**COMUNICATO IN EMBARGO AL 25/06/2020 ore 11.00**

**CARNI BIANCHE, UNAITALIA: LE PIU’ CONSUMATE DAGLI ITALIANI, CRESCONO PRODUZIONE (+0,8%) ED EXPORT (+4,2%), 2020 INCERTO PER CRISI COVID**

**CONTAGI NEI MACELLI USA ED EUROPA, NESSUN FOCOLAIO IN ITALIA,**

**GARANTITA SICUREZZA LAVORATORI E APPROVIGIONAMENTI**

*(Bologna, 25 giugno 2020).* Le **carni avicole rimangono le più consumate nelle case italiane (35%), seguite dalle carni bovine (33%) e suine (20%).**

**Nel primo trimestre 2020 forte crescita nei consumi nella GDO di carni bianche (+8,9%) e di uova (+14,1% il prodotto più acquistato durante il lockdown)** mentre rimane forte l’incertezza legata alla crisi Covid sulla filiera avicola a causa della chiusura di interi canali di vendita, a partire dall’Horeca. E mentre in Europa e negli USA esplode la crisi dei focolai Covid nei macelli, l’Italia registra una situazione profondamente diversa. **Ad oggi non si sono registrati, infatti, focolai nei siti produttivi delle aziende aderenti a Unaitalia.** Quanto sta accadendo all’estero non rispecchia in alcun modo la realtà italiana e delle aziende della filiera avicola. A fare il punto sul settore è **Unaitalia,** l’Associazione che rappresenta la quasi totalità della produzione avicola nazionale, durante l’annuale assemblea dei soci in corso oggi a Bologna. Secondo i dati diffusi oggi dall’Associazione crescono nel 2019 la **produzione** di carni bianche (pari a 1.324.000 tonnellate **+0,8%** sul 2018) e **l’export** (184.300 tonnellate, **+4,2%**) mentre rimane stabile il fatturato, pari a **4,5 miliardi**.

Le carni avicole crescono nei consumi (20,45 kg procapite +0,2% sul 2018), grazie a una filiera 100% made in Italy, sempre più apprezzata dagli italiani, ma anche di un **rinnovato slancio dell’export,** in linea con quello della carne avicola in Ue (+5%). Nell’ultimo anno il pollo italiano, infatti, ha acquistato in competitività, grazie soprattutto alle performance sui mercati Ue come Germania, che assorbe oltre il 40% dell’export avicolo italiano, Grecia (13%) e Francia (7%). Sul fronte delle uova, l’Italia ha prodotto nel 2019, 12 miliardi 258 milioni di uova (+0,04% rispetto al 2018) e il fatturato complessivo del comparto nel 2019 si è attestato sui 2,5 miliardi di euro. Complessivamente le aziende associate a Unaitalia – che rappresentano **oltre il 90%** della produzione avicola del Paese - **hanno fatturato 5,5 miliardi**, e dato lavoro a **64mila persone**, tra la fase di allevamento (38.500) e quella di trasformazione (25.500).

**FORLINI (UNAITALIA): GRANDE CAPACITA’ ORGANIZZATIVA E RESILIENZA NELLA CRISI COVID, GARANTITA SICUREZZA LAVORATORI. ORA SUPPORTO DELLE ISTITUZIONI E STRATEGIA DI LUNGO PERIODO**

“Il bilancio 2019 per le carni bianche è tutto sommato positivo – ha detto il presidente di Unaitalia, **Antonio Forlini**. Il settore ha tenuto, rivelando una crescita dell’export, soprattutto per il pollo (+13% in volumi). Le sfide per il 2020 saranno difendere questa conquista ma anche tenerci stretto il primato di autosufficienza di questo settore (107%), che è tra i pochi non costretti a importare dall’estero. La filiera durante la pandemia ha dimostrato grande capacità organizzativa, continuando a produrre in sicurezza, proteggendo i propri dipendenti e assicurando continuità negli approvvigionamenti. **Ad oggi non si sono registrati focolai di Covid nei siti produttivi delle aziende aderenti a Unaitalia, contrariamente a quanto accaduto negli Usa e in Europa.** Quanto sta accadendo all’estero non rispecchia in alcun modo la realtà italiana e delle nostre aziende.

