle disposizioni di legge: Gli ispettori verificano la corretta osservanza delle disposizioni di legge e regolamentari sull'intero territorio nazionale presso chiunque produca, confezioni, detenga o venda Prosciutto di Parma, svolgendo qualsiasi tipo di accertamento o controllo. Le eventuali irregolarità possono essere perseguite in ambito amministrativo, civile o penale.
- Promuovere il prodotto: Il Consorzio si occupa della valorizzazione del Prosciutto di Parma in Italia e nel mondo sviluppando campagne pubblicitarie e iniziative promozionali in collaborazione sia con i punti vendita del dettaglio tradizionale, sia con le principali insegne nazionali della GDO. Tra le diverse attività di comunicazione del Consorzio figurano sia attività “pubblicitarie” tradizionali quali campagne stampe e advertising, sia attività “informative” sul prodotto mirate a sottolineare ed esaltare le qualità nutrizionali del Prosciutto di Parma.
- Assistere le aziende associate: Il Consorzio offre assistenza alle aziende associate al fine di agevolare e migliorare la produzione e la commercializzazione in Italia e all'estero del Prosciutto di Parma attraverso attività di consulenza e supporto in vari ambiti: consulenza tecnico-produttiva in collaborazione con la Stazione Sperimentale per l'Industria delle Conserve Alimentari, assistenza in ambito commerciale e sanitario, supporto nel settore assicurativo, ecc.

Nel 2020 sono stati marchiati 8,7 milioni di Prosciutti di Parma e ad oggi il Consorzio può contare su un'organizzazione di 140 aziende, tutte situate nella zona tipica di produzione, che continuano a utilizzare e custodire il metodo tradizionale di lavorazione seguendo lo stesso rigido disciplinare produttivo depositato all'Unione Europea. La distribuzione avviene per il 64% in Italia e per il restante 36% all'estero.

Per quanto riguarda la filiera del Prosciutto Crudo di Parma, gli allevamenti suinicoli certificati sono 3600, i macelli sono 78 e 3000 sono gli addetti alla lavorazione del Prosciutto di Parma. Questo implica la partecipazione di 50000 impiegati nell'intera filiera.

Il 2020 ha mostrato una generale contrazione del mercato del prosciutto crudo. In questo contesto le vendite del Parma in Italia nel canale distributivo moderno sono diminuite del 5,6%, mentre le esportazioni sono riuscite a contenere almeno in parte la crisi con un calo del 3% e 2.500.000 Prosciutti di Parma esportati.

Il flusso delle esportazioni ha avuto un andamento diverso a seconda del segmento di riferimento delle aziende produttrici: quelle che riforniscono il canale Ho.Re.Ca. hanno visto ridurre in modo significativo le proprie vendite; quelle invece che operano nel pre-affettato hanno conseguito risultati straordinari. Questo segmento ha registrato infatti un aumento del 21%, ciò nonostante, non è riuscito a compensare il calo generale poiché il pre-affettato rappresenta solo il 10% del totale delle vendite del Parma.

Nel 2020 sono stati esportati 2.500.000 Prosciutti di Parma, pari al 29% dei prosciutti marchiati, per un fatturato stimato di 260 milioni €.

Grazie al forte incremento dell'affettato, gli USA riescono a contenere la crisi con 572.000 prosciutti esportati (-5%) e si confermano il primo mercato per le esportazioni; segnano una variazione negativa invece la Germania (-11%, 397.000 prosciutti), la Francia (-13%, 365.000 prosciutti), il Giappone (-11%) e il Canada (-26%). Molto bene i mercati del centro nord Europa – in particolare i Paesi Bassi (+23%) – che hanno beneficiato degli eccezionali risultati dell'affettato e, fra i Paesi d'oltreoceano, l'Australia mostra un forte recupero (+45%).

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. 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.

2.7. *Il salame Felino IGP*

Il Salame Felino IGP è un prodotto di salumeria, crudo e stagionato, ottenuto dalla lavorazione di carni fresche di suino appartenente alle razze Large White e Landrace Italiana, altre razze compatibili con il suino pesante italiano o derivate dalla razza Duroc.

La zona di produzione del Salame Felino IGP comprende tutti i comuni della provincia di Parma, nella regione Emilia-Romagna. Il territorio di produzione del Salame Felino IGP è contraddistinto da aree collinari e pianeggianti, da laghi e miniere di sale. Anche per la presenza di tali miniere di sale, sin dal 1300 la salagione e la lavorazione delle carni di maiale hanno portato alla realizzazione di prodotti riconosciuti sia a livello nazionale che internazionale.

I tagli di carne selezionati sono costituiti da frazioni muscolari e adipose quali la testa di pancetta e/o il sottospalla. Dopo essere state accuratamente mondate e rifilate, le carni vengono sottoposte a refrigerazione a temperatura non inferiore a -1°C. Segue la macinatura con il tritacarne con stampi con fori di 6-8 mm di diametro. Il prodotto macinato così ottenuto viene impastato con sale, pepe in grani e/o a pezzi, aglio pestato, vino e zucchero. L'impasto viene insaccato in budello naturale di suino e legato con spago non a rete. Durante la fase dell'asciugatura, l'insaccato viene riposto in appositi locali, a una temperatura compresa tra i 13 e 24°C, per una durata di 4-6 giorni in modo da avere una più accentuata disidratazione. La stagionatura viene condotta in locali con sufficiente ricambio d'aria, a temperatura compresa fra 12 e 18°C e deve durare almeno 25 giorni. Per la delicatezza del prodotto, ricco di acidi grassi insaturi e povero di conservanti, le fasi di taglio e confezionamento, potenzialmente critiche, devono essere eseguite da personale qualificato all'interno della zona di produzione.

Il Salame Felino IGP ha forma cilindrica, con una estremità più grossa dell'altra, consistenza compatta ma non elastica e peso compreso fra 200 g e 4,5 kg. Presenta una superficie esterna di colore bianco-grigiastro, leggermente polverulenta, determinata dallo sviluppo di una modica quantità di muffe autoctone. Al taglio, la fetta è di colore rosso rubino, omogenea e magra. Il gusto è dolce e delicato.

Il Salame Felino IGP è commercializzato tutto l'anno, intero, oppure in tranci o affettato, confezionato sottovuoto o in atmosfera modificata.

I primi riferimenti al Salame Felino si trovano nel volume "De re coquinaria" (III-IV secolo d.C.), a sua volta ispirato dal ricettario di Marco Gavio Apicio (I secolo d.C.). La più antica raffigurazione del prodotto pare si trovi nella decorazione interna del Battistero di Parma (1196-1307). A partire dall'Ottocento, nella località Felino, si segnala un particolare modo di trasformazione della carne suina in salami. Nel 1905 compare, per la prima volta, l'espressione "Salume Felino" nel dizionario italiano. Le istituzioni pubbliche locali riconoscono fin dal 1927 la denominazione di "Salame Felino" al salame prodotto nella provincia di Parma, in quanto l'uso di questa denominazione costituiva motivo di promozione del benessere della provincia. A conferma di tutto ciò, ci sono gli eventi e le manifestazioni organizzati in Italia e all'estero dalle autorità locali, con allestimenti di stand di degustazione e informazione. A testimoniare il rapporto privilegiato tra il prodotto unico e il suo territorio d'origine c'è il Museo del Salame Felino, nelle cantine del Castello di Felino.

Il Consorzio di Tutela del Salame Felino IGP ha sede in Parma, presso l'Unione Parmense degli Industriali. Costituito senza fini di lucro, ha come scopo principale quello di tutelare, promuovere, valorizzare e informare il consumatore sul prodotto IGP – Indicazione Geografica Protetta – "Salame Felino". Possono aderire al Consorzio le imprese di lavorazione del prodotto salame felino, nonché gli ulteriori soggetti inseriti all'interno del sistema di controllo e certificazione dell'IGP appartenenti alla filiera della preparazione di carni, rappresentati da allevatori, macellatori, produttori e confezionatori, di cui alle disposizioni regolamentari e normative vigenti, concernenti l'individuazione dei criteri di rappresentanza negli organi sociali.

In termini di produzione come dichiarato dalla fondazione Qualivita nel 2021 i numeri del salame felino IGP sono in crescita, sia a volume che a valore. Questa denominazione nel territorio della Food Valley parmense raggruppa 14 aziende e dà impiego a circa 500 addetti, tra lavoratori diretti e dell'indotto.

Secondo i dati forniti da ECEPA – Ente Certificazione Prodotti Agro-alimentari, crescono del 7,9% su base annua i kg di carne fresca suina destinati alla filiera, mentre aumenta del 4,7% il prodotto etichettato, che si attesta sui 3,66 milioni di kg.

A valore, la produzione di Salame Felino IGP sfiora i 30 milioni di euro. Il fatturato al consumo è stato di 80 milioni di euro, pari a un +6,7% rispetto al 2020.

La GDO si conferma il principale canale di commercializzazione. Buone le performance fatte registrare dal libero servizio, con il Salame Felino IGP acquistato intero o in tranci.

Significativa la crescita del segmento del preaffettato: al 31 dicembre 2021, i kg di Salame Felino IGP destinati all'affettamento sono stati oltre 596.000. L'incremento a volume rispetto al 2020 è pari al 4,5%. Si tratta di una tendenza di lungo periodo: il fenomeno ha semplicemente subito un'accelerazione negli ultimi due anni, come conseguenza dell'emergenza sanitaria da Covid-19.

Già nel 2020, rispetto al 2019, le vendite a volume di Salame Felino IGP preaffettato erano infatti cresciute dell'8,4%. Come spiega Umberto Boschi, Presidente del Consorzio

di Tutela del Salame Felino IGP, «Quello del preaffettato è un risultato importante, direi quasi sorprendente nella misura. Dobbiamo infatti considerare che il 2021 ha visto la ripartenza del canale horeca che per il nostro comparto è importante: questo avrebbe potuto penalizzare le vendite in GDO, a libero servizio. Così non è stato. Sono convinto che la serie positiva del Salame Felino IGP preaffettato sia destinata a proseguire anche nel prossimo futuro. Per il consumatore, infatti, la vaschetta ha un elevato contenuto di servizio: velocizza le operazioni di acquisto, preserva le qualità organolettiche del nostro prodotto, è garanzia di sicurezza alimentare, evita gli sprechi ed è perfetta per il consumo fuoricasa».

Per quanto riguarda i mercati esteri, sono 177.000 i kg di prodotto etichettato destinati all'export, che rappresenta quindi circa il 5% del giro di affari del Salame Felino IGP. Un risultato influenzato dall'emergenza sanitaria da Covid-19, che ha complicato gli scambi commerciali tra Paesi.

L'area UE rimane il principale mercato di destinazione del Salame Felino IGP, con un'incidenza superiore all'80% delle esportazioni di prodotto.

2.8. I salamini italiani alla cacciatora DOP

I Salamini Italiani alla Cacciatora DOP sono un prodotto di salumeria, insaccato crudo e stagionato, ottenuti da carne magra e grassa di suini appartenenti alle razze Large White e Landrace Italiana, Duroc o altre razze compatibili con il suino pesante italiano.

La caratteristica che maggiormente contraddistingue i Salamini Italiani alla Cacciatora DOP è sicuramente la pezzatura, più piccola rispetto ad altri salami, che li rende molto pratici e semplici da maneggiare. Inoltre, i Salamini Italiani alla Cacciatora DOP sono senza lattosio.

