



Estudios de Mercado

El mercado de la carne fresca en Italia

Julio 2017

Este estudio ha sido realizado por
Ana Fraga González, bajo la supervisión de la
Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Milán

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	4
2. DEFINICIÓN DEL SECTOR	8
3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES	10
3.1 TAMAÑO DEL MERCADO	10
3.2 PRODUCCIÓN ITALIANA	13
3.3 COMERCIO EXTERIOR	28
4. DEMANDA	37
4.1 ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN ITALIA	37
4.2 PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR ITALIANO	44
4.3 LA NUEVA SEGMENTACIÓN CENTRADA EN EL CONSUMIDOR	47
5. PRECIOS	49
5.1 EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS	49
5.2 FORMACIÓN DEL PRECIO	53
6. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL	58
7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN	60
7.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	60
7.2 ESQUEMA DE LA DISTRIBUCIÓN	61
7.3 PRINCIPALES DISTRIBUIDORES	62
8. ACCESO AL MERCADO-BARRERAS	65
8.1 DIFICULTAD DE ACCESO AL MERCADO	65
8.2 PRINCIPALES BARRERAS COMERCIALES	66
9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR	69
9.1 PERSPECTIVAS GENERALES	69
9.2 TENDENCIAS DE LOS PRINCIPALES GRUPOS DE CARNE	70
9.3 ESTRATEGIAS OBSERVADAS DE LOS AGENTES YA INSTALADOS	73
9.4 CONCLUSIONES	74

10. OPORTUNIDADES	76
10.1 OPORTUNIDADES EN EL SECTOR DE LA CARNE FRESCA	76
10.2 AMENAZAS EN EL SECTOR DE LA CARNE FRESCA	78
11. INFORMACIÓN PRÁCTICA	80
11.1 PUBLICACIONES DEL SECTOR	80
11.2 FERIAS	80
11.3 LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS	81

1. RESUMEN EJECUTIVO

Introducción

El siguiente estudio de mercado analiza el sector de la carne fresca en Italia hasta el año 2016. Las recientes dinámicas de los mercados globales, los cambios en los hábitos y patrones de consumo y una cada vez menos halagüeña imagen de la carne han contribuido al estancamiento del sector en Italia. No obstante, no todas las carnes registran el mismo comportamiento ni las mismas tendencias.

Italia consumió durante el 2016 hasta **4,7 millones de toneladas** de carne fresca por valor de **12.500 millones de euros**, principalmente de origen **porcino y avícola**. Esta cifra, un 2,24% inferior al dato de 2013 en volumen (y hasta un 9,22% inferior en valor), denota una reducción generalizada en el consumo de la partida cárnica. Atendiendo a las partidas de carne por tipología, se observa una mayor reducción de este consumo en los últimos años para la carne bovina, un 14% menor a la cifra de 2013, seguida de la carne equina. La única carne que habría aumentado su consumo sería la avícola, con un aumento del 8,53% en cantidad desde ese mismo año hasta 2016, y con un aumento en valor total del 11,10% con respecto a ese mismo año.

Consumo

Durante el 2016, las familias italianas destinaron 448 euros mensuales a la partida alimenticia de la cesta de la compra. Dentro de la misma, la carne (en sentido amplio) absorbería hasta **93,53 euros**, cifra que se ha visto **reducida desde el 2015**, en un **4,8%**. Esta reducción responde a los cambios en los hábitos alimenticios del consumidor italiano, que está sustituyendo parte de la carne por pescado (+9,5%), frutas y verduras (+3,1%). Más concretamente, el italiano promedio consume unos 75 kg anuales de carne, de los cuales, 33 kg corresponden a carne porcina, 21kg a carne bovina, 19 kg a carne avícola, y casi 2 kg a carne ovina.

Producción

Italia produce anualmente casi **4 millones de toneladas de carne fresca**, por un valor aproximado de **11 mil millones de euros**. En general, se trata de un sector de concentración media, caracterizado por un saldo comercial negativo estructural, importando más carne de la que exporta a otros países.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 1. Producción anual de carne fresca (en cantidad y valor)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Miles de Euros	10.109.326,00	11.378.970,00	10.989.765,00	10.865.866,00	10.892.079,00	11.299.987,00
Miles de Toneladas	3.889,43	3.953,69	3.782,57	3.314,89	3.617,42	3.762,38

Fuente: Istat y elaboración propia.

El 41% de esta producción total de carne fresca (en cantidad) correspondería a la **carne porcina**, que se traduce en un 40% del valor total de dicha producción. La **carne bovina** se llevaría el 22% de la misma, con un 33% del valor. Las cantidades producidas a nivel nacional de carne ovina/caprina y equina suponen una importancia marginal dentro de la producción italiana.

Comercio Exterior

Italia es el quinto país de la Unión Europea por cuota de importación de carne fresca, sólo superado por Alemania, Reino Unido, Francia y Holanda; asumiendo el 2,53% del total de las importaciones mundiales de carne fresca.

Este país exporta, tanto en valor como en cantidad, aproximadamente, tan solo una sexta parte de lo que importa del exterior. Durante el año 2016, Italia **importó 1.318 miles de toneladas** de carne fresca, valoradas en **3.265 millones de euros**; y **exportó 232.335 toneladas** por valor de **698 millones de euros**.

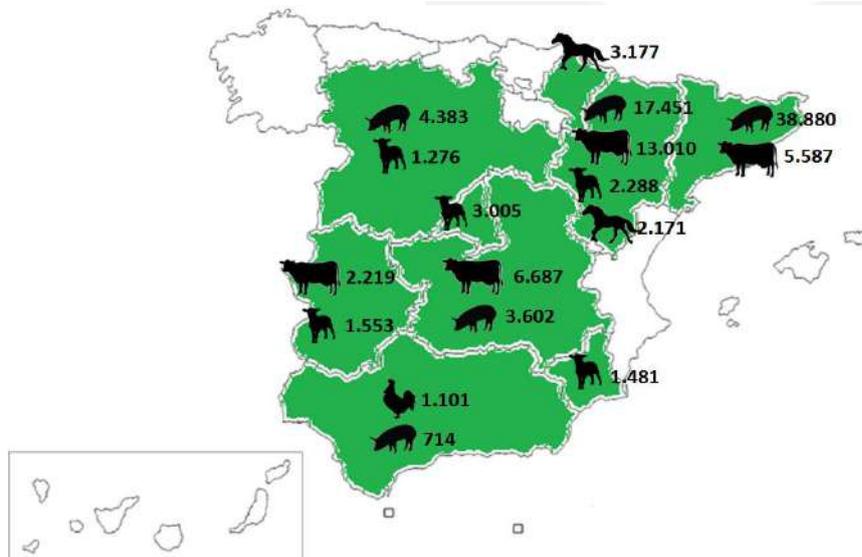
El 70% del volumen de las importaciones proceden de carne **porcina**, por valor de **1.508 millones de euros**, y un 25%, de carne de **vacuno (1.527 millones de euros)**. La carne fresca procedente de aves de corral supone tan solo un 1,9% de todas las importaciones italianas de ese año, cifra muy cercana a las partidas correspondientes a la importación de carnes equinas y ovicaprinas. Una de las características intrínsecas de este sector es que el mercado de la carne avícola se abastece principalmente de la producción nacional, por lo que Italia exporta hasta tres veces más la cantidad que adquiere a otros países.

