

Stazione di ricerche Agroscope Liebefeld-Posieux

Evoluzione dei mercati della carne e dei prodotti carnei su scala internazionale – 1ª parte

Il 28 febbraio ha avuto luogo a Clermont-Ferrand, nel centro della Francia, un forum di discussione sul tema «Evoluzione dei mercati della carne e dei prodotti carnei su scala internazionale» nel quale è stato invitato un conferenziere di ogni paese partecipante (Francia, USA, Canada, Spagna, Belgio, Italia, Svizzera).

Questa manifestazione, alla quale hanno partecipato una cinquantina di persone del ramo carneo/ricerca sulla carne francese (in particolare INRA, ADIV, come anche professionali della filiera francese), è stata organizzata dal Polo di Competitività Innovandes (www.innovandes.org). Gli aspetti sotto menzionati sono stati affrontati ed ogni relatore ha esposto la situazione nel proprio paese concernente gli aspetti seguenti: consumo, canali di distribuzione, esigenze dei consumatori, innovazioni. La prima parte di questo rendiconto affronta il consumo e i canali di distribuzione della carne e dei prodotti carnei; la seconda parte seguirà nel prossimo numero.

Sebbene questo podio di discussione non abbia dato un quadro esaustivo della situazione nei differenti paesi, dal dibattito sono emerse determinate differenze specifiche (nonostante la non facile comparabilità a causa della diversa importanza attribuita ai vari criteri) che sono altresì interessanti per gli altri paesi.

Evoluzione del consumo di carne e dei prodotti carnei su scala internazionale

Il rappresentante francese (dott. Pascal Mainsant, INRA) ha mostrato nella sua esposizione introduttiva che il consumo di proteine animali nel mondo è proporzionale al logaritmo del reddito individuale. Da un punto di vista globale, il consumo di carne è praticamente raddoppiato tra il 1990 (143 milioni di tonnellate di peso macellato) e il 2007 (271 milioni di tonnellate di peso macellato), il 57% di questo aumento è dovuto al «nuovo mondo» (l'Estremo Oriente, il Vicino Oriente, l'America del Sud, i paesi dell'Est e il vecchio blocco comunista) e il 32% alla Cina. Quanto alle specie animali, è innanzitutto il consumo degli animali monogastrici che è aumentato, i volatili hanno registrato l'aumento più importante. A livello mondiale, il consumo di carne si suddivide secondo le specie animali seguenti (2007): maiale 39%, volatili 32%, bue 24%, montone 5%. Il relatore spiega la tendenza verso l'alto del consumo di carne di animali

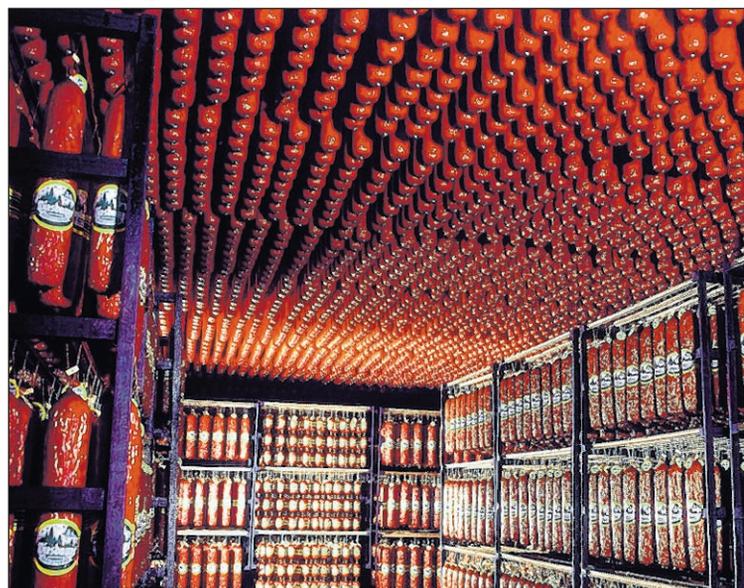
monogastrici (maiale, volatili) per la loro migliore efficacia alimentare a base di alimenti concentrati in rapporto all'alimentazione dei ruminanti a base di foraggio.

Nell'UE (27 membri), nella quale il consumo di carne è aumentato nel 2007 a 42 milioni di tonnellate all'abbattimento – vale a dire 93 kg per abitante e per anno – la proporzione di carne di maiale e di volatile rappresenta ormai più dei tre quarti. Intanto che il consumo di carne di volatile continua ad aumentare nell'UE (2007: 23 kg per abitante e per anno), il consumo di carne di maiale rimane abbastanza costante con 43 kg di peso all'abbattimento per abitante e per anno. L'evoluzione del consumo per abitante di carne di bue varia fortemente secondo i paesi: in certi paesi membri dell'UE si abbassa ($I < F < NL < GR < D$), mentre aumenta in altri ($DK > SP > GB > IRL$).

