



RELAZIONE SULLE ATTIVITÀ SVOLTE

*Rendicontazione contributo per attività di valorizzazione e salvaguardia
dei salumi DOP e IGP*



Sintesi iniziative

MONITORAGGIO DEL MERCATO A CARATTERE COLLETTIVO

Le iniziative di coordinamento del monitoraggio del mercato a carattere collettivo sono state volte a fornire ai Consorzi di tutela uno strumento realmente efficace per:

- conoscere i mercati e i canali distributivi (italiani e dei principali Paesi esteri UE di riferimento per le esportazioni)
- proteggere e sostenere i prodotti e i produttori
- garantire il consumatore attraverso la correttezza dei prodotti e delle relative informazioni nei canali distributivi

Con l'attività di monitoraggio del mercato si sono perseguiti pertanto i seguenti obiettivi:

- Salvaguardare e sostenere lo sviluppo del comparto: le attività di monitoraggio del mercato, anche per la salvaguardia dell'immagine, sono iniziative che tutelano le denominazioni e i produttori ma anche i consumatori
- Acquisire conoscenze: attraverso il monitoraggio dei canali, contribuire a comprendere punti di forza e le debolezze del comparto, in modo da intervenire puntualmente attivando iniziative realmente efficaci e funzionali. Conoscere e avere una mappatura sempre aggiornata delle modalità distributive dei prodotti (presenza, referenze, prezzi, etcetera)
- Monitorare il mercato di riferimento e tutelare i prodotti: capendo le dinamiche distributive nella GDO e nei principali canali, è possibile informare i Consorzi sul corretto utilizzo delle denominazioni, su rispondenza dei prodotti IG ai Disciplinari e su eventuali non conformità individuate, al fine di correggerle per salvaguardare il nome, l'immagine e il valore delle denominazioni registrate
- Sensibilizzare i target, diretti e indiretti delle iniziative: focalizzandosi sul valore e le garanzie delle produzioni tutelate, con la finalità di rivalorizzare l'utilizzo dei prodotti della salumeria DOP/IGP
- Diffondere e migliorare la conoscenza: concentrandosi sulle qualità e delle garanzie fornite dai sistemi di certificazione DOP e IGP
- Dare modo al consumatore di ricevere informazioni complete e dettagliate: per evitare confusione e dubbi sulla natura e origine dei prodotti e permettere così scelte di acquisto consapevoli, favorendo e stimolando al contempo la domanda di salumi DOP e IGP.

Il coordinamento del monitoraggio sul mercato ha consentito dunque di avere una fotografia puntuale ed aggiornata sulle modalità distributive dei prodotti, favorendo la conoscenza e la competenza sui mercati, ad esempio in merito alle dinamiche di prezzi e alle strategie commerciali in termini di referenze che caratterizzano i diversi canali distributivi: dati aggregabili - grazie al gestionale per la gestione del monitoraggio - che danno modo all'Istituto e al singolo Consorzio di conoscere e analizzare in quali catene e con quali referenze è presente il prodotto tutelato e con quali modalità di vendita (formati, competitor generico, prezzi, presenza di offerte particolari, etcetera), consentendo anche di ragionare su punti di forza e di debolezza del comparto e del singolo prodotto, infatti il gestionale consente aggregazioni e rielaborazioni dei dati in tabelle e grafici molto dettagliate e personalizzabili in base a vari parametri come prodotto, formato, periodo, area geografica, tipologia di punto vendita)

L'iniziativa ha consentito, inoltre, di favorire la salvaguardia delle denominazioni tutelate, segnalando ai Consorzi tutte quelle situazioni potenzialmente lesive dell'immagine o del valore dei prodotti a denominazione tutelata, o tali da poter confondere il consumatore sulla vera origine del prodotto. L'attività di monitoraggio si è concentrata pertanto sulla correttezza delle indicazioni di vendita sui prodotti, sia tutelati che generici, e sulle modalità di comunicazione del prodotto al consumatore, al fine di identificare usi non conformi e presenza di informazioni incomplete/errate tali da poter ingenerare confusione tra prodotto tutelato e prodotto generico (comunicazione

sui lineari, segnaprezzo, cartellonistica di vendita, volantini promozionali cartacei e online). Il monitoraggio ha contemplato anche il canale web, relativamente a pagine - di presentazione e vendita dei prodotti - sia aziendali che della grande distribuzione.

Per implementare questa iniziativa, ISIT si è avvalso della comprovata professionalità del dott. Massimo Malnerich. Oltre ai punti vendita sul territorio italiano in primis, ma con focus su due Paesi target esteri, il programma di monitoraggio ha previsto anche un'azione sul web, per verificare la correttezza delle offerte commerciali in Rete sui prodotti a IG e generici, monitorando così anche la modalità di presenza all'interno dei canali commerciali digitali della grande distribuzione, su piattaforme distributive e siti aziendali.

L'attività di monitoraggio ha permesso – grazie anche al sistema informatico utilizzato – di avere a disposizione una numerosa e dettagliata mole di dati riferiti al singolo prodotto IG: dati aggregabili a seconda della necessità del Consorzio, per avere informazioni relative alla distribuzione in base ad un determinato periodo di riferimento, tipologia di punti di vendita, area geografica, referenza, prezzi di vendita, competitor e offerte.

Conoscere i mercati ha un'importanza strategica forte per le denominazioni per sapere in quali catene e in quali referenze è presente il prodotto e con quali modalità di vendita.

ITALIA

La tutela e il monitoraggio sul mercato dei prodotti tutelati risulta utile anche per conoscere in maniera più capillare la presenza e le modalità di vendita dei prodotti tutelati.



Gli obiettivi finali sono stati:

- Approfondire la conoscenza del mercato e le sue dinamiche distributive
- Informare i Consorzi su modalità e tipologia di presenza del proprio prodotto all'interno dei differenti canali distributivi, individuando anche non conformità rilevate nella fase di commercializzazione
- Salvaguardare l'immagine e il valore dei prodotti tutelati
- Salvaguardare i produttori e la filiera
- Permettere al consumatore di avere le informazioni complete e corrette sui prodotti, al fine di poter compiere scelte di acquisto consapevoli.

Nel periodo coperto dal progetto (ottobre 2023 – ottobre 2024) l'attività ha portato i seguenti risultati in termini numerici

1.165 punti di vendita visitati
6.782 rilevazioni di referenze prodotto

Per quanto concerne i punti vendita, il monitoraggio ha riguardato i seguenti canali:

- Grande Distribuzione Organizzata (Iper, Super, Discount)
- Dettaglio (salumerie, dettaglianti, bancarelle e fiere).

Il coordinamento del monitoraggio sul mercato ha consentito di disporre di una fotografia puntuale e aggiornata sulle modalità distributive dei prodotti, favorendo la conoscenza e la competenza sui mercati, ad esempio in merito a:

- presenza dei salumi DOP IGP all'interno dei canali monitorati, mediante la rilevazione puntuale per ogni salume di denominazione, tipologia, formato, produttore e prezzo di vendita
- strategie commerciali in termini di referenze che caratterizzano i diversi canali distributivi e dinamiche di prezzi

- correttezza nell'utilizzo delle denominazioni sui prodotti e sulle comunicazioni di vendita

La raccolta dei dati – grazie al gestionale per la gestione del monitoraggio – ha dato modo all'Istituto e al singolo Consorzio di conoscere e analizzare in quali catene e con quali referenze è presente il prodotto tutelato e con quali modalità di vendita (formati, competitor generico, prezzi, presenza di offerte particolari,..), consentendo anche di ragionare su punti di forza e di debolezza del comparto e del singolo prodotto (il gestionale consente aggregazioni e rielaborazioni dei dati in tabelle e grafici molto dettagliate e personalizzabili in base a vari parametri come prodotto, formato, periodo, area geografica, tipologia di punto vendita,..).

Nel grafico di seguito vengono presentate le numeriche dei punti di vendita visitati a livello regionale e provinciale. L'attività ha interessato il territorio nazionale con particolare attenzione alle regioni in cui i salumi tutelati vengono prodotti e maggiormente venduti; per questo il monitoraggio si è concentrato in particolare nelle regioni del Nord-Italia come risulta nei grafici sottostanti. Nel periodo preso in considerazione, il monitoraggio ha interessato in modo particolare le regioni più popolate e con una presenza più capillare di punti di vendita e anche per questo le regioni del Nord-Italia sono state le più monitorate.

Grafico: distribuzione geografica del monitoraggio effettuato

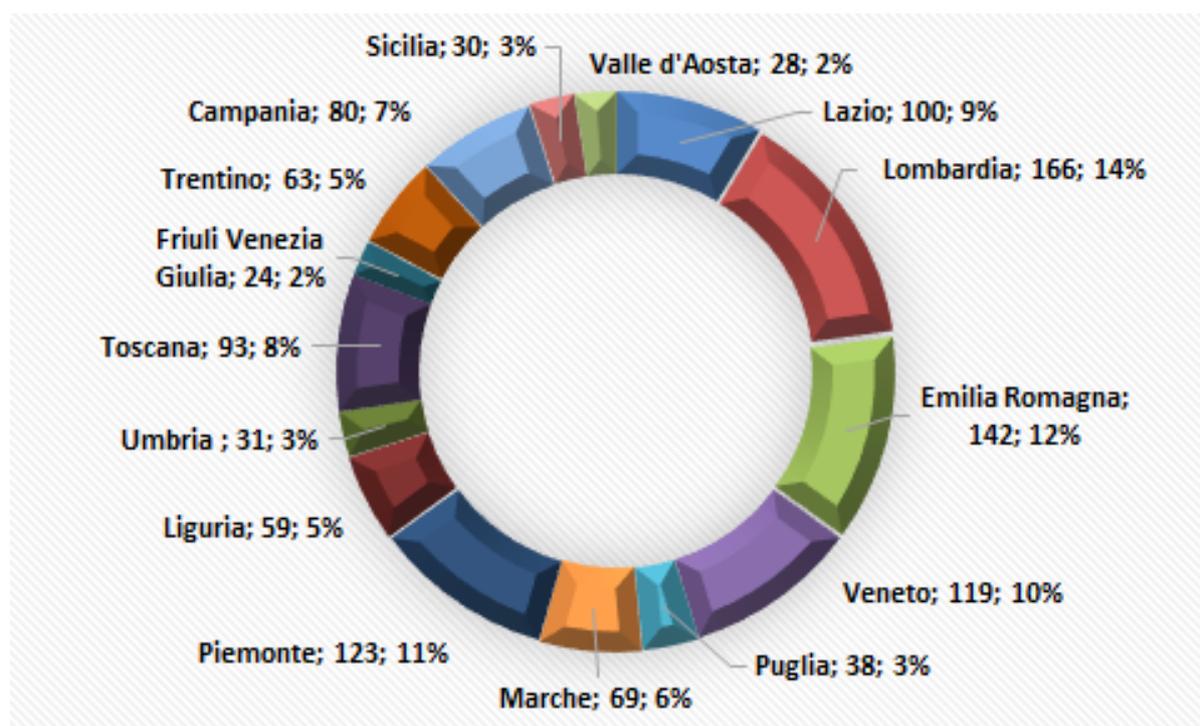
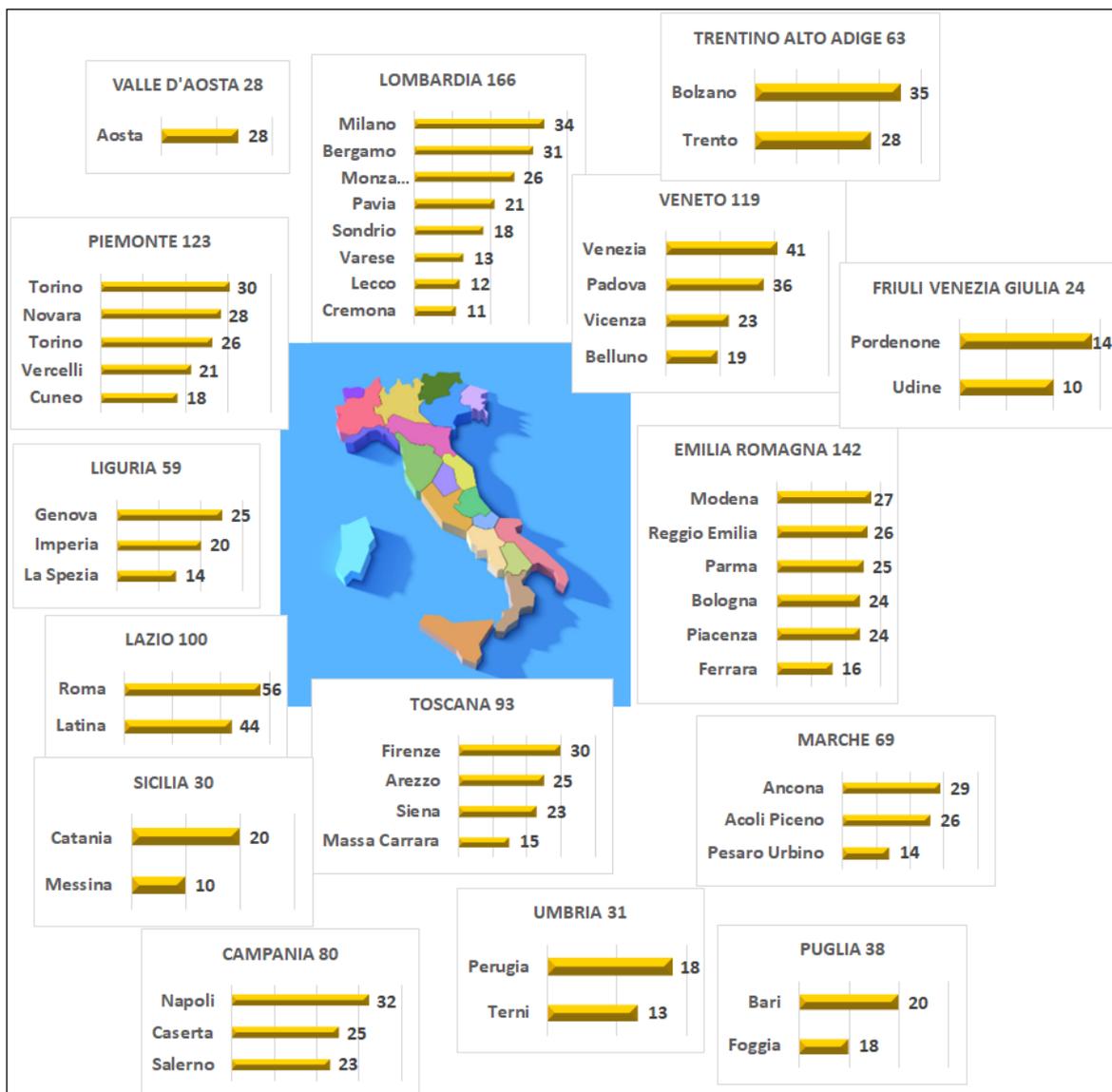


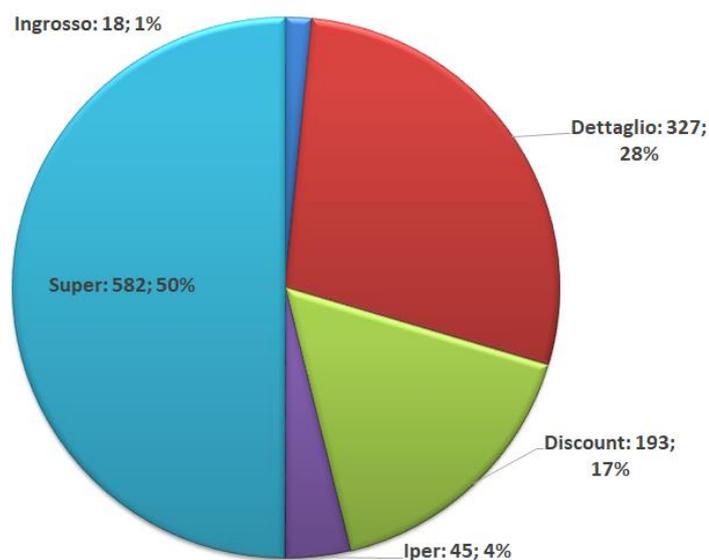
Grafico: distribuzione geografica del monitoraggio effettuato



Nel grafico seguente viene presentata la mappa del monitoraggio relativa ai canali distributivi di vendita. I supermercati risultano il principale canale presidiato, in quanto il più diffuso a livello nazionale e quello in cui si riscontra maggiormente la presenza dei salumi tutelati, sia nel reparto gastronomia che nel reparto libero servizio.

È risultato importante monitorare il mercato nelle zone più vocate al turismo in quanto è di fondamentale importanza veicolare corrette informazioni anche al potenziale consumatore finale straniero.

Grafico: distribuzione nei diversi canali di vendita



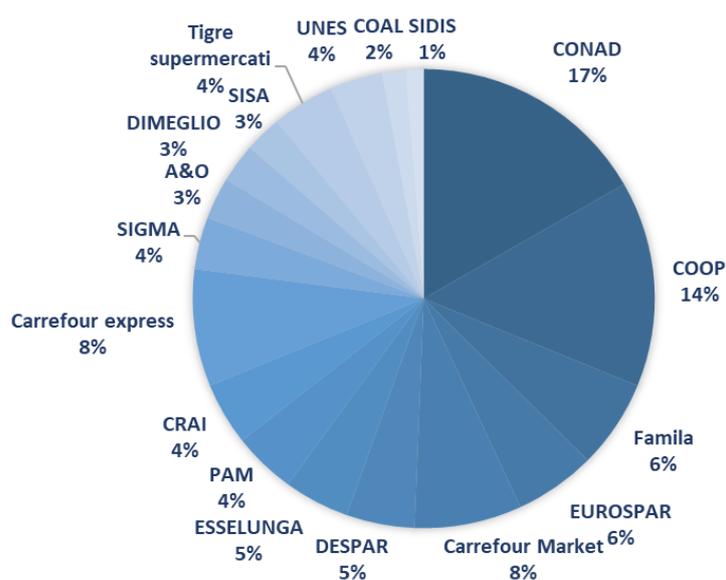
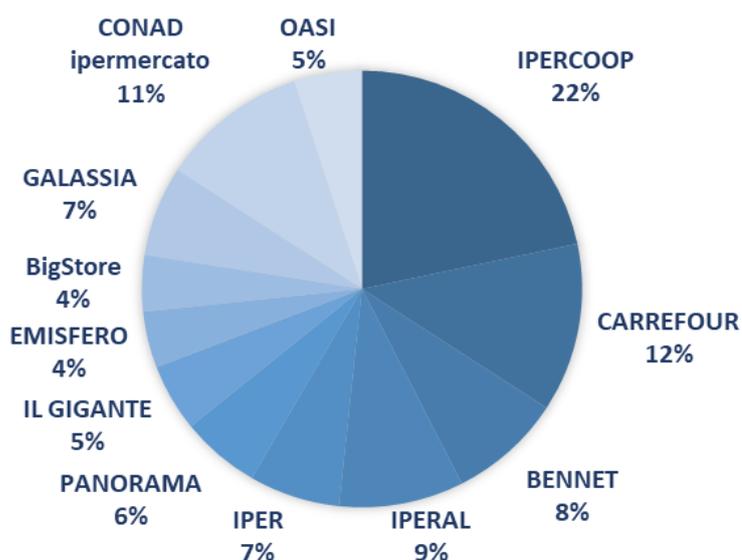
Nel monitoraggio si sono prese in considerazione tutte le catene degli Ipermercati presenti sul territorio nazionale e, per le catene Super e Discount, sono state selezionate le principali insegne presenti sul territorio senza trascurare le insegne presenti solo a livello locale.