Comercio bilateral con España

A su vez, la mayor parte de la carne fresca importada por Italia procede de las regiones de Cataluña y Aragón, principalmente, carne de vacuno y de cerdo. La única comunidad con un nivel de exportación avícola significativo sería Andalucía. Las importaciones de cordero corresponderían a Madrid, Aragón, Extremadura y Murcia.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Ilustración 1. Exportación española de carne fresca hacia Italia en 2016 (Miles de euros)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUROSTACOM.

Por su parte, España importa de Italia carne fresca, si bien en cantidades más pequeñas que la exportación hacia el mismo país. Principalmente, adquiere carne bovina desde las comunidades de Madrid y Cataluña, seguidas de Andalucía. Madrid es la comunidad que compró mayor cantidad de carne fresca a Italia en 2016.

Las carnes comercializadas y señaladas como españolas en el mercado italiano suelen corresponder a cortes de alta gama, a través de distribuidores especializados. Principalmente, se encuentran carnes como el cochinillo de Segovia, cordero lechal, cordero de Aragón o cortes de cerdo ibérico (pluma, secreto,...).

Barreras de acceso al mercado

El mercado de la carne fresca en Italia cuenta con unas barreras de entrada al mismo de nivel medio. La elevada competencia viene de la mano de una fragmentación productiva con una creciente concentración. Además, existe una gran presión para mantener bajos los costes de producción. Por otra parte, cada vez se exigen más certificados de producto, tanto desde el punto de vista fitosanitario como de sostenibilidad medioambiental y trazabilidad. Por otro lado, y dependiendo del tipo de carne, se encuentran sectores de concentración más baja, como lo es el de la carne bovina; o el de la carne avícola, muy concentrado. Existe asimismo una gran competencia en términos de distribución, logística y servicio, como principales barreras de acceso al mercado. De este modo, la forma más sencilla de penetrar dicho mercado es a través de la adquisición de empresas ya instaladas.

Distribución

La gran distribución comercial italiana está liderada por la cadena **Coop Italia**, con un **17,1%** de la cuota de todo el mercado en 2015. Le seguirían, por este orden, Conad, con el 14,4% del mer-

cado; Esselunga, con un 12,8%; Selex, con el 11,9% y el grupo Auchan (8,1%). Estos cinco primeros distribuidores atenderían casi un 65% de todo el mercado alimentario italiano.

Perspectivas

El contexto que se presenta para el sector cárnico en Italia no está exento de retos ni de riesgos. Las recientes crisis, la disminución en el consumo general de carne, el efecto sustitución entre las diferentes tipologías cárnicas y las nuevas tendencias dietéticas configuran todo un nuevo panorama para las empresas productoras de carne fresca. La disminución de la propensión al consumo y al ahorro castiga especialmente la partida alimentaria y por ende la cárnica, así como el creciente interés por nuevos hábitos alimenticios. Según un estudio de Eurispes, el 7,6% de la población italiana sigue una dieta vegetariana o vegana. Por su parte, una investigación de Nielsen¹ sostiene que el 21% de los italianos desearían encontrar en los lineales del supermercado proteínas vegetales alternativas a la carne.

Bajo estas condiciones, el mercado de la carne solo puede crecer aumentando las características del producto y los servicios anexos al mismo, como demandan las nuevas necesidades del consumidor, en cuanto a variedad y situaciones de consumo. De este modo, crece el consumo de productos cárnicos frescos listos para cocinar, con un aumento del volumen en 2016 del 9,75%, moviendo 75.000 toneladas por valor de 588 millones de euros. Así, la innovación toma un papel protagonista, ampliando una gama de productos que añade nuevos ingredientes, ofrece un mismo producto en base a diferentes tipos de carnes, versiones sin gluten, nuevos formatos de *packaging*, los productos preparados y listos para consumir y los productos *bio*. La comodidad y los formatos reducidos forman parte de las exigencias de un nuevo consumidor que, por otra parte, permanece fiel a los productos que satisfacen sus expectativas. Merecen especial atención aspectos como el precio, cada vez más importante para el consumidor. El debilitado consumo de carne en general necesita propuestas innovadoras que “rejuvenezcan” el producto y reactiven el mercado, devolviéndolo a una etapa más temprana del ciclo de vida del producto cárnico.

¹ Global Health and Ingredient Sentiment, Global Out-Of-Home Dining (Nielsen)

2. DEFINICIÓN DEL SECTOR

DELIMITACIÓN DEL SECTOR

El presente estudio tiene como objeto el análisis del sector de la carne fresca en Italia. Debido a sus diferentes propiedades nutricionales y organolépticas, se analizan las partidas diferenciadas, correspondientes a la carne:

- Bovina
- Porcina
- Ovina/caprina.
- Avícola

Se ha dejado al margen otro tipo de carnes con niveles de consumo considerados de carácter residual o puntual. Se haría referencia al conejo, la carne equina, y a otras carnes exóticas.

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

El mercado de la carne fresca, de acuerdo con la nomenclatura TARIC, se encuentra definido en algunos de los epígrafes de las partidas arancelarias 0201, 0203, 0204 y 0207. A continuación, en la tabla, vemos cómo se encuentran definidos exactamente. A efectos prácticos, se ha dividido en cinco grandes bloques, en función de su origen animal:

TIPO CARNE	PARTIDAS ARANCELARIAS
CARNE BOVINA	0201 Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada: <ul style="list-style-type: none"> - 020110 En canales o medias canales - 020120 Los demás cortes (trozos) sin deshuesar - 020130 Deshuesada

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

CARNE PORCINA	<p>0203 Carne de animales de la especie porcina, fresca o refrigerada</p> <ul style="list-style-type: none"> - 020311 En canales o medias canales - 020312 Los demás cortes (trozos) sin deshuesar - 020319 Deshuesada
CARNE OVINA Y CAPRINA	<p>0204 Carne de animales de las especies ovina o caprina, fresca o refrigerada:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 020410 En canales o medias canales - 020421 Las demás carnes de la especie ovina, frescas o refrigeradas - 020422 Los demás cortes (trozos) sin deshuesar - 020423 Deshuesada
CARNE DE AVE DE CORRAL	<p>0207 Carne y despojos comestibles, de aves de la partida 0105, frescos, refrigerados o congelados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 020711 De gallo o gallina, sin trocear, frescos o refrigerados - 020713 Trozos y despojos, frescos o refrigerados - 020724 De pavo, sin trocear, frescos o refrigerados - 020726 Trozos y despojos, frescos o refrigerados - 020741 De pato, sin trocear, frescos o refrigerados - 020743 Hígados grasos, frescos o refrigerados - 020744 Los demás, frescos o refrigerados - 020751 De ganso, sin trocear, frescos o refrigerados. - 020753 Hígados grasos, frescos o refrigerados - 020754 Los demás, frescos o refrigerados
CARNE EQUINA	<p>0205 Carne de animales de las especies caballar, asnal o mular, fresca, refrigerada o congelada</p>

3. OFERTA – ANÁLISIS DE COMPETIDORES

3.1 TAMAÑO DEL MERCADO

El mercado de la carne fresca supone cada año en Italia una producción de casi 4 millones de toneladas, por un valor aproximado de 11 mil millones de euros. En general, se trata de un sector de concentración media, caracterizado por un saldo comercial negativo (desde un punto de vista estructural), importando más carne de la que exporta a otros países. A continuación se recoge un cuadro resumen de la producción anual de carne fresca en Italia, del 2011 al 2016, en cantidad y valor.