La zona di produzione dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP comprende l'intero territorio delle regioni Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna, Umbria, Toscana, Marche, Abruzzo, Lazio e Molise. I suini utilizzati per la produzione devono essere nati, allevati e macellati nel territorio di tutte le regioni precedentemente elencate.

Le frazioni muscolari e adipose selezionate sono mondate accuratamente asportando le parti connettivali di maggiori dimensioni e il tessuto adiposo molle. Una volta ottenuti, i tagli devono essere fatti sostare in celle frigorifere a temperatura non superiore ai 7°C. La macinatura deve essere effettuata in tritacarne, in stampi con fori compresi tra 3 e 8 mm. Il trito di carne viene impastato, in maniera omogenea insieme a sale, pepe (a pezzi e/o macinato) e aglio, in macchine sottovuoto o a pressione atmosferica. L'insaccatura avviene in budelli naturali o artificiali di diametro non superiore a 75 mm, eventualmente legati in filza. I salamini sono asciugati a caldo (temperatura compresa tra 18 e 25°C) per consentire una rapida disidratazione delle frazioni superficiali nei primi giorni di trattamento; non possono comunque essere adottate tecniche che prevedano una fermentazione accelerata. La stagionatura si protrae per almeno 10 giorni, in locali con un sufficiente ricambio d'aria, a temperatura compresa fra 10 e 15°C.

I Salamini Italiani alla Cacciatora DOP hanno forma cilindrica, diametro non superiore a 6 cm, lunghezza fino a 20 cm e peso inferiore a 350 g. Hanno una consistenza compatta e non elastica; presentano una fetta compatta e omogenea, di colore rosso rubino con granelli di grasso ben distribuiti. Il sapore è dolce e delicato, mai acido. Anche il profumo è delicato e caratteristico.

Il prodotto è immesso in commercio tutto l'anno nella tipologia Salamini Italiani alla Cacciatora DOP. Viene commercializzato sfuso oppure confezionato in atmosfera modificata, intero o affettato.

Le origini dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP si possono far risalire al periodo delle invasioni longobarde. Durante le loro migrazioni, infatti, le popolazioni barbariche avevano la necessità di consumare cibi altamente conservabili, per la maggior parte a base di carne suina. Così, la produzione dei salamini è iniziata nell'area collinare del territorio lombardo, per poi diffondersi nelle regioni confinanti della fascia settentrionale. In seguito, fu la tradizione dei cacciatori di portare questi prodotti durante le battute di caccia, a determinare sia il nome con cui sono comunemente conosciuti che la piccola dimensione, richiesta perché fossero facili da trasportare nelle sacche.

Il Consorzio, costituito nel 2003, è costantemente impegnato nella tutela, valorizzazione e promozione dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP. I consorziati hanno un'etichettatura comune e uniforme (un tassello consortile di immediata identificazione) per facilitare la riconoscibilità del prodotto da parte del consumatore. Il Consorzio ha la facoltà di agire su tutta la filiera di produzione dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP, anche verso i soggetti non consorziati. Dispone infatti di poteri di vigilanza – grazie anche a propri "agenti vigilatori" – in grado di contrastare abusi, imitazioni, atti di pirateria e contraffazione su tutto il territorio nazionale e non. È promotore di programmi per migliorare la qualità della produzione in termini di sicurezza igienico-sanitaria, caratteristiche chimiche, fisiche, organolettiche e nutrizionali del prodotto tutelato.

Il riconoscimento del Consorzio da parte del Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali – avvenuto nel 2005 – lo rende l'organo ufficialmente accreditato a svolgere le funzioni di informazione, tutela e valorizzazione dei Salamini Italiani alla Cacciatora DOP.

Secondo un comunicato stampa dell'ANSA a marzo 2021, l'analisi di mercato del Consorzio Cacciatore Italiano mette in luce che la categoria dei salamini, nel 2021, ha continuato a mostrare un andamento positivo sia a volume che a valore segnando un +5,3% a volume e un +5,3% a valore.

La produzione certificata dei Salamini Italiani alla Cacciatora Dop ha avuto nel corso del 2021 un andamento positivo nonostante alcuni mesi in flessione, chiudendo l'anno con un incremento del +12,9% (4.485.096 Kg) rispetto al 2020, anno che a sua volta si era già chiuso positivamente rispetto a quello precedente con un incremento del +8,3%. Per quanto riguarda la Distribuzione, nel 2021, l'86,3% della Dop è stata distribuita nel canale moderno e il 13,6% nei restanti canali, tra cui l'ho. re.ca., che recupera peso in termini percentuali rispetto all'anno precedente (5%). I volumi dell'export anche per il 2021 sono in crescita e si conferma "che ben il 28% del prodotto viene venduto all'estero".

I principali Paesi esteri di destinazione del prodotto si riconfermano quelli dell'Unione europea, Germania in primis, seguita da Belgio e Austria.

2.9. Il salame Cremona IGP

Il Salame Cremona IGP è un prodotto di salumeria, insaccato, a grana grossa, ottenuto dalla lavorazione di carni magre e grasse di suini pesanti italiani delle razze Large White italiana, Landrace italiana e Duroc italiana.

La zona di produzione del Salame Cremona IGP comprende le regioni Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte e Veneto.

La carne suina da destinare all'impastatura è quella ottenuta dalla muscolatura appartenente alla carcassa e dalle frazioni muscolari striate e adipose, mondata accuratamente e poi macinata in tritacarne con stampi dotati di fori da 6 mm. Al macinato si uniscono gli aromi naturali quali sale, spezie, pepe in grani o pezzi grossolani, aglio pestato. L'impastatura è effettuata in macchine sottovuoto o a pressione atmosferica per un tempo prolungato. Il composto viene quindi immesso in budello naturale di suino, bovino, equino oppure ovino di diametro iniziale non inferiore a 65 mm. La legatura avviene con spago, manualmente o meccanicamente. È ammesso lo stoccaggio del prodotto in cella per un massimo di un giorno e con temperatura compresa tra 2 e 10°C. L'asciugatura avviene a caldo a una temperatura compresa tra 15 e 25°C in modo da consentire una rapida disidratazione delle frazioni superficiali nei primi giorni di trattamento. La stagionatura avviene in locali con sufficiente ricambio d'aria e con temperature tra 11 e 16°C, per un periodo non inferiore a cinque settimane e varia in base al calibro iniziale del budello.

Il Salame Cremona IGP ha forma cilindrica e a tratti irregolare, di consistenza che varia da morbida a compatta e un peso non inferiore a 500 g. Le fette, al taglio, risultano compatte e omogenee, di colore rosso intenso che sfuma, gradualmente, nel bianco delle parti adipose (aspetto smelmato). All'olfatto ha un profumo tipico e speziato.

Il prodotto è immesso in commercio nella tipologia Salame Cremona IGP. È commercializzato intero in pezzature non inferiori a 500 g, a tranci, affettato, confezionato sottovuoto o in atmosfera modificata.

Le origini del Salame Cremona IGP risalgono all'epoca romana. Numerosi documenti si riferiscono spesso a compravendita di maiali ceduti da contadini che detenevano contratti di accomandita di bestiame a metà guadagno con i proprietari degli animali (soccida). Per avere notizie certe della diffusione del salame e anche di una sua sicura notorietà bisogna risalire a una serie di documenti rinascimentali presenti nei Litterarum e nei Fragmentorum dell'Archivio di Stato di Cremona. Da questi documenti si rileva la presenza, ma soprattutto l'importanza del prodotto salame. La nascita del salame nel territorio cremonese viene inoltre accertata dal notaio Ludovico Cavitelli nei suoi Annales (Cremona, 1588), nonché dalla lista dei cibi consumati ogni giorno nei conventi cremonesi: se il salame era un alimento basilare nella dieta dei conventi, si può presumere che lo fosse anche in quella della popolazione.

Il "Consorzio Salame Cremona" nasce nel 1995, su iniziativa di un gruppo di imprenditori che hanno inteso costituire un organismo in grado di identificare, salvaguardare e proporre al mercato un prodotto tipico dell'area lombarda.

Il Consorzio ha ottenuto il patrocinio della Camera di Commercio, della Provincia di Cremona e del Comune di Cremona, per ribadire lo stretto legame del Consorzio con il territorio oltre che con l'intera Lombardia e la Valle Padana. A dare ulteriore conferma dello stretto legame con il territorio all'interno del logo del Consorzio è stato ripreso uno dei simboli della città di Cremona: Il Torrazzo, che abbinato alla dicitura IGP fornisce ai consumatori una garanzia in più.

Il Consorzio di Tutela del Salame Cremona IGP, secondo l'intento dei fondatori, vuole rappresentare un punto di riferimento per tutti gli operatori della filiera del suino e una garanzia per il consumatore, con l'obiettivo di valorizzare una tipicità che esprime il meglio della cultura e delle tradizioni del territorio di origine.

Ha come scopo quello di:

- Tutelare, valorizzare e promuovere il Salame Cremona IGP
- Promuovere la qualità del prodotto attraverso il sistema di controllo (certificazione)
- Svolgere attività di vigilanza sul corretto utilizzo della denominazione IGP
- Promuovere la conoscenza ed il consumo presso il più vasto pubblico, operatori e target selezionati

Le aziende associate al consorzio sono 4 e gli operatori coinvolti nella filiera sono 2860.

2.10. *Salama da sugo IGP*

La Salama da Sugo IGP è un prodotto di salumeria, costituito da una miscela di carni suine aromatizzate e insaccate nella vescica naturale del maiale. Previo asciugamento e stagionatura, è prodotta in due tipologie: Cruda e Cotta.

La zona di produzione della Salama da Sugo IGP comprende il territorio della provincia di Ferrara con esclusione dei comuni di Goro, Codigoro, Lagosanto e Comacchio, nella regione Emilia-Romagna.

La materia prima destinata alla produzione della Salama da Sugo IGP deve provenire da suini la cui età di macellazione deve essere superiore ai nove mesi. Devono essere utilizzati tagli di carne selezionati, quali goletta, capocollo, pancetta, spalla, lingua e fegato, composti in percentuali stabilite, con aggiunta facoltativa di trito di sottospalla. La carne viene aromatizzata con vino rosso selezionato con invecchiamento non superiore ai 18 mesi. Oltre a pepe nero e sale marino grosso, possono essere utilizzate alcune spezie (cannella, noce moscata, chiodi di garofano), mentre brandy, grappa o rhum possono essere utilizzati singolarmente come parziali sostituti del vino rosso. I tagli sono lavorati manualmente con l'ausilio di un coltello, per consentire un'accurata rifilatura. L'impasto macinato – del peso variabile tra i 1.200 e i 2.000 g – viene messo all'interno della vescica di suino. Le operazioni di insaccatura sono effettuate manualmente per garantire l'integrità della vescica che viene legata con spago. Seguono le operazioni di asciugatura e stagionatura. Nella tipologia Cotta, dopo il periodo di stagionatura, la Salama da Sugo IGP viene sottoposta a lavaggio con acqua calda per eliminare le tracce di muffa superficiali che si formano naturalmente durante la stagionatura. Il prodotto viene quindi confezionato con o senza vescica, intero oppure in spicchi di peso variabile, in un primo involucro flessibile resistente alle temperature di sterilizzazione, e sigillato così da contenere il liquido che fuoriesce durante la cottura. Segue il trattamento termico in autoclave a una temperatura compresa tra 115 e 121°C.