Con 74 mio. t di peso all'abbattimento (56 kg per abitante e per anno), la Cina consuma già – e la tendenza è in aumento – più di un quarto della produzione mondiale e più del 20% della produzione mondiale di cereali. La carne di maiale contribuisce in ragione dei due terzi e la carne di volatile da un quinto al 90% del consumo di carne della popolazione cinese. Benché l'India conti ormai più di un miliardo di abitanti, la sua influenza potenziale sul mercato mondiale della carne è ritenuta più debole, ma nello stesso tempo importante. Questo è dovuto soprattutto alla dominanza tradizionale dei cereali e del riso e dunque alla debole proporzione di carne nell'alimentazione indiana.

Secondo il prof. Emiro Endrigho dell'Università di Modena, il consumo di carne in Italia è rimasto relativamente stabile in questi ultimi anni con 85 kg di peso macellato per abitante e per anno. Tuttavia, dopo la crisi dell'ESB, la produzione di carne di bue si è abbassata del 3% all'anno.

In Belgio (prof. Antoine Clinquant, Università di Liegi), il consumo attuale di carne cresce a 96 kg di peso macellato per abitante e per anno (46 kg di maiale, 23 kg di volatile, 20 kg di bue e di vitello, 4 kg di selvaggina e di coniglio, 2 kg di montone e di capra, 1 kg di cavallo). Da notare che esso è raddoppiato nel corso dei 50 ultimi anni (volatile: $\times 7$, maiale: $\times 2$; bue: \approx). La popolazione belga consuma 16 kg di salumeria all'anno, fabbricata soprattutto con carne di maiale (prodotti carnei salati e secchi 23%, prosciutto cotto 22%, salsicce scaldate e cotte 11%, altri prodotti carnei cotti: 11%, pâtés 7%, prodotti carnei a base



di volatili 6%, diversi 6%). La percentuale della spesa per generi alimentari rispetto al reddito si è ridotta in Belgio dal 18 al 12% (carne: 6,4 → 3,1%) dal 1978 ad oggi.

In Spagna il consumo per abitante e per anno si aggira secondo Pierre Picouet (IRTA) a 114 kg di peso macellato, la Spagna ha il consumo più elevato nella scala dell'UE. Questo consumo si suddivide nella maniera seguente: 58% di maiale, 24% di volatile, 13% di bue.

In confronto, il consumo annuale per abitante in Svizzera si attesta a 51 kg di carne pronta alla vendita (maiale 50%, bue, compreso il vitello 28%, volatile 16%, piccoli ruminanti e cavalli 4%, selvaggina e coniglio

2%). La proporzione della carne rappresenta un quarto della produzione agricola totale.

Negli USA (Jean-Paul Vignal, consulente), il consumo per abitante e per anno si attesta a 100 kg di carne (48% di volatile, 28% di bue, 23% di maiale). La proporzione della spesa consacrata ai costi per la carne e i prodotti carnei si attesta attualmente all'1,5%.

Il rappresentante del Canada (dott. Claude Gariépy, C.R.D.A.) ha indicato che il consumo annuale per abitante si è fortemente modificato nel corso degli ultimi 30 anni secondo la specie animale: bue (24 → 14 kg), pollo (6 → 11 kg), maiale (~ 10 kg).

In Tunisia (Taïeb Bel Hadj, consi- gli), il consumo annuale per abitante è



passato tra il 1980 e il 2006 da 17 a 26 kg. Più del 95% della carne proviene dalla produzione indigena. La crescita concerne soprattutto la carne bianca (volatile, non carne di maiale per motivi religiosi) tanto che la produzione ed il consumo di carne di bue e di montone sono diminuiti a causa del prezzo. Questa evoluzione è anche dovuta al grado di trasformazione crescente della carne di volatile (pollo, tacchino).

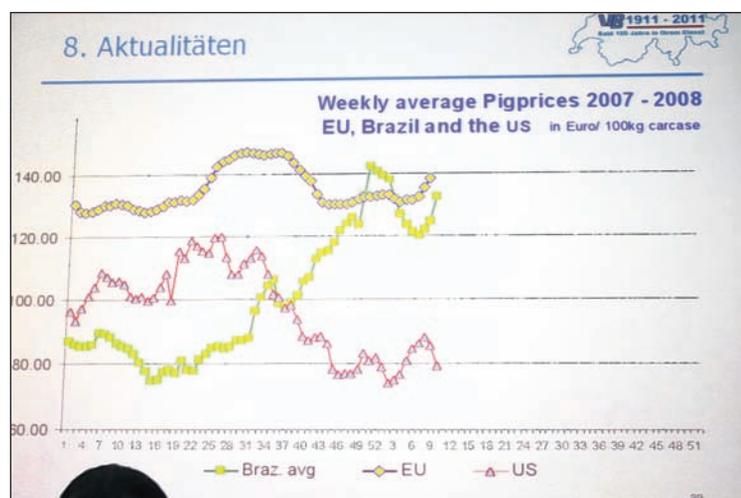
Caratterizzazione e tendenze a livello dei canali di distribuzione della carne

In Francia, le economie domestiche consumano il 72% e la ristorazione 28% del totale della carne. In quest'ultimo caso, la carne è consumata per metà nella ristorazione commerciale (ristorazione rapida in aumento) e per metà nella ristorazione collettiva (dimensioni delle imprese in aumento), considerato che le economie private acquistano 80% della loro carne nei supermercati e il 18% nelle macellerie. Gli «hard discounters» possono verosimilmente aumentare il loro tasso di penetrazione nelle economie private

– che è attualmente del 7% – al 15% da adesso fino al 2015.