Infine, sono stati monitorati i negozi al Dettaglio, che rappresentano la tradizione e la prossimità al consumatore, soprattutto nei piccoli centri urbani. All'interno della categoria dettaglio, è stato inserito anche il monitoraggio di mercati rionali settimanali, altro canale interessante da monitorare per la capillarità sul territorio.

Monitorato anche il canale Ingrosso, importante perché veicola i prodotti al canale Horeca e Ristorazione.

Di seguito le principali catene inserite nel monitoraggio.

Grafico: distribuzione nelle diverse Catene Iper e Super



Si riportano due ulteriori grafici: il primo per rappresentare le rilevazioni dei salumi tutelati nelle regioni visitate e dal quale si può notare come i salumi tutelati abbiano una presenza capillare a livello nazionale soprattutto nelle regioni del Nord Italia: Lombardia, Emilia-Romagna, Veneto e Piemonte.

Il secondo, ad integrazione e completamento del primo, a rappresentazione della presenza dei salumi tutelati nei canali distributivi: si può notare come siano presenti maggiormente nella GDO, in particolare negli ipermercati e discount, canali che pertanto è necessario presidiare con costanza e continuità.

Grafico: Presenza dei salumi DOP e IGP nelle diverse regioni visitate

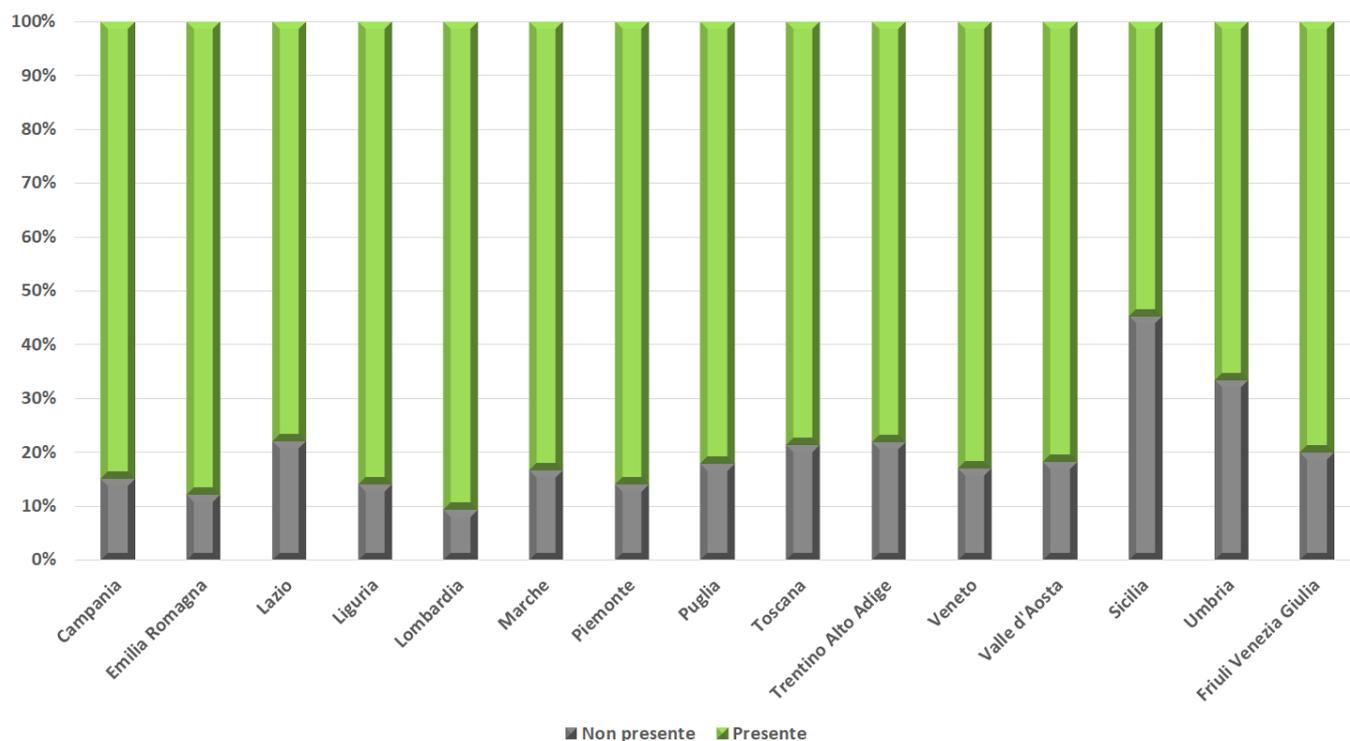
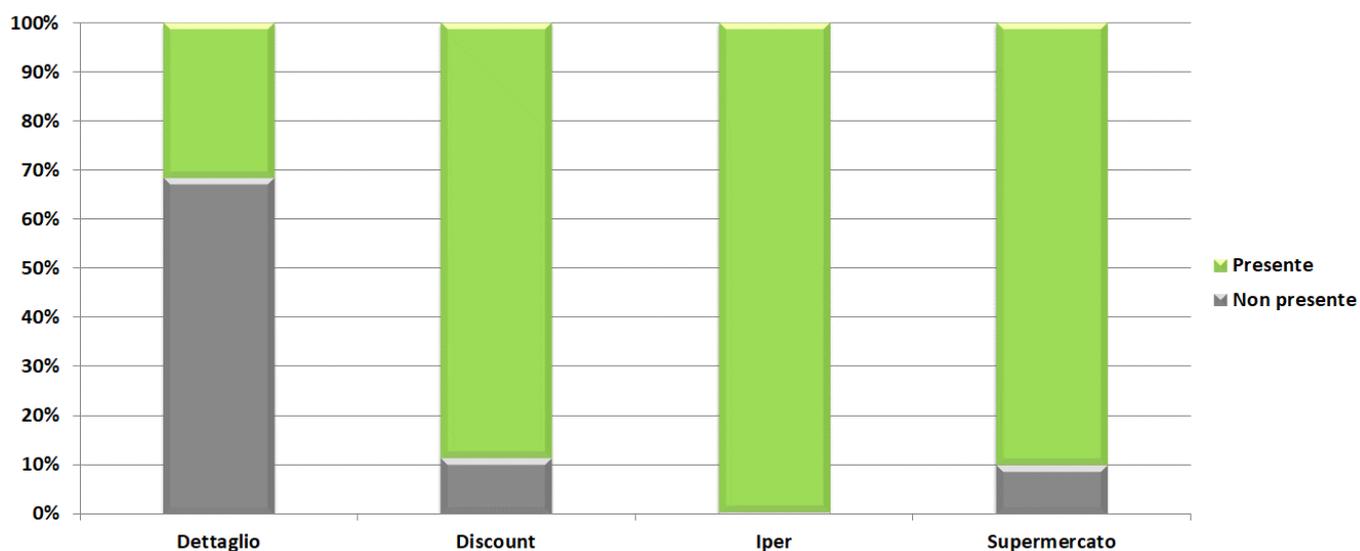


Grafico: Presenza dei salumi DOP e IGP nei diversi canali distributivi.



Anche nel corso del 2024, come lo era stato per il 2023 anche se con impatto minore, i consumi dei salumi hanno risentito, come tutti i prodotti di largo consumo, dell'impatto inflattivo. Il carrello della spesa si è inevitabilmente modificato e i consumatori hanno messo in atto dinamiche di acquisto orientate all'ottimizzazione delle spese. Il consumo di salumi ha comunque retto: forti di una pluralità di prodotti (con battute di cassa differenti) e modalità di consumo (fresco al banco taglio, vaschetta a libero servizio), i salumi rispondono alle esigenze di acquisto del consumatore nei vari canali distributivi.

I salumi DOP e IGP hanno una presenza rilevante nella GDO, a dimostrazione di quanto le eccellenze gastronomiche legate ai territori siano richieste dal consumatore ma anche un valore aggiunto per le catene distributive e parte integrante delle strategie commerciali e distributive.

Grafico: Numero medio di referenze di SALUMI DOP e IGP presenti nei punti di vendita visitati

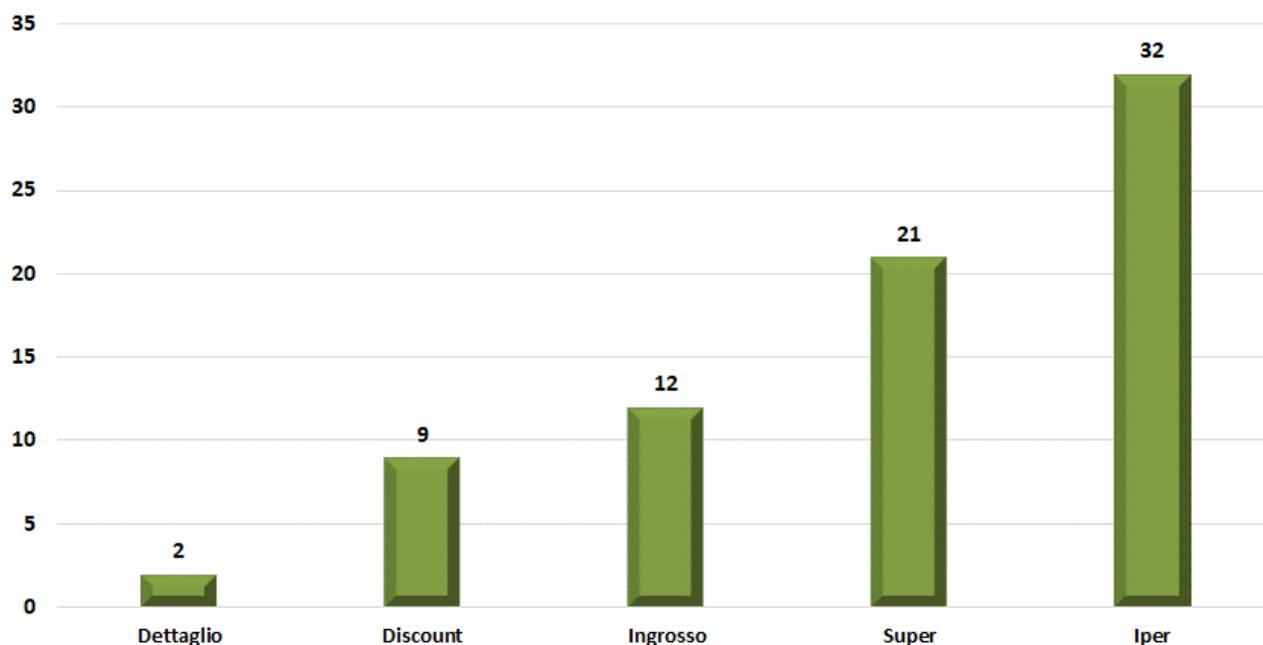
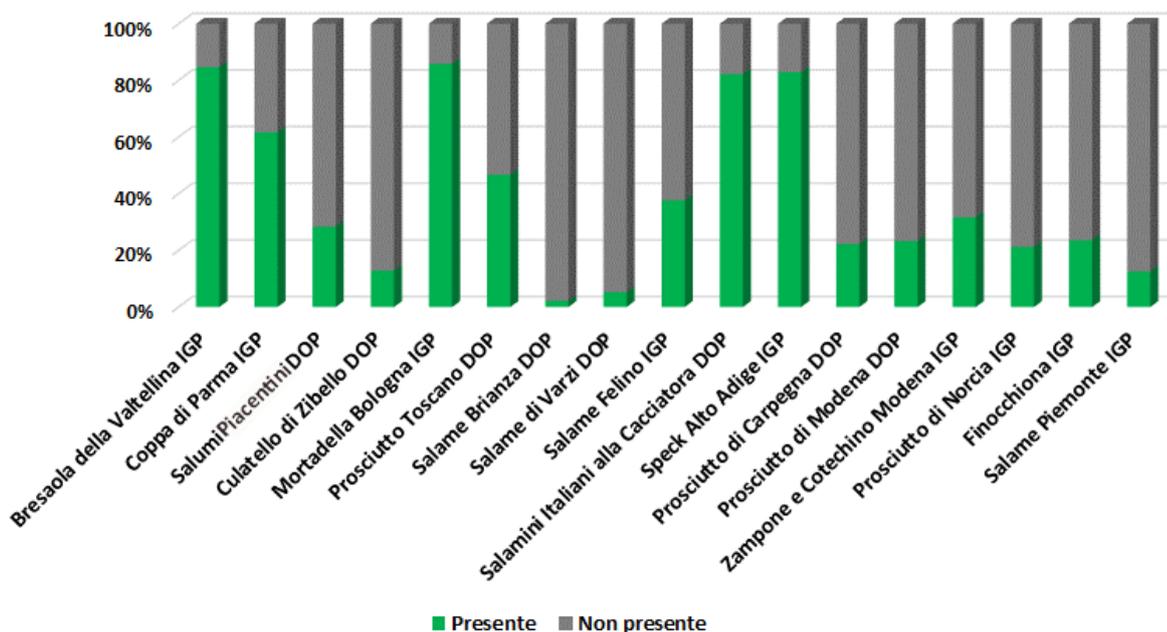


Grafico: Presenza dei diversi Salumi Tutelati rilevati nei punti di vendita visitati



Il grafico sopra riportato mappa la presenza dei Salumi Tutelati monitorati e si rivela anche interessante perché permette una riflessione sulle dinamiche distributive dei prodotti.

Si conferma la tendenza a registrare la presenza di prodotti con una distribuzione ampia, a carattere nazionale, con una copertura trasversale ai canali e alle regioni (es. Mortadella Bologna, Bresaola della Valtellina, Speck Alto Adige, Salamini Italiani alla Cacciatora) e prodotti che sono invece maggiormente legati ai territori, con una distribuzione quindi più localizzata intorno all'area di produzione.

Di interesse per una completa panoramica di mercato, anche il monitoraggio su prodotti composti, trasformati ed elaborati per avere il dato di quali e quanti prodotti utilizzano una IG come ingrediente, verificarne la correttezza e monitorarne le modalità con cui vengono collocati e comunicati a scaffale. Il consumatore riconosce e ricerca sempre più qualità e legame con il territorio e un prodotto composto contenente una IG risponde in modo efficace a questo trend di consumo.

Per quanto concerne i salumi DOP e IGP, la maggior parte delle referenze autorizzate riguardano in particolare paste ripiene, come ravioli e gnocchi, o antipasti misti che riportano in etichetta una denominazione tutelata.

Di seguito alcune referenze di prodotti composti che sono regolati da accordi stipulati tra i produttori che utilizzano in etichetta il riferimento a una denominazione tutelata e il Consorzio di riferimento che ne autorizza l'utilizzo e ne approva l'etichetta.



L'organizzazione, la pianificazione, la gestione dei dati del monitoraggio viene svolta attraverso un apposito gestionale, dotato anche di un applicativo mobile (app) per la rilevazione e inserimento dei dati da remoto.

Il gestionale permette la rilevazione di molti più dati rispetto all'inserimento manuale di quelli rilevabili durante la visita sul punto vendita, essendo più veloce e automatico il loro inserimento nel database: i dati sono sempre consultabili e aggregabili tramite appositi filtri e con gli stessi è possibile realizzare reportistiche con grafici e tabelle.

Si può pertanto selezionare ad esempio un prodotto e avere il dettaglio su tipologia di punto vendita, area, specifico periodo di interesse,...

Grazie al programma in oggetto si è potuto assicurare il mantenimento del gestionale, così da garantirne l'efficienza e il corretto funzionamento.

ESTERO



L'export si conferma settore trainante per il comparto della salumeria italiana e DOP e IGP nello specifico.

È, pertanto, importante che sui punti vendita i consumatori possano avere le corrette informazioni sui prodotti, per non essere tratti in inganno sulla natura e origine degli stessi e confondere così un prodotto italiano con un prodotto che ne evoca l'italianità e nello specifico un prodotto DOP/IGP da un prodotto che ne richiama l'origine.

L'attività di monitoraggio del mercato ha consentito di avere una panoramica della presenza dei salumi DOP e IGP nelle principali catene.

Come per il monitoraggio in Italia, anche per l'estero ISIT ha utilizzato un proprio gestionale *web based* che consente in tempo reale di coordinare e gestire le rilevazioni e il coordinamento degli ispettori sul territorio.

Gli obiettivi raggiunti con questa azione sono stati:

- ✓ **monitorare il mercato e i consumi**, informazioni preziose per lo sviluppo del sistema IG
- ✓ **tutelare le produzioni**, veicolando anche l'impegno - comune e coordinato - dei Consorzi per trasferire l'importanza della cultura delle DOP IGP italiane
- ✓ **tutelare i consumatori**, affinché sul punto di vendita abbiano corrette informazioni
- ✓ **monitorare** i prodotti - salumi tutelati e generici - all'interno dei canali distributivi, affinché siano correttamente commercializzati e comunicati
- ✓ **rilevare** tempestivamente le situazioni che possano trasmettere al consumatore (o anche semplicemente favorire un'associazione di idee) informazioni errate o fuorvianti in merito all'origine del prodotto e verificare che operatori commerciali non sfruttino indebitamente la notorietà del prodotto tutelato

L'estensione all'estero dell'attività di monitoraggio del mercato ha quindi permesso all'Istituto di:

- conoscere in maniera diretta il mercato estero
- favorire una ricaduta positiva dell'intervento in termini di diffusione verso il consumatore internazionale
- avere un quadro di riferimento del mercato estero e capire le problematiche commerciali delle produzioni tutelate
- sedimentare il know-how dell'Istituto e accrescere il valore delle informazioni ricavate dal monitoraggio che vengono ora elaborate da un gestionale *web based*.

I punti vendita monitorati all'estero sono stati 137 per un totale di 324 rilevazioni, un risultato positivo che supera quanto preventivato in sede di presentazione del progetto. L'attività ha interessato soprattutto la GDO in particolare i supermercati di prossimità presenti nei quartieri residenziali delle città visitate.

Nei grafici di seguito si riporta la distribuzione geografica delle visite effettuate a livello europeo.