Tabla 2. Producción anual de carne fresca (en cantidad y valor)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Miles de Euros	10.109.326,00	11.378.970,00	10.989.765,00	10.865.866,00	10.892.079,00	11.299.987,00
Miles de Toneladas	3.889,43	3.953,69	3.782,57	3.314,89	3.617,42	3.762,38

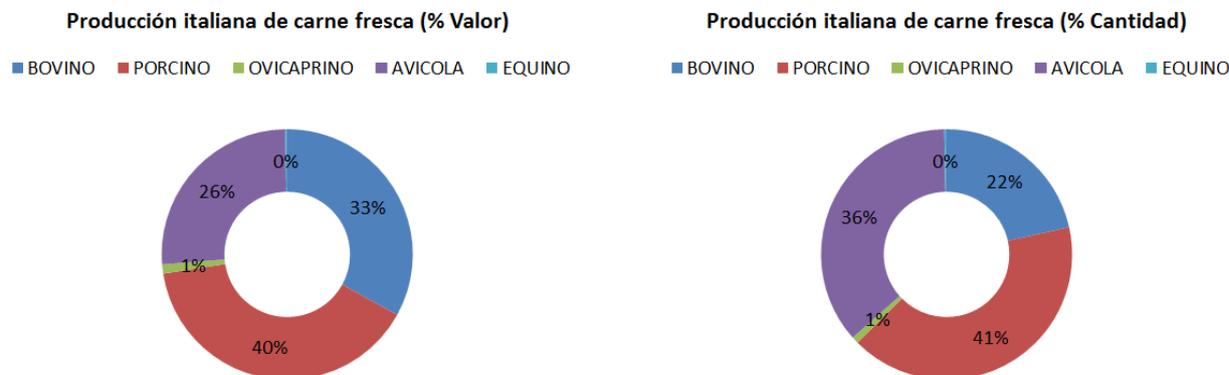
Fuente: Istat y elaboración propia².

En Italia, el 41% de la producción total de carne fresca correspondería a la carne porcina, en términos de cantidad, que se traduce en un 40% del valor total de dicha producción. La carne bovina se llevaría el 22% de la misma, con un 33% del valor. Por otra parte, el 36% de la producción correspondiente a la carne de ave supone el 26% del valor total. De este modo, éstas serían las tres principales partidas de carne fresca de producción italiana, ya que, como puede verse en el gráfico, las cantidades producidas a nivel nacional de carne ovina/caprina y equina suponen cerca de un 1%, denotando una importancia marginal dentro de la producción italiana.

² Los datos en valor se han sacado de la base de datos de Istat, en base a la clasificación Prodom ATECO 2007.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Ilustración 2. Distribución de la carne fresca por tipo (valor y cantidad)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Istat

La importancia del sector de la carne fresca en Italia puede entenderse rápidamente al señalar la posición del país como importador, ya que se trata del quinto país de la Unión Europea por cuota de importación de carne fresca, sólo superado por Alemania, Reino Unido, Francia y Holanda; y acaparando una media, en los últimos años, del 2,53% del total de las importaciones mundiales de carne fresca. Estos cinco países europeos, asumirían juntos el 20% de todas las importaciones mundiales.

Solo en el 2016, Italia importó más de 1.300.000 toneladas, por un valor superior a 3.265 millones de euros, en su mayor parte, de carne porcina y bovina.

Tabla 3. Cuota importación de carne fresca (datos mundiales, en valor)

Ranking	País	2012	2013	2014	2015	2016	Media
1	Alemania	6,04%	6,01%	6,27%	6,19%	5,90%	6,08%
2	Reino Unido	3,79%	3,59%	3,72%	3,85%	4,10%	3,81%
3	Francia	3,73%	3,69%	3,66%	3,50%	3,60%	3,63%
4	Países Bajos	3,61%	3,48%	3,49%	3,19%	3,44%	3,44%
5	Italia	2,59%	2,52%	2,61%	2,46%	2,49%	2,53%
6	Bélgica	2,14%	2,15%	2,22%	2,13%	1,98%	2,13%

Fuente Estadísticas Mundiales EUROSTACOM y elaboración propia

Tanto es así, que Italia exporta, tanto en valor como en cantidad, aproximadamente, tan solo una sexta parte de lo que importa al exterior, como así lo atestiguan los datos agregados ofrecidos a continuación. De esta forma, Italia importó, en 2016, 1.318 miles de toneladas de carne fresca, valoradas en 3.265 millones de euros. Asimismo, las exportaciones ascendieron a 232.335 toneladas por valor de 698 millones de euros.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 4. Cuadro resumen Importación/Exportación de carne fresca en Italia (miles de euros)

	2012	2013	2014	2015	2016
Import	3.854.021,66	3.907.449,46	3.894.506,94	3.734.317,77	3.265.523,93
Export	621.418,72	605.587,47	657.559,22	747.941,20	698.382,59

Fuente: EUROSTACOM y elaboración propia

Tabla 5. Cuadro resumen Importación/Exportación de carne fresca en Italia (toneladas)

	2012	2013	2014	2015	2016
Import	1.282.733,60	1.310.144,80	1.398.132,60	1.382.117,20	1.318.462,70
Export	183.583,40	178.122,30	188.380,70	205.199,90	232.335,50

Fuente: EUROSTACOM y elaboración propia

Atendiendo a la estructura de las ganaderías del país y sus dimensiones, se ofrece a continuación una imagen que resume las principales cifras del sector, cuantificando el número de ganaderías y reses por tipología de la carne producida.

Cabe señalar el caso de la producción bovina, cuya estructura productiva estaría constituida, según el **Registro Nacional Zootécnico**³, por 2.171 mataderos activos en 2016, con el 80,1% de los sacrificios realizados en cuatro regiones (Véneto, Lombardía, Piamonte, Emilia-Romaña). El sector se caracteriza por un grado medio de concentración, creciendo la cuota de producción (tanto en volumen como en valor) de los grandes grupos líderes como INALCA, que ostentaba el 18,7% del valor del sector en 2015.

