



## COMUNICATO STAMPA

*L'Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi presenta  
un progetto di promozione triennale co-finanziato dall'Unione Europea*

### **AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA DI ASSICA “TRUST YOUR TASTE, CHOOSE EUROPEAN QUALITY”**

*Il Direttore Calderone: “L’obiettivo fondamentale è chiamare a raccolta la filiera suinicola al fine di stabilire una rinnovata fiducia nel settore da parte dei consumatori di Italia e Belgio, Paesi coinvolti dalla campagna”*

**Milano, 16 giugno 2021 – L’Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi (ASSICA)**, aderente a Confindustria, è protagonista di un progetto sostenuto dall’Unione Europea che mette al centro la fiducia fra la filiera e i consumatori. **“Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY”** è il titolo della campagna triennale, presentata oggi in anteprima alla stampa in occasione dell’Assemblea annuale dell’Associazione, che si svolge nel pomeriggio in diretta streaming dal MADE Competence Center 14.0 di Milano. Il programma, che terminerà nel 2024, ha come **paesi target Italia e Belgio** e gode del co-finanziamento della Commissione europea nell’ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 (Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli nel mercato interno).

La conferenza stampa è anche l’occasione per anticipare i dati economici del settore.

Nel 2020 il **fatturato del settore** è stato di 8.237 milioni di euro, con un calo del 3,3% rispetto al 2019 (8.522 milioni di euro).



Il contenuto di questa campagna promozionale rappresenta soltanto le opinioni dell'autore ed è di sua esclusiva responsabilità. La Commissione europea e l'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA) non accettano alcuna responsabilità riguardo al possibile uso delle informazioni che include.





**La produzione di salumi** ha registrato una flessione, attestandosi a 1,093 milioni di tonnellate da 1,176 del 2019 (-7,1%). In calo è risultato anche il valore alla produzione che ha mostrato una flessione più contenuta, scendendo a 7.927 milioni di euro (-3,6%) da 8.225 milioni del 2019.

Per quanto riguarda l'**export**, secondo le elaborazioni di Assica sui dati ISTAT, nel 2020 le spedizioni all'estero dei salumi italiani hanno riguardato 170.137 ton per un fatturato di 1.626,7 milioni di euro, registrando una flessione a volume (-7,2%), ma una crescita a valore (+2,5%).

**La struttura dei consumi** interni ha visto ancora al primo posto 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%.

*“Il risultato delle esportazioni rispecchia le dinamiche generate dalla pandemia e il susseguirsi delle cosiddette “ondate” di contagio. Sul fronte volumi, la chiusura dell’Ho. Re.Ca. e l’adozione di provvedimenti restrittivi volti a contenere la diffusione del virus in molti mercati chiave per le nostre esportazioni ha avuto come effetto principale quello di indurre una flessione, in alcuni trimestri anche grave, della domanda di salumi. Sul giro d'affari, l'accresciuta domanda per prodotti a maggiore valore aggiunto, soprattutto vaschette, e l'aumento dei costi determinato dalla eccezionale situazione sanitaria hanno impresso una spinta non trascurabile ai prezzi del prodotto finale”* ha affermato **Davide Calderone**, Direttore di ASSICA. *“Per quanto riguarda il Progetto Trust your Taste, riteniamo che sia sempre necessario comunicare di più e meglio ciò che si fa ed essere sempre più aperti e trasparenti rispetto agli elevati standard di produzione europei. Registriamo una crescita di sensibilità del consumatore, sia italiano che belga, rispetto alle tematiche dei valori nutrizionali, della sostenibilità, della sicurezza alimentare e del benessere animale, **nuovi driver di acquisto**, della carne e non solo, sempre più importanti e rilevanti. Il consumatore moderno si interessa molto di più al contesto che lo circonda ed all'origine di ciò che mangia rispetto al passato. Questo progetto ci offre una straordinaria opportunità di **evoluzione del settore in un comparto sempre più virtuoso**, che sappia affrontare le criticità e trasformarle in opportunità. Per questo immaginiamo una filiera diversa, non più costituita da anelli concatenati dove ognuno di essi è responsabile*





solamente della propria parte, ma formata da una **rete di imprenditori e operatori interconnessi, grazie all'innovazione tecnologica, che possono e devono saper guardare all'insieme**, contribuendo tutti al successo del prodotto finito. Un vero e proprio network inclusivo, dove ognuno fa la propria parte ma non perde di vista il "tutto", per costruire valore e redistribuirlo in forma equa, aumentando in tal modo la competitività del settore.

**Tante le azioni previste nel Progetto "Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY".** A raccontarle nel dettaglio **Monica Malavasi**, Responsabile Comunicazione di ASSICA. "Il progetto agirà in maniera specifica per **informare** sui metodi di produzione dei prodotti europei, quali la sicurezza, gli aspetti nutrizionali, il benessere animale e la sostenibilità che sono attualmente gli aspetti più dibattuti e controversi da parte dei cittadini comunitari. I prodotti protagonisti della campagna sono sia tutti i salumi italiani, vera eccellenza del nostro Paese, sia la carne suina. Il destinatario è il **consumatore finale**, che verrà raggiunto tramite i diversi canali attraverso i quali si informa (web e social, tv e media tradizionali, ma anche informazione diretta nel punto vendita) per portarlo a conoscenza dei dati e delle ricerche scientifiche esistenti oltre che dei progressi compiuti dall'intera filiera per incentivare un consumo consapevole. In Italia, inoltre, è stato pianificato anche un più **massiccio e profondo coinvolgimento della filiera**. ASSICA con questo progetto intende infatti assumere un ruolo di informazione specifica anche nei confronti di alcune categorie professionali in modo che una più approfondita conoscenza dei prodotti e delle loro origini, della storia e delle loro caratteristiche uniche, si diffonda in maniera maggiore fin nei canali di vendita al pubblico. Per gli operatori del settore è prevista una Digital Academy con videolezioni, seminari formativi e workshop per favorire il miglioramento continuo del settore e incontri per stimolare il dialogo e confronto fino ad arrivare a un nuovo modello di filiera, più innovativo e sostenibile".