Grafico: distribuzione geografica del monitoraggio effettuato a livello europeo



Nei grafici a seguire viene presentata la distribuzione geografica delle visite e la tipologia commerciale dei punti vendita visitati. I Paesi monitorati sono quelli di maggior riferimento per il settore: in particolare la Germania rappresenta con continuità da diversi anni uno dei Paesi di riferimento per l'export della salumeria italiana; la Svizzera, in quanto Paese confinante, ha una presenza diffusa nei diversi canali distributivi dei Salumi Tutelati.

Grafico: distribuzione geografica nei Paesi

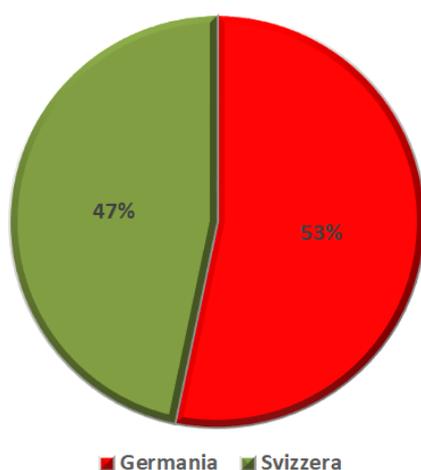
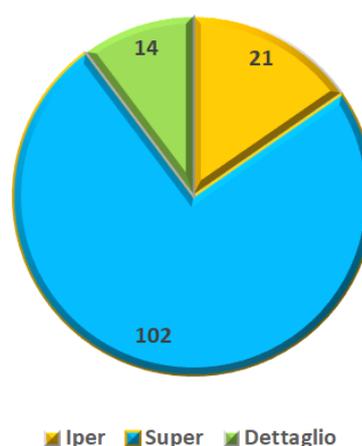
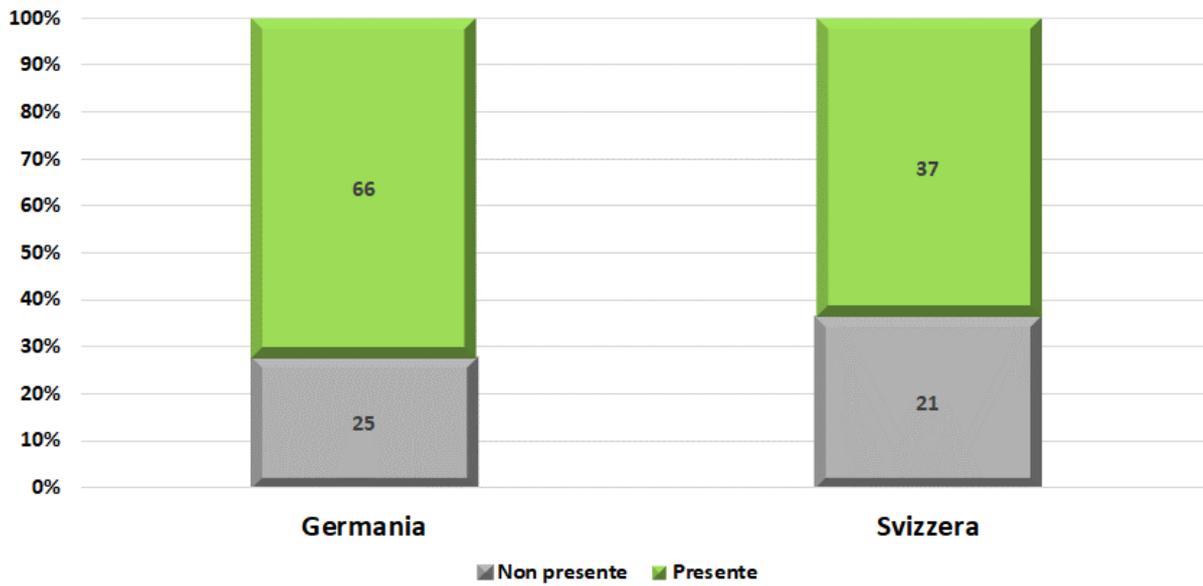


Grafico: distribuzione nei diversi canali di vendita



Nel grafico riportato di seguito viene mostrata la presenza dei Salumi Tutelati rilevati nei punti di vendita controllati per i Paesi europei visitati. Tra i prodotti controllati, si conferma il trend che vede alcuni prodotti maggiormente presenti, tra cui: Mortadella Bologna IGP, Speck Alto Adige IGP e Bresaola della Valtellina IGP.

Grafico: Salumi Tutelati presenti nei punti vendita visitati



Di seguito vengono presentate le principali insegne visitate durante l'attività di monitoraggio:





Monitoraggio web

Le iniziative di monitoraggio hanno previsto un focus anche sul canale web per verificare la correttezza delle modalità con cui i prodotti sono offerti in vendita al consumatore, acquisendo informazioni sui meccanismi di vendita on-line dei Salumi DOP e IGP.

Il monitoraggio ha, dunque, posto attenzione sulle offerte commerciali (nelle piattaforme on line di vendita, in negozi online, nella ristorazione) sia italiane che estere, al fine di individuare eventuali imitazioni, evocazioni e contraffazioni, o – il più delle volte – incompletezze nella comunicazione del prodotto che rendono difficile per il consumatore capire la vera natura e origine del prodotto (prodotto tutelato o prodotto generico).

In generale, il monitoraggio ha permesso di comprendere come le principali irregolarità riscontrate nelle pagine web prese in considerazione siano imputabili a una mancanza di conoscenza della legislazione vigente che tutela le Indicazioni Geografiche da qualsiasi evocazione delle denominazioni registrate.

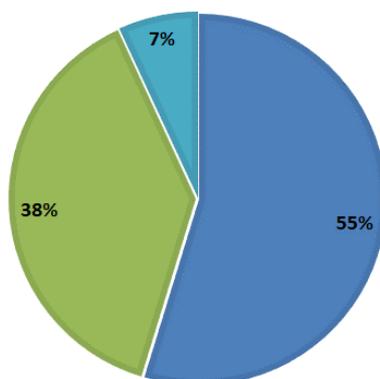
Spesso non c'è un'evidente corrispondenza tra la foto del prodotto offerto in vendita e la Denominazione che lo accompagna, ad esempio, il nome del prodotto riporta la Denominazione tutelata mentre la fotografia riproduce un prodotto che non lo è o potrebbe non esserlo.

In questi casi il consumatore – in particolar modo un consumatore estero - non ha la certezza di acquistare un prodotto IG ed ovviamente, essendo un acquisto on line, potrebbe accertarsi dell'origine unicamente al momento della ricezione del prodotto. Teniamo inoltre conto – con riferimento al mercato estero – che spesso il consumatore non ha ancora una cultura e conoscenza elevata su come riconoscere una DOP e IGP: è attratto dai prodotti italiani, dalla tipicità e origine dei prodotti, ma al momento dell'acquisto il consumatore europeo non è ancora in possesso di tutte le informazioni utili per verificare se il prodotto che si vuole acquistare sia realmente un prodotto tutelato (presenza simbolo UE, denominazione registrata a livello europeo e tutte le diciture previste dalla legislazione vigente) e non un prodotto generico che richiama indebitamente una denominazione tutelata.

Nel caso in cui siano stati rilevate delle inserzioni che non permettevano una verifica puntuale della referenza in vendita, si è contattato direttamente la piattaforma di vendita o l'azienda interessata in modo da avere tutte le informazioni necessarie sulla reale identità del prodotto.

Grafico: suddivisione in percentuale delle diverse tipologie di siti internet controllati

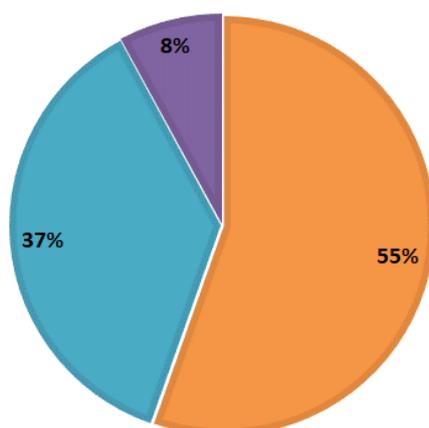
■ Siti web aziendali ■ Siti web e-commerce ■ Siti web informativi



	Numero siti
Siti web aziendali	320
Siti web e-commerce	225
Siti web informativi	40
TOTALE	585

Grafico: suddivisione in percentuale dei siti internet controllati a livello nazionale, europeo ed extra UE

■ Siti web italiani ■ Siti web europei ■ Siti web extra UE



	Numero siti
Siti web italiani	324
Siti web europei	215
Siti web extra UE	46
TOTALE	585

Di seguito si riportano le principali tipologie di situazioni che sono attenzionate mediante il monitoraggio:

Evocazione/Usurpazione del nome tutelato nel nome di vendita, sulla comunicazione del prodotto: avviene quando un prodotto viene presentato in vendita al consumatore con un nome che evoca/richiama un prodotto tutelato. In questo caso l'evocazione avviene nei materiali di comunicazione in cui si chiama in modo non conforme il prodotto (ma non sul prodotto/etichetta che invece riporta correttamente un nome generico)

Evocazione/Usurpazione del nome tutelato nella comunicazione del prodotto, nella sua descrizione: in questo caso il richiamo a una IG non avviene nel nome di vendita ma nella descrizione/presentazione del prodotto. Nel descrivere il prodotto, per elogiarne le caratteristiche, si richiamano in maniera più o meno diretta le origini geografiche della IG con il fine di creare un'associazione tra un prodotto generico e quello tutelato, attribuendogli delle caratteristiche – relative a origine e natura – che non possiede

Evocazione/Usurpazione del nome tutelato nel nome di vendita, sul prodotto: avviene quando si ha un'evocazione o comunque un richiamo della IG direttamente sul prodotto, nel nome di vendita sull'etichetta del prodotto. In questo caso, il rischio di inganno per il consumatore è molto forte, così come la confusione sulla vera origine del prodotto

Verifica dell'effettiva natura/origine del prodotto: verificando la correttezza delle offerte on line per le quali, a colpo d'occhio non è dato con immediatezza capire l'effettiva natura del prodotto. Nome di vendita e descrizione del prodotto riportano in modo corretto i contenuti della IG ma la fotografia del prodotto in vendita non permette nell'immediato di capire se si tratta effettivamente del prodotto tutelato

Verifica utilizzo simboli consortili: individuando imprecisioni fotografiche che riguardano i Salumi DOP e IGP, relativamente a offerte al consumatore che - pur riportando in modo corretto il nome del prodotto e la descrizione - hanno una fotografia non aggiornata (es. logo consortile vecchio). Questo permette di migliorare l'immagine del sistema di qualità DOP e IGP e di offrire una più completa comunicazione e informazione al consumatore

Grazie all'iniziativa sopra esposta, ISIT ha dunque potuto:

- Conoscere il mercato e le sue specifiche dinamiche: prezzi, promozioni, visibilità dei prodotti a scaffale, target consumatori
- Predisporre un sistema di coordinamento strategico sempre più intenso per quanto concerne le azioni di monitoraggio sul mercato
- Supportare i Consorzi, salvaguardando l'immagine del prodotto e la conseguente percezione del prodotto stesso da parte del consumatore finale: definendo il piano annuale di vigilanza e monitoraggio per ciascun Consorzio; predisponendo gli strumenti necessari per monitorare l'attività quotidiana (software di pianificazione e analisi dell'attività); coordinando l'attività di salvaguardia dei salumi DOP/IGP sui punti vendita GDO e canale tradizionale, a livello nazionale ed estero
- Definire e attuare approcci comuni tra i Consorzi di tutela sulle tematiche legate alla salvaguardia e tutela.
- Salvaguardare le produzioni: identificando e segnalando tempestivamente ai Consorzi utilizzi non conformi delle denominazioni, salvaguardando di conseguenza l'immagine, la reputazione e il valore della IG
- Garantire il consumatore coadiuvando l'intervento dei consorzi per sanare incompletezze nell'esposizione e nella comunicazione al pubblico dei prodotti in commercio che non permettono una chiara identificazione dei prodotti DOP e IGP rispetto a prodotti non a denominazione.

RICERCHE DI MERCATO SUI CANALI DISTRIBUTIVI IN ITALIA

L'iniziativa ha previsto l'acquisto di dati di mercato settore salumi – con rilasci mensili - volti a studiare e monitorare i canali distributivi, con il fine di primario di conoscere l'andamento delle vendite dei prodotti all'interno della Grande Distribuzione Organizzata, ma anche di elaborare considerazioni e riflessioni sui comportamenti e sui processi decisionali dei consumatori e dei distributori.

Le analisi di mercato sono condotte da CIRCANA (ex IRI Information Resources Srl) società leader nel settore e hanno consentito dunque di disporre di informazioni sempre aggiornate sia sui Salumi Tutelati sia sul comparto della salumeria in generale.



I dati di mercato sono rilasciati attraverso il servizio di Retail Tracking, InfoScan per rilevare il sell out nei principali canali della grande distribuzione italiana, per quanto riguarda il Peso Imposto e il Peso Variabile, con il dettaglio di Vendite in Valore e in Volume, Prezzo Medio, % Vendite in Volume in Promozione, trend rispetto al periodo corrispondente dell'anno precedente e, soprattutto, un focus mensile sui salumi DOP e IGP a Peso Imposto.

Avere una fotografia puntuale dello scenario del mercato Italia, su come si posizionano i prodotti all'interno del punto vendita, i prezzi, la penetrazione e i consumi, consente, inoltre, di elaborare importanti considerazioni sull'efficacia delle strategie commerciali adottate dagli operatori e sulla percezione che i consumatori hanno dei prodotti: percezione che è strettamente connessa anche alla dimensione prezzo. Eseguiti 6 rilasci.

Con le RICERCHE DI MERCATO SUI CANALI DISTRIBUTIVI IN ITALIA si sono perseguiti i seguenti obiettivi:

Conoscenza del mercato di riferimento: disponibilità di dati aggiornati su distribuzione, presenza e penetrazione nei canali distributivi

Conoscenza delle abitudini di acquisto del consumatore: conoscere meglio il consumatore, capirne il percepito valoriale rispetto ai salumi DOP e IGP e i driver di acquisto

Focus sui mercati: rilevare e valutare l'efficacia e – soprattutto – gli effetti delle strategie commerciali dei canali distributivi

Salvaguardia delle caratteristiche di qualità dei salumi DOP e IGP: fornire strumenti di supporto alle politiche di valorizzazione dei salumi DOP e IGP; strategie che necessariamente riferiscono e considerano anche la dimensione prezzo e gli elementi che determinano il posizionamento di prodotto che, nel caso dei salumi DOP e IGP dovrebbe essere – per la natura stessa dei prodotti – un posizionamento alto, premium.

Entrando più nel dettaglio delle ricerche effettuate, l'analisi ha riguardato il Peso Variabile (prodotti a banco taglio) e il Peso Imposto (affettati in vaschetta, interi/tranci e cubettati).

Per quanto concerne il **Peso Variabile**, vengono analizzati i canali:

- Iper
- Super
- Iper+Super

e le quattro aree geografiche:

- Nord Ovest
- Nord Est

- Centro + Sardegna
- Sud

con il dettaglio di:

- Vendite in Valore
- Vendite in Volume
- Prezzo Medio
- % Vendite in Volume in Promozione
- trend rispetto al periodo corrispondente dell'anno precedente

Per il **Peso Imposto**, vengono analizzati i canali:

- Iper
- Super
- Libero Servizio Piccolo

con i dettagli delle quattro aree geografiche e il canale Discount oltre a Totale Italia + Discount, con il dettaglio di:

- Vendite in Valore e in Volume
- Prezzo Medio
- % Vendite in Volume in Promozione
- trend rispetto al periodo corrispondente dell'anno precedente.

Con riferimento al solo Peso Imposto viene rilevato un focus specifico DOP e IGP su:

- ✓ Bresaola della Valtellina
- ✓ Finocchiona
- ✓ Mortadella Bologna
- ✓ Prosciutto di Carpegna
- ✓ Prosciutto di Modena
- ✓ Prosciutto di Norcia
- ✓ Prosciutto di Parma
- ✓ Prosciutto di San Daniele
- ✓ Prosciutto Toscano
- ✓ Salame Brianza
- ✓ Salame di Varzi
- ✓ Salame Felino
- ✓ Salamini Italiani alla Cacciatora
- ✓ Salumi di Calabria (Capocollo di Calabria, Pancetta di Calabria, Soppressata di Calabria, Salsiccia di Calabria)
- ✓ Salumi Piacentini (Coppa Piacentina, Salame Piacentino, Pancetta Piacentina)
- ✓ Speck Alto Adige

Sono stati elaborati 6 Report relativi ai mesi gennaio-febbraio-marzo-aprile-maggio-giugno 2024 inviati mensilmente ai Consorzi e alle aziende, così strutturati:

- Report ppt con grafici e tabelle
- Report excel Peso Imposto
- Report excel Peso Variabile



MERCATO SALUMI: PESO IMPOSTO E PESO VARIABILE

Giugno 2024

Focus Peso Imposto salumi DOP e IGP



con il contributo Masaf
DM 0291647 del 6.6.2023

Totale Peso Variabile+Peso Imposto: Agenda

PESO VARIABILE

Geo: Ipermercati + Supermercati + SPT, Aree, Canali (Iper, Super)

Misure: Vendite in Valore, Vendite in Volume, Prezzo Medio in Volume, % Vendite in Volume In Promozione; trend vs periodo corrispondente anno precedente

Prodotti rilevati: Banco taglio

Il totale salumi è dato da una selezione chiusa di categorie: cotto, crudo, salame, mortadella, speck, bresaola, coppa, pancetta, arrostiti

Periodo: Ultimi 12 mesi

FONTE: Circana

PESO IMPOSTO

Geo: Totale Italia+ Discount, Ipermercati + Supermercati +Libero Servizio Piccolo, Aree, Canali

Misure: Vendite in Valore, Vendite in Volume, Prezzo Medio in Volume, % Vendite in Volume In Promozione; trend vs periodo corrispondente anno precedente

Prodotti rilevati: affettati in vaschetta, interi/tranci, cubettati, snack

Periodo: Ultimi 12 mesi

FONTE: Circana

DOP/IGP - PESO IMPOSTO

Geo: Totale Italia+ Discount

Misure: Vendite in Valore, Vendite in Volume, trend vs periodo corrispondente anno precedente

Prodotti rilevati: Prodotti a denominazione e NON: Prosciutto crudo (di Carpegna, Toscano, Modena, Parma, San Daniele, Culatello di Zibello); Salame (Brianza, Varzi, Felino); Mortadella (Bologna); Speck (IGP); Bresaola (Valtellina); Salamini (Cacciatore); Lardo (Colonnata); Arrostiti, Coppa, Guanciale, Altri salumi, Misti; Salumi Piacentini Dop, Salumi di Calabria Dop.