La Salama da Sugo IGP ha una caratteristica forma sferica "a melone" con divisione in 6/8 spicchi e strozzatura mediana, del peso tra 700 e 1.400 g al termine del periodo di stagionatura. La superficie esterna è irregolare, eventualmente ricoperta da tracce di muffe che si producono naturalmente durante la fase di stagionatura. La consistenza è soda e compatta. Il profumo è intenso e aromatico; il sapore è pieno, con residui aromatici, la consistenza morbida e granulosa.

Il prodotto è immesso in commercio nelle tipologie Salama da Sugo IGP Cruda o Cotta. Nella versione Cotta è commercializzato intero o in tranci.

Le origini della Salama da Sugo IGP sono riconducibili all'epoca rinascimentale e legate alla corte dei Duchi d'Este, signori di Ferrara dal XII al XVII secolo, che dettero un forte impulso all'intrattenimento conviviale. Nel 1722, fu pubblicato un poemetto giocoso dal

titolo La Salameide, nel quale l'autore, Antonio Frizzi, spiega in chiave fantastica l'etimologia del nome salama e ne onora le origini ferraresi.

Tabella 3 - Produzione ed export salumi DOP IGP Emilia-Romagna in quantità e valore

	Produzione in quantità (Kg)		Fatturato (migliaia di euro)		Export (migliaia di euro)	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Prosciutto di Parma Dop	89.000.000	87.000.000	720.900	687.300	264.992	252.919
Mortadella di Bologna Igp	37.500.000	38.000.000	277.421	304.000	115.697	121.938
Salame di Felino Igp	3.310.000	3.494.410	29.790	31.450	14.700	14.702
Salamini italiani alla cacciatora Dop	2.127.402	2.287.203	24.997	26.875	7.734	7.288
Coppa di Parma Igp	1.799.000	1.804.208	16.191	16.238	7.560	-
Cotechino di Modena Igp	1.483.651	1.608.421	11.127	12.626	244	181
Culatello di Zibello Dop*	344.000	309.692	-	12.500	-	-
Prosciutto di Modena Dop	817.000	799.500	8.170	7.995	1.650	1.430
Salame Piacentino Dop	750.887	751.602	6.708	6.704	1.751	1.752
Zampone di Modena Igp	668.937	746.475	6.107	6.808	124	245
Coppa Piacentina Dop	721.764	726.066	8.129	8.165	2.019	2.031
Salame Cremona Igp	228.191	204.221	3.024	2.634	-	-
Salama da sugo Igp	36.277	16.574	372	153	-	-

* Dati Qualivita e Consorzio di tutela

Fonte: elaborazioni Crefis su dati Qualivita

3. Analisi delle strategie delle principali aziende produttrici

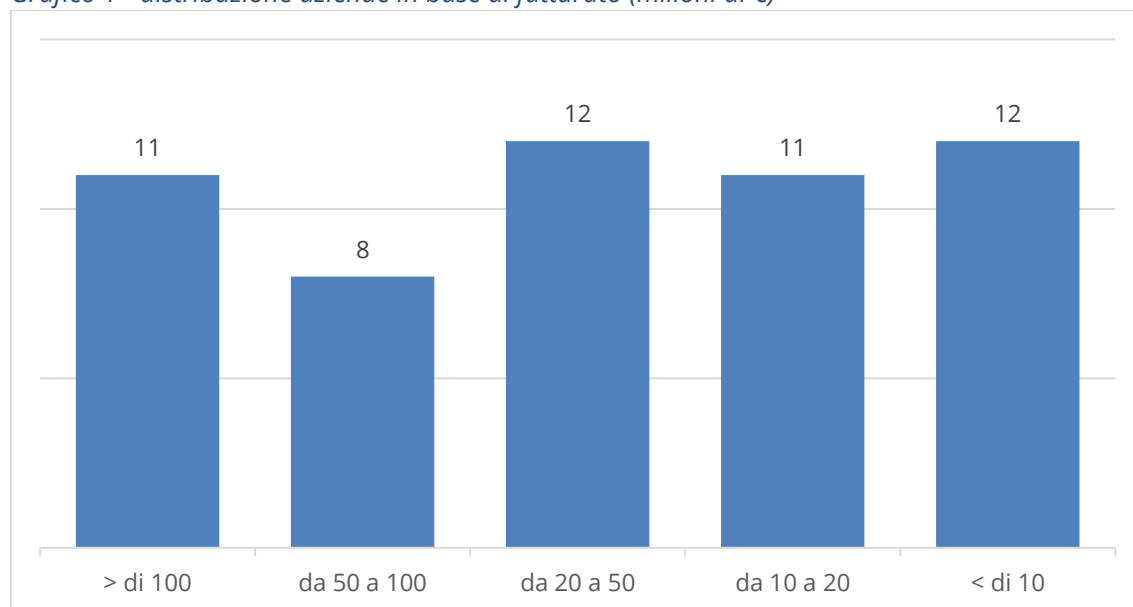
In Italia, il settore salumi rappresenta una quota importante nella filiera agroalimentare. Infatti, la produzione italiana di salumi ammonta, in valore, a 7,9 miliardi di € nel 2020.

La nostra analisi è stata realizzata sia attraverso contatti diretti che attraverso uno studio e una ricerca approfondita sui i principali player del settore salumi e sulle aziende che producono salumi DOP e IGP dell'Emilia-Romagna.

In particolare, sono state analizzate 54 aziende (tabella 4) e di queste è stato ricavato il fatturato e l'utile aggiornato al 2020 e il numero di dipendenti. Sono stati inoltre calcolati gli indici di redditività ed è stato analizzato il livello di integrazione verticale e orizzontale.

Il database delle aziende analizzate rappresenta il 56,5% del totale del settore per un valore di 4,5 miliardi di € nel 2020. Tuttavia, in questa percentuale non sono state considerate aziende come l'Agricola tre valli del gruppo Veronesi ed il gruppo Martini alimentare, nel primo caso perché il fatturato (pari a 2,26 miliardi di €) non rappresenta solo il comparto salumi (costituito da AIA – Negroni per un valore stimato di 750 milioni di €), mentre nel secondo caso perché il gruppo si è da poco inserito nell'industria salumi ed ha una presenza ancora limitata tramite l'azienda Martini stagionature che genera un valore di 1,8 milioni di € nella produzione di prosciutto crudo.

Grafico 1 - distribuzione aziende in base al fatturato (milioni di €)



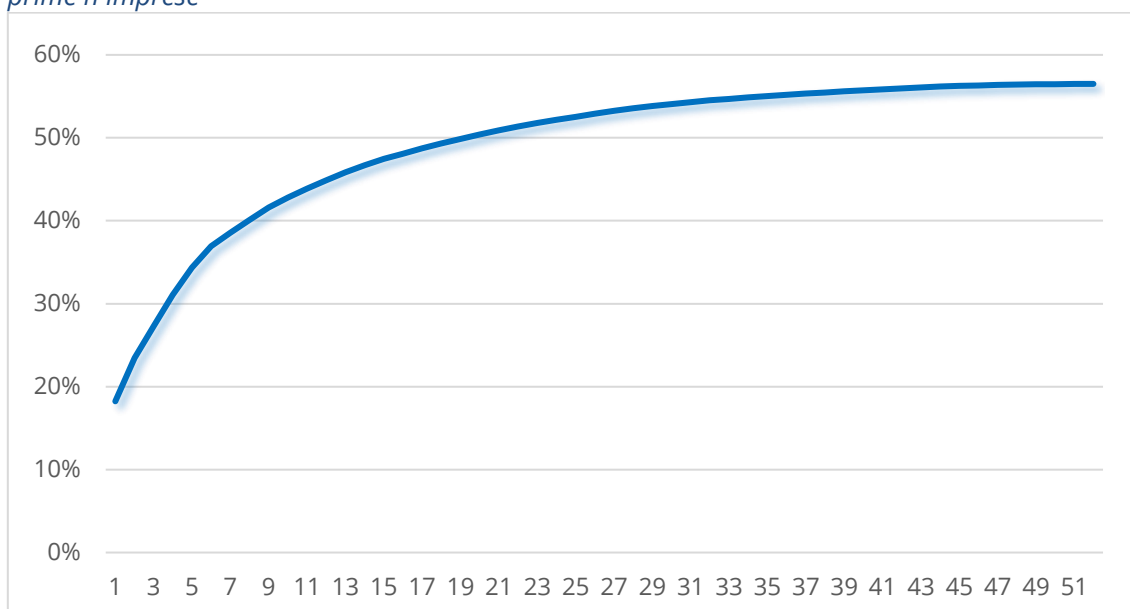
Fonte: elaborazione dati Vsafe

Il settore è caratterizzato da un'elevata polverizzazione. Sono presenti principalmente aziende private. Dividendo le aziende in base al loro fatturato (grafico 1) è possibile notare che la maggior concentrazione di aziende ha un fatturato minore di 50 milioni di €. La restante parte è invece costituita da grandi gruppi con un fatturato superiore ai 50 milioni di €.

Aumenta la concentrazione, con l'acquisizione di partecipazioni in aziende piccole/medie da parte dei grandi gruppi leader. Infatti, il settore dei salumi si diversifica

in aziende molto strutturate, integrate e diversificate e medio/piccole aziende specializzate nella produzione di alcune IG regionali. Per questo motivo come dimostrato nel grafico 2 la maggior quota di fatturato generato è dovuta alla prima decina di grandi aziende con un fatturato superiore ai 100 milioni di €.

Grafico 2 - Concentrazione dell'industria dei salumi in Italia: quota di mercato cumulata delle prime n imprese



Fonte elaborazione dati Vsafe

Tabella 4 - principali aziende produttrici salumi DOP IGP dell'Emilia-Romagna

N°	Azienda	Fatturato (2020)	Dipendenti	Utile	EBITDA	Utile/	EBITDA/	Integrazione filiera
1	Agricola tre Valli (Veronesi)	2.265.423.000	6.869	239.000	2.587.000	0,01%	0,11%	3
2	Grandi Salumifici Italiani	695.235.000	1.458	15.772.000	64.255.000	2,27%	9,24%	1
3	Salumificio F.lli Beretta s.p.a.	413.999.047	519	31.219.889	30.464.871	7,54%	7,36%	2
4	Martini alimentare srl	406.940.002	63	1.752.358	7.399.126	0,43%	1,82%	3
5	Alcar uno spa	306.379.248	143	3.342.978	2.414.089	1,09%	0,79%	3
6	Giuseppe Citterio spa	297.541.273	399	5.399.134	16.280.809	1,81%	5,47%	1
7	Pini Italia (compreso Ferrarini)	259.961.239	132	3.176.110	5.544.905	1,22%	2,13%	2
8	Italia alimentari spa	205.999.000	312	11.234.000	20.476.000	5,45%	9,94%	1
9	CIM alimentari s.p.a.	126.129.519	145	2.276.309	6.136.218	1,80%	4,87%	1
10	Villani spa	122.209.372	176	4.221.249	8.872.396	3,45%	7,26%	1
11	Levoni	121.869.297	388	4.557.311	8.021.911	3,74%	6,58%	2
12	F.lli Veroni fu Angelo spa	93.341.266	168	621.270	4.943.844	0,67%	5,30%	1
13	SAEMI srl	86.914.096	40	-761.763	631.916	-0,88%	0,73%	1
14	Parmacotto spa	78.818.000	156	3.522.000	6.709.000	4,47%	8,51%	1
15	SAGEM srl	76.487.712	209	4.368.012	7.592.711	5,71%	9,93%	1
16	La felinese salumi s.p.a.	65.682.489	220	1.452.891	4.505.449	2,21%	6,86%	1
17	Golferia in Lavezzola spa	60.887.106	66	6.758.796	11.621.590	11,10%	19,09%	1
18	Salumificio San Carlo spa	51.234.027	66	7.492.249	11.530.777	14,62%	22,51%	1
19	Tino Prosciutti	50.888.031	15	1.763.038	3.335.241	3,46%	6,55%	1
20	Industria salumi simonini spa	47.053.291	22	1.796.862	2.977.149	3,82%	6,33%	1
21	Fontana Ermes	42.758.349	87	535.339	2.743.525	1,25%	6,42%	1
22	Gualerzi spa	42.379.935	47	454.677	2.021.456	1,07%	4,77%	1
23	Cav Umberto Boschi spa	38.885.468	126	947.159	2.937.635	2,44%	7,55%	1
24	Fumagalli industria alimentari spa	37.200.627	99	-7.970	2.341.979	-0,02%	6,30%	1
25	Certosa salumi s.p.a.	32.675.627	24	244.686	1.497.065	0,75%	4,58%	1
26	Valtidone salumi spa	31.139.253	79	533.126	2.235.333	1,71%	7,18%	1
27	Prosciuttificio S. Michele s.r.l.	29.153.408	72	766.133	3.461.079	2,63%	11,87%	1