In Italia, negli ultimi 10 anni, la proporzione di carne consumata attraverso i grandi e medi supermercati (GMS) è passata dal 47% al 63%. A causa della loro potenza commerciale, le catene di distribuzione italiane hanno imposto ai produttori di carne diverse regole che hanno portato alla creazione di marchi ed etichette. Un grande numero di consumatori italiani associano questi ad una più grande sicurezza alimentare. Inoltre, nel corso degli ultimi cinque anni, il consumo fuori casa è passato dal 10 al 13%, ciò è dovuto prima di tutto alle catene di ristorazione specializzate. Dall'altro lato è aumentata la vendita diretta di carne biologica.

In Belgio, i canali tradizionali di distribuzione della carne di bue sono più importanti (64%) di quelli per la carne di maiale, di volatile e di prodotti trasformati (40-49%), presso i grandi distributori (centri commerciali, supermercati, discount), il rapporto è invertito. La vendita diretta è molto debole in Belgio (per tutte le specie: < 5%). Tra il 1999 ed il 2004, le spese per il consumo di



carne fuori casa sono aumentate dal 15 al 22% (fast food: solo 8%). In Svizzera, la parte delle economie domestiche nel consumo di carne è pressoché uguale a quella della ristorazione fuori casa. Circa 40-45% della carne è commercializzata sotto forma di prodotti carni con, in primo piano, nel consumo privato, la salumeria scottata, le altre salicce nonché i prodotti di salagione (crudi e cotti). Si stima che rispettivamente il 75% e 60% della carne consumata nel privato e quella consumata nella ristorazione fuori casa sia distribuito dai due più grandi distributori svizzeri (ivi comprese le imprese rilevate).

La proporzione della ristorazione fuori casa come pure i processi di concentrazione nel commercio al dettaglio registrano una tendenza al rialzo, con una diversificazione verso le possibilità della ristorazione rapida. Il numero delle macellerie artigianali si è fortemente abbassato in questi ultimi anni, per mancanza di successori. Le PME restanti hanno in generale guadagnato in superficie di vendita e si posizionano fortemente su questo mercato aspramente conteso mettendo l'accento sulla qualità, l'innovazione e la fidelizzazione della clientela.

Negli USA, la ristorazione fuori casa è passata dopo il 1930 dal 17 al 49% a detrimento del consumo del mercato privato. Questa tendenza è dovuta all'aumento della ristorazione rapida (9 → 38%; esempio tipico: hamburger), mentre la ristorazione classica è passata dal 51 al 40%. Si constata inoltre un aumento dei «meal assembly centers», nei quali i clienti preparano i propri pasti. Dal 1940, nel commercio al dettaglio si constata uno spostamento importante della vendita di carne dai negozi di commestibili e dalle macellerie ai supermercati (6 → 58%), ciò si spiega in parte con l'aumento del numero di prodotti convenience.

La commercializzazione diretta (locale, vicina alla natura) diventa più importante, tuttavia la sua importanza sul mercato complessivo della carne rimane marginale.

Il rappresentante canadese ha presentato i canali di distribuzione della carne nel Québec, dove circa il 72% della carne viene commercializzato da grosse imprese, che coprono l'intera catena dell'approvvigionamento (magazzinaggio, trasformazione, distribuzione) e che sono state create allo scopo di contrastare le mire delle ditte americane. Queste imprese commercializzano la carne tramite i supermercati, i discount e le filiali regionali. La parte rimanente giunge ai consumatori tramite i negozi specializzati (10%) ed altri partecipanti al mercato (negozi locali, magazzini di cooperative).

La rete di distribuzione in Tunisia è stata affidata per molto tempo alle macellerie tradizionali e ad alcune (poche) imprese di maggiori dimensioni. Soltanto alla fine degli anni '90 iniziano a distribuire la carne anche le imprese industriali di trasformazione della carne. I consumatori tunisini acquistano in prevalenza carne fresca. Per ora la trasformazione in prodotti carni è stata introdotta per la carne di pollo.

(ic)

R. Hadorn, Stazione di ricerche Agroscope Liebefeld-Posieux

Attualità

Bundestag vieta il dumping dei prezzi

BERLINO. Sono vietate le vendite di generi alimentari a prezzi inferiori al prezzo di costo. La legge approvata dal Bundestag allo scopo di lottare contro gli abusi in materia di prezzi vieta, per ora fino al 2012, la vendita di generi alimentari a prezzi inferiori al prezzo di costo. Sono consentite delle eccezioni nei casi in cui l'alimento potrebbe andare a male.

In base all'opinione del ministero dell'alimentazione federale, la legge in questione contribuisce a rafforzare la considerazione generale per i generi alimentari.

afz (ic)