Periodo: Ultimi 12 mesi

FONTE: ISIT su elaborazione dati Circana

SALUMI

Peso Imposto e Peso Variabile

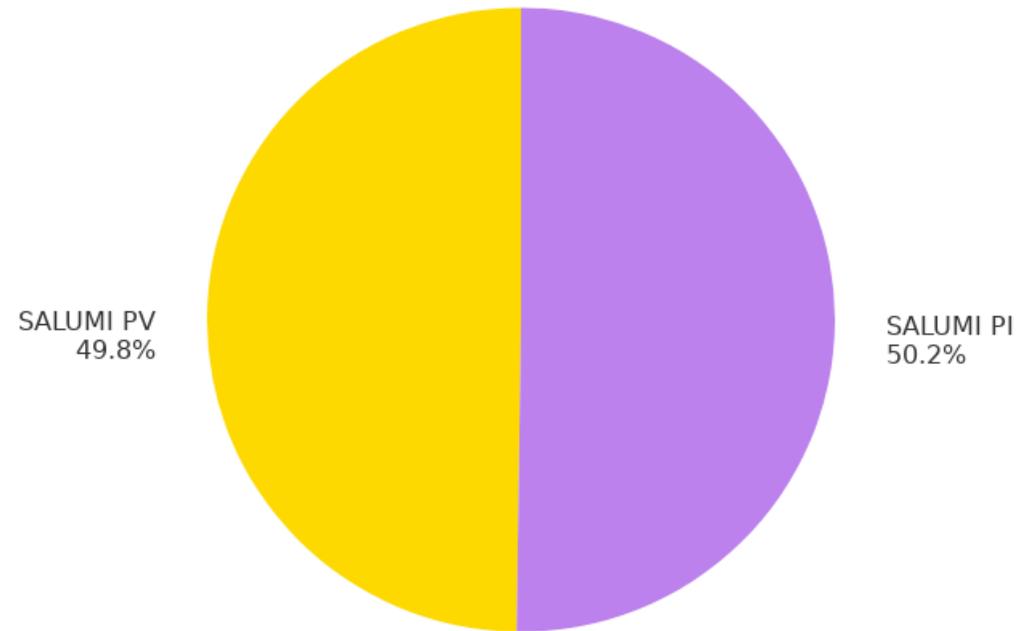
Geo:

- *Peso Imposto Totale Italia (incl. Discount)*
- *Peso Variabile Iper+Super+Superette*

Ultimi 12 mesi terminanti a: Mese al 30-06-2024

Totale Peso Variabile+Peso Imposto: quota a volume

	Vendite in Volume	Var % Volume
T PI + PV	379.953.343	-0,3%
PI (T Ita+Disc)	190.823.001	-0,2%
PV (IS+SPT)	189.130.341	-0,5%

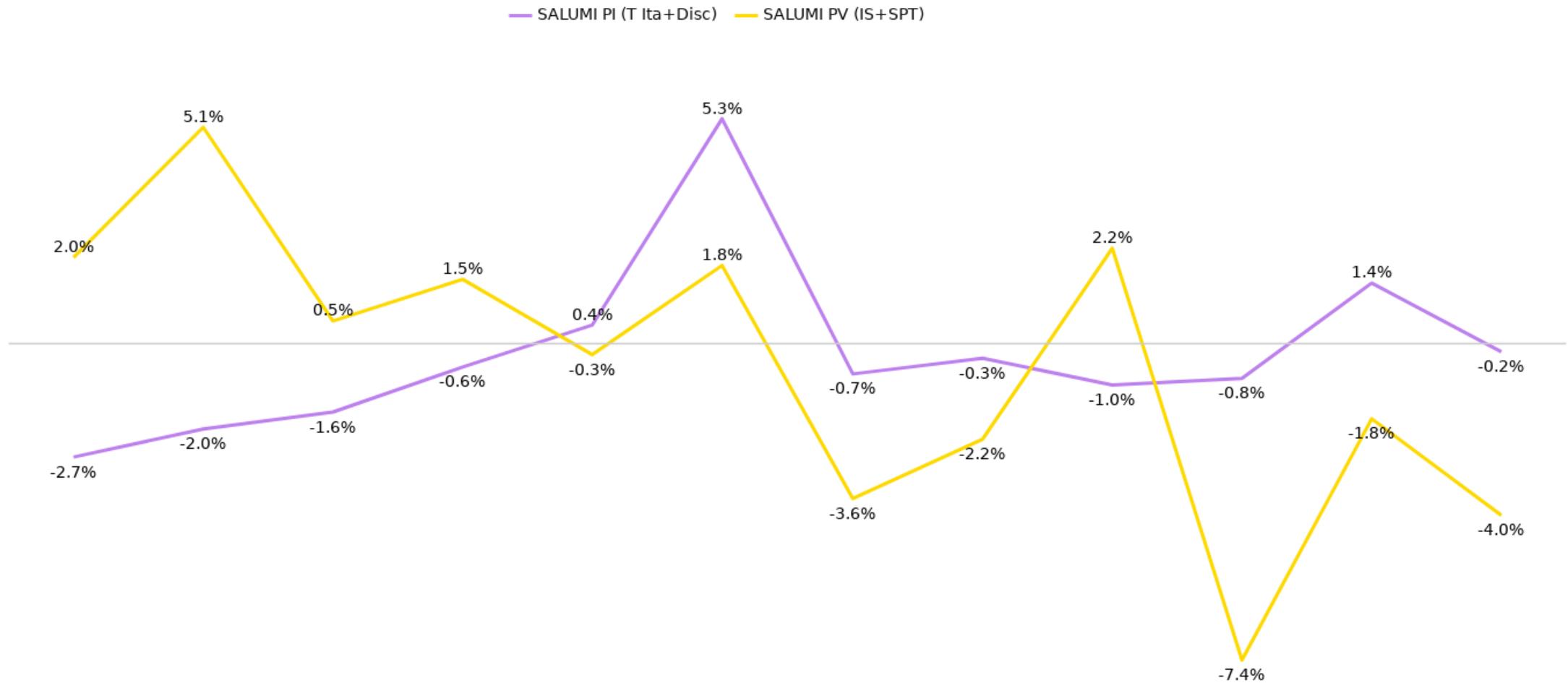


Totale Peso Variabile+Peso Imposto: vendite salumi a volume (kg)

SALUMI PI SALUMI PV



Peso Variabile+Peso Imposto: vendite salumi a volume (trend)



	Mese al											
	30-07-2023	27-08-2023	01-10-2023	29-10-2023	26-11-2023	31-12-2023	28-01-2024	25-02-2024	31-03-2024	28-04-2024	26-05-2024	30-06-2024
SALUMI PI (T Ita+Disc)	-2.7%	-2.0%	-1.6%	-0.6%	0.4%	5.3%	-0.7%	-0.3%	-1.0%	-0.8%	1.4%	-0.2%
SALUMI PV (IS+SPT)	2.0%	5.1%	0.5%	1.5%	-0.3%	1.8%	-3.6%	-2.2%	2.2%	-7.4%	-1.8%	-4.0%

SALUMI: Aree Geografiche

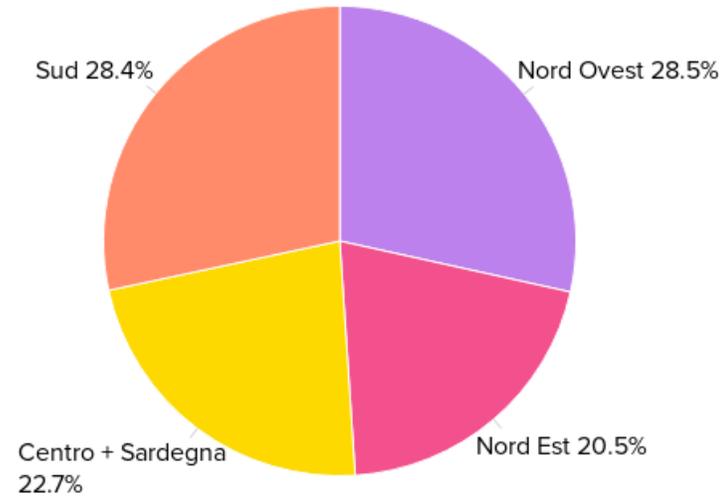
Geo:

- *Peso Imposto Iper+Super+LSP*
- *Peso Variabile Iper+Super+SPT*

Ultimi 12 mesi terminanti a: Mese al 30-06-2024

Totale Peso Variabile+Peso Imposto Sales Location in Volume

	Vendite in Volume	Var % Volume
Tot Italia	288.500.198	-0,3%
Nord-Ovest	82.180.406	-1,5%
Nord-Est	59.066.327	-0,7%
Centro + Sardegna	65.406.493	0,5%
Sud	81.846.972	0,5%



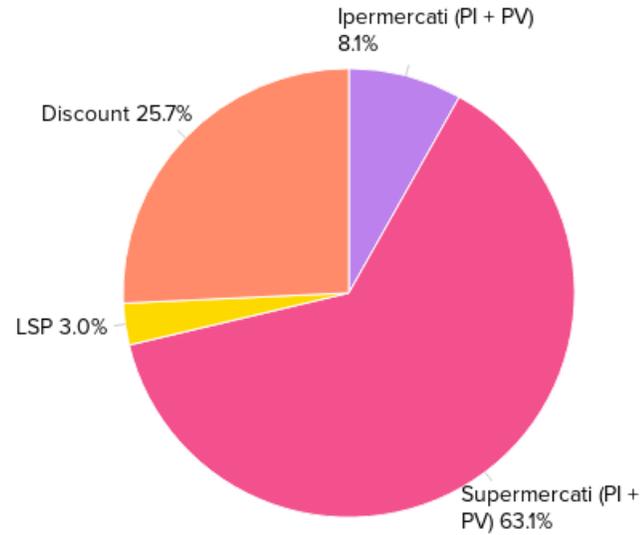
SALUMI: Canali (Store format)

Geo: - *Peso Imposto IS+LSP+Discount*
- *Peso Variabile Iper+Super*

Ultimi 12 mesi terminanti a: Mese al 30-06-2024

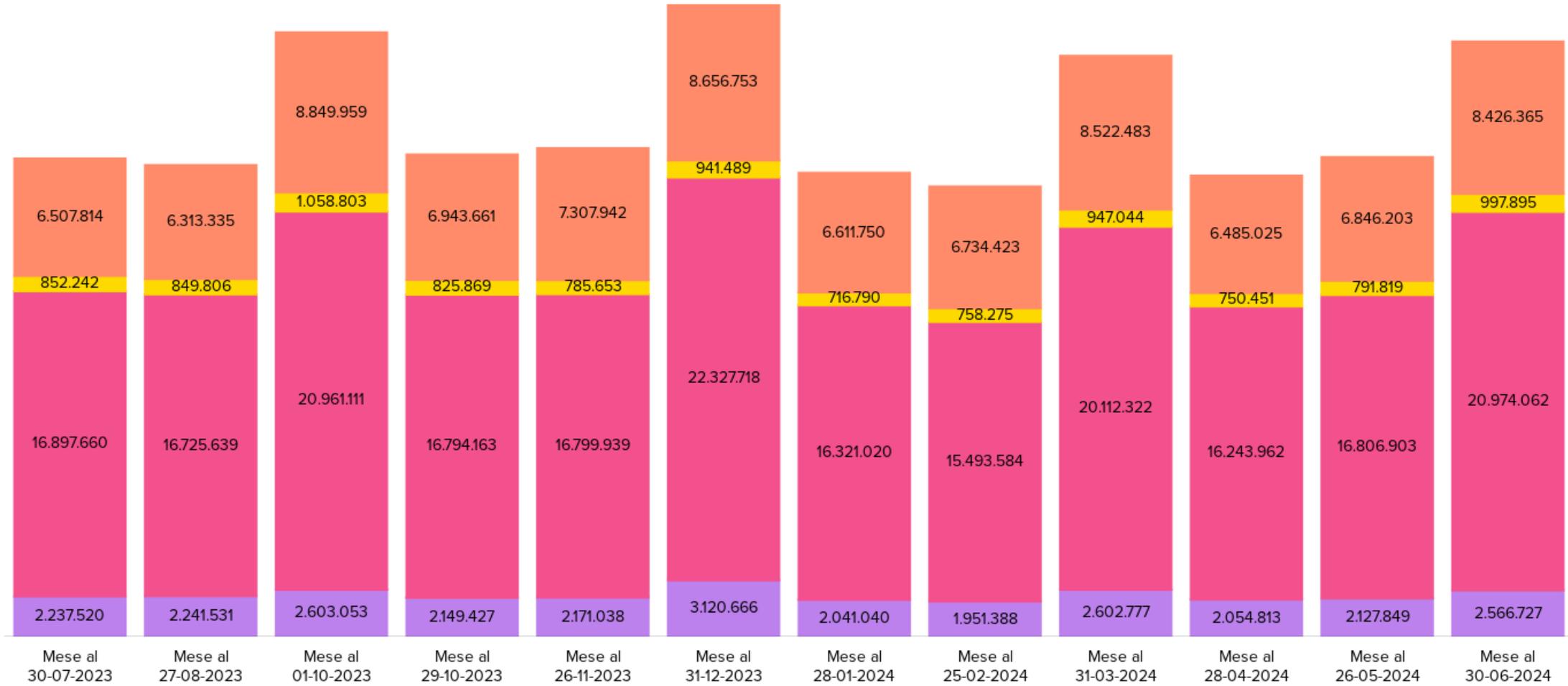
Totale Peso Variabile+Peso Imposto Sales Location in Volume

	Vendite in Volume	Var % Volume
Totale	342.807.764	-0,0%
Iper	27.867.829	-4,1%
Super	216.458.084	0,8%
LSP	10.276.136	-2,8%
Discount	88.205.715	-0,3%



Totale Peso Variabile+Peso Imposto vendite salumi a volume (kg) nei canali

■ Ipermercati (PI+PV)
 ■ Supermercati (PI+PV)
 ■ LSP PI
 ■ Discount PI



SALUMI: Dettaglio Categorie

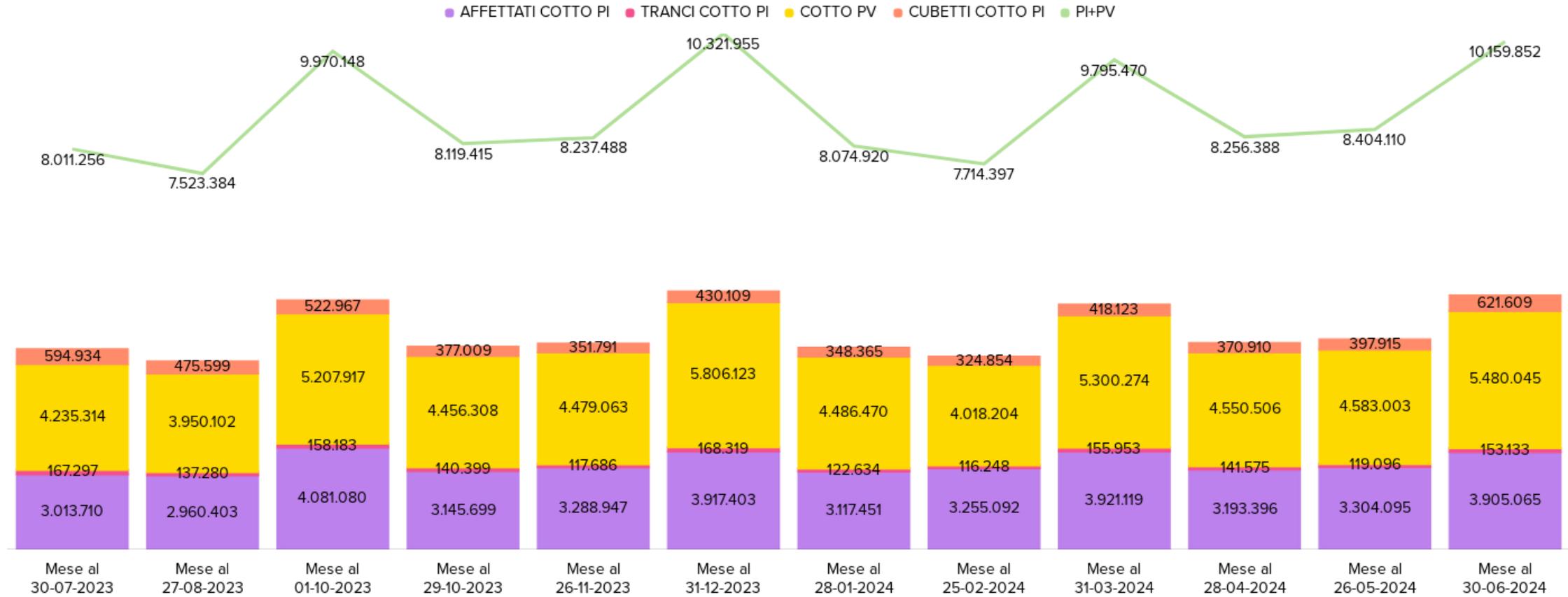
Geo:

- *Peso Imposto Totale Italia (incl. Discount)*
- *Peso Variabile Iper+Super+Superette*

Ultimi 12 mesi terminanti a: Mese al 30-06-2024

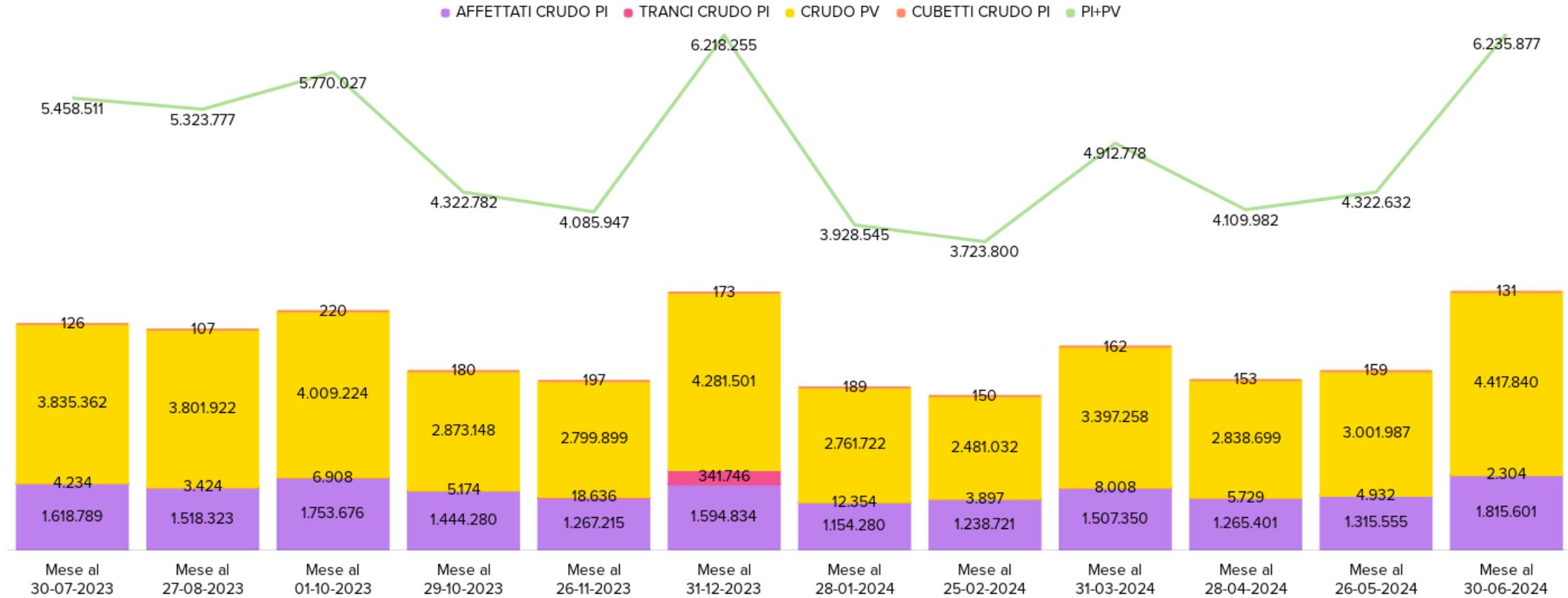
Dettaglio categorie: PROSCIUTTO COTTO | VOLUME