28	Martelli salumi spa	28.963.205	38	1.430.474	2.538.536	4,94%	8,76%	2
29	Devodier prosciutti srl	26.770.282	32	2.132.092	3.767.033	7,96%	14,07%	1
30	Salumificio Pedrazzoli spa	24.460.891	50	1.084.975	2.216.393	4,44%	9,06%	1
31	F.Ili Galloni s.p.a.	23.421.363	51	971.937	2.970.524	4,15%	12,68%	1
32	Sassi Ugo	18.698.000	9	244.850	708.581	1,31%	3,79%	3
33	Salumificio Ferrari Giovanni srl	18.286.992	25	8.273	901.853	0,05%	4,93%	1
34	Salumificio Monpiù srl	15.924.849	11	-2.500.872	-1.902.514	-15,70%	-11,95%	1
35	Ruliano spa	14.524.841	28	509.597	1.327.220	3,51%	9,14%	1
36	San Nicola Prosciuttificio del sole spa	13.809.661	16	-1.164.906	-645.580	-8,44%	-4,67%	1
37	Borgo prosciutti srl	13.423.284	0	99.773	361.826	0,74%	2,70%	1
38	Prosciutti Doc & G srl	11.617.284	8	391.067	1.177.623	3,37%	10,14%	1
39	Salumi Boschi F.Ili	11.163.130	33	-686.871	-374.231	-6,15%	-3,35%	1
40	Langhiranese prosciutti srl	11.002.182	15	112.072	341.113	1,02%	3,10%	1
41	Bedogni Egidio spa	10.515.418	27	-361.999	34.074	-3,44%	0,32%	1
42	S. Ilario prosciutti	10.025.944	16	1.913.946	2.987.934	19,09%	29,80%	1
43	Gallina Mario spa	9.185.050	7	80.191	356.981	0,87%	3,89%	1
44	Salumificio la torre s.p.a.	8.922.255	12	-496.627	-154.185	-5,57%	-1,73%	1
45	Prosciuttificio san Domenico spa	8.803.377	5	43.287	504.720	0,49%	5,73%	1
46	Salumificio Aurora srl	8.777.423	36	-669.061	-322.266	-7,62%	-3,67%	1
47	San Bono srl	5.868.498	24	17.773	241.000	0,30%	4,11%	2
48	Salumificio la Rocca srl	5.421.949	25	26.717	222.149	0,49%	4,10%	1
49	Emilia Ovest Salumi soc. coop.	5.095.703	27	63.686	213.768	1,25%	4,20%	1
50	Salumi Grossetti srl	2.854.489	14	126.183	306.184	4,42%	10,73%	1
51	Salumificio Val d'Ongina snc	2.722.681	8	-4.887	101.812	-0,18%	3,74%	1
52	Martini stagionatura srl	1.748.262	9	43.110	213.243	2,47%	12,20%	1
53	Salumificio ducale srl	1.138.330	8	96.479	138.192	8,48%	12,14%	1
54	Terre verdiane	915.934	4	126.212	290.480	13,78%	31,71%	1
	TOTALE	6.401.245.959						

Fonte elaborazioni Vsafe su dati AIDA

3.1. *I gruppi e le loro strategie*

3.1.1. *Il gruppo Veronesi*

Il gruppo Veronesi è un'azienda italiana proprietaria di marchi legati al settore dell'alimentare, in particolare della carne (AIA, Negroni) e dei mangimi (Veronesi) esportati in 79 stati. È stato fondato nel 1958 da Apollinare Veronesi ed è cresciuto negli anni successivi per merito dei suoi figli Carlo, Giordano e Bruno Veronesi, che si sono alternati nella carica di presidente; questi ultimi tre, assieme alle sorelle Marcella e Luisa, nel 2017 sono fuoriusciti dal consiglio di amministrazione del gruppo, cedendo il passo ai propri 5 figli.

I marchi del gruppo Veronesi sono:

- AIA: Nata nel 1968, AIA (Agricola Italiana Alimentare) è il marchio del gruppo dedicato alla commercializzazione di carni e prodotti a base di carne, di uova e ovo prodotti. La visione del futuro e la ricerca all'innovazione hanno continuamente portato AIA a sfidarsi nell'apertura di nuovi mercati, e a diventare leader Wudy, Aequilibrium, Bon Roll sono solo alcuni esempi di successo. Oggi AIA è leader nei settori in cui opera grazie alla sua capacità di rispondere al mercato con soluzioni innovative e anticipando le aspettative di un consumatore in costante evoluzione.
- NEGRONI: Dal 2002 fa parte del gruppo AIA di cui costituisce la divisione salumi dal 2007. Attraverso il gruppo Veronesi viene costituita la Negroni Spa per riunire i marchi Negroni, Montorsi, Fini Salumi e Daniel in un'unica divisione salumi. L'azienda ha sede a Quinto di Valpantena (VR) e possiede sei stabilimenti siti a: Cremona, Zibello, Correggio, Villafranca di Verona, San Daniele del Friuli e Tizzano Val Parma. Il brand, generalista del marchio storico è specializzato nei precotti e nei salami d'asporto, negli IGP e nei DOP.
- VERONESI: è il marchio che firma i mangimi del gruppo Veronesi. Primo in Italia, ottavo in Europa e 36 nel mondo. È il primo marchio del gruppo, la pietra fondante a partire dalla quale il costante impegno ci ha permesso di diversificare le attività del Gruppo e di dare vita ad una filiera integrata di qualità.
- Agricola Tre Valli è la società cooperativa del gruppo che opera nel settore della trasformazione delle carni e delle uova. L'attività della società inizia con la macellazione di carni suine e avicunicole che vengono successivamente trasformate in prodotti di prima e seconda lavorazione ed in prodotti elaborati crudi e cotti. Nel comparto delle uova, Agricola Tre Valli, si occupa di imballaggio di uova in guscio e di produzione di ovoprodotti (brick di uova liquide pastorizzate).

3.1.2. *Grandi salumifici italiani (GSI)*

Grandi salumifici italiani nasce il 1° gennaio 2001 da una partnership commerciale e poi produttiva tra Unibon e Senfter. A questa prima operazione faranno seguito diversi processi di acquisizione e aggregazione di altre imprese del settore da parte di GSI, non solo in Emilia-Romagna e Alto Adige ma anche in Toscana e in Friuli.

Nel 2018, dopo quasi un ventennio di collaborazione, Unibon acquisisce la quota Senfter di GSI, divenendone proprietaria unica e dando il via ad un piano strategico volto a rafforzarne il ruolo di player nazionale del “food”, e a stimolarne l’espansione sui mercati esteri, nei prodotti della tradizione e nei settori innovativi.

A inizio 2019 il piano strategico vede la sua seconda tappa: dall’aggregazione di Grandi Salumifici Italiani e Parmareggio nasce il Gruppo Bonterre. Quest’ultima è a totale proprietà cooperativa e radicata nel territorio modenese, Bonterre è un gruppo agroalimentare specializzato nelle eccellenze italiane dei salumi e dei formaggi stagionati, in grado di coniugare la comprovata capacità industriale con elevati standard di responsabilità sociale.

In Grandi Salumifici Italiani sono racchiuse le molteplici esperienze appartenenti a diversi marchi, ognuno connotato da un’offerta di prodotti ricca di tradizione, di cura, di passione. Dop, Igp, e ricette esclusive fanno di Grandi Salumifici Italiani e dei suoi marchi un riferimento della salumeria italiana di qualità.

Ad oggi le aziende appartenenti al gruppo GSI sono:

- Casa Modena: la sua storia inizia nel 1946, all’alba della ricostruzione del dopoguerra, quando nasce a Reggio Emilia ACM (Azienda Cooperativa di Macellazione) che con il marchio ASSO scriverà un’importante pagina della storia della salumeria italiana. Solo due anni dopo, a Modena, nasce CIAM (Cooperativa Interprovinciale Alimentari Modena) che, sulla base degli stessi ideali di solidarietà di ACM, si pone l’obiettivo di fornire prodotti di qualità a prezzi accessibili anche alle fasce di consumatori economicamente più deboli. Il percorso di queste due realtà va via sempre più avvicinandosi fino al 1991 quando, dalla loro fusione, nasce UNIBON, un grande gruppo cooperativo specializzato nella produzione e commercializzazione di carni suine, bovine e salumi. I salumi diventano sempre più il core business di questa realtà, tanto che nel 1995 si decide di creare un marchio capace di raccogliere tutta la conoscenza accumulata in cinquant’anni di storia, offrendola alle nuove esigenze dei consumatori.
- Senfter: Speck IGP, wurstel e salumi tipici trentini
- Salumificio Alcisa Bologna: un marchio bolognese storico e prestigioso, che ha come fiore all’occhiello delle sue produzioni la mortadella. Una ricetta legata fortemente alla tradizione, semplice, con tagli scelti di alta qualità, fanno della mortadella “Due Torri” Alcisa un riferimento di mercato e del palato.
- Cavazzuti salumi: Dal 1894 Cavazzuti ha iniziato producendo specialità emiliane di qualità ed oggi è divenuto un marchio che ha fatto della specializzazione territoriale la sua offerta di gamma. I salami regionali Cavazzuti, ottimo equilibrio tra cura artigianale e varietà di sapori e profumi, si possono trovare nelle salumerie specializzate. Prodotti: Salame Gran Magro Casa Modena/Cavazzuti

