



Coppa di Parma IGP: il 2021 è stato un anno positivo. Segno più per produzione e fatturato. Bene anche l'export

Il fatturato al consumo raggiunge 70 milioni di euro (+2,9% rispetto al 2020). In crescita anche i kg di carne lavorata (+1,2%) e la produzione etichettata (+2,7%). In GDO sale al 30% la quota delle vaschette di pre-affettato, che crescono a volume del 2,3% in un anno. L'export ha un'incidenza dell'8% sul turnover del comparto, che conta 21 aziende e 550 occupati. Il Canada è il primo Paese in assoluto per quota export.

Parma, 1° aprile 2022 - **Numeri in lieve aumento nel 2021 per la Coppa di Parma IGP:** si conferma il trend positivo osservato già nel 2020. **Crescono i volumi di produzione:** secondo i dati forniti da ECEPA - Ente di Certificazione Prodotti Agro-Alimentari, nel 2021 i kg di carne suina lavorata sono stati 4,25 milioni (+1,2% rispetto al 2020). La produzione etichettata fa registrare un +2,7%, raggiungendo un volume di 1,85 milioni di kg.

A parità di aziende associate al Consorzio di Tutela (21), **cresce di una trentina di unità** - per un totale di 550 persone - **il numero di occupati**, tra addetti diretti e lavoratori legati all'indotto. **Il fatturato al consumo** passa dai 68 milioni di euro del 2020 ai **70 milioni di euro** del 2021: +2,9% in 12 mesi.

Con una quota pari al 70% del turnover del comparto, la **grande distribuzione** rimane il **canale di commercializzazione principale**. Cresce l'apprezzamento dei consumatori per le **vaschette di Coppa di Parma IGP pre-affettata**: l'incidenza, sul totale delle vendite in GDO, sale dal 25% al 30%. Nel 2021 sono stati 440.000 i kg di carne suina destinati al pre-affettato: +2,3% rispetto al 2020, una crescita in termini percentuali però inferiore a quella registrata tra 2019 e 2020, profondamente influenzata dall'emergenza sanitaria da Covid-19. Passando al **segmento ho.re.ca.**, che per il comparto della Coppa di Parma IGP è importante soprattutto in termini di reputazione e di valorizzazione del prodotto, il 2021 è stato un anno altalenante: i primi sei mesi sono stati difficili, per via delle chiusure o dell'operatività limitata imposta ai locali, mentre il secondo semestre ha fatto registrare una ripresa significativa.

Buone le notizie anche sul fronte **export**: dopo un 2020 complicato causa Covid-19, **l'incidenza delle esportazioni sul turnover del comparto** della Coppa di Parma IGP **cresce, sfiorando l'8%**. La principale area di destinazione è rappresentata dai **Paesi di area UE**, con una quota export del 55,6%: i più importanti partner commerciali stranieri sono Germania, Francia e Benelux. Ma è il **Canada** in assoluto il **singolo maggior importatore di Coppa di Parma IGP**, con una quota export del 38,6%. Il Regno Unito rappresenta una quota export del 2,1%.

Queste le parole di **Fabrizio Aschieri**, Presidente del Consorzio di Tutela della Coppa di Parma IGP: «*La premessa doverosa è che anche il 2021, come il 2020, è stato un anno particolare, per via dell'emergenza sanitaria da Covid-19: però il comparto della Coppa di Parma IGP ha dimostrato di saper reagire al mutato contesto in modo efficace. Possiamo essere soddisfatti perché, sia a volume che a valore, abbiamo chiuso il 2021 facendo registrare performance positive. Alcuni trend che avevamo osservato già nel 2020 si sono consolidati: mi riferisco, in particolare, alla crescita del*



segmento del pre-affettato e alla contrazione delle vendite al banco taglio. La prima ha compensato la difficoltà della seconda».

Per quanto riguarda il 2022, secondo il Presidente Aschieri sarà importante **dare ulteriore impulso all'export**: *«Sono convinto che i **margini di crescita** saranno **significativi**. In particolare, come confermano i dati relativi al Canada, il **mercato nordamericano** ha enormi potenzialità: per tutto il comparto sarebbe fondamentale ottenere il via libera alla commercializzazione della Coppa di Parma IGP negli **Stati Uniti**. Insieme con il Mipaaf, stiamo portando avanti un'attività di suasion, che speriamo possa presto dare i propri frutti».*

Il 2022 segnerà anche un **rilancio dell'attività di promozione**, con il ritorno del Consorzio di Tutela della Coppa di Parma IGP a eventi e fiere internazionali: tra i principali appuntamenti in calendario, **Vinitaly**, al fianco di Enoteca Regionale Emilia-Romagna, e **Cibus**. In un'ottica di breve/medio periodo, le criticità maggiori sono quelle legate all'**incremento in doppia cifra dei costi di filiera per i produttori**: dall'energia elettrica al trasporto su gomma, dalla plastica agli imballaggi di cartone. Questi fattori - che colpiscono la totalità dell'agroalimentare italiano - rischiano di penalizzare la redditività del comparto. Un altro dossier sensibile è rappresentato dal **costo della materia prima**: la crescente domanda cinese di carni suine, infatti, sta determinando rincari significativi.

Press info:

Mind The Pop

Davide Paterlini - mobile: +39 339.7485994 - e-mail: davide@mindthepop.it