La tendencia seguida por algunas pequeñas y medianas empresas ha sido la salida del mercado, ante la imposibilidad de adecuarse a las nuevas normativas comunitarias recientemente establecidas en materia de sanidad y bienestar animal.

Tabla 6. Datos resumen de las empresas del sector cárnico

		2013	2014	2015
Ganadería bovina				
	Nº ganaderías	89.000	87.000	69.000
	reses sacrificadas para carne	3.008.000	2.512.000	2.606.000
nº animales	- becerros	1.609.000	1.618.000	1.634.000
	- bueyes	520.000	478.000	485.000
	- terneras	855.000	838.000	845.000
	- vacas de cría	331.000	322.000	320.000
	- vacas lecheras	1.862.000	1.831.000	1.826.000
	Nº empresas dedicadas al sacrificio de reses de carne roja	1.300	1.300	1.237

³ El Registro Nacional Zootécnico (Anagrafe Nazionale Zootechnica) es elaborado por el Ministerio de la Salud de Italia, utilizando parámetros de distinta naturaleza que los datos ofrecidos por ISMEA en la tabla 5.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Ganadería porcina			
Nº ganaderías	27.000	sin dato	sin dato
reses sacrificadas para carne	8.562.000	sin dato	sin dato
nº animales	8.562.000	8.676.000	8.683.000
- de engorde	4.942.000	5.028.000	5.023.000
- de reproducción	623.000	612.000	619.000
o cerdas	590.000	586.000	591.000
Nº empresas dedicadas a la producción de elaborados	3.468	3.472	3.359
Ganadería ovicaprina			
Nº ganaderías ovinas	60.328	sin dato	sin dato
Nº ganaderías caprinas	26.849	sin dato	sin dato
nº animales	8.157.000	8.103.000	8.111.000
Ovinos	7.182.000	7.166.000	7.149.000
- Ovejas	6.323.000	6.203.000	6.196.000
Caprinos	975.000	937.000	962.000
- Cabras	797.000	739.000	750.000
Ganadería avícola			
Nº ganaderías	14.954	14.954	14.954
De carne avícola	5.692	5.692	5.692
- de carne de pollo	4.659	4.659	4.659
- de carne de pavo	1.033	1.033	1.033
Nº cabezas sacrificadas para carne	1.222.000	1.240.000	1.292.000

Fuente: Ismea

3.2 PRODUCCIÓN ITALIANA

Como se ha comentado con anterioridad, Italia se dedica, principalmente, a la producción de carne porcina, avícola y bovina. Durante el año 2016, Italia registró una producción interna de carne de 3.762 miles de toneladas, de las cuales, el 41% corresponde a carne porcina. Le seguirían en volumen, la carne avícola y la bovina. De este modo, la producción de carne ovina y caprina, así como la equina tendrían un carácter marginal. Como se puede apreciar en las tablas, en términos de valor, durante todo el 2016 se registraron unos mejores resultados que los dos años anteriores; patrón que se repite, exceptuando el caso de la carne de ave, que registró una disminución del valor junto con un aumento de la producción en el mismo período. Cabe destacar que si bien la producción de carne fresca avícola no es tan grande como en el caso bovino, estas cifras sirven para satisfacer la demanda del mercado interno italiano, produciéndose un autoabastecimiento del mismo.

En concreto, algunos de los factores que explican las dinámicas sectoriales tienen que ver con:

- La nueva Política Agraria Común, y la eliminación de las cuotas lácteas, que han provocado una reducción del número de ganaderías bovinas.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

- La publicación de un estudio de la OMS sobre la correlación entre el consumo de carnes rojas y envasadas, y el desarrollo de algunos tipos de cáncer, y que puede desembocar en un empeoramiento de la imagen de este producto en la mente del consumidor, y su posterior sustitución por otras carnes u otras fuentes de proteínas.
- Las nuevas normativas en relación a las exigencias sanitarias y de bienestar animal, que aumentan los costes de producción.
- La normativa referente al etiquetado de la carne y la seguridad alimentaria, que ejercen un impacto positivo en la calidad del producto final.
- Las eventuales epidemias sanitarias.
- La caída de los precios de algunas materias primas, como el maíz o el cereal, que influyen en los precios de los piensos y otros alimentos para el ganado de forma favorable.
- El redimensionamiento de las ganaderías bovinas a nivel nacional y comunitario, como consecuencia de la caída del consumo y las importaciones en el último lustro.

Tabla 7. Producción total de carne fresca en Italia (miles de toneladas)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Carne bovina	1.011,18	981,65	853,98	709,42	788,27	809,65
Carne porcina	1.601,87	1.650,83	1.652,42	1.327,82	1.491,41	1.544,13
Carne ovina	49,29	47,64	35,46	26,63	35,44	32,92
Carne avícola	1.211,57	1.255,45	1.225,54	1.240,13	1.292,33	1.363,94
Carne equina	15,52	18,12	15,17	10,89	9,97	11,74
TOTAL	3.889,43	3.953,69	3.782,57	3.314,89	3.617,42	3.762,38

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

Tabla 8. Producción total de carne fresca en Italia (miles de euros)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Carne bovina	3.134.048,00	3.561.897,00	3.049.546,00	3.150.305,00	3.341.403,00	3.730.549,00
Carne porcina	4.079.561,00	4.724.348,00	4.903.145,00	4.694.072,00	4.241.389,00	4.466.787,00
Carne ovina	233.218,00	293.319,00	299.286,00	146.735,00	130.878,00	134.748,00
Carne avícola	2.645.281,00	2.775.421,00	2.709.075,00	2.842.918,00	3.149.293,00	2.938.277,00
Carne equina	17.218,00	23.985,00	28.713,00	31.836,00	29.116,00	29.626,00
TOTAL	10.109.326,00	11.378.970,00	10.989.765,00	10.865.866,00	10.892.079,00	11.299.987,00

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 9. Reses sacrificadas en Italia (nº reses)*

	2013	2014	2015	2016
Ganado vacuno	3.007.558	2.511.789	2.629.150	2.750.692
Ganado porcino	13.098.673	10.930.709	11.304.236	11.848.037
Ganado ovi-caprino	3.168.711	2.650.138	2.923.795	3.078.910
Aves de corral	533.552.372	538.759.135	564.108.068	585.180.983
Ganado equino	53.234	42.482	35.368	42.793

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat (*) Destinadas a la producción de carne

TIPOLOGÍA Y DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Carne bovina

La oferta nacional de carne bovina en Italia ha ido experimentando una contracción durante el decenio 2005-2015, estimada en más de un 24%. A pesar de ello, Italia sigue siendo uno de los principales productores de carne bovina a nivel europeo. Las granjas italianas de este sector se dedican a:

- Cría de terneros (becerros)
- Producción intensiva de ternera ligera (450-500 kg.) o pesada (600-650 kg.)
- Producción extensiva de ternera