3.1.3. *Salumificio Fratelli Beretta*

La prima bottega per la lavorazione delle carni fu fondata, con atto notarile nel 1812, a Barzanò nella Brianza. Nel 1920 Felice e Mario Beretta aprono sempre a Barzanò un negozio di macelleria e salumeria, dando vita ad un’attività artigianale che negli anni Cinquanta diventa industriale. Nei primi anni Sessanta, con il successo dei supermercati, Giuseppe e Vittore Beretta ampliano l’attività alla salumeria confezionata. E nel 1976

viene inaugurato il primo stabilimento in Italia specializzato nella produzione di wurstel con il marchio Wuber. Nel 1987 inizia l'espansione con uno shopping mirato sulle imprese specializzate in produzioni Dop e Igp. La società rileva il salumificio Brianteo e Cim, aziende specializzate nella produzione di prosciutto di Parma Dop. Nel 1996 la sede storica di Barzanò viene trasferita a Trezzo sull'Adda, provincia di Milano. Nel 1997 sbarca negli Stati Uniti, acquisendo un'attività produttiva nel New Jersey, a South Hackensack: a causa delle leggi americane, salumi e coppe non possono essere esportate dall'Italia. Tra il 1999 e il 2002 acquisisce una partecipazione in San Carlo, specializzata nella produzione di salumi piacentini, e acquisisce Del Zoppo, produttore di bresaole. Nel 2002 inizia anche la diversificazione nel mercato dei piatti pronti ricettati. Viene costituita una nuova società di nome Piatti Freschi Italia in partnership con il leader francese del settore, Fleury Michon. Tra il 2005 e il 2007 nasce la prima joint venture con il colosso cinese Yurun per la produzione di salumi all'italiana nei pressi di Nanchino. Viene inoltre acquisita una partecipazione in Moser, produttore di speck e prodotti tipici. Viene infine comprata un'altra azienda negli Stati Uniti, questa volta in California, a Fresno (marchio Busseto). Nel 2011 acquisisce, tramite Piatti Freschi, la società Fres.co leader in Italia del settore gastronomia. Un anno più tardi, nel febbraio 2012, viene inaugurato un secondo stabilimento in Cina, a Ma'anshan, a 300 chilometri da Shanghai, completamente dedicato alla produzione della salumeria italiana. Sempre quell'anno, oltre che festeggiare i 200 anni di storia, la Fratelli Beretta rileva anche Framon e Cresus (produzione di prosciutto di San Daniele Dop). Nel 2013 prende in affitto il ramo d'azienda del Prosciuttificio Carpegna (Pesaro-Urbino), nel 2014 è la volta del Prosciuttificio Casa Toscana (Siena). Nel 2015 di nuovo gli Stati Uniti: altro sito produttivo nel New Jersey, a Mount Olive, 18.000 metri quadrati con una produzione a regime di 25.000 tonnellate di salumi e mortadelle [1] e anche del primo prosciutto made in Usa ma fatto con tecniche italiane.[2] Nel 2018 la società, guidata da Alberto Beretta, sesta generazione (ma la famiglia Beretta è già arrivata alla settima), ottiene il via libera per esportare negli USA il prosciutto di Carpegna.

Ad oggi il gruppo Fratelli Beretta è costituito da un totale di 2600 dipendenti, 137 agenti e funzionari con 30 stabilimenti tra Italia ed estero per un totale di 285mila mq di superficie produttiva.

Tra le sue referenze più di 500 sono a marchio proprio ed è una delle aziende con il maggior numero di DOP e IGP prodotte, per esattezza 19 prodotti a indicazione geografica. La loro produzione ammonta a 150mila tonnellate all'anno per un fatturato nel 2020 pari a 989 milioni di €.

Beretta produce dieci specialità DOP. Dal Friuli dove stagionano i Prosciutti di San Daniele DOP, alla Brianza dove vengono prodotti i Salamini Italiani alla Cacciatora DOP e il Salame Brianza DOP, passando dai colli piacentini dove stagionano Coppe, Pancette e Salame Piacentini DOP. In Toscana, terra ricca di storia e sapori producono il caratteristico Prosciutto Toscano DOP, passando attraverso Langhirano, capitale del Prosciutto di Parma DOP e Zibello, patria del Culatello, fino agli Appennini Marchigiani con il Prosciutto di Carpegna DOP.

Beretta produce sette specialità IGP. Dalle cime dell'Alto Adige lo Speck Alto Adige IGP, dalla Valtellina la Bresaola della Valtellina IGP. L'Emilia-Romagna, terra di ricche bontà, dona diversi prodotti IGP come la Mortadella Bologna IGP, i tipici Zampone e Cotechino di Modena IGP e il Salame Felino IGP.

3.1.4. Alcar UNO

Il gruppo che fa capo a Alcar uno nasce nel 1957 nel cuore dell'Emilia-Romagna ed è costituito da Alcar uno, un'azienda di lavorazione e commercializzazione di carni suine fresche trasformate, di proprietà della famiglia Levoni (80% Sante Levoni, 5% Lorenzo Levoni e 5% Luca Levoni).

Nel 2017 l'80% delle quote di Sante Levoni vengono cedute ai figli (L.H. S.r.l.).

Attività principale dell'azienda è il sezionamento dei principali tagli di carne suina, in particolare quarti posteriori, proveniente dall'Italia e dai Paesi dell'Unione Europea a vocazione suinicola

Il quartier generale si trova a Castelnuovo Rangone (MO). Gli stabilimenti di produzione del Prosciutto Crudo sono 7: Alcar Uno S.p.a. a Solignano di Castelvetro (MO), dove avviene il disosso e confezionamento; San Geminiano Prosciutti S.p.A. a Guiglia (MO) dove vengono prodotti Prosciutto di Modena DOP, Prosciutto Crudo, Sgambati e Gran Speck dolci – Stagionatura; Prosciuttificio il Conte S.r.l. a Neviano degli Arduini (PR) dove vengono prodotti Prosciutto di Parma DOP e Prosciutto Crudo - Stagionatura e Disosso; Borgo Antico S.r.l. e Alcar Uno S.p.A. a Sala Baganza (PR) sempre per la produzione di Prosciutto di Parma DOP e Prosciutto Crudo – Stagionatura. A Langhirano (PR) il Salumificio Rossetti Augusto S.r.l. Prosciutto di Parma DOP e Prosciutto Crudo – Stagionatura ed infine Filiera Uno Prosciutti S.r.l. a San Daniele Del Friuli (UD) per il Prosciutto di San Daniele DOP e Prosciutto Crudo - Stagionatura - Disosso - Affettamento.

Il gruppo ha inoltre una partnership con OPAS in FILIERA SI.

3.1.5. Giuseppe Citterio

La società, fondata da Giuseppe Citterio nel 1878 a Rho, è una delle più antiche aziende del settore alimentare in Italia. L'azienda nacque inizialmente per produrre il salame Milano, prodotto con la ricetta sviluppata dal fondatore dell'azienda e destinato all'esportazione in America.

Giuseppe Citterio introdusse un diverso processo produttivo del salame rispetto a quello della tradizione, che fino ad allora aveva seguito i cicli stagionali. Intuì infatti come rendere continua la produzione attraverso l'implementazione nel sito produttivo di cantine dotate di "sguass", vasche in cemento che custodivano il ghiaccio accumulato nei mesi invernali.

A partire dagli anni Sessanta Citterio inizia ad acquisire piccole aziende famigliari italiane per avvicinare la produzione dei salumi ai loro luoghi d'origine e riuscire così a stringere maggiormente il legame fra territorio e prodotto in difesa dei marchi DOP e IGP.

Oltre a un impianto aperto nel 1974 negli Stati Uniti (Freeland) e ancora oggi operativo, gli stabilimenti attivi ad oggi sono 7 in diverse regioni italiane: Vignola, Gordona, Pandino, Santo Stefano Ticino, Poggio S. Ilario-Felino, San Daniele del Friuli e Soprabolzano-Renon.

La forza lavoro globale è di circa 1400 persone.

Il sito produttivo di Santo Stefano Ticino, aperto nel 2008, è sia lo stabilimento che produce mortadella e salame che la sede del laboratorio di ricerca e sviluppo dell'azienda. Il polo è stato progettato per rispettare maggiormente l'ambiente al fine di diminuire le emissioni di anidride carbonica nella produzione e infatti oggi conta 4.000

moduli fotovoltaici che consentono la riduzione di emissioni di CO₂ di 1.500 tonnellate all'anno.

3.1.6. Gruppo Pini Italia

Il Gruppo Pini Italia nasce nel 1982, con una storia di eccellenza guidata da tre generazioni. È diventato uno dei principali gruppi di suini e derivati in Europa, con centri operativi in tutto il continente. La spinta alla crescita del Gruppo Pini Italia è stata fondamentale per lo sviluppo di nuovi progetti.

Il Gruppo Pini Italia esporta in oltre 70 paesi e ha uffici commerciali in cinque diversi paesi.

Ad oggi è controllato da Roberto Pini, il quale ha acquisito diverse società negli anni, tra cui il macello Ghinzelli e l'azienda Ferrarini per l'80% delle quote. Ha inoltre aperto diverse sedi operative in Europa, in particolare in Spagna, Polonia, Ungheria

Pini Italia SRL è degna di nota per la sua grandezza, innovazione e automazione, che le consentono una capacità di macellazione di 160.000 suini a settimana. Le sue strutture ammontano a 62.000 mq di fabbricati e comprendono una sala taglio che ospita 22 linee di produzione e un altro locale appositamente attrezzato per produrre carne fresca confezionata, oltre a un impianto di trattamento che garantisce la piena gestione delle acque reflue, un laboratorio interno certificato e un centro di formazione accreditato.

Il numero di allevamenti di suini a Parma, e in particolare nella regione della Bergamasca, fa di Castelveverde un punto strategico con grandi potenzialità all'interno del settore agroalimentare. La vicinanza agli allevatori è un valore essenziale nella nostra ricerca per garantire il benessere degli animali in quanto significa tempi di trasporto ridotti e un minor rischio di perdite durante i viaggi.

L'attività di Pini Italia comprende la macellazione, il sezionamento, il confezionamento e la commercializzazione di carni suine, sia a livello nazionale che internazionale. Le sue strutture innovative gli consentono di soddisfare le attuali richieste del mercato dando priorità alla qualità e alla sicurezza alimentare in ogni momento durante il processo di produzione.

Oltre all'Unione Europea, Pini Italia SRL esporta i suoi prodotti in diversi paesi, tra cui Giappone, Hong Kong, Cina continentale, Filippine, Messico, Canada, Turchia, Nuova Zelanda, Cuba o Angola...

3.1.7. Gruppo Cremonini

Luigi Cremonini, nato a Savignano sul Panaro, figlio di piccoli agricoltori e diploma di perito agrario a Modena, a 19 anni ha un piccolo allevamento suino per poi passare al settore bovino e lavorare per un gruppo cooperativo. Nel 1963 fonda insieme al fratello Giuseppe una piccola attività di macelleria che tre anni più tardi, nel 1966 si specializza nella macellazione e produzione di carni bovine con il nome Italca.

Negli anni Settanta l'azienda si allarga nel settore dei salumi, negli anni ottanta si espande nella ristorazione commerciale acquisendo la catena di fast food Burghy per poi cederla al colosso McDonald's a metà degli anni novanta in cambio della concessione di fornire in esclusiva la carne bovina ai fast food del gruppo americano in Italia e buona parte d'Europa, aprendo i primi ristoranti e bar nelle stazioni ferroviarie e rilevando la

riminese MARR specializzata nella distribuzione, nel 1991 acquisisce e rilancia la Montana, azienda storica specializzata nella carne in scatola.

Nel 2001, con Vincenzo Cremonini, figlio di Luigi, alla guida del gruppo nel ruolo di amministratore delegato, viene fondata la catena di steakhouse Roadhouse Grill. E tramite Inalca (in cui entra con il 28% del capitale la Cassa Depositi e Prestiti, CDP) viene avviata la diversificazione anche all'estero, in Spagna, in Russia e in vari paesi dell'Africa, dall'Algeria al Congo, dal Mozambico alla Costa d'Avorio.

