



COMUNICATO STAMPA

ASSICA: I PROGETTI EUROPEI FANNO BENE ALL'EXPORT- NEI PRIMI 11 MESI 2024 +13,9% IN VOLUME E +7,5% IN VALORE NEI PAESI UE

CAMPAGNE COME TRUST YOUR TASTE AIUTANO ALLA DIFFUSIONE DELLA CULTURA DEL MADE IN ITALY

2019-2023 export verso UE: +12,8% in volume e +39,1% in valore

Roma, 27 febbraio 2025 - Bilancio più che positivo per il progetto europeo *"Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY"*, promosso da ASSICA - e co-finanziato dall'Unione Europea - dal 2021. Il primo triennio, dal 2021 al 2024 e il primo anno del secondo triennio (2024-2027) hanno dato segnali molto positivi e lo si vede anche dai dati export.

Nei primi 11 mesi del 2024 i dati delle **esportazioni in Europa** hanno registrato un significativo incremento, con un **aumento del +13,9% in volume** per 151.124 tonnellate e **del +7,5% in valore** per 1.449,7 milioni di euro rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Nel periodo 2019-2023 in Europa registriamo una crescita del +12,8% in volume e del +39,1% in valore.

Molto importante il risultato **in Belgio - Paese obiettivo, oltre all'Italia, della campagna Trust Your Taste** - che ha chiuso gli undici mesi con **un aumento a doppia cifra sia in volume (+20,7% per 10.525 tonnellate) sia in valore (+11,0% per 118,9 milioni di euro)**. Un successo questo che conferma **l'ottima performance del periodo 2019-2023 nel quale le esportazioni verso il Belgio hanno registrato un +17,8% in volume e un +34,8% in valore.**

"Si tratta indubbiamente di un risultato molto lusinghiero, soprattutto considerando le numerose difficoltà affrontate dal settore, in particolare a causa degli alti costi delle materie prime e delle restrizioni al commercio causate dalla diffusione della Peste suina africana (PSA). Da segnalare anche la preoccupazione per i recenti innalzamenti del prezzo dell'energia e per le incertezze del quadro politico internazionale con le inevitabili ripercussioni sul commercio" ha affermato **Davide**



Calderone, Direttore di ASSICA.

*“Siamo grati alla Commissione Europea non solo per il supporto che fornisce per le campagne di promozione, ma anche per la recente approvazione delle linee strategiche che guideranno le politiche dell’Europa nei prossimi cinque anni in materia di **agricoltura ed alimentazione**. Per il nostro settore si tratta di una “riabilitazione” totale che speriamo si confermi anche nei fatti. Il passaggio ad **una posizione più inclusiva, non discriminatoria, soprattutto per quanto riguarda il settore zootecnico**, è uno sviluppo positivo che merita di essere riconosciuto”* ha concluso Calderone.

Con “*Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY*” **ASSICA intende proporre un nuovo modello di filiera** attento alla sostenibilità ambientale, sociale ed economica del settore favorendo il dialogo tra produttori, distributori, istituzioni e pubblico. Inoltre, intende sensibilizzare i consumatori e gli stakeholder sulla **qualità della carne suina e dei salumi**. Per raggiungere questi obiettivi, vengono realizzate azioni di informazione specifiche sui temi della **sicurezza alimentare, sugli aspetti nutrizionali, sul benessere animale** e più in generale sul **concetto di produzione sostenibile**.

“Come settore ci stiamo muovendo ormai da anni nel promuovere buone pratiche ambientali più sostenibili - dall’efficienza energetica all’utilizzo di energie a basso impatto, dall’utilizzo di ex prodotti alimentari per produrre biogas alla riduzione della plastica negli imballaggi sino alla lotta contro lo spreco alimentare” - ha affermato **Monica Malavasi, Direttrice della comunicazione di ASSICA**.

“Il paradigma della sostenibilità vede inevitabilmente le aziende in prima linea in quanto realtà produttive chiamate a misurare e migliorare il proprio impatto su società e ambiente, tenendo sempre presente la sostenibilità economica del business. In quest’ottica, con oltre 30 moduli che compongono **11 percorsi formativi e più di 50 ore di didattica erogate negli ultimi anni**, come ASSICA supportiamo le aziende associate a comprendere ed implementare pratiche più sostenibili e innovative che includano anche l’impiego dell’Intelligenza artificiale” **ha concluso Malavasi**.