Le misure per la sicurezza hanno avuto anche un impatto sulla produzione, comportando un rallentamento delle linee e impedendo nella prima fase di far fronte in modo sistematico alle richieste di mercato, e generando nei mesi successivi un magazzino-scorte significativo per alcune tipologie di prodotti. **Queste condizioni hanno comportato costi aggiuntivi per le aziende e condizioni di mercato penalizzanti.** Grazie al modello integrato di filiera siamo finora riusciti a superare la crisi senza trasferire le perdite sulla fase agricola e continuando a garantire il reddito degli allevatori. **La nostra capacità di resilienza non è però infinita e necessita di un supporto da parte delle istituzioni**: dobbiamo fare fronte alla competizione internazionale che spesso vede i nostri competitor, già agevolati da costi di produzione più bassi, sostenuti dai rispettivi governi con misure di sostegno agli investimenti. Tale situazione rischia di mettere in pericolo l’autosufficienza del settore avicolo italiano ed esporre le nostre imprese, oggi tutte di proprietà italiana, a possibili processi di acquisizione dall’estero. **Auspichiamo quindi una strategia di lungo periodo che veda coinvolti tutti gli attori, dalle associazioni agricole alla Gdo**, con una visione chiara sulla creazione e redistribuzione del valore, anche nel solco dei processi di cambiamento sollecitati dal mercato e indicati dalla strategia europea From Farm to Fork”.

**LA FOTOGRAFIA DEL SETTORE DURANTE IL LOCKDOWN: PESANO IL CALO DEI CONSUMI FUORI CASA E LO SCENARIO INCERTO**

Il 2020 per le carni avicole e uova è ancora un’incognita. Sul fronte dei consumi, **la produzione e il mercato delle carni avicole hanno risentito degli aggiustamenti innescati dalle nuove dinamiche causate dall’emergenza Covid-19**. “Dovremo affrontare una domanda sempre più altalenante dovuta allo spostamento degli acquisti sul retail (Gdo e dettaglio tradizionale), a discapito dei consumi fuori casa che registrano un calo consistente delle vendite nel canale Horeca” continua Forlini “una perdita importante, seppur più contenuta rispetto ad altri comparti dell’agroalimentare, non compensata però dalla crescita dei consumi domestici”. Secondo i dati Ismea sui consumi domestici delle famiglie italiane nel primo trimestre, durante il lockdown il segmento più dinamico è stato quello delle uova, vere star del carrello, che chiudono il primo trimestre 2020 con un +14%,

dopo settimane in cui le vendite hanno superato del 50% il valore dello stesso periodo dell’annata precedente. Per quanto riguarda le carni fresche l’aumento generale è stato del 6,3%, trainato soprattutto dalle vendite di carni bianche, che dopo un +20% nelle prime settimane di marzo, si sono assestate su un dato trimestrale del **+8,9%.** Se nelle prime settimane di lockdown l’andamento è stato favorevole per via di una domanda particolarmente dinamica a cui il settore ha ben risposto grazie a una forte integrazione verticale della filiera, **da aprile le dinamiche di mercato sono cambiate**. “La pressione della domanda sulle carni avicole – ha spiegato Forlini - si è sensibilmente ridotta a partire da fine aprile a causa della minore capacità di spesa dei consumatori, per la mancanza di liquidità indotta dalla crisi. Auspichiamo un ritorno alla “normalità” in tempi medi e una stabilizzazione della domanda e dell’offerta. Le vendite nei canali fuori casa, anche se in ripresa dopo il lockdown, non toccheranno comunque i volumi dell’anno precedente a causa della riduzione dei flussi turistici, soprattutto dall’estero, e del blocco della ristorazione aziendale e di comunità”.  
Anche per le uova, che almeno per le vendite nella Gdo sembrano non risentire del passaggio dalla fase 1 alla fase 2 del lockdown, si segnala la **difficoltà nel segmento degli ovoprodotti**, destinati all’industria alimentare e alla ristorazione collettiva.