Durante el año 2016, solo la carne bovina producida en el país transalpino movió más de 2.000 millones de euros, correspondientes a casi 700 mil toneladas⁴. A modo de fotografía, se reproduce a continuación un cuadro resumen de las principales cifras de producción de este tipo de carne:

Tabla 10. Dimensiones del mercado de la carne bovina en Italia (en millones de euros)

	2013	2014	2015	2016	Previsto 2017	Var % 17/16	Var % 16/15	Var % 15/14	Var % 14/13
Producción	2.461,0	2.050,0	2.040,0	2.015,0	2.010,0	-0,2	-1,2	-0,5	-16,7
Importación	1999,9	1.984,3	2.002,2	1900,0	1.850,0	-2,6	-5,1	0,9	-0,8
Exportación	494,2	479,8	540,7	522,0	527,0	1,0	-3,5	12,7	-2,9
Saldo comercial	-1.505,7	-1.504,5	-1.461,5	-1.378,0	-1.323,0	-4,0	-5,7	-2,9	-0,1
Mercado interno*	3.966,7	3.554,5	3.501,5	3.393,0	3.333,0	-1,8	-3,1	-1,5	-10,4
Export/Producción (%)	20,1%	23,4%	26,5%	25,9%	26,2%				

⁴ La diferencia con respecto a las tablas 6 y 7 viene explicada por los diferentes parámetros utilizados por la fuente de Databank.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Import/ Mercado (%)	50,4%	55,8%	57,2%	56,0%	55,5%
----------------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Fuente: Cerved-Databank (*) Dato estimado por Databank

De este modo, se observa que Italia es un mercado que demanda cada año casi un millón de toneladas de carne de vacuno, que atiende a través de la producción nacional y de las importaciones procedentes de otros países, las cuales satisfacen el 42% de la demanda italiana. La tasa de auto-aprovisionamiento (véase tabla 10), por otro lado, refleja una mayor dependencia del exterior. Por esta razón, el saldo comercial del sector es negativo, importando en volumen hasta tres veces más que lo que exporta.

Tabla 11. Dimensiones del mercado de la carne bovina en Italia (en miles de toneladas)

					Previs.	Var	Var	Var	Var
	2013	2014	2015	2016	2017	17/16	16/15	15/14	14/13
Producción	842,2	694,6	690,2	678,0	670,0	-1,2	-1,8	-0,6	-17,5
Importación	397,0	410,2	401,0	391,5	380,0	-2,9	-2,4	-2,2	3,3
Exportación	118,1	117,8	126,4	126,0	127,0	0,8	-0,3	7,3	-0,3
Saldo comercial	-278,9	-292,4	-247,6	-265,5	-253,0	-4,7	-3,3	-6,1	4,8
Mercado Interno*									
Mercado	1.074,2	963,9	944,8	921,7	903,6	-2,0	-2,4	-2,0	-10,3
Export/ Producción (%)	14,0%	17,0%	18,3%	18,6%	19,0%				
Import/ Mercado (%)	37,0%	42,6%	42,4%	42,5%	42,1%				
Tasa auto-aprovisionamiento⁵	67,41%	59,84%	59,67%	59,89%	60,09%				

Fuente: Cerved-Databank y elaboración propia. (*) Dato estimado por Databank

Tabla 12. Cifras básicas de los mataderos de carne bovina en Italia

2015	
Nº empresas⁶	2.171
Nº empleados	4.900

Fuente: Cerved - Databank

⁵ La tasa de auto-aprovisionamiento se ha calculado como el cociente entre la Producción neta de exportaciones y la cifra de mercado interno.

⁶ Mataderos activos de carne bovina a 30/09/2016, según datos del Registro Nacional Zootécnico.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 13. Principales formas jurídicas de las empresas italianas de carne bovina

FORMA JURÍDICA	ATECO 10.1 ⁷	ATECO 10.11 ⁸	TOTAL
Sociedad de Capital	870	424	1.294
Empresa Individual	375	352	727
Sociedad Personal	256	307	563
Otras formas	6	1	7
TOTAL	1.507	1.084	2.591

Fuente: Cerved - Databank

Las granjas de ternero, de raza Frisona y Bruna, de entre 5 y 6 meses se localizan principalmente en Lombardía y el Véneto, y suponen el 12% de la oferta italiana de carne bovina.

Las granjas intensivas se localizan en el Véneto, Piamonte y Emilia-Romaña, y crían cruces de vacas lecheras (ternera ligera), y razas de carne para las terneras más pesadas (Charolaise, Limousine, Piamonte) o cruces. Suman aproximadamente un 60% de la oferta total italiana de carne bovina.

Las granjas extensivas se sitúan en Piamonte, los Apeninos del centro-sur y las islas. Crían cabezas de ganado de razas Chianina, Marchigiana, Podolica, Maremmana, Romagnola y Sarda. Pesan hasta 650 kg y llegan hasta los 24 meses. Suponen entre un 14 y un 18% de la oferta total de carne bovina italiana.

La mayor parte de la carne bovina producida en Italia corresponde a las partidas de medias canales, tanto de los cuartos anteriores como posteriores, así como piezas de novillo y vaquilla.

De los más de 5 millones de reses del patrimonio bovino italiano, casi un 40% alimenta el sector cárnico. Si bien las ganaderías tienden a concentrarse en torno al Valle del Po.

Asimismo, se observa una tendencia a la concentración de grandes ganaderías en la zona del norte, y un mayor número de ganaderías más pequeñas en la zona centro-sur del país.

Tabla 14. Desglose producción carne bovina por tipología (miles de toneladas)

	2012	2013	2014	2015	Var media % 2015/2012
Canales o medias canales	957,8	842,2	694,6	690,2	-10,08
Bovinos machos	677,5	584,9	468,9	460	-11,8
Vacas	139,7	134,2	116	121,8	-4,17
Terneros	119,6	106	96,9	95	-7,31
Bueyes y toros	21	17,1	12,8	13,4	-13,01

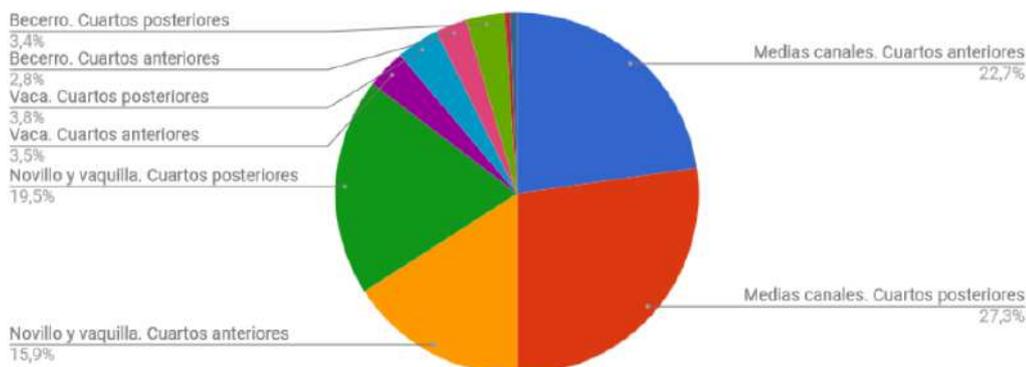
⁷ ATECO 10.1 Elaboración y conservación de carne, así como de productos a base de carne.