	Vendite In Volume	Var % Volume
Prosciutto Cotto (PI+PV), Ultimi 12 mesi	104.588.781	0,6%



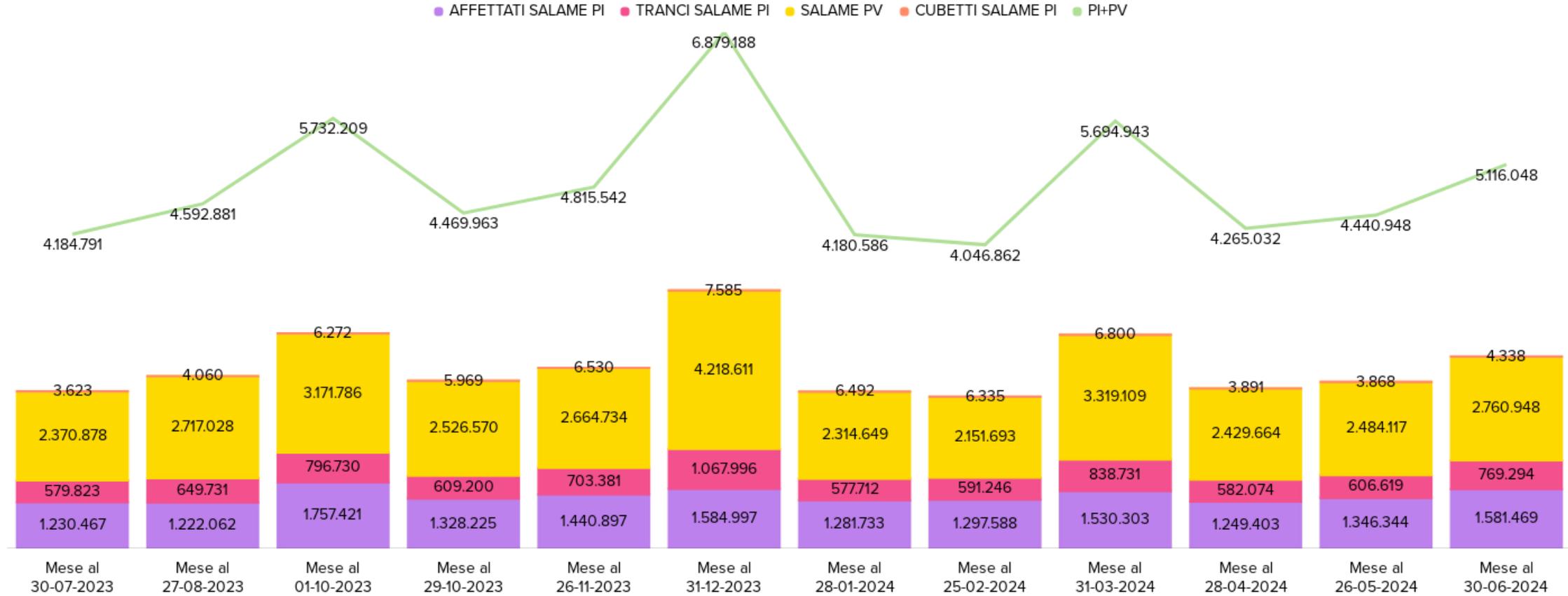
Dettaglio categorie: PROSCIUTTO CRUDO | VOLUME

	Vendite in Volume	Var % Volume
Prosciutto Crudo (PI+PV), Ultimi 12 mesi	58.412.910	-3,8%



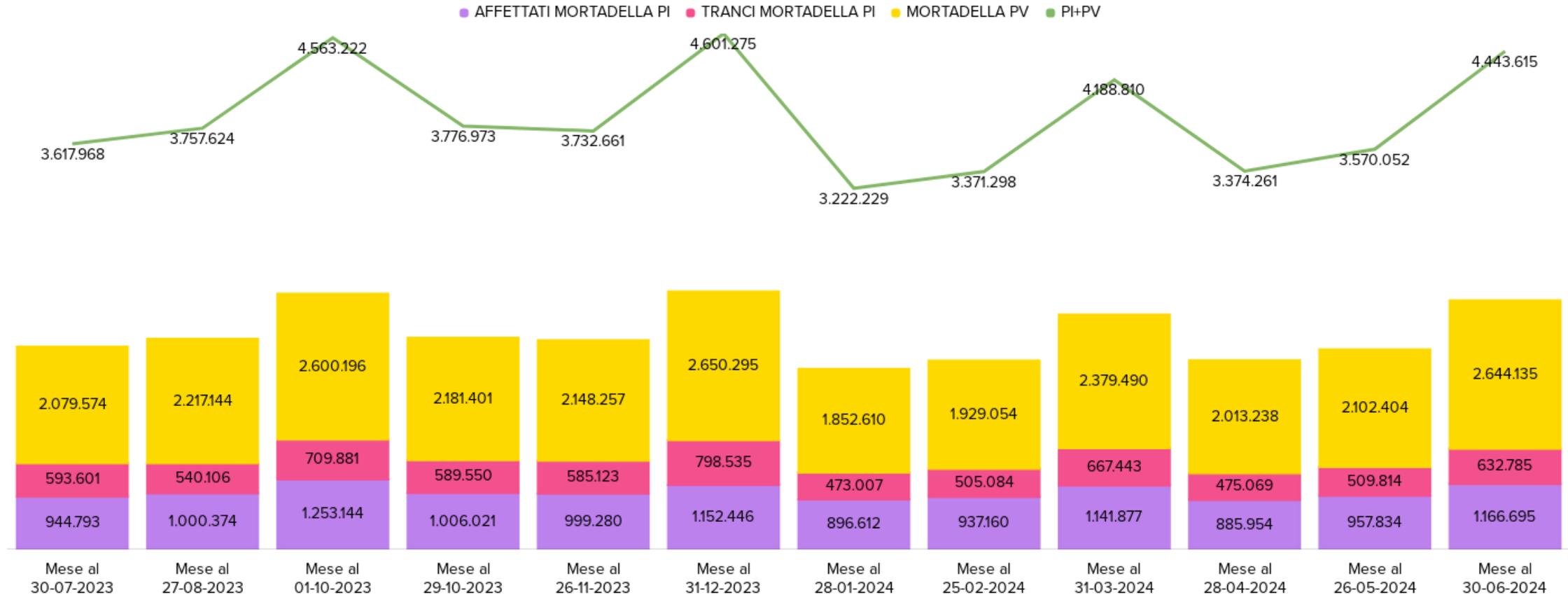
Dettaglio categorie: SALAME | VOLUME

	Vendite in Volume	Var % Volume
Salame (PI+PV), Ultimi 12 mesi	58.418.995	-3,0%



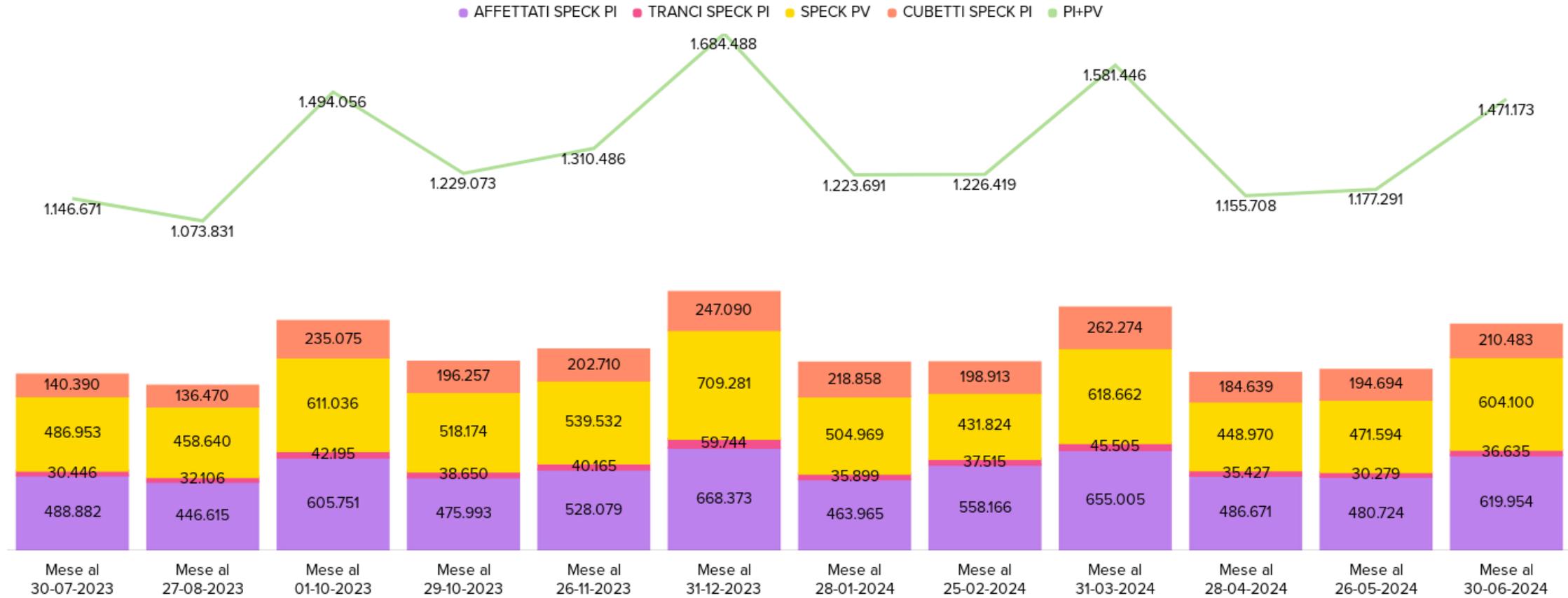
Dettaglio categorie: MORTADELLA | VOLUME

	Vendite in Volume	Var % Volume
Mortadella (PI+PV), Ultimi 12 mesi	46.219.987	-0,9%



Dettaglio categorie: SPECK | VOLUME

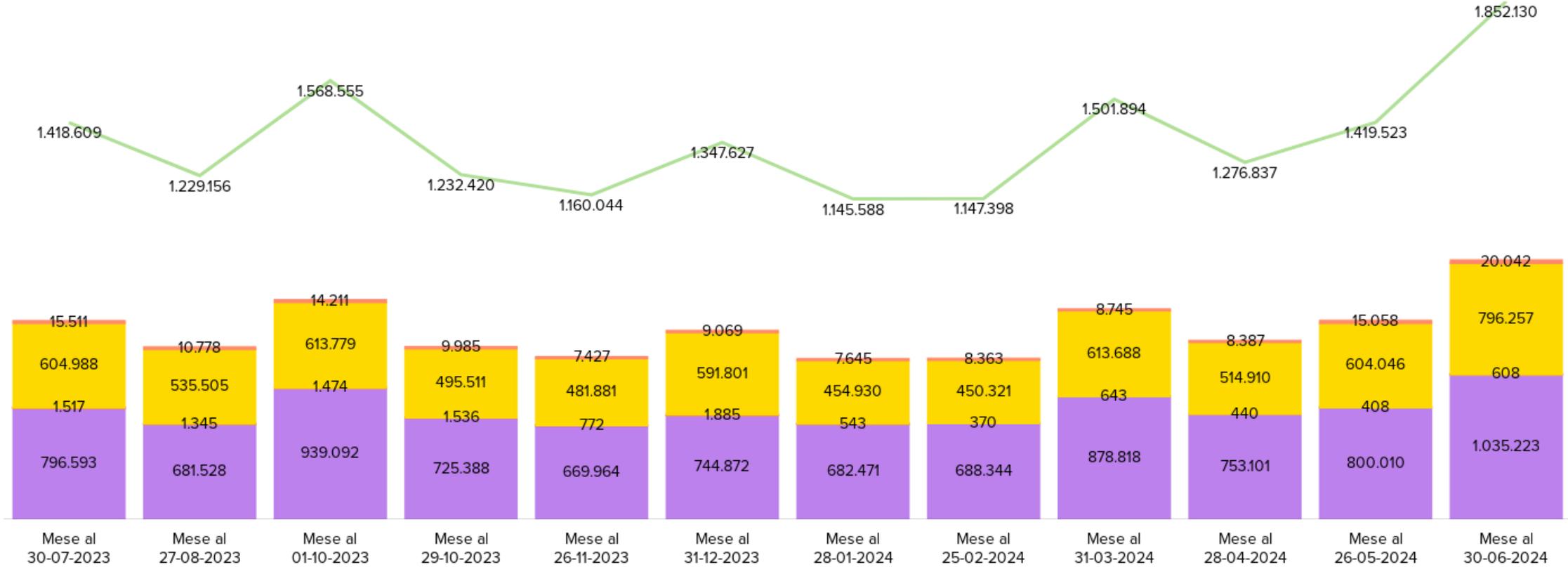
	Vendite in Volume	Var % Volume
Speck (PI+PV), Ultimi 12 mesi	15.774.332	2,3%



Dettaglio categorie: BRESAOLA | VOLUME

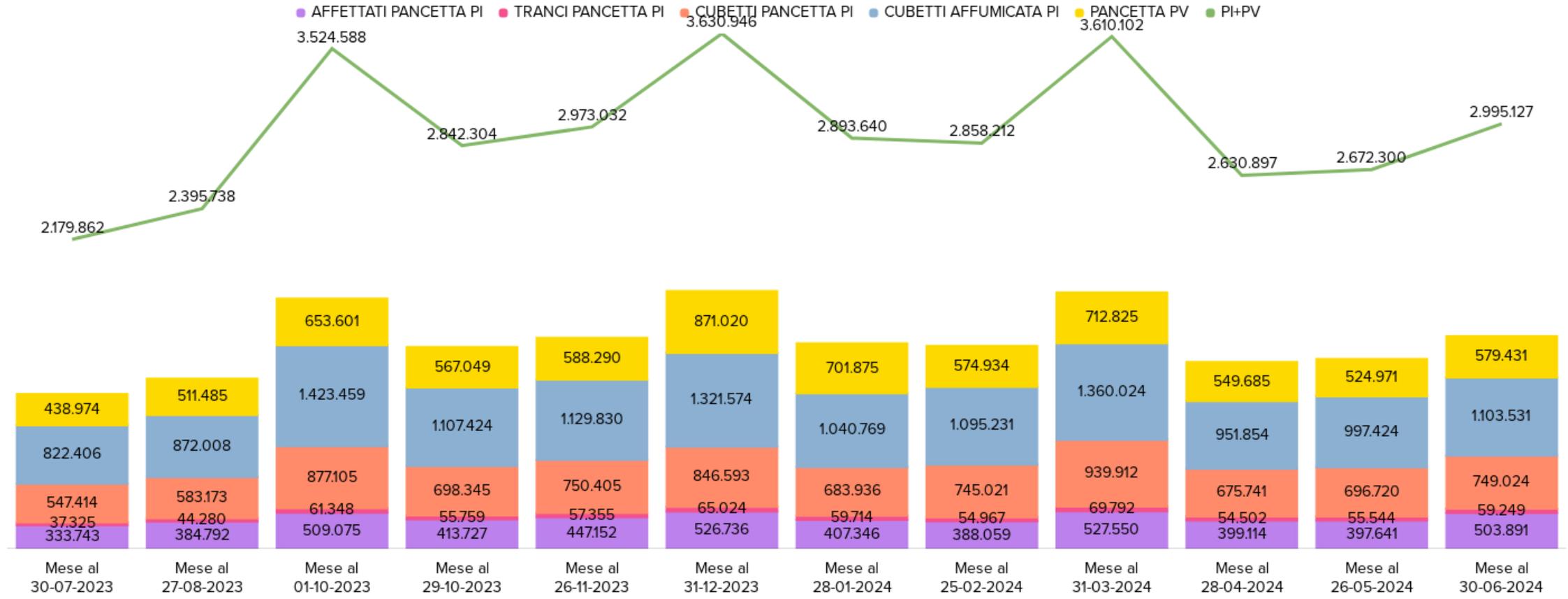
	Vendite in Volume	Var % Volume
Bresaola (PI+PV), Ultimi 12 mesi	16.299.781	6,0%