**I CONSUMI 2019: POLLO E CARNI AVICOLE LE PIU’ CONSUMATE DAGLI ITALIANI: VALGONO IL 35% DEGLI ACQUISTI DI CARNE. IN TESTA IL POLLO (+25% PER CONSUMI PROCAPITE DAL 2010) CRESCONO PANATI E PREPARATI (+10% IN VOLUME)**

Si conferma la passione tra gli italiani e le carni bianche: con il **35%** dei consumi domestici delle carni fresche, anche per il 2019 le **carni avicole sono le più consumate nelle case italiane seguite in seconda battuta dalle carni bovine (33%) e suine (20%).** Gli italiani ne mangiano circa 20,45 kg a testa (+0,2% sul 2018), **soprattutto il pollo, con un consumo pro-capite di 15 kg l’anno** (+0,13%), seguito dal tacchino (4,22 kg, +2,7% sul 2018). Quello tra gli italiani e il pollo è un amore che si consolida negli anni: **i consumi procapite sono aumentati del 25,4% dal 2010 ad oggi, passando da 11,96 kg del 2010 ai 15 kg attuali.** La carne avicola è anche l’unica che nel 2019 registra una crescita della spesa (+ 0,7%) a fronte di valori negativi per tutte le altre tipologie (elaborazione dati Ismea, su dati Nielsen - dinamica degli acquisti domestici 2019). I fan di pollo & co sono soprattutto al Sud (rappresentano il 29% degli acquisti), seguiti a pari merito (26%) dal Nord Ovest e centro Italia. A sorpresa, il Nord, che è la zona a maggior vocazione avicola, raccoglie solo il 19% degli acquisti domestici per area.   
Ad essere acquistati sono per il 60% i tagli freschi (petto, coscia, fesa ecc.), ma anche panati e preparati, che guadagnano un 10% a volume, a dimostrazione della tendenza crescente degli italiani a scegliere prodotti ad alto valore aggiunto, facili e veloci da preparare.

Di seguito, le voci principali del bilancio italiano delle carni avicole negli anni 2018 e 2019:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **IL BILANCIO ITALIANO DELLE CARNI DI POLLAME (tonn. x 000)** | | | | | | | | |
|  | **2018** | | | | **2019** | | | |
| **Pollo** | **Tacchino** | **Tot. carni avicole** | **Diff. in % 18/17** | **Pollo** | **Tacchino** | **Tot. carni avicole** | **Diff. in % 19/18** |
| **Produzione** | 934,0 | 301,0 | 1.314,0 | -2,9 | 948,0 | 301,0 | 1.323,9 | +0,8 |
| **Importazione** | 73,8 | 16,9 | 95,1 | -2,8 | 72,9 | 17,2 | 93,8 | -1,3 |
| **Esportazione** | 102,9 | 69,6 | 176,8 | -5,2 | 116,3 | 63,8 | 184,3 | +4,2 |
| **Utilizzazione interna** | 904,9 | 248,3 | 1.232,3 | -2,6 | 904,6 | 254,4 | 1.233,4 | +0,1 |
| **Consumo p.a. (kg)** | 14,98 | 4,11 | 20,40 | -2,5 | 15,00 | 4,22 | 20,45 | +0,2 |
| **% di autoapprovv.** | 103,2 | 121,2 | 106,6 | == | 104,8 | 118,3 | 107,3 | == |

**INC Ufficio stampa Unaitalia**

Ilaria Koeppen 342.0773826 [i.koeppen@inc-comunicazione.it](mailto:i.koeppen@inc-comunicazione.it)   
Claudia Cardilli - 345.9410944 [c.cardilli@inc-comunicazione.it](mailto:c.cardilli@inc-comunicazione.it)