⁸ ATECO 10.11 Elaboración y conservación de carne, así como de productos a base de carne, excluida la carne avícola.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

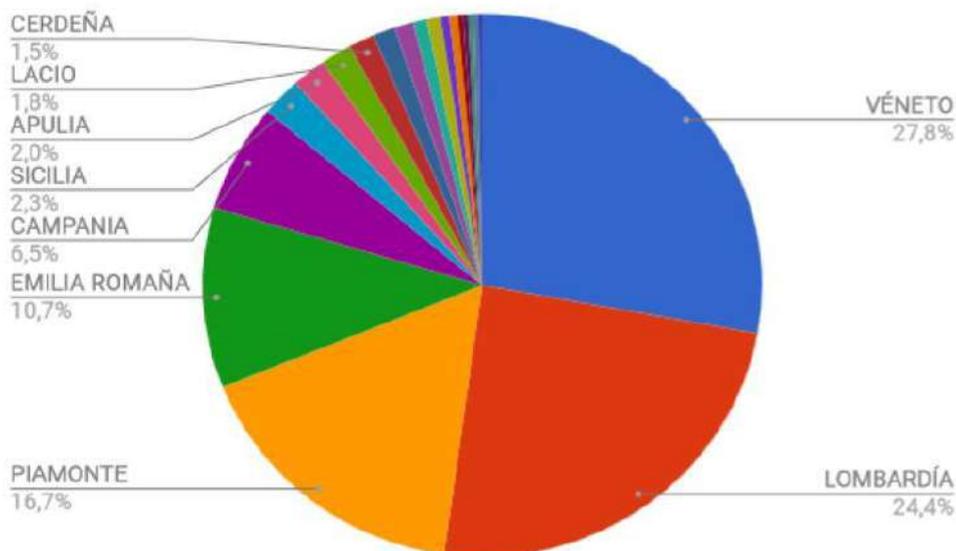
Fuente: Cerved-Databank

Ilustración 3. Producción de carne bovina italiana en 2015 por tipo



Fuente: Cerved - Databank

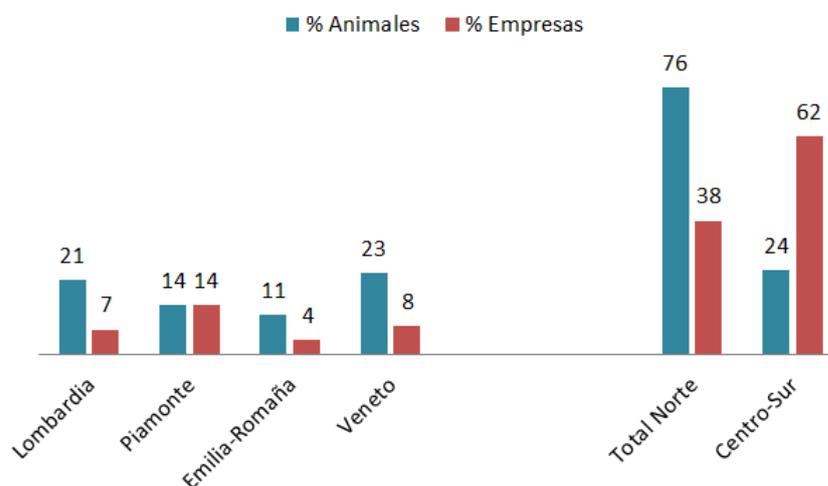
Ilustración 4. Producción de carne bovina en 2015. Desglose por regiones



Fuente: Cerved-Databank

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Ilustración 5. Distribución geográfica de la carne bovina en Italia



Fuente: Cerved-Databank

Carne porcina

Italia produce aproximadamente un millón y medio de toneladas de carne porcina, por valor 4.400 millones de euros. Esta producción nacional abastece el 60% de toda la demanda de carne fresca porcina., mientras que el resto lo cubre a través de las importaciones procedentes del exterior. La tasa de autoabastecimiento del mercado de la carne porcina se ha visto reducida en los últimos años, como consecuencia del aumento de las importaciones (a un precio sensiblemente menor que el de la producción nacional), la reducción de la producción y de las exportaciones, junto a una demanda estable.

Existen básicamente tres tipos de producción de carne porcina en el territorio italiano:

- Lechones
- Cerdo magro
- Cerdo de engorde

En los tres tipos se crían cruces de razas como Duroc, Large White, Landrace o Pietrain.

Tabla 15. Dimensiones del mercado de la carne porcina en Italia (milesde €)

	2012	2013	2014	2015	2016
Producción	4.724.348,00	4.903.145,00	4.694.072,00	4.241.389,00	4.466.787,00
Importaciones	1.735.000,50	1.881.890,43	1.870.807,53	1.699.029,30	1.508.241,90
Exportaciones	79.225,56	76.281,76	79.206,94	74.278,06	76.294,63
Consumo interno aparente⁹	6.380.122,94	6.708.753,67	6.485.672,59	5.866.140,24	5.898.734,27

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

⁹ Se ha aproximado la cifra del mercado interno como la suma de la producción e importaciones, netas de exportaciones

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 16. Dimensiones del mercado de la carne porcina en Italia (toneladas)

	2012	2013	2014	2015	2016
Producción	1.650.830,00	1.652.420,00	1.327.820,00	1.491.410,00	1.544.130,00
Importaciones	848.292,40	881.836,30	953.571,10	953.665,90	909.004,60
Exportaciones	32.201,70	31.085,80	28.701,90	28.359,10	32.572,80
Consumo aparente	2.466.920,70	2.503.170,50	2.252.689,20	2.416.716,80	2.420.561,80
Tasa de autoabastecimiento¹⁰	65,61%	64,77%	57,67%	60,54%	62,45%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

Así, las granjas porcinas en Italia suman un total de 26.582 para un total de 8,6 millones de cabezas de ganado. Existe una fuerte concentración y especialización productiva en toda la zona del norte, con mayor fragmentación en las zonas más meridionales, con granjas más pequeñas.

De este modo, el sector porcino italiano se caracteriza por un elevado grado de especialización a favor de los cerdos de engorde, que representan el 25% del ganado.

La granja porcina media comprende unas 324 cabezas de ganado, y las mayores se localizan en Lombardía, Piamonte; Emilia-Romaña y Véneto.

Las granjas de lechones suelen situarse en las zonas de Lombardía, Emilia-Romaña, Véneto y Piamonte. Comprenden unas 800 cabezas de ganado por granja, de hasta 4 meses y menos de 30kg., y se alimentan con piensos de alto valor nutritivo y biológico. Se trata del 0,5% de la cuota de la oferta total de carne porcina.