In seguito, saranno aperti stabilimenti in Polonia e a Toronto, in Canada (in joint venture con Joe Vitale), una piattaforma in Kazakistan e saranno acquisite due società (Fresco Gourmet e Itons) in Australia.

Nel 2013 il gruppo Cremonini compie 50 anni. Con un fatturato di 3,5 miliardi di euro e 12.500 dipendenti l'azienda si piazza al terzo posto in Italia nel settore alimentare e vanta anche del primato in Europa nel settore delle carni bovine.

Nel gennaio 2016 il gruppo rileva da Generale Conserve, società operante nel mercato delle conserve e del tonno in scatola, lo storico marchio italiano di carne in scatola Manzotin, diretto concorrente della carne Montana.

Il Gruppo Cremonini, attraverso Inalca, è leader assoluto in Italia e uno dei maggiori player europei nel settore delle carni bovine (hamburger e carni in scatola). Inoltre, attraverso la controllata Italia Alimentari, si colloca tra i primi operatori italiani nel settore dei salumi & snack. Con oltre 58 anni di attività, il gruppo si è distinto a livello nazionale e internazionale come punto di riferimento nel mondo alimentare, non solo nel settore storico delle carni, ma anche nei settori della distribuzione e della ristorazione.

Negli anni Ottanta il gruppo entra come operatore nel mondo dei salumi, investendo in stabilimenti produttivi in Italia, che nel 2012 vengono riuniti sotto la ragione sociale di Italia Alimentari spa. Oggi ne fanno parte realtà industriali in diverse parti del mondo.

3.1.8. *Italia alimentari spa*

Italia Alimentari S.p.A. è una realtà industriale italiana, parte del Gruppo Cremonini, che opera principalmente nel mondo della salumeria, degli snack e del bacon.

Grazie a costanti investimenti in innovazione e sviluppo, si caratterizza per una grande versatilità nell'offerta che le permette di presidiare tutti i canali distributivi, operando in Italia e all'estero con i suoi marchi: Ibis, Corte Buona, Montagna, D'Autore, Iag, Spanino, oltre a essere leader nella fornitura di prodotti private label e dedicati all'industria.

Italia Alimentari garantisce l'autenticità delle sue produzioni attraverso una forte struttura industriale dislocata strategicamente in Italia e nel mondo.

Negli anni Ottanta il Gruppo Cremonini investe nell'industria dei salumi partendo da uno stabilimento del centro Italia e da uno presente in provincia di Mantova, la Corte Buona spa. Ad oggi, la volontà di espansione ha portato il gruppo ad arricchirsi di nuovi siti produttivi, collocati in aree strategiche dell'Italia: la Ibis di Busseto a Parma, il sito di Postalesio in Valtellina, poi Mandatoriccio a Cosenza, in Calabria e la Castelfrigo a Modena.

È del 2012 la scelta di riunire gli stabilimenti sotto la ragione sociale di Italia Alimentari spa, dando una spinta verso l'internazionalizzazione, a cui sono seguiti strategicamente una filiale commerciale in Germania, una partnership in Giappone, la nascita di Italia Alimentari Canada e Corte Buona Llc in Nord America.

Sono 5 gli stabilimenti specializzati per tipo di prodotti e ubicati nelle aree di valorizzazione delle produzioni tipiche di salumeria a marchio D.O.P. e I.G.P.:

- Gazoldo degli Ippoliti (MN): Uno dei più grandi e moderni impianti specializzato in affettatura e farcitura. Qui si produce bacon affettato, grigliato e IQF. Salumi: 14 linee di affettatura, 9 per prodotti stagionati e 5 per cotti. Snack: 9 linee di farcitura- Bacon: 5 linee per la produzione di bacon. Produzione di affettati, panini, tramezzini e bacon IQF.
- Busseto (PR): Il più moderno stabilimento in Italia per la produzione di salami, è anche uno stabilimento dedito a produzioni tradizionali e artigianali come il Culatello di Zibello Dop, la Culatta e il Salame Felino Igp. La sua storica e affascinante cantina vicina al fiume Po è il più grande luogo in Italia per la stagionatura del Culatello. Preparazione di sei specialità DOP e IGP.
- Postalesio (SO): Nel cuore della Valtellina, uno stabilimento specializzato nella produzione, stagionatura e affettatura di Bresaola di carne italiana e la Bresaola della Valtellina IGP.
- Mandatoriccio (CS): Stabilimento specializzato nella produzione e stagionatura di prodotti tipici della Calabria. Produzione di salami, capocollo, pancette, salsicce, soppressata, 'nduja, salumi di suino nero calabrese.
- Castelnuovo Rangone (MO) Uno stabilimento produttivo altamente tecnologico specializzato nella lavorazione della carne suina fresca, in particolare pancette e gole. Un'integrazione che permette il controllo diretto della materia prima, la tracciabilità e una qualità costante. Lavorazione di tagli specifici per la produzione di bacon, pancette, guanciali (Castelfrigo S.r.l.).

3.1.9. Gruppo Levoni

Azienda a gestione familiare, la cui quarta generazione opera con oltre 700 collaboratori, in 4 siti produttivi, distribuendo i suoi salumi a 10.000 clienti in Italia e in 50 paesi nel mondo. Il Gruppo Levoni è composto dalla Sede di Castelluccio, dal Macello Mec Carni di Marcara e dai due prosciuttifici di San Daniele del Friuli e Lesignano de' Bagni.

Nella sede di Castelluccio è concentrata la maggior parte della produzione Levoni: salami, mortadelle, prosciutti cotti, pancette, lardi e tutte le specialità. È da qui che tutti i salumi Levoni vengono spediti nei migliori negozi d'Italia e del mondo. Mec Carni, uno dei più moderni macelli riconosciuti a livello internazionale, è specializzato nella macellazione e sezionamento di carni suine. La stagionatura dei prosciutti crudi viene fatta nei Prosciuttifici di San Daniele del Friuli (UD) e di Lesignano De' Bagni (PR), da cui provengono i prosciutti crudi DOP Levoni.

La trasformazione del suino è solo l'ultimo anello di una filiera produttiva che inizia con lo studio della razza migliore, per finire con l'alimentazione e l'ambiente di crescita. Non meno importante è la fase di macellazione, che Levoni affida al suo macello Mec Carni, uno dei più moderni centri in questo settore, situato a pochi chilometri dall'azienda. Anche la cura nella scelta e nel dosaggio degli ingredienti è un autentico fiore all'occhiello della produzione Levoni. Spezie ed erbe vengono macinate o lavorate in azienda subito prima di essere aggiunte all'impasto. Ogni prodotto, infine, rispetta tempistiche di affumicatura, stagionatura o cottura ben precise. Per un risultato finale di qualità impeccabile.

3.1.10. Villani Salumi

La storia di Villani Salumi inizia nel 1886 a Castelnuovo Rangone, in provincia di Modena, dove Costante Villani ed Ernesta Cavazzuti iniziarono a stagionare salumi e a produrre mortadelle e prosciutti cotti in un piccolo stabile. L'azienda si sviluppò e successivamente iniziò a esportare anche oltreoceano.

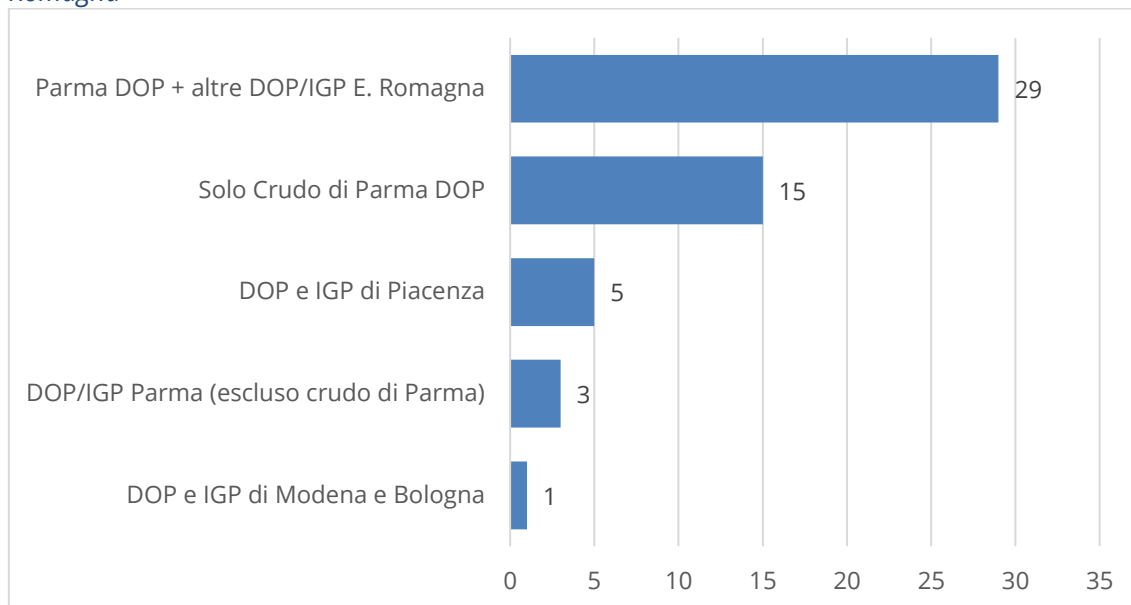
Giuseppe Villani, uno degli undici figli di Costante, succedette al padre. L'azienda ad oggi conta sette siti produttivi a Castelnuovo Rangone (MO), Bentivoglio (BO), Castelfranco Emilia (MO), San Daniele del Friuli (UD) e Langhirano (PR).

3.2. I salumifici specializzati

In Italia, possiamo identificare tre tipologie di imprese nel settore dei salumi: i grandi gruppi, i quali si trovano nella fascia più alta del mercato (sopra i 100 milioni di € di fatturato) e che continuano ad aumentare la loro concentrazione con l'acquisizione di partecipazioni in aziende piccole e medie (es. GSI, AIA-negrini, Salumificio F.lli Beretta, Gruppo Cremonini, Levoni, Alcar Uno, Giuseppe Citterio, Villani.); poi abbiamo i produttori di fascia intermedia che si differenziano in generalisti o specialisti e che generalmente sono poco caratterizzati e sbilanciati su un canale o su un area geografica; infine ci sono gli specialisti "di qualità" (specialisti dei primi prezzi) ovvero specializzati su produzioni tipiche regionali e territoriali per caratterizzarsi nei confronti del mercato e del consumatore.

Diventa quindi un vantaggio competitivo la focalizzazione sulla propria specializzazione che può essere un prodotto o un canale.

*Grafico 3 – Specializzazione delle aziende analizzate che producono DOP e IGP in Emilia-Romagna**



*Nell'elaborazione del grafico non è stato considerato "Martini alimentare srl" per mancanza di informazioni

Fonte elaborazione dati Vsafe

In merito a questo abbiamo potuto analizzare come le prime 54 aziende si differenziassero nella loro offerta e come fossero specializzate. Come si evince dal grafico 3, quasi tutte le aziende produttrici di salumi DOP e IGP dell'Emilia-Romagna producono Prosciutto Crudo di Parma DOP: molte sono generaliste e producono anche altri prodotti della regione (29 aziende) ma altrettante 15 aziende producono esclusivamente Prosciutto Crudo di Parma DOP e sono quindi specializzate.