● AFFETTATI BRESAOLA PI
 ● TRANCI BRESAOLA PI
 ● BRESAOLA PV
 ● CUBETTI BRESAOLA PI
 ● PI+PV



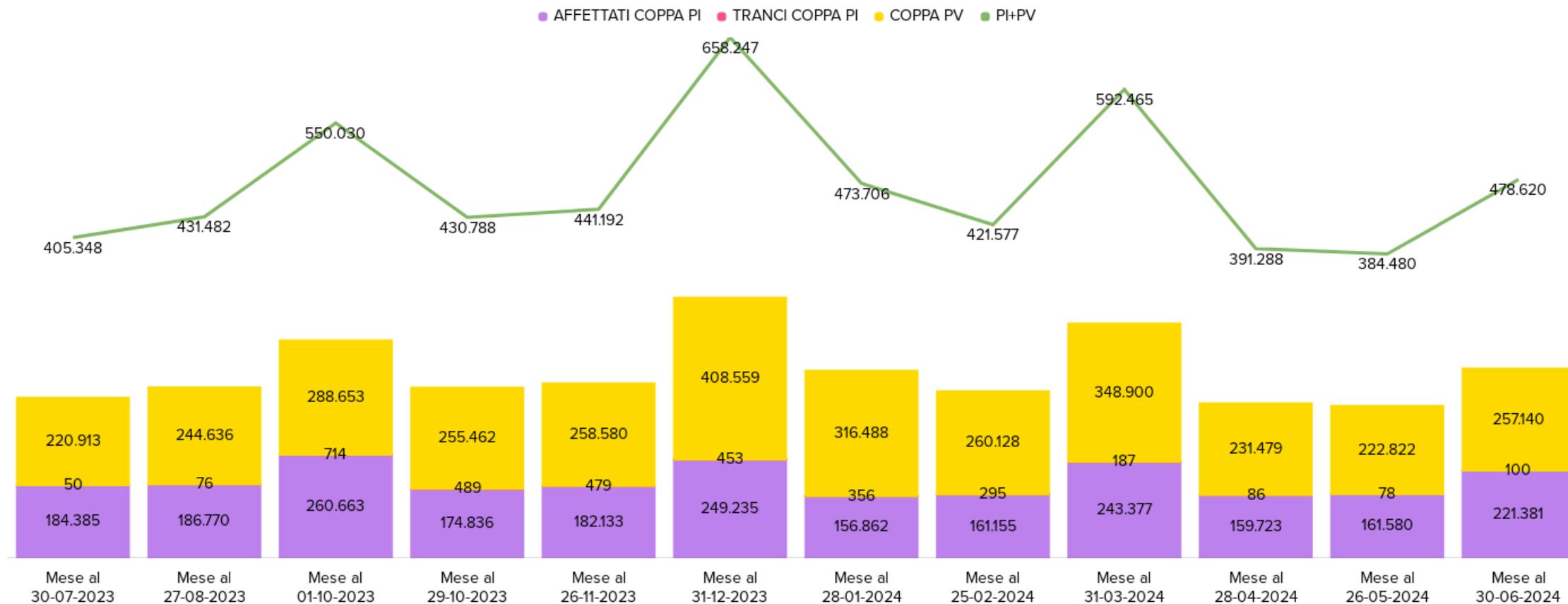
Dettaglio categorie: PANCETTA | VOLUME

	Vendite in Volume	Var % Volume
Pancetta (PI+PV), Ultimi 12 mesi	35.206.748	-1,0%



Dettaglio categorie: COPPA | VOLUME

	Vendite In Volume	Var % Volume
Coppa (PI+PV), Ultimi 12 mesi	5.659.223	-4,1%



SALUMI A PESO IMPOSTO: Focus su DOP/IGP

Geo:

- *Peso Imposto Totale Italia (incl. Discount)*
- *Peso Variabile IS+SPT*

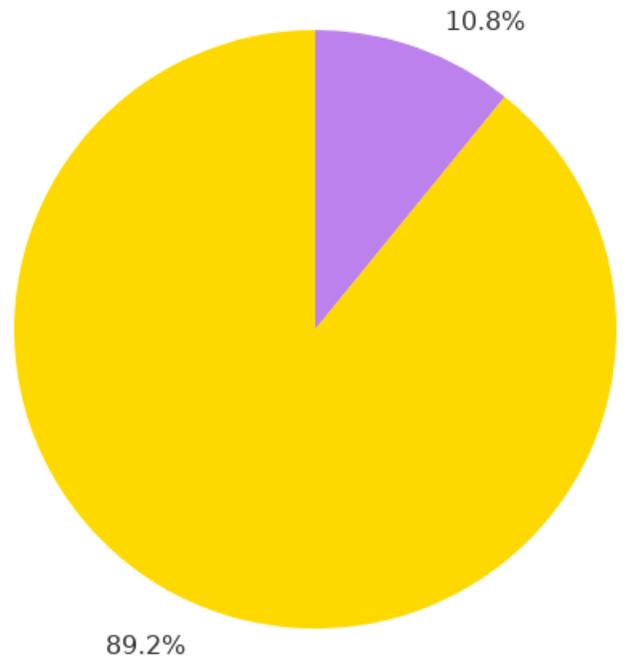
Time:

- *Ultimi 12 mesi terminanti a: Mese al 30-06-2024*
- *Ultime 13 settimane aggiornate a: Settimana al 30-06-2024*

Salumi a Peso Imposto | FOCUS DOP/IGP

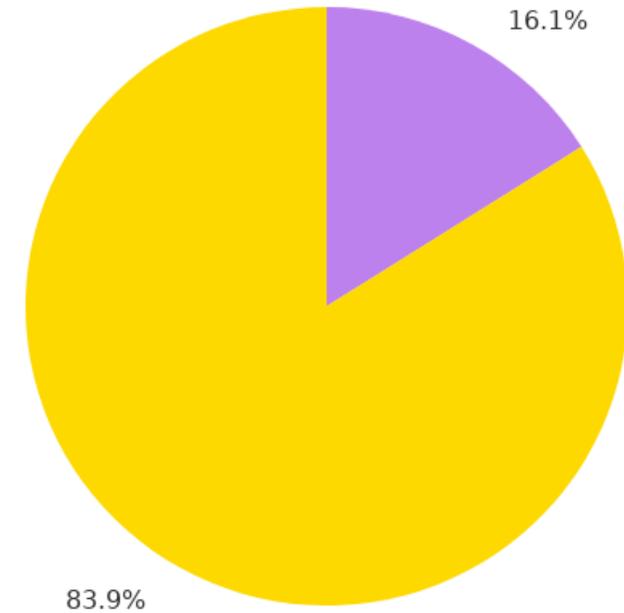
	Vendite in Volume	Var % Vendite in Volume vs AP	Vendite in Valore	Var % Vendite in Valore vs AP
T MERCATO (No Wurstel)	190.823.001	-0,2%	3.510.630.492	1,7%
T Salumi a DENOMINAZIONE	20.671.755	-0,2%	563.586.208	1,0%
T Salumi NON a DENOMINAZIONE	170.151.247	-0,2%	2.947.044.285	1,9%

Q.ta Volume



■ A DENOMINAZIONE ■ NON A DENOMINAZIONE

Q.ta Valore

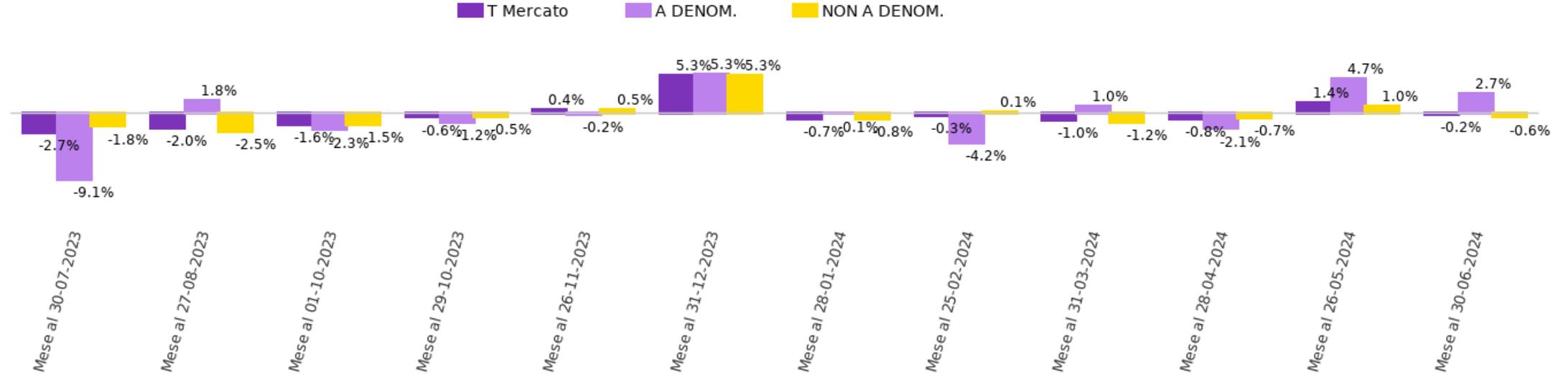


■ A DENOMINAZIONE ■ NON A DENOMINAZIONE

Salumi a Peso Imposto | FOCUS DOP/IGP

Vendite in Volume

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
T MERCATO (No Wurstel)	14.536.969	14.104.890	19.184.209	14.994.871	15.268.388	18.541.633	14.178.188	14.516.621	18.181.440	14.181.535	14.849.059	18.285.200
T Salumi a DENOMINAZIONE	1.575.956	1.619.865	2.056.833	1.612.380	1.553.634	2.034.976	1.467.239	1.519.470	1.978.785	1.517.431	1.651.464	2.083.724
T Salumi NON a DENOMINAZIONE	12.961.013	12.485.025	17.127.376	13.382.491	13.714.754	16.506.657	12.710.949	12.997.150	16.202.655	12.664.104	13.197.595	16.201.476



Vendite Vol Var % vs AP T Mercato	-2.7%	-2.0%	-1.6%	-0.6%	0.4%	5.3%	-0.7%	-0.3%	-1.0%	-0.8%	1.4%	-0.2%
Vendite Vol Var % vs AP A DENOM.	-9.1%	1.8%	-2.3%	-1.2%	-0.2%	5.3%	-0.1%	-4.2%	1.0%	-2.1%	4.7%	2.7%
Vendite Vol Var % vs AP NON A DENOM.	-1.8%	-2.5%	-1.5%	-0.5%	0.5%	5.3%	-0.8%	0.1%	-1.2%	-0.7%	1.0%	-0.6%

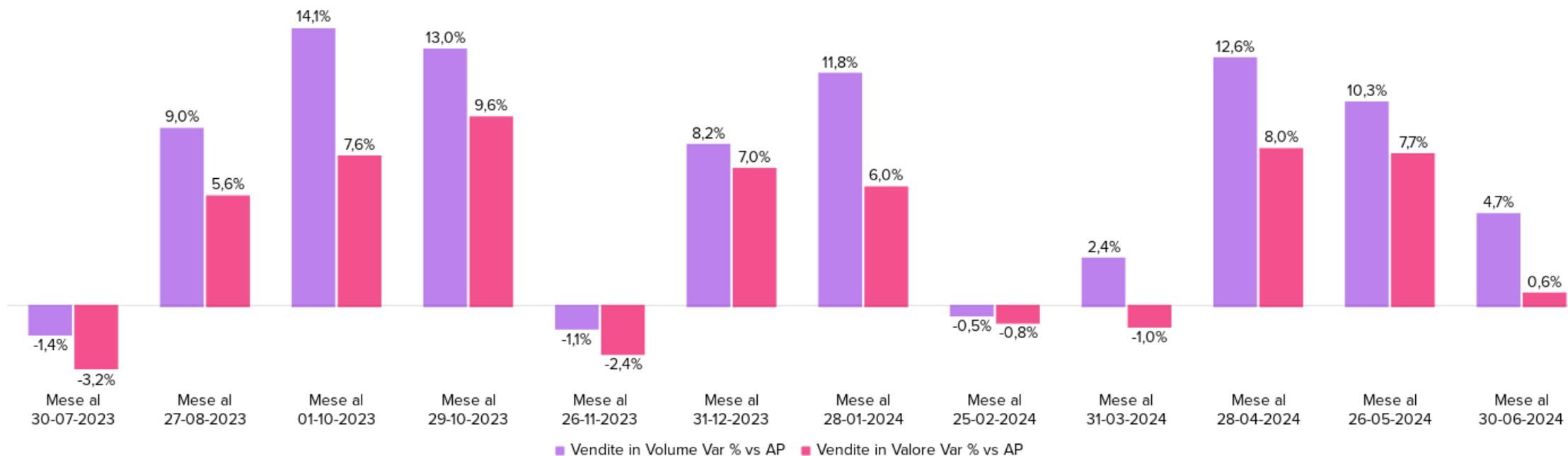
Salumi a Peso Imposto | BRESAOLA DELLA VALTELLINA IGP

T Bresaola della Valtellina IGP

V VOL	Var % VOL
4.630.850	6,8%

V VAL	Var % VAL
169.620.839	3,5%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	354.511	336.948	492.019	358.958	313.352	346.825	333.269	353.816	451.468	367.858	404.939	516.887
Vendite in Valore	13.532.003	12.749.815	17.828.747	13.133.624	11.639.811	13.136.410	12.250.633	12.725.761	16.324.242	13.420.535	14.459.632	18.419.626



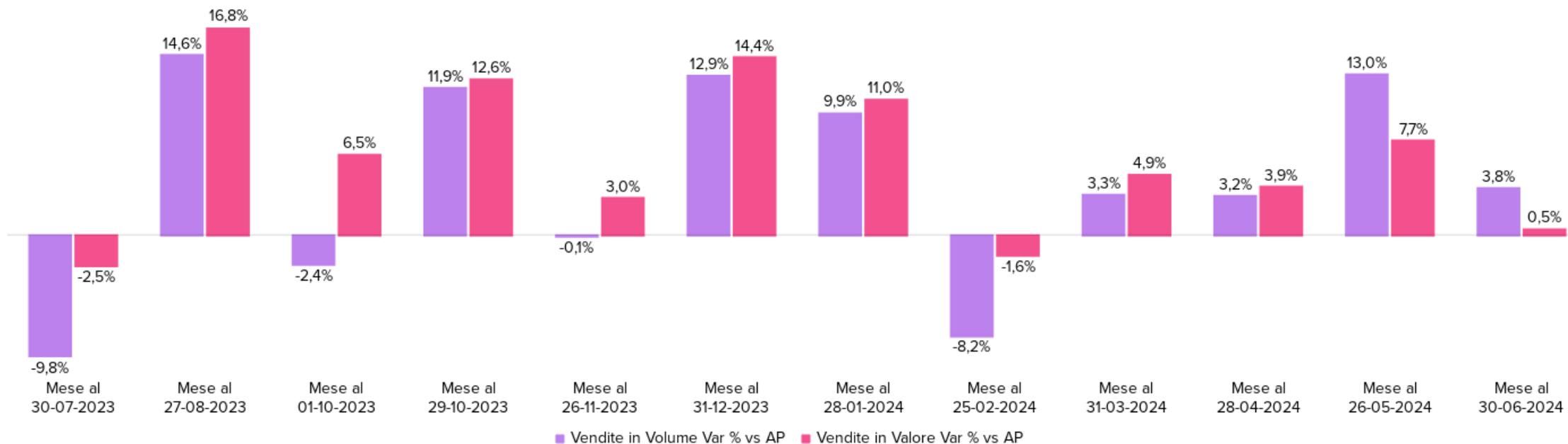
Salumi a Peso Imposto | MORTADELLA BOLOGNA IGP

T Mortadella Bologna IGP

V VOL	Var % VOL
5.009.090	3,9%

V VAL	Var % VAL
74.292.675	6,2%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	377.857	411.257	488.220	417.399	378.194	475.369	384.670	385.920	460.564	366.560	397.767	465.313
Vendite in Valore	5.679.797	6.058.799	7.347.803	5.980.560	5.572.264	7.112.803	5.613.591	5.808.138	6.916.937	5.511.822	5.824.164	6.865.998



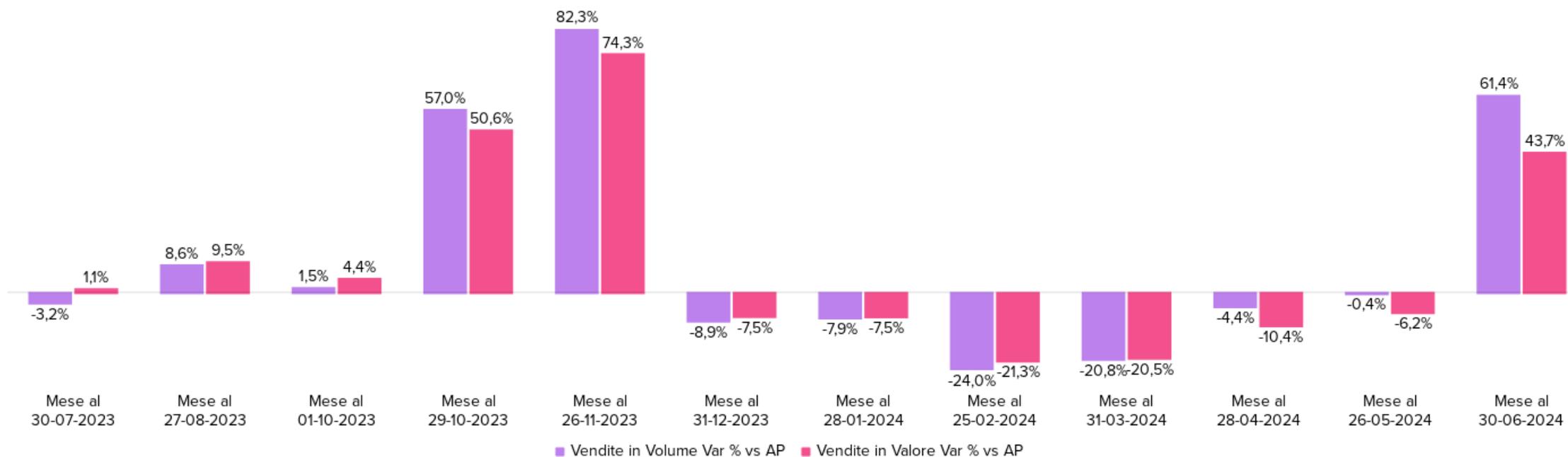
Salumi a Peso Imposto | PROSCIUTTO DI CARPEGNA DOP

T Prosciutto di Carpegna DOP

V VOL	Var % VOL
73.072	12,0%

V VAL	Var % VAL
4.200.340	9,4%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	5.613	7.212	6.854	6.794	8.869	5.856	3.837	3.918	4.455	3.702	4.451	11.510
Vendite in Valore	350.602	422.269	407.627	381.521	480.998	337.692	232.076	232.319	264.894	214.997	256.328	619.018



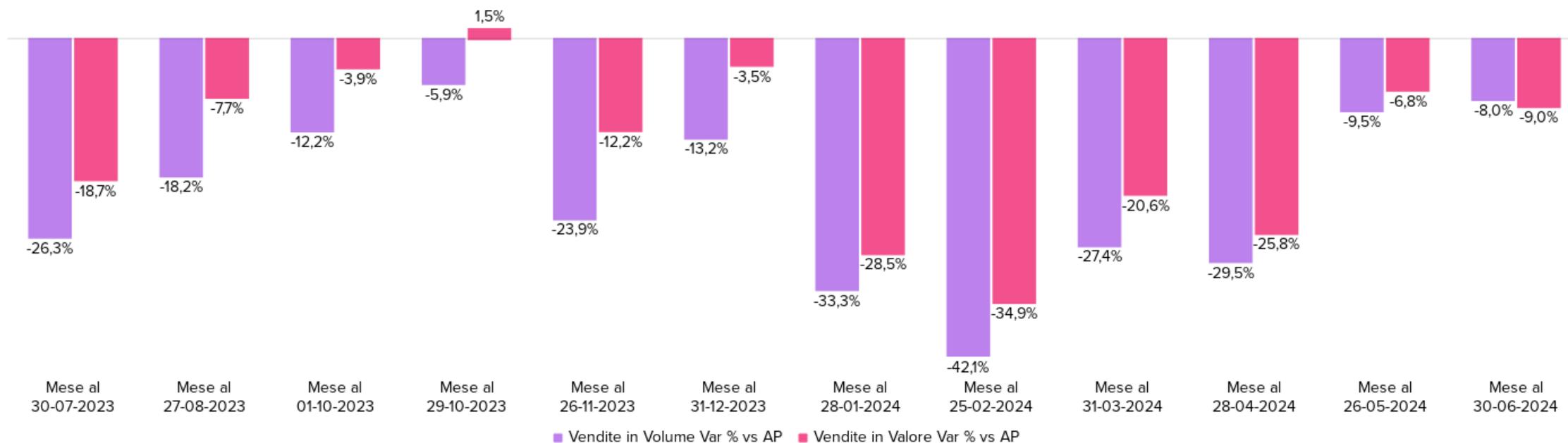
Salumi a Peso Imposto | PROSCIUTTO DI MODENA DOP