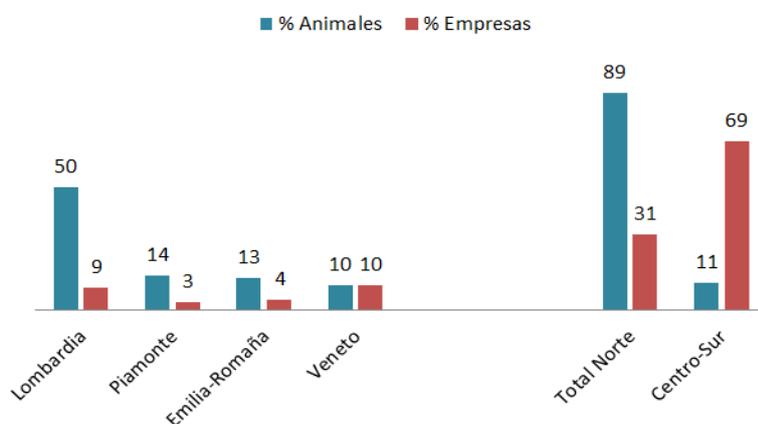
Por otra parte, los cerdos magros se encuentran principalmente en Lombardía, Emilia-Romaña, Piamonte y Véneto, al igual que los lechones. Suele tratarse de granjas independientes, con una media de 653 cabezas de ganado por granja, alimentadas a base de suero de leche, salvado y sales minerales. Son animales de entre 60 y 90 kg., de entre 6 y 7 meses, y que comprende el 3,2% de la oferta total.

Por último, los cerdos de engorde se crían en Lombardía, Emilia-Romaña y Piamonte, y suelen alojar unas 226 cabezas por granja. Alimentados a base de cereales y harina de soja, pueden llegar a pesar entre 90 y 120 kg para los especímenes denominados ligeros, y hasta 180kg para los más pesados. Estas cabezas alcanzan entre 9 y 10 meses de edad, y abarcarían el 96,3% de toda la oferta italiana de carne porcina.

¹⁰ Para calcular la tasa de autoabastecimiento se ha utilizado la fórmula anteriormente descrita en el apartado para carne bovina, asimilando esta vez el consumo aparente a la demanda del mercado interno, por razones de disponibilidad de datos.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Ilustración 6. Distribución geográfica de granjas porcinas en Italia



Fuente: ISMEA

Además, en los últimos cinco años se ha observado una contracción en el patrimonio animal, que se ha visto reducido en un 6,9%. Una de las razones que explican esta contracción serían las normativas en materia de bienestar animal exigidas en el mercado.

Carne ovina y caprina

La producción de carne ovi-caprina por parte de Italia es bastante modesta, consecuencia de una demanda bastante reducida. Este tipo de ganaderías se dedica, en primer lugar, a la producción de leche y quesos de oveja y cabra, quedando la producción de carne en un segundo lugar. El 58% de la demanda, que en 2015 se cuantificó en 51.420 toneladas, se satisface a través de la producción interna.

Tabla 17. Dimensiones del mercado ovi-caprino en Italia (miles de euros)

	2012	2013	2014	2015	2016
Producción	293.319,00	299.286,00	146.735,00	130.878,00	134.748,00
Importaciones	69.684,61	76.858,13	101.551,65	109.480,50	88.097,00
Exportaciones	10.635,76	9.855,61	11.214,85	15.084,11	9.815,11
Consumo aparente¹¹	352.367,85	366.288,52	237.071,80	225.274,39	213.029,89

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

¹¹ Se ha aproximado la cifra del mercado interno como la suma de la producción e importaciones, netas de exportaciones

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 18. Dimensiones del mercado ovi-caprino en Italia (toneladas)

	2012	2013	2014	2015	2016
Producción	47.640,00	35.460,00	26.630,00	35.440,00	32.920,00
Importaciones	19.503,40	20.508,90	21.244,80	21.192,40	21.097,20
Exportaciones	1.589,30	1.808,50	2.134,60	2.695,80	2.233,00
Consumo aparente	65.554,10	54.160,40	45.740,20	53.936,60	51.784,20
Tasa de autoabastecimiento¹²	70,25%	62,13%	53,55%	60,71%	59,26%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

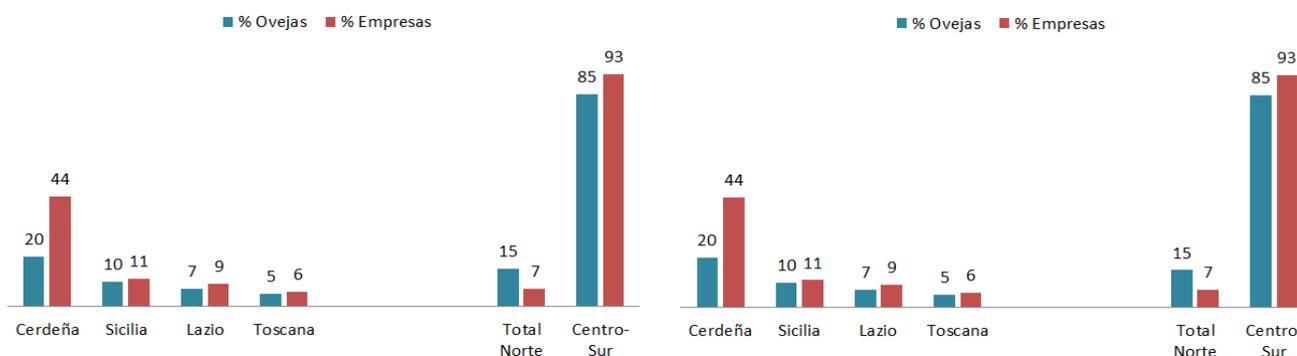
Las granjas de ganado ovino y caprino ascienden en Italia, respectivamente a 60.328 y 26.849. Se crían, principalmente:

- Cordero lechal
- Corderos y castrados
- Ovejas y carneros
- Cabritillos
- Cabras

Existen tres grandes tipos de granjas ovi-caprinas: las semi-intensivas de Cerdeña, las de producción semi-intensiva de los Apeninos centrales, y las granjas de producción extensiva meridionales. Se está produciendo, asimismo, una fragmentación del tejido productivo nacional, con una reducción progresiva de empresas de gran tamaño.

Como se puede apreciar en el gráfico, existe una gran concentración de este tipo de granjas en la zona centro sur del país, así como en las islas, tanto para el volumen de ganado como para el número de empresas allí presentes.

