

**CARNI AVICOLE FILIERA VIRTUOSA E IN CONTROTENDENZA, POLLO “SUPERSTAR”:
IN ITALIA NEGLI ULTIMI 10 ANNI CRESCONO CONSUMI (+8,5%) E PRODUZIONE (+16%)
E NEL MONDO? E’ LA CARNE PIU’ CONSUMATA E LO SARA SEMPRE DI PIU’**

*UNAITALIA - l’Associazione che rappresenta la quasi totalità delle aziende del comparto – ha presentato oggi a Roma la prima ricerca, realizzato da Nomisma, che analizza il ruolo socio-economico della filiera avicola in Italia. Un settore in controtendenza per valore e occupazione stabile (in 10 anni il monte retribuzioni dei dipendenti è cresciuto del +58%), strategico per l’agroalimentare italiano, con performance di consumo e produzione straordinarie rispetto al resto dell’industria delle carni e prezzi addirittura in discesa. Basti pensare che comprare oggi 1 kg di pollo costa il 12% in meno rispetto a 10 anni fa...
In un mercato internazionale sempre più segnato dall’ascesa dei Paesi BRICS, sarà decisivo per l’Italia puntare su politiche di commercializzazione del pollo made in Italy e sulle maggiori risorse finanziarie rese disponibili con la nuova PAC.*

E’ la carne più consumata al Mondo e a breve - stando ai dati della ricerca commissionata da **UNAITALIA** (Unione Nazionale delle filiere agroalimentari delle carni e delle uova) all’Istituto **Nomisma** – lo potrebbe diventare anche in Italia. Comparto strategico per il made in Italy alimentare, **le carni avicole** rappresentano una vera e propria nicchia d’eccellenza con **5,7 miliardi di fatturato** e una **produzione** che nel 2012 ha raggiunto le **1.261 mila tonnellate** (+2% rispetto al 2011). Una filiera che, in un momento storico difficile, continua a produrre ricchezza e lavoro: si contano oggi quasi **1.600 imprese industriali** che impiegano al loro interno circa **25.000 addetti**, le cui retribuzioni lorde sono cresciute negli ultimi 10 anni del +58%, molto di più rispetto al panorama complessivo dell’industria alimentare (+45%). Ma soprattutto è un settore che viaggia in controtendenza rispetto alla crisi grazie alle **performance del pollo: negli ultimi 10 anni i consumi pro capite di questa carne sono aumentati del +8,5%**, passando da 11,7 kg a 12,7 kg, mentre nello stesso arco di tempo **quelli di carne bovina sono diminuiti del -8,6%**. Le distanze insomma si stanno assottigliando sempre di più e il sorpasso non è più un miraggio...

Sono solo alcuni dei dati emersi dallo studio Nomisma per Unaitalia - presentato oggi mercoledì 4 dicembre a Roma - che ha fotografato il ruolo socio-economico della filiera avicola, la competitività e le prospettive future, anche alla luce dell’importante cambiamento avvenuto sullo scenario internazionale con l’entrata in scena nel mercato mondiale del pollo dei Paesi BRICS.

POLLO CARNE DEL FUTURO: ECONOMIE EMERGENTI SPINGONO IN ALTO I CONSUMI MONDIALI

La rinomata passione per pollo e tacchino – anche in virtù del binomio salute e convenienza tipico di questi alimenti – è in crescita a tutte le latitudini. **Ad oggi la carne avicola è la più apprezzata al Mondo con un consumo pro capite di 13,3 kg**, seguita dalla suina con 12,2 kg, dalla bovina con 6,6 kg e dall’ovina con 1,7 kg. E numeri alla mano, si stima che da qui a 10 anni **i consumi di carne avicola nel Mondo aumenteranno del +19%** per toccare i 14,5 kg nel 2022: una crescita molto superiore a quella prevista per la carne bovina (+14%), suina (+13%) e ovina (+12%). Saranno le economie emergenti - in primis **Cina, Russia, Brasile, Messico e India** - insieme agli **Stati Uniti** le aree geografiche che nel prossimo decennio spingeranno verso l’alto i consumi di carni avicole.

In generale, nel 2012, la produzione mondiale di carne di pollo ha raggiunto gli 83 milioni di tonnellate, in crescita del +2% rispetto al 2011 e del +53% su base decennale. Ad oggi il primo produttore sono gli Stati Uniti, seguiti dalla Cina e dal Brasile. Lo studio evidenzia come, rispetto a 10 anni fa le performances migliori in termini di produzione sono state rilevate dalle economie emergenti con dati a tre cifre: **Russia (+466%), Argentina (+203%), Turchia (+142%), India (+126%) e Brasile (+70%)**

Va comunque sottolineato che, anche di fronte a queste grandi potenze emergenti, il settore avicolo italiano può dire la sua perché ha plus unici al Mondo: un prodotto eccellente, un'offerta varia adatta alle esigenze di ogni tipo di consumatore e soprattutto una filiera integrata che non ha eguali in altri Paesi.