T Prosciutto di Modena DOP

V VOL	Var % VOL
64.855	-20,4%

V VAL	Var % VAL
3.151.810	-13,7%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	6.872	7.514	6.859	4.880	4.906	5.816	3.278	3.495	4.960	3.868	4.906	7.500
Vendite in Valore	335.282	363.955	337.864	239.358	238.293	280.427	159.291	173.794	241.260	189.533	237.327	355.425



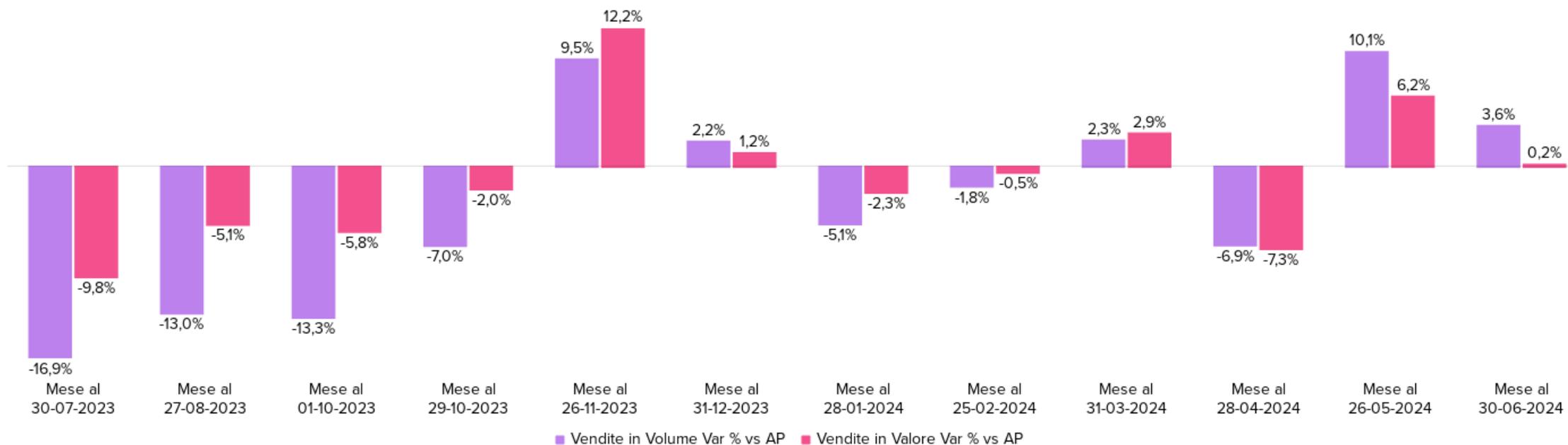
Salumi a Peso Imposto | PROSCIUTTO DI PARMA DOP

T Prosciutto di Parma DOP

V VOL	Var % VOL
1.764.822	-3,7%

V VAL	Var % VAL
77.034.289	-1,3%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	163.276	151.024	171.801	115.415	130.856	177.598	113.257	113.274	156.888	119.503	145.258	206.672
Vendite in Valore	7.375.695	6.816.691	7.604.850	5.202.865	5.826.708	7.426.802	4.971.603	4.967.778	6.858.070	5.174.786	6.196.945	8.611.496



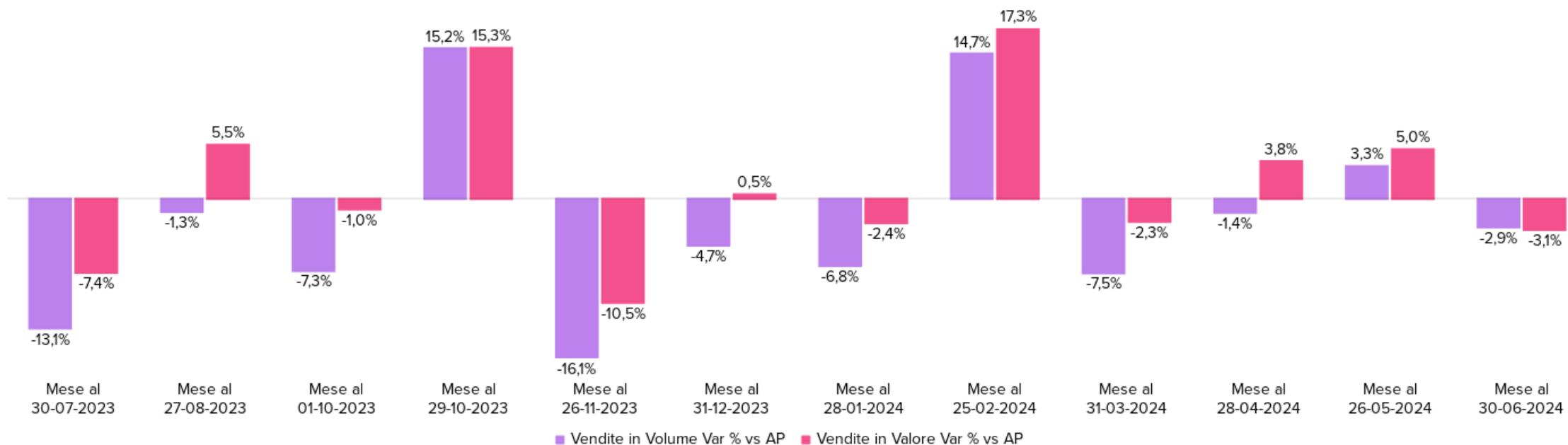
Salumi a Peso Imposto | PROSCIUTTO DI SAN DANIELE DOP

T Prosciutto San Daniele DOP

V VOL	Var % VOL
1.027.232	-3,3%

V VAL	Var % VAL
43.109.799	0,9%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	92.826	100.168	105.880	80.230	68.000	103.698	66.084	71.730	82.293	70.369	78.786	107.169
Vendite in Valore	3.931.109	4.195.318	4.458.385	3.272.479	2.866.225	4.137.992	2.840.123	3.059.554	3.531.496	3.030.765	3.268.878	4.517.475



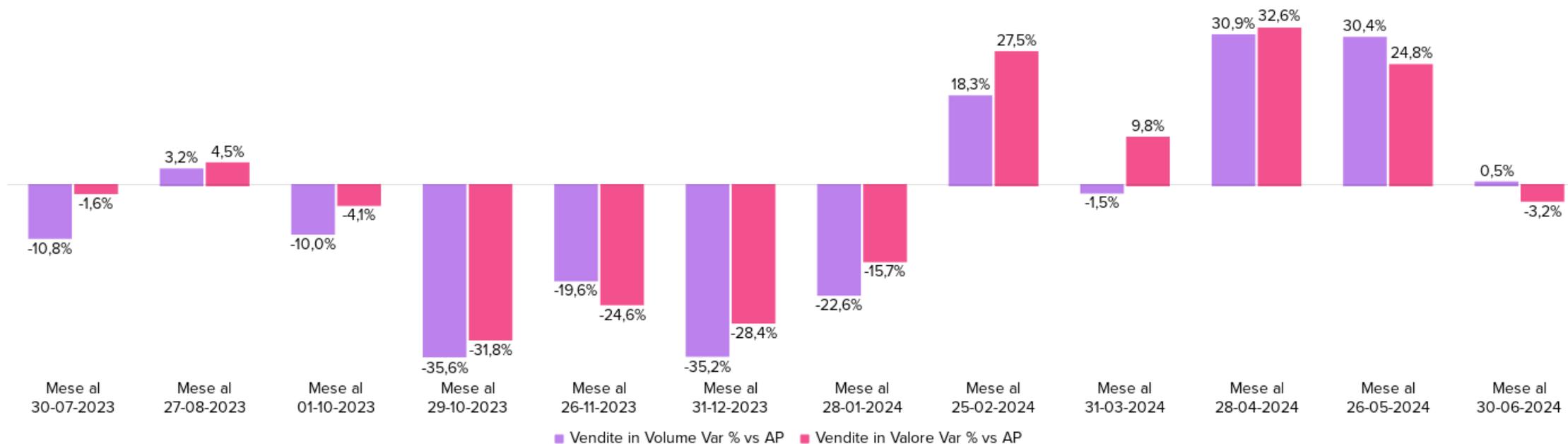
Salumi a Peso Imposto | PROSCIUTTO DI NORCIA IGP

T PROSCIUTTO DI NORCIA IGP

V VOL	Var % VOL
326.135	-7,2%

V VAL	Var % VAL
11.905.334	-3,5%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	25.256	34.241	36.044	20.311	22.155	26.388	19.373	24.068	27.722	29.731	28.858	31.988
Vendite in Valore	988.599	1.221.031	1.292.374	737.687	733.796	1.018.040	694.054	874.639	1.004.144	1.050.470	1.042.455	1.248.045



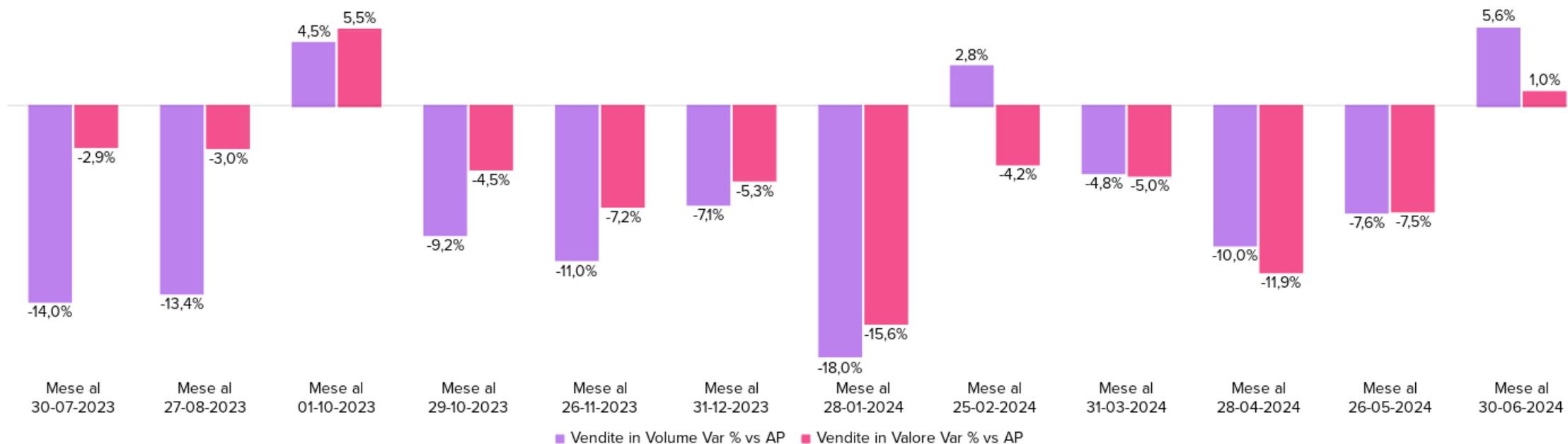
Salumi a Peso Imposto | PROSCIUTTO TOSCANO DOP

T Prosciutto Toscano DOP

V VOL	Var % VOL
225.506	-6,5%

V VAL	Var % VAL
10.847.358	-4,4%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	21.652	20.797	24.180	17.445	15.406	18.452	13.048	16.048	19.055	15.618	16.451	27.353
Vendite in Valore	1.077.758	1.037.032	1.154.591	817.354	752.052	908.122	634.836	713.549	913.998	749.509	804.451	1.284.106



Salumi a Peso Imposto | CULATELLO DI ZIBELLO DOP

T Culatello di Zibello DOP

V VOL	Var % VOL
33.295	-11,2%

V VAL	Var % VAL
3.739.896	-8,7%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	2.970	2.648	3.323	2.412	2.233	4.485	2.102	2.202	3.034	2.310	2.395	3.180
Vendite in Valore	335.211	299.176	374.115	271.753	251.963	493.375	233.621	248.419	342.595	261.146	269.766	358.755



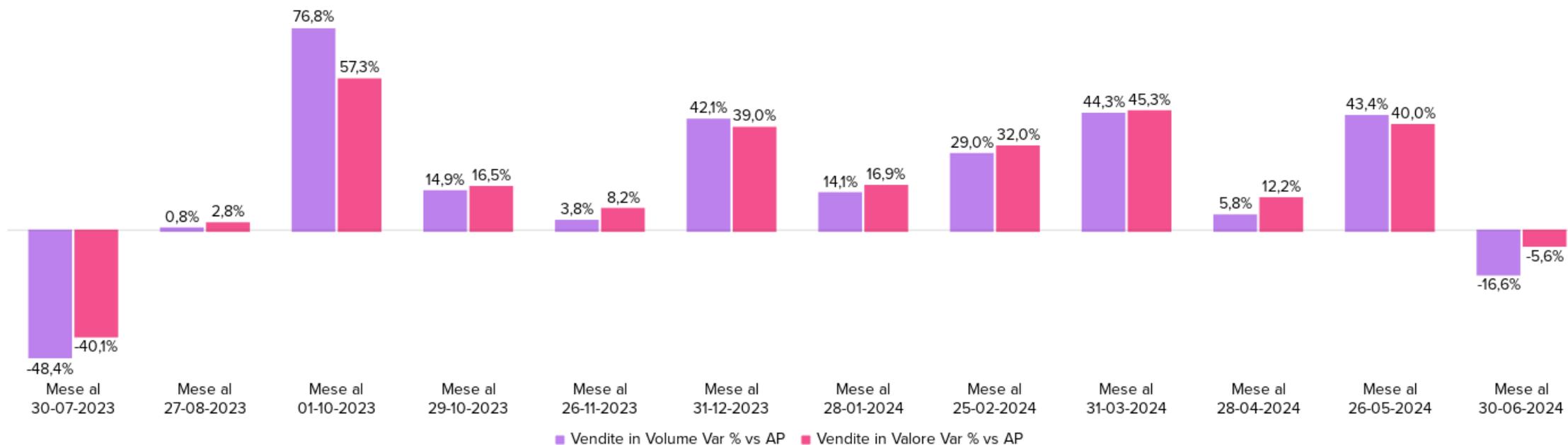
Salumi a Peso Imposto | SALAME BRIANZA DOP

T Salame Brianza DOP

V VOL	Var % VOL
16.274	13,1%

V VAL	Var % VAL
521.334	15,8%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	929	1.027	1.818	872	1.332	2.918	785	835	1.211	1.771	1.457	1.319
Vendite in Valore	31.353	34.668	55.594	29.559	41.660	83.313	27.603	29.123	41.517	55.308	45.675	45.960



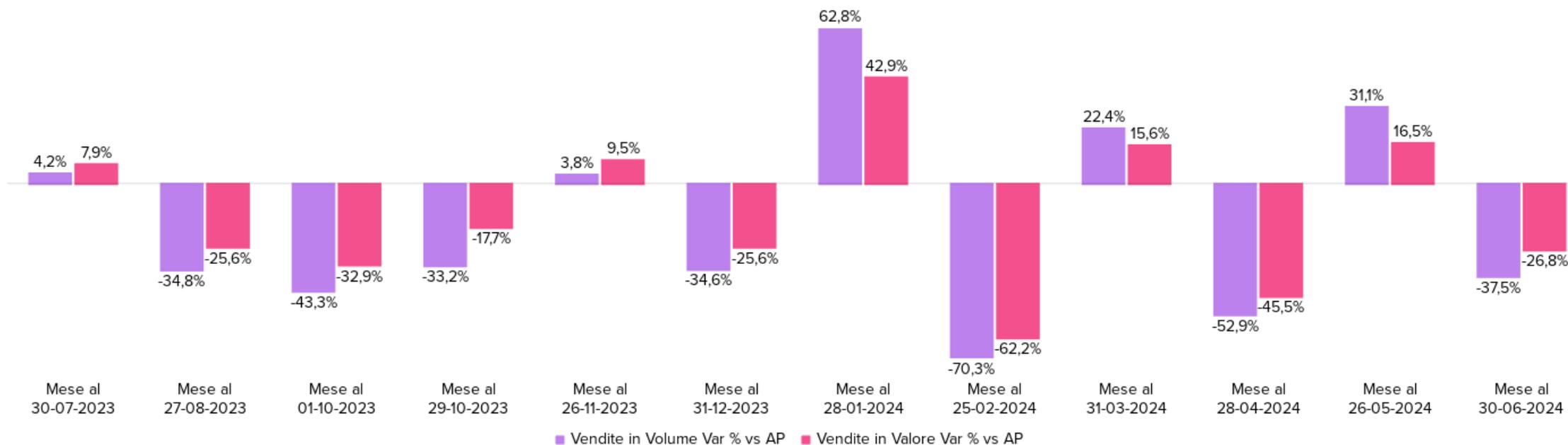
Salumi a Peso Imposto | SALAME DI VARZI DOP

T Salame di Varzi DOP

V VOL	Var % VOL
33.849	-25,7%

V VAL	Var % VAL
1.405.676	-18,7%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	3.992	2.563	2.542	1.992	1.707	4.135	3.006	1.537	4.465	2.238	2.547	3.125
Vendite in Valore	153.712	108.796	114.818	91.116	81.108	169.163	116.612	70.321	168.932	92.852	102.676	135.570



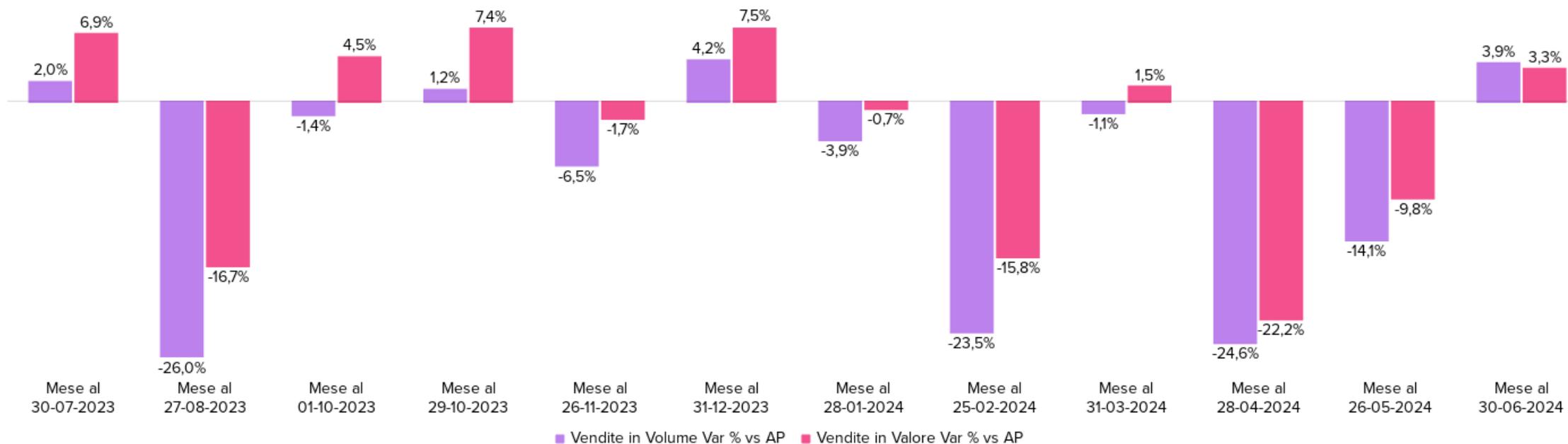
Salumi a Peso Imposto | SALAME FELINO IGP