A partire da oggi sono attivi il **sito web istituzionale e i canali social dedicati al progetto: [www.trustyourtaste.eu](http://www.trustyourtaste.eu);**

<https://www.facebook.com/Trust-your-Taste-Choose-European-Quality-104582645199284>

<https://www.youtube.com/channel/UckMa3-MaYNIDSoRY3k7sO3g>

[https://www.instagram.com/trustyourtaste\\_chooseeeu\\_ita/](https://www.instagram.com/trustyourtaste_chooseeeu_ita/)





Sempre importanti i valori nutrizionali dei salumi che mostrano da tempo un miglioramento generale, soprattutto nella diminuzione di sale e grassi, oltre che nella presenza importante di vitamine fondamentali. Questi risultati sono stati possibili grazie al miglioramento a monte della filiera, dove l'alimentazione dei suini e le tecniche di allevamento sono determinanti.

*“Negli ultimi decenni la composizione della dieta del maiale ha subito cambiamenti notevoli, che hanno portato un'importante 'evoluzione nutrizionale' dei prodotti, nel rispetto di tradizioni storicamente radicate, con risultati migliorativi particolarmente lusinghieri – spiega **Evelina Flachi**, Nutrizionista e Specialista in Scienza dell'Alimentazione. - Il miglioramento nutrizionale della materia prima è rilevante soprattutto rispetto al contenuto in **grassi, ridotti di ben il 30%**, mentre i continui progressi dell'industria alimentare di trasformazione dei salumi hanno comportato una significativa **diminuzione del sale**. Il contenuto di nitrati in alcuni salumi si è molto ridotto, fin quasi ad annullarsi, mentre i nitriti sono, oggi, praticamente assenti”.*

Con 75 anni di esperienza ASSICA gioca un **ruolo centrale** e sempre più strategico nel settore dei salumi italiani, che rappresenta a livello nazionale. Con la campagna Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY, ASSICA consolida tale ruolo anche a livello comunitario quale fonte autorevole di informazione e valorizzazione del comparto. Il Belgio, in particolare, è un Paese di dimensioni contenute ma che riveste un ruolo centrale a livello europeo ospitando, nella sua capitale, le principali istituzioni comunitarie, oltre ad essere un mercato dinamico e competitivo.

Per i salumi italiani il **Belgio** rappresenta attualmente il **terzo Paese** di destinazione con 7.489 tonnellate di prodotti esportati per 96,2 milioni di euro in valore. I salumi che nel 2020 i belgi hanno maggiormente gradito sono stati la mortadella e i wurstel.

Nei primi due mesi del 2021 sono arrivati da questo mercato segnali molto positivi per il nostro export. La domanda belga di salumi italiani ha registrato infatti un + 12,1% in quantità e un +8,8% in valore. Una buona performance è stata registrata ancora da mortadella e wurstel, cui si sono aggiunti salami, prosciutti crudi stagionati, pancette e bresaole.

**ASSICA, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**, è l'organizzazione





nazionale di categoria che, nell'ambito della Confindustria, rappresenta le imprese di macellazione e trasformazione delle carni suine. Nel quadro delle proprie finalità istituzionali, l'attività di ASSICA copre diversi ambiti, tra cui la definizione di una politica economica settoriale, l'informazione e il servizio di assistenza ai circa 180 associati in campo economico/commerciale, sanitario, tecnico normativo, legale e sindacale. Competenza, attitudine collaborativa e affidabilità professionale sono garantite da collaboratori specializzati e supportate dalla partecipazione a diverse organizzazioni associative, sia a livello nazionale che comunitario. Infatti, sin dalla sua costituzione, nel 1946, ASSICA si è sempre contraddistinta per il forte spirito associativo come testimonia la sua qualità di socio di Confindustria, a cui ha voluto aderire sin dalla nascita, di Federalimentare, Federazione italiana delle Industrie Alimentari, di cui è socio fondatore, del Clitravi, Federazione europea che raggruppa le Associazioni nazionali delle industrie di trasformazione della carne, che ha contribuito a fondare nel 1957.

**Ufficio Stampa** – Progetto Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY  
Blancdenoir – francesca@blancdenoir.it – tel. 030 7741535 – cell. 347 9186442

**Ufficio Stampa** – Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi  
Tiziana Formisano – formisano@assica.it – tel. 02 8925901 – cell. 346 8734426



Il contenuto di questa campagna promozionale rappresenta soltanto le opinioni dell'autore ed è di sua esclusiva responsabilità. La Commissione europea e l'Agenzia esecutiva europea per la ricerca (REA) non accettano alcuna responsabilità riguardo al possibile uso delle informazioni che include.