Ci sono anche altre aziende di piccole dimensioni che invece producono prodotti tipici locali e in particolare della provincia di Parma e di Piacenza, pochi altri invece sono specializzati nelle produzioni di Modena e nella Mortadella di Bologna.

Parma è sicuramente la provincia della regione con il più elevato numero di salumi e la maggior concentrazione di salumifici specializzati.

Come anticipato e come dimostrato nella tabella 3, i grandi gruppi sono le aziende maggiormente diversificate e che fanno di questo il loro punto di forza. Infatti, per operare su più mercati (aree geografiche, canali, fasce di prezzo) è necessario dotarsi di un numero crescente di referenze. Tuttavia, la specializzazione per prodotto o per canale costituisce per il mercato, un elemento di garanzia di qualità, di efficienza, di tipicità della produzione; questo ha spinto molte medie e grosse imprese generaliste alla specializzazione per stabilimento, attraverso l'acquisizione di piccoli salumifici focalizzati sulle DOP, IGP e produzioni tipiche regionali.

Questa strategia costituisce un plus per le aziende, infatti, offrire ai diversi canali, prodotti e marchi diversi tra loro, consente al dettaglio specializzato di differenziarsi dalla GDO con una qualità superiore o, comunque con una linea o referenza diversa.

Tabella 5 - diversificazione aziendale dei grandi gruppi (salumi DOP IGP Emilia-Romagna)

	Prosciutto di Parma	Culatello di Zibello	Coppa di Parma	Salumi dop Piacentini	Zamponi e cotechini di Modena	Mortadella Bologna	Prosciutto di Modena	Salame Cremona	Salame Felino	Cacciatori italiani
Agricola tre Valli	si	si	no	no	si	si	no	si	no	si
Grandi Salumifici Italiani	si	no	si	no	si	si	no	no	si	no
Salumificio F.lli Beretta	si	si	si	si	si	si	no	si	si	si
Alcar uno	si	no	no	no	no	no	si	no	no	no
Giuseppe Citterio	si	no	no	no	si	si	no	no	no	si
Pini Italia	si	no	no	no	no	no	no	no	no	no
Italia alimentari	si	si	si	no	si	si	no	si	si	si
CIM alimentari	si	no	si	no	si	si	no	no	si	si
Villani	si	si	no	no	si	si	si	no	no	si

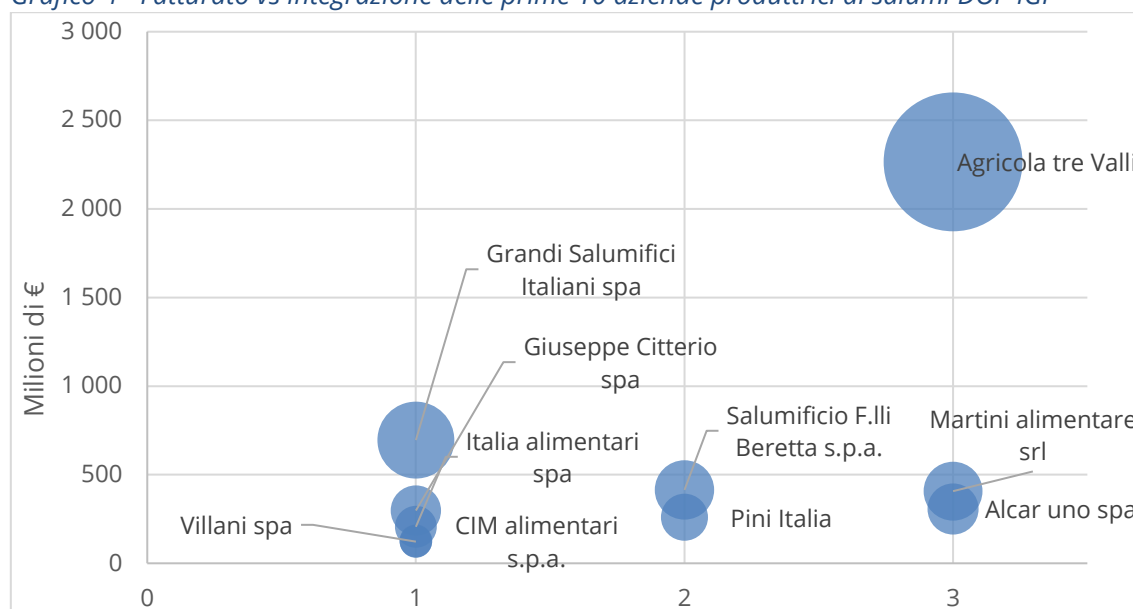
Fonte: Vsafè

3.3. Integrazione Vs Diversificazione

Come già anticipato, i primi gruppi sono quelli maggiormente integrati e diversificati. Attraverso il grafico 4 si vuole dimostrare come integrazione di filiera e fatturato siano strettamente proporzionali; infatti, più l'azienda è integrata (3) più è alto il fatturato. Il più chiaro esempio è l'Agricola tre Valli, essa infatti è costituita da allevamento, macello e salumificio.

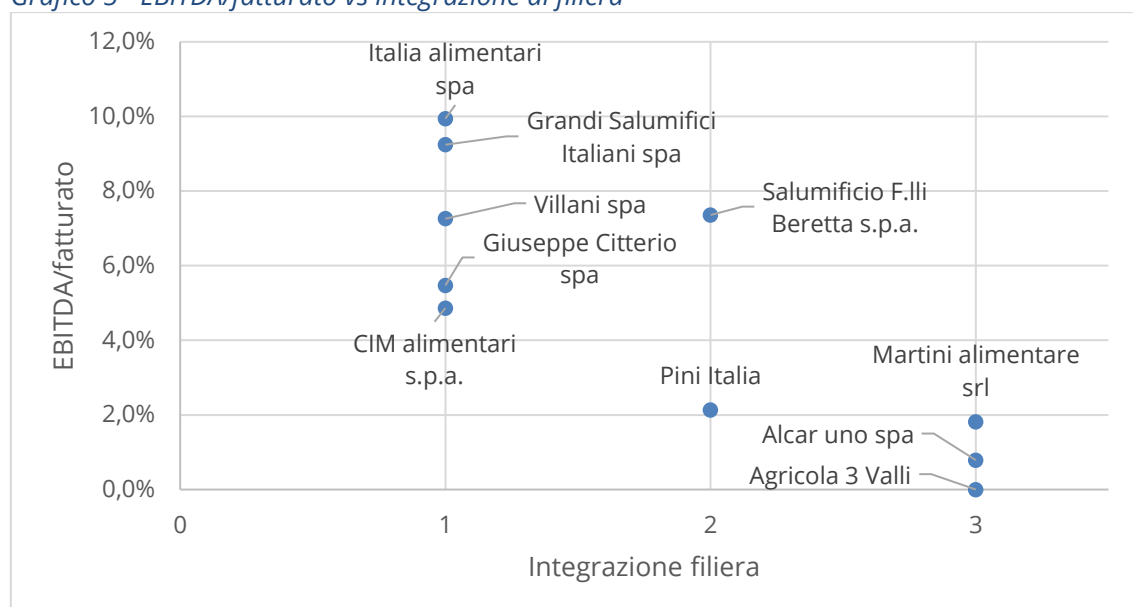
Grandi Salumifici Italiani è l'azienda specializzata con il fatturato più alto, a seguire Italia Alimentari del gruppo Cremonini, Giuseppe Citterio, CIM alimentari del gruppo Beretta e Villani spa.

Grafico 4 - Fatturato vs integrazione delle prime 10 aziende produttrici di salumi DOP IGP



Fonte: Vsafe

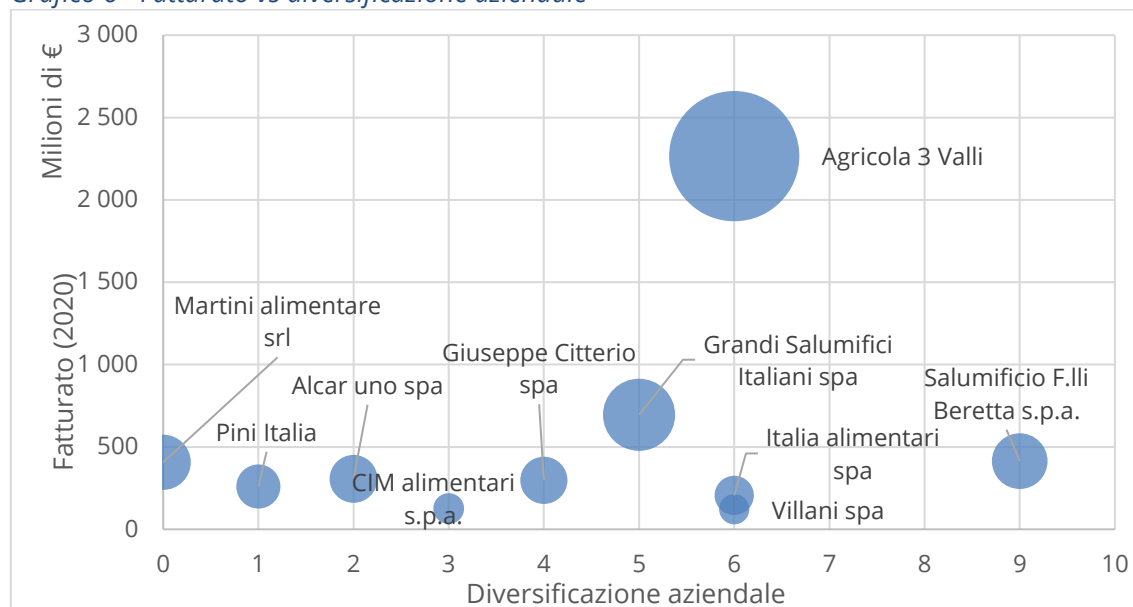
Grafico 5 - EBITDA/fatturato vs integrazione di filiera



Fonte: Vsafe

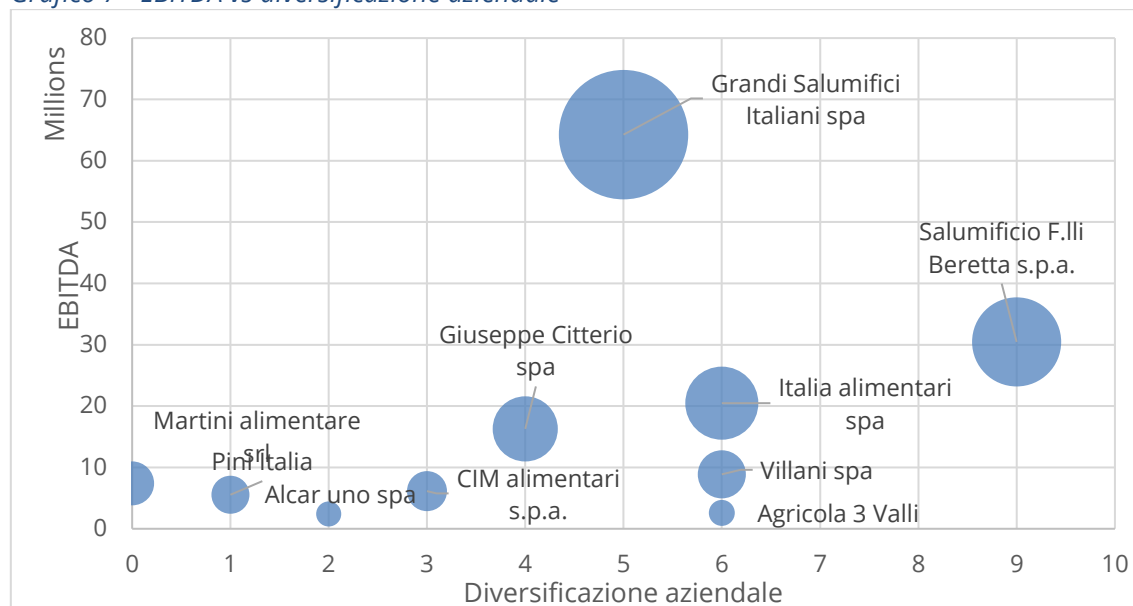
Dal grafico 5 si nota invece come il livello di redditività diminuisca in proporzione all'integrazione di filiera; infatti, in questo caso l'Agricola 3 Valli è quella con un EBITDA margin più basso, mentre Italia alimentari spa e Grandi salumifici italiani hanno un livello di redditività più elevato. Più elevato è il risultato del rapporto, maggiore è la capacità di un'impresa di trattenere parte dei propri ricavi.