T Salame Felino IGP

V VOL	Var % VOL
288.377	-7,6%

V VAL	Var % VAL
10.912.995	-2,9%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	26.136	23.644	28.074	24.788	21.440	29.913	17.651	17.848	26.971	19.264	23.039	29.608
Vendite in Valore	972.258	895.606	1.082.840	936.686	814.805	1.135.202	681.265	690.903	1.016.431	730.843	852.165	1.103.991



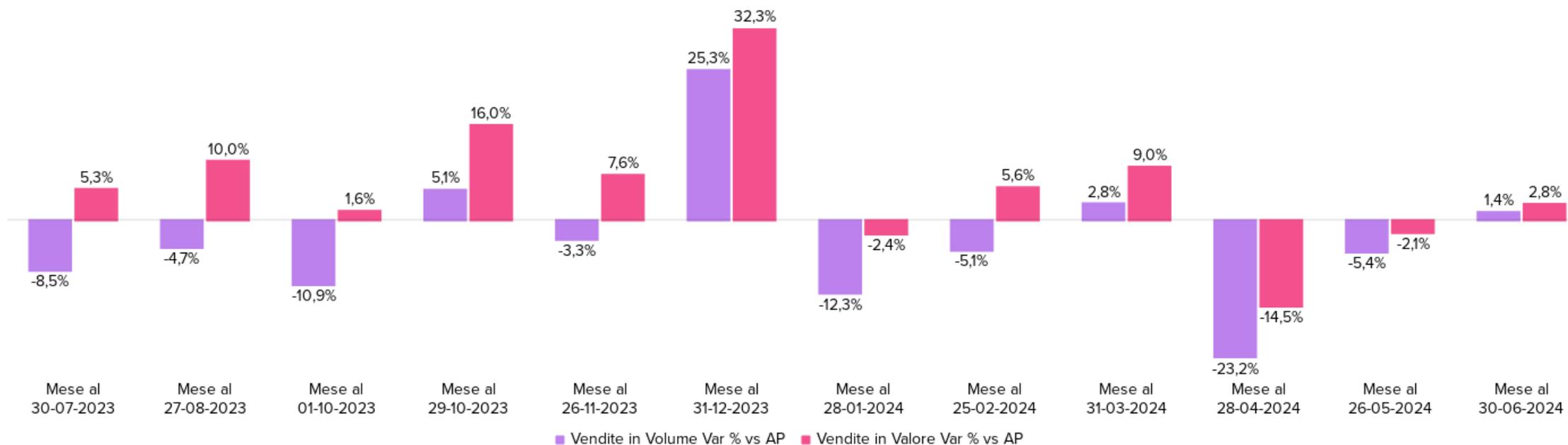
Salumi a Peso Imposto | SALAMINI ITALIANI ALLA CACCIATORA DOP

T Cacciatore Italiano DOP

V VOL	Var % VOL
794.704	-2,5%

V VAL	Var % VAL
14.529.444	6,4%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	51.878	62.368	79.055	65.286	61.572	113.229	52.789	54.221	75.465	53.601	55.449	69.791
Vendite in Valore	984.025	1.152.051	1.465.223	1.197.352	1.136.381	1.914.295	975.946	1.019.208	1.359.138	984.633	1.038.057	1.303.134

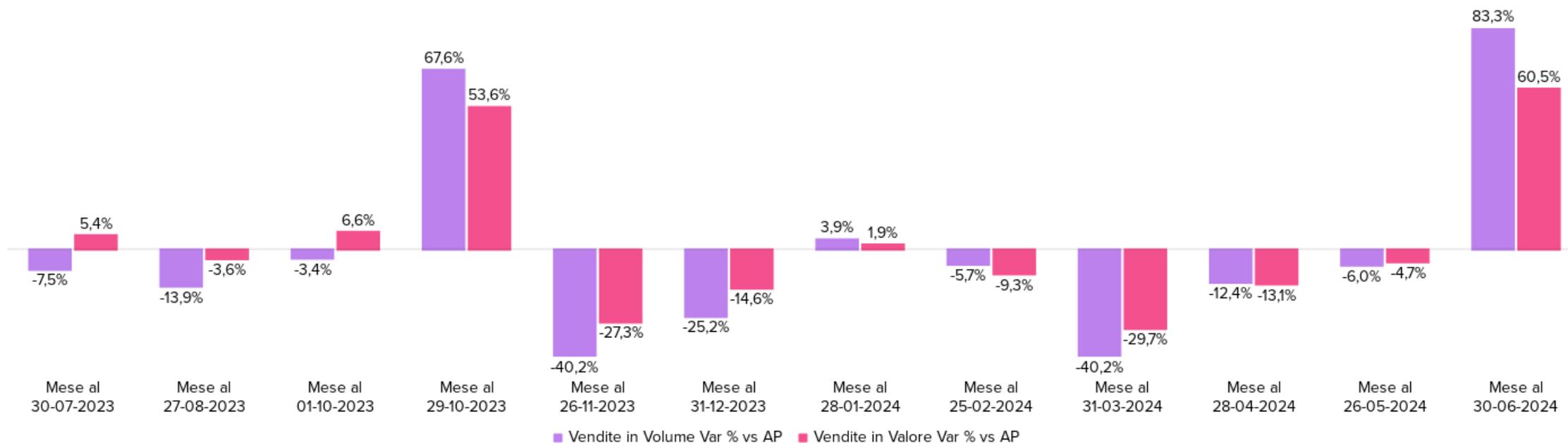


T Finocchiona IGP

V VOL	Var % VOL
145.012	-3,9%

V VAL	Var % VAL
3.730.728	1,0%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	11.058	11.862	12.624	17.715	11.861	10.950	7.957	9.247	9.861	9.491	8.821	23.565
Vendite in Valore	304.308	328.786	359.226	410.494	284.580	295.296	212.506	234.473	265.681	245.900	240.710	548.768



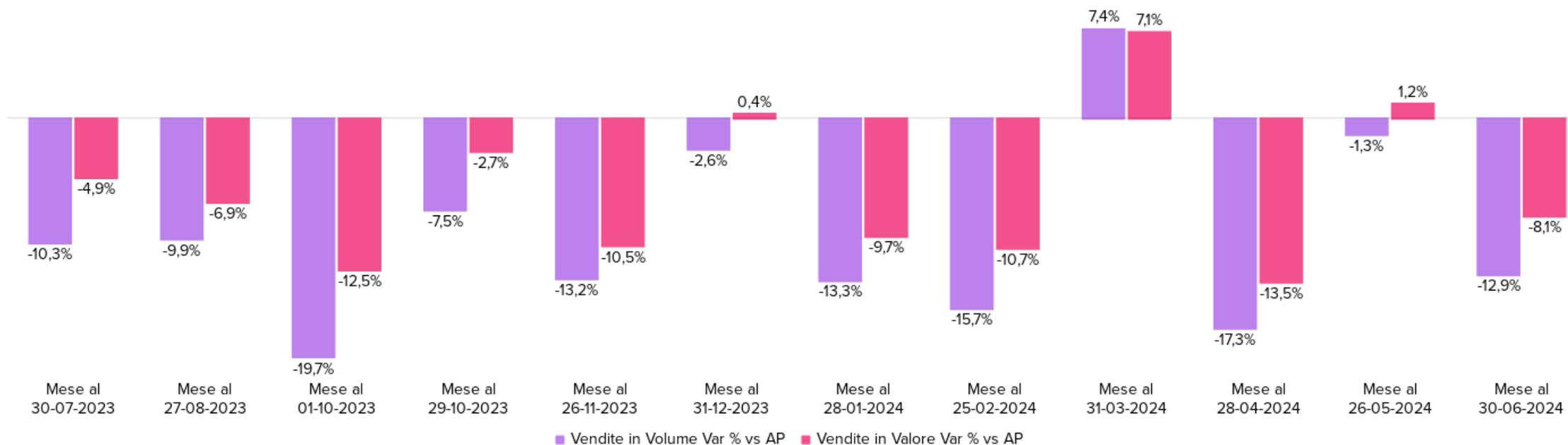
Salumi a Peso Imposto | SALUMI PIACENTINI DOP

T Salumi Piacentini DOP

V VOL	Var % VOL
227.776	-9,6%

V VAL	Var % VAL
7.347.926	-5,7%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	17.754	16.813	22.260	19.195	18.503	27.970	15.108	14.902	23.855	15.647	17.487	18.282
Vendite in Valore	573.675	552.267	716.452	591.775	583.313	862.426	497.890	498.325	750.817	521.877	575.025	624.085



Salumi a Peso Imposto | T COPPA PIACENTINA DOP

T Coppa Piacentina DOP

V VOL	Var % VOL
119.557	-14,4%

V VAL	Var % VAL
4.224.565	-9,4%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	10.680	9.396	12.694	9.157	10.106	13.675	7.355	7.117	12.123	7.766	9.810	9.677
Vendite in Valore	363.483	332.849	441.325	321.742	342.548	475.410	265.502	265.274	423.221	287.280	344.283	361.647



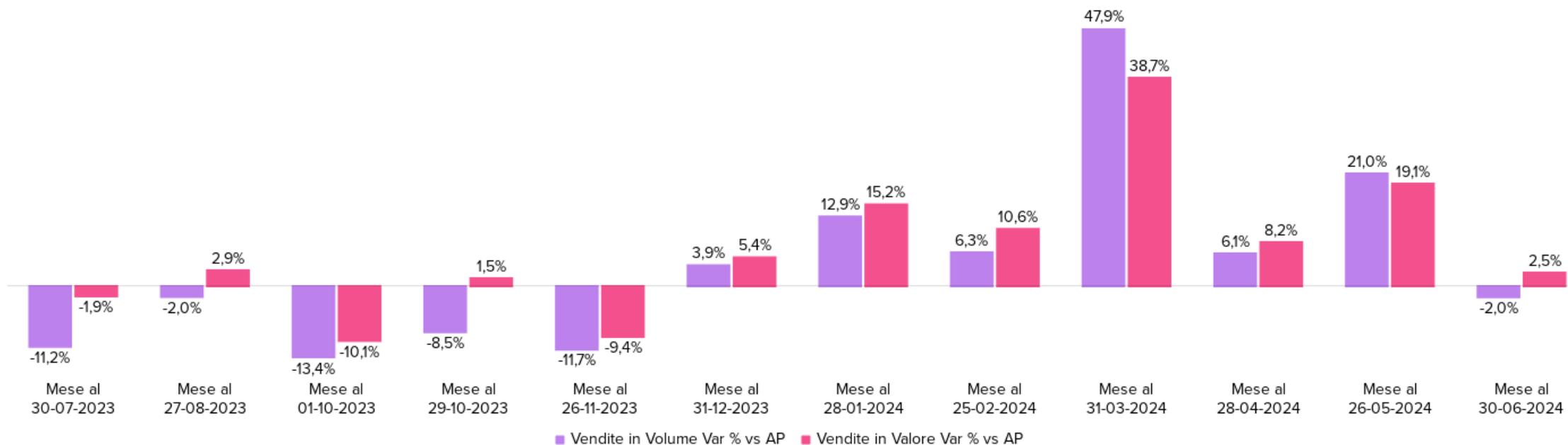
Salumi a Peso Imposto | T PANCETTA PIACENTINA DOP

T Pancetta Piacentina DOP

V VOL	Var % VOL
79.760	3,4%

V VAL	Var % VAL
2.327.297	6,5%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	4.549	5.150	6.272	7.616	5.657	11.010	6.243	5.965	9.327	5.945	5.851	6.176
Vendite in Valore	142.040	157.303	187.418	206.465	169.395	297.642	187.236	179.759	257.470	178.064	174.819	189.687



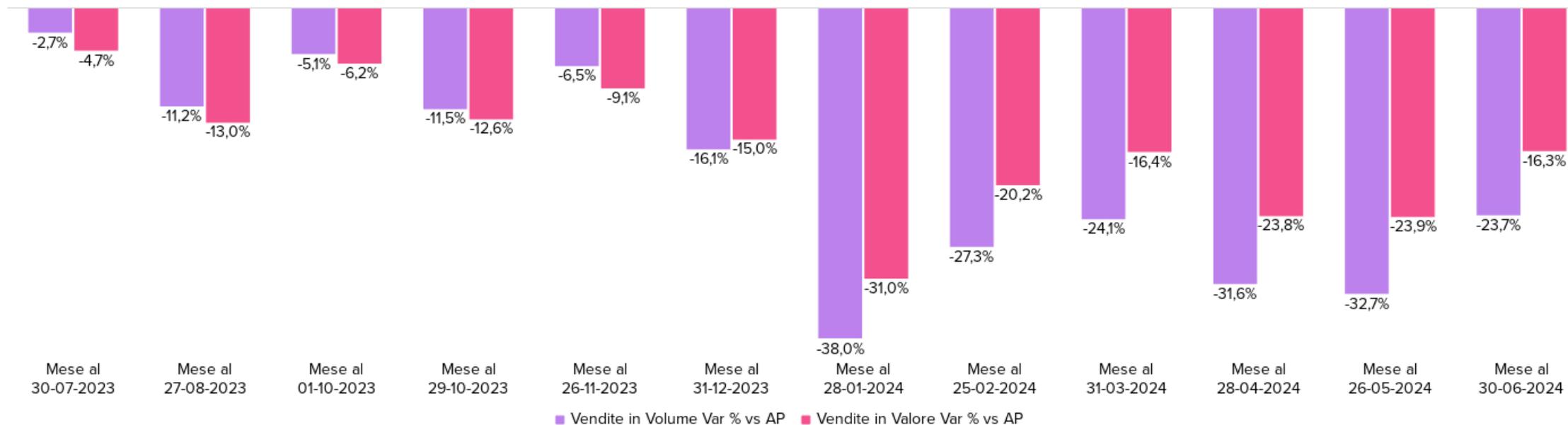
Salumi a Peso Imposto | T SALAME PIACENTINO DOP

T Salame Piacentino DOP

V VOL	Var % VOL
28.458	-18,8%

V VAL	Var % VAL
796.064	-15,6%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	2.525	2.267	3.295	2.422	2.739	3.285	1.510	1.820	2.404	1.936	1.826	2.430
Vendite in Valore	68.151	62.115	87.709	63.568	71.370	89.374	45.152	53.293	70.126	56.533	55.923	72.750



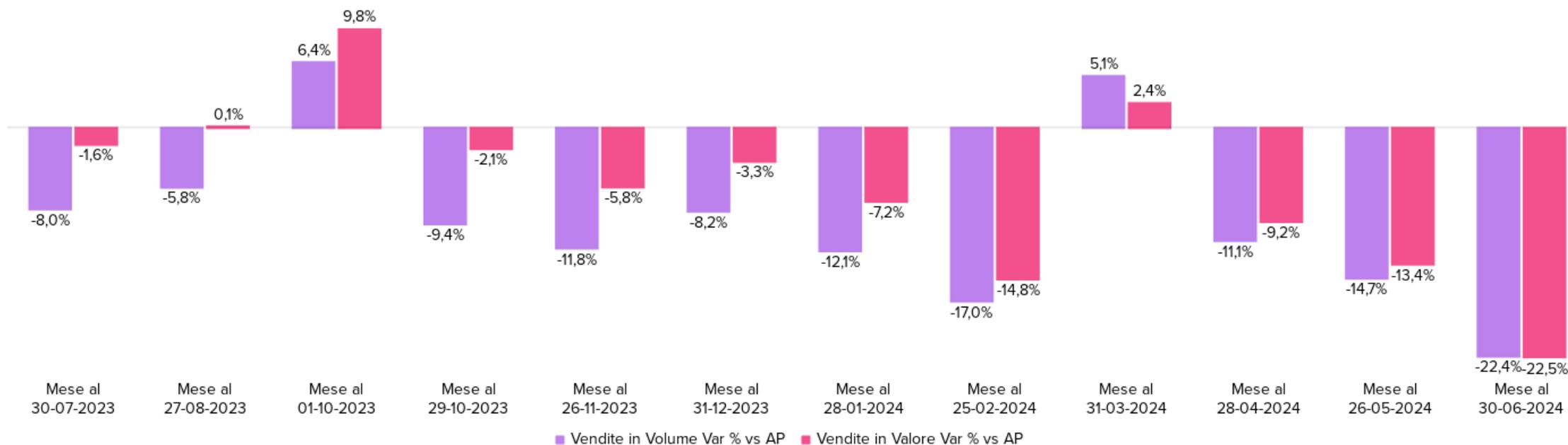
Salumi a Peso Imposto | SALUMI DI CALABRIA DOP

T Salumi di Calabria DOP

V VOL	Var % VOL
22.913	-9,1%

V VAL	Var % VAL
934.431	-5,9%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	1.707	1.734	2.361	1.777	1.823	2.438	1.597	1.668	2.244	1.941	1.658	1.966
Vendite in Valore	72.393	73.488	95.808	73.356	74.870	96.990	65.931	65.286	89.469	77.961	68.475	80.405



Salumi a Peso Imposto | SPECK ALTO ADIGE IGP

T Speck IGP

V VOL	Var % VOL
3.010.239	-2,4%

V VAL	Var % VAL
68.656.932	-1,6%

Tot Italia (incl. Discount)	Mese al 30-07-2023	Mese al 27-08-2023	Mese al 01-10-2023	Mese al 29-10-2023	Mese al 26-11-2023	Mese al 31-12-2023	Mese al 28-01-2024	Mese al 25-02-2024	Mese al 31-03-2024	Mese al 28-04-2024	Mese al 26-05-2024	Mese al 30-06-2024
Vendite in Volume	215.339	208.923	289.821	226.949	257.368	313.199	216.751	220.905	309.539	226.512	240.483	284.449
Vendite in Valore	4.861.845	4.839.623	6.691.023	5.238.301	5.724.682	6.898.676	5.080.215	5.149.465	7.000.751	5.255.759	5.425.146	6.491.446