2002 – 2012: IL POLLO TRASCINA IL SETTORE IN ITALIA, ANCHE GRAZIE AI PRODOTTI INNOVATIVI

E in Italia che succede? Rispetto a dieci anni fa i dati Nomisma ci dicono che i consumi di pollo sono aumentati in volume del +8,5% per un consumo pro capite odierno di 12,7 kg. Nello stesso arco di tempo la **produzione è aumentata del +16%** toccando nel 2012 le **817 mila tonnellate**. Ma, con i nuovi stili di vita dettati dalla modernità, sono emerse nuove tendenze di acquisto. Negli ultimi dieci anni le scelte dei consumatori si sono sempre più indirizzate verso quei prodotti ad alto contenuto di servizio offerti dall'industria: oggi infatti **più di un quarto della carne di pollo consumata in Italia (26%)** si riferisce a **preparati e trasformati** (hamburger, spiedini, rollè, bocconcini) mentre il **61%** si riferisce al **prodotto in parti** e **solo il 13% riguarda il pollo intero**. Basti pensare che dieci anni fa il prodotto ad alto contenuto servizio era appena il 14% e negli anni 80 non era neanche presente sul mercato. La chiave di forza del settore avicolo va dunque ricercata ancora una volta nel "saper fare italiano", accostando la forza della tradizione gastronomica a proposte di alto valore aggiunto in grado di valorizzare la ricetta pronta.

PREZZI IN DISCESA: OGGI 1 KG DI CARNE DI POLLO COSTA MENO DI 10 ANNI FA...

Cambiano le tipologie di pollo acquistato ma resta costante l'aspetto convenienza di questa carne. Secondo un'elaborazione UNAITALIA su dati ISTAT, **rispetto a 10 anni fa il prezzo del pollo è diminuito del -12%**. Oggi **un kg di carne di pollo costa** in media **4,2 euro** mentre nel **2002 costava 4,8 euro** (i valori sono stati attualizzati con i coefficienti Istat 2012). Per fare un paragone, nello stesso arco di tempo **un kg di carne di vitello** è passato da **17,6 euro a 25 euro (con una crescita del +30%)**. Insomma, grande convenienza unita alle indiscutibili proprietà nutrizionali: si spiega così il boom dei consumi di questo alimento in questo momento storico.

ANCHE NEL 1° TRIMESTRE 2013 CONSUMI DI POLLO IN AUMENTO, STABILI TACCHINO E UOVA

Del resto anche gli ultimi dati economici parlano chiaro. Nel primo trimestre del 2013, secondo i dati Ismea/Unitalia, **i consumi di carni avicole sono cresciuti del +1,2%** rispetto allo stesso periodo del 2012, per un consumo **pro capite di 19,4 kg**, di fronte al calo generalizzato registrato dal **totale carni (-3,3%)**. Scendendo nel dettaglio, i consumi di **carne di pollo** hanno messo a segno un buon **+2,2%** mentre per il **tacchino** si è evidenziata una sostanziale stabilità. Infine le **uova** hanno mostrato una leggera crescita segnando un **+0,8%**. Se prendiamo ad esempio solo il mese di marzo 2013 le **carni avicole** viaggiano ancor di più in controtendenza rispetto alle altre carni (tutte con segni meno) con una crescita in volume – rispetto allo stesso mese 2012 - del **+2,4%** in generale e del **+3,8%** relativamente **ai consumi di carne di pollo**.

SUPERARE LE CRITICITA' DEL SETTORE AVICOLO ITALIANO

Per cogliere le enormi potenzialità del mercato il settore deve tuttavia superare alcune criticità. **L'esplosione del commercio internazionale di prodotti avicoli** ha visto infatti emergere nuovi competitor - su tutti **Messico, Argentina, Russia e Brasile** - ma anche **Stati Uniti** che stanno spingendo per entrare in Europa e

conquistare quote di mercato. In questo contesto l'Italia sconta un sistema di imprese fortemente frammentato e costi medi di produzione elevati - in primis mangimi ed **energia ad uso industriale** (il più alto d'Europa dopo Danimarca e Cipro). A ciò vanno aggiunte barriere tariffarie all'export e **costi aggiuntivi per protezione ambientale e sicurezza alimentare** del tutto assenti in altri Paesi (Tailandia, Brasile) o meno vincolanti (Stati Uniti) che non emergono con chiarezza al consumatore.

PER UNAITALIA: INNOVAZIONE, INVESTIMENTI E SOSTEGNO ALL'EXPORT I PUNTI CHIAVE

“L'Italia vanta una filiera integrata di imprese che non ha eguali altrove e deve impegnarsi con forza per far percepire il valore del made in Italy in questo comparto come ha fatto per altri settori – ha commentato il presidente di UNAITALIA Aldo Muraro – “Da parte delle nostre imprese è necessario che crescano in dimensione, aggregazione ed efficienza e che sappiano innovare la loro offerta puntando su preparati pronti e a maggior valore aggiunto per il consumatore in cui mettere a frutto al meglio la tradizione gastronomica italiana. Ma è indispensabile che le istituzioni siano al loro fianco facendo squadra con i territori. Questo vale sia sul fronte dell'export, ad esempio attraverso la costituzione di Consorzi per l'internazionalizzazione, sia a livello locale cogliendo l'opportunità della nuova PAC che per i prossimi 7 anni conterà su almeno 10,5 mld di euro in parte destinabili, attraverso i Piani di Sviluppo Rurale, all'ammodernamento degli allevamenti. In questo scenario Unaitalia è pronta a svolgere un ruolo propulsivo.”

Ufficio stampa UNAITALIA

INC- Istituto Nazionale per la Comunicazione

Valentina Lorenzoni 06 44160886 331 6449313 v.lorenzoni@inc-comunicazione.it