Grafico 6 - Fatturato vs diversificazione aziendale



Fonte: Vsafe

Grafico 7 - EBITDA vs diversificazione aziendale

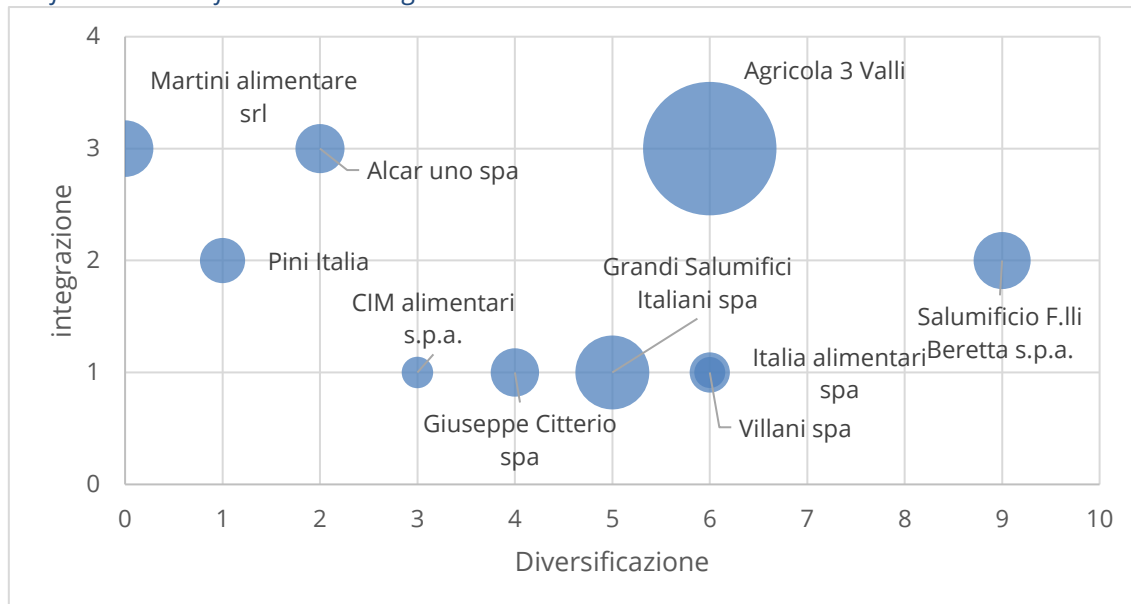


Fonte: Vsafe

Per quanto riguarda il confronto tra fatturato e numero di salumi prodotti da ciascuna azienda, dal grafico sei si evince che più l'azienda diversifica la sua offerta maggiore è il fatturato. Allo stesso modo il confronto tra margine operativo lordo e diversificazione.

Le aziende con più di cinque referenze tra i salumi DOP e IGP dell'Emilia-Romagna sono quelle con l'EBITDA più alto. Ad eccezione di Agricola 3 Valli.

Grafico 8 - Diversificazione vs Integrazione



Fonte: Vsafe

3.4. Evoluzione delle strategie competitive dell'industria dei salumi

Il Prosciutto di Parma è sicuramente il protagonista principale dell'industria dei salumi, sia a livello regionale che nazionale. Nonostante le criticità che spesso colpiscono questo comparto, e nonostante la progressiva riduzione del numero dei prosciuttifici attivi e associati al Consorzio di tutela, un numero molto importante di imprese del settore è ancora specializzato in questa sola produzione.

Solo un numero limitato di questi prosciuttifici specializzati supera la soglia dimensionale dei 50 milioni di euro di fatturato e spesso, soprattutto nel caso delle imprese di dimensioni maggiori, non sono organizzati per la produzione di prodotto pre-affettato, restando quindi sottoposte a una maggiore pressione competitiva.

Le aziende che sono risultate le più diversificate in termini di numero DOP e IGP prodotte sono sicuramente quelle di maggiori dimensioni e con i maggiori ricavi: integrazione della filiera e diversificazione sono direttamente proporzionali.

I punti di forza delle aziende del settore salumi italiane sono:

- attenzione alla qualità e perseguimento di politiche di tracciabilità della filiera e certificazione di garanzia dei salumi;
- presenza nel segmento dei preconfezionati;
- presenza distributiva sui mercati esteri;
- strutture di vendita differenziate per canale.

Per le imprese operanti principalmente su scala locale/regionale, la leva principale risiede proprio nell'immagine consolidata a livello locale e nella presenza diffusa e capillare nei mercati locali/regionali. Non di rado queste imprese integrano l'offerta di salumi prodotti direttamente, in base alle possibilità offerte dalla loro localizzazione geografica, con la commercializzazione di altri salumi tipici regionali che vendono acquistati e rivenduti. Sono un esempio in questo senso diversi salumifici che producono Salame di Felino IGP, Coppa di Parma IGP, Culatello di Zibello Dop, e vendono anche gli altri salumi, sia non tipici che tipici ma fuori territorio (Prosciutto di Parma, cotechini, zamponi, ecc.).

I salumifici del territorio piacentino tendono a restare specializzati nelle tre DOP della provincia, e a queste uniscono, in genere, la vendita di altri salumi locali di propria produzione ma non protetti da indicazione geografica.

In sintesi, quindi, i produttori di salumi attuano diverse strategie per migliorare la loro competitività.

Una prima strategia consiste nell'aumento della dimensione aziendale, sempre unita ad un processo di diversificazione produttiva e spesso anche a forme di integrazione verticale più o meno intensa, per realizzare economie di scala a livello produttivo ma soprattutto commerciale e sviluppare il proprio business in misura più efficace sia sul mercato nazionale che sui mercati esteri. L'ampliamento della gamma dei prodotti viene di solito realizzato mediante acquisizione di salumifici, mentre l'ingresso su mercati esteri viene realizzato appoggiandosi a società produttive e/o distributive estere o mediante joint venture con produttori o distributori locali.

Una seconda strategia ancora presente nel settore, soprattutto nel caso del Prosciutto di Parma, è quella diametralmente opposta: focalizzazione sul proprio core business, con la specializzazione produttiva su un solo prodotto. In questo caso le imprese puntano spesso sulla differenziazione qualitativa dei propri prodotti al fine di conquistare quote di mercato ma soprattutto di sviluppare e conservare nel tempo una elevata redditività.

Oltre alle imprese più grandi e più diversificate, negli ultimi anni anche un numero crescente di imprese di dimensioni minori sta cercando di puntare maggiormente sui mercati esteri, soprattutto selezionando contatti con canali commerciali nei quali sia più facile proporre con successo prodotti di alta qualità, quali ad esempio la ristorazione.

Una terza strategia, applicata soprattutto da salumifici di dimensioni medio-piccole, consiste nella integrazione tra prodotti tipici di produzione propria con la commercializzazione di prodotti selezionati commercializzati per completare la gamma dell'offerta aziendale e quindi riuscire a soddisfare le richieste soprattutto del canale HoReCa sia a livello territoriale che interregionale e nazionale.

In generale tutte le imprese si dimostrano attente al contenimento dei costi di produzione, ma si dimostrano impotenti rispetto alle forti fluttuazioni dei prezzi delle materie prime che acquistano dalle imprese della macellazione. Ciò le rende comunque vulnerabili, in assenza di altre strategie per sviluppare la competitività, rispetto agli andamenti negativi dei mercati.

Il 2020, in particolare, è stato un anno molto difficile che ha segnato uno spartiacque tra due grandi categorie di imprese del settore: quelle che vendono i salumi interi (sia nell'Horeca che nella GDO e nel dettaglio tradizionale) da quelle (relativamente poche, che si erano già attrezzate, invece, per produrre e vendere prodotti salumi affettati e preconfezionati. Mentre le prime hanno subito fortissimi contraccolpi negativi a causa del lockdown dovuto alla pandemia di Covid-19, le seconde hanno potuto trarre grossi

profitti da uno sviluppo rapido e particolarmente intenso della domanda determinato dai cambiamenti nelle modalità di acquisto dei consumatori.

Per la stessa ragione si è assistito anche ad uno sviluppo un poco più intenso della presenza online tramite social media e siti web da parte di diversi salumifici, che però non hanno sviluppato, in genere, attività di vendita diretta sul web.

Con riferimento alla qualità dei prodotti, sembra di assistere ad una polarizzazione crescente delle produzioni: da un lato un numero significativo di imprese, soprattutto medie e piccole, punta alla valorizzazione di produzioni di alta qualità; dall'altro lato si evidenzia una crescente standardizzazione di molte produzioni che conduce necessariamente ad una crescente competizione di prezzo, spesso associata da un vantaggio per le imprese più grandi e diversificate, non tanto per ragioni connesse con la qualità dei prodotti quanto piuttosto per ragioni di capacità commerciale.

Tra le direzioni di sviluppo che emergono negli ultimi anni, si evidenziano anche, le seguenti:

- abbassamento del contenuto di grassi e sodio nei salumi per l'aumento della richiesta di prodotti light da parte della popolazione alle prese con diete e problemi di salute;
- aumento dei salumi senza allergeni (latte e glutine) sempre più richiesti dal mercato e dai consumatori.

Un'altra importante dinamica che caratterizza fortemente il settore è quella dell'aumento importante delle produzioni per le Private Label. Un numero crescente di produttori, infatti, riesce ad assicurarsi la presenza nei punti vendita della GDO anche grazie al fatto di produrre, prodotti specifici per l'insegna dei distributori, secondo requisiti, qualitativi e di servizio, definiti in modo sempre più accurato dalle stesse catene distributive.

Bibliografia

- Assica, *Rapporto Annuale Analisi del settore e dati economici 2020*, Milano, Annuario dell'industria delle carni e dei salumi
- Gabriele Canali, Linda Fioriti, Mate Merenyi, Paola Parmigiani, Mariella Ronga, *La competitività del settore suinicolo - Il quadro del settore, i trend emergenti e gli strumenti a supporto del rilancio della filiera nazionale*, Ismea, dicembre 2020
- Giuseppe Aliverti, *Salumi - Report 2021*, Editoriale FOOD, inserto speciale al numero di ottobre 2021
- Ismea – Fondazione Qualivita, *Rapporto Ismea - Qualivita 2020 sulle produzioni agroalimentari e vitivinicole italiane DOP, IGP e STG*, 2020.