La campagna Trust Your Taste, nella riedizione 2024-2027, si è arricchita di **due nuove iniziative** volte alla **formazione e alla divulgazione** verso i consumatori. Da novembre scorso è partito **un innovativo progetto di formazione** che punta a portare nelle scuole alberghiere italiane la cultura dell’eccellenza agroalimentare europea. Attraverso questo progetto, realizzato in collaborazione



con l'Associazione Italiana Ambasciatori del Gusto, oltre **700 studenti in 18 scuole di tutta Italia**, avranno l'opportunità di scoprire, direttamente dai professionisti del settore, il mondo dei salumi e della carne suina. Le lezioni avranno una parte teorica tenuta da relatori specializzati (nutrizionisti, storici dell'alimentazione, esperti di ASSICA) e una parte pratica, con show-cooking dedicati a valorizzare le diverse specialità e caratteristiche dei salumi italiani.

Per quanto riguarda invece la divulgazione verso il consumatore, a marzo 2025 partirà la **pubblicazione di un podcast originale in dieci episodi**, per raccontare salumi e carne suina sotto una nuova prospettiva. Il **podcast dal titolo 'Il Taglio Giusto'** sarà animato da un talk, condotto da **Francesca Romana Barberini**, docente di Storia della Gastronomia Italiana, autrice e conduttrice tv, con la presenza fissa di **Peppone Calabrese**, volto di 'Linea Verde' - programma storico di Raiuno - e osteria illuminata.

Sarà un viaggio nella storia, nella tradizione, ma anche nell'innovazione del settore, in una narrazione eterogenea che in ogni puntata vedrà la presenza di un ospite, per sfatare qualche falso mito, parlare di sostenibilità, di gusto, di conservazione degli alimenti, di nutrizione ...e molto altro. **Ogni episodio - della durata di circa 15 minuti - sarà distribuito sulla piattaforma OnePodcast (Gruppo GEDI)** e sulle principali piattaforme OTT (ad es. Spotify, Amazon Music e Apple Podcast), con l'obiettivo di raggiungere decine di migliaia di ascoltatori e appassionati.



“Trust Your Taste, Choose European Quality”:
i numeri della prima edizione (2021-2024)

- **16 seminari e corsi didattici** realizzati a beneficio di **oltre 800 operatori e aziende** per un totale di **più di 20 ore di formazione** ed altrettanti docenti esperti coinvolti per affrontare i temi cardine dello sviluppo sostenibile e dell'innovazione.
- una **video Academy** – un articolato percorso di **e-learning** che si compone di nove video formativi per gli operatori focalizzato su materie chiave per il settore in grado di raggiungere **oltre 300.000 professionisti** (<https://www.trustyourtaste.eu/per-gli-operatori/e-online-lacademy-di-trust-your-taste/>).
- circa **20 milioni di persone raggiunte in ogni annualità, in Italia e in Belgio**, con l'attività divulgativa e informativa, on-line e sui media tradizionali.
- un **canale YouTube** con circa 500 iscritti e 12 video ricette dedicate alla valorizzazione di carne suina e salumi anche in chiave 'antispreco', che hanno raccolto oltre **400.000 visualizzazioni totali** e circa 25.000 visualizzazioni medie (<https://www.trustyourtaste.eu/category/per-i-consumatori/video-consumatori/>).
- oltre **66.000 persone incontrate durante le attività promozionali in 183 salumerie e macellerie italiane**, occasione anche per ribadire il ruolo del salumiere come figura professionale garante della qualità della materia prima ed alleato del consumatore.

ASSICA, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi, è l'organizzazione nazionale di categoria che, nell'ambito di Confindustria, rappresenta le imprese di macellazione e trasformazione delle carni suine. Imprese che nel 2023 hanno sviluppato un fatturato di 9.498 milioni di euro. 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.

“Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY”, il progetto promosso da ASSICA con l’obiettivo di migliorare il grado di conoscenza e consumo consapevole dei prodotti agricoli UE, attraverso la promozione della cultura produttiva della carne suina e dei salumi, valorizzando gli alti standard europei e la grande tradizione storica che contraddistingue questo comparto. Il Progetto ha durata triennale (2024-2027), si svolge in Italia e Belgio e gode del co-finanziamento dalla Commissione Europea nell’ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 (Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli nel mercato interno).

Tiziana Formisano - Ufficio Stampa ASSICA – Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi
Progetto Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY - formisano@assica.it – cell. 346 8734426