Ilustración 7. Distribución geográfica de granjas ovi-caprinas en Italia



Fuente: ISMEA

¹² Para calcular la tasa de autoabastecimiento se ha utilizado la fórmula anteriormente descrita en el apartado para carne bovina, asimilando esta vez el consumo aparente a la demanda del mercado interno, por razones de disponibilidad de datos.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Carne avícola

Italia produce cada año un millón de toneladas de carne de ave, que en principio cubriría la demanda interna. De este modo, el mercado se hallaría en un punto de autoabastecimiento, con una tasa muy baja de dependencia externa, por debajo del 3%. Tanto es así que no solo es capaz de abastecer esta demanda, sino que las exportaciones de carne procedentes de aves de corral triplican las importaciones, tanto en volumen como en valor monetario.

Tabla 19. Dimensiones del mercado de la carne avícola en Italia (miles €)

	2012	2013	2014	2015	2016
Producción	2.775.421,00	2.709.075,00	2.842.918,00	3.149.293,00	2.938.277,00
Importaciones	101.142,89	97.143,54	79.361,60	80.748,49	62.802,97
Exportaciones	195.862,79	204.293,91	230.021,47	255.513,12	247.736,54
Consumo aparente	2.680.701,10	2.601.924,63	2.692.258,13	2.974.528,37	2.753.343,43

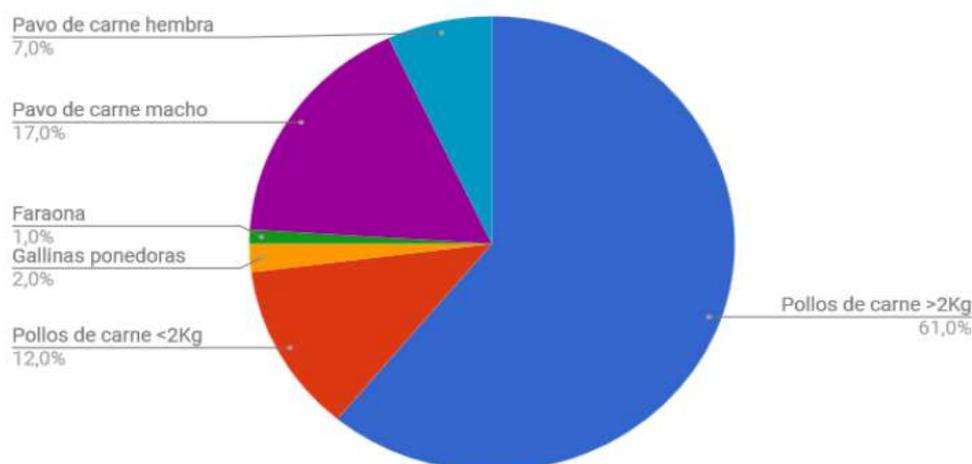
Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

Tabla 20. Dimensiones del mercado de la carne avícola en Italia (toneladas)

	2012	2013	2014	2015	2016
Producción	1.255.446,06	1.225.538,85	1.240.128,07	1.292.334,04	1.363.936,01
Importaciones	26.603,00	30.393,80	31.385,00	28.839,30	26.367,90
Exportaciones	75.122,30	74.043,00	80.135,10	86.124,10	107.613,20
Consumo aparente	1.206.926,76	1.181.889,65	1.191.377,97	1.235.049,24	1.282.690,71
Tasa de autoabastecimiento	97,80%	97,43%	97,37%	97,66%	97,94%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

Ilustración 8. Composición de la oferta (% volumen)



Fuente: ISMEA

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Existe una estabilización de la producción nacional de carne avícola, sobre todo, del pollo así como un pequeño descenso en la correspondiente a la del pavo. En general, se trata de una producción muy concentrada, tanto en volumen como en el territorio geográfico. Pese al leve aumento de las importaciones, puede decirse que el consumo de carne avícola depende poco de las importaciones animales y de carne procedentes del exterior.

En Italia, los sistemas de producción avícola se organizan en torno a las distintas especies: pollo, pavo, codorniz, etc., así como por categoría productiva:

- Granjas de gallinas para la reproducción.
- Incubadoras
- Granjas de gallinas ponedoras
- Granjas de gallinas para carne

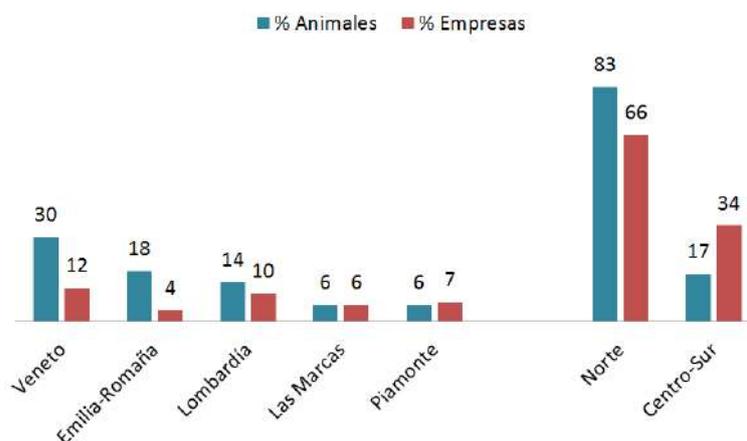
La mayor parte de la oferta nacional se compone de pollos grandes (de más de 2 kg de peso), seguido de carne de pavo macho, pollos de menos de 2kg y carne fresca de pavo hembra.

Las granjas intensivas se concentran en la Llanura Padana (en concreto, en las regiones de Piemonte, Lombardía, Emilia-Romaña y Véneto). Estas suelen comprender más de 1.000 especímenes de razas seleccionadas para un crecimiento rápido, y se alimentan de piensos industriales. Se trata, en general, de gallinas ponedoras, pollos para engorde y gallinas reproductoras. Las inversiones agrícolas son elevadas, así como la capacidad técnica, financiera y empresarial.

Por el contrario, en el sur se sitúan las granjas de producción extensiva o alternativa (regiones de Puglia, Calabria, Campaña y Sicilia). Se trata de granjas de menores dimensiones que las del norte, con especies autóctonas, de crecimiento más lento, y alimentadas a base de maíz. Se trata de una producción más enfocada a la calidad, y dirigida a un nicho concreto de mercado, como los productos biológicos. Las inversiones y la mano de obra son más modestas, y los costes de producción, más elevados.

En total, se trata de un sector que abarca 23.995 empresas productoras, y unos 195 millones de animales.

Ilustración 9. Distribución geográfica de granjas avícolas en Italia



Fuente: ISMEA

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Carne equina

La carne equina en Italia tiene un carácter bastante residual. La mayor parte de la carne que se consume en el país viene del exterior, con una tasa de dependencia del exterior superior al 70%.

Tabla 21. Dimensión del mercado de carne equina en Italia (miles de euros)

	2012	2013	2014	2015	2016
Producción	23.985,00	28.713,00	31.836,00	29.116,00	29.626,00
Importaciones	90.683,46	80.711,82	77.096,69	83.259,40	79.155,06
Exportaciones	7.370,21	3.489,15	4.222,80	7.578,87	9.516,82
Consumo aparente	107.298,25	105.935,67	104.709,89	104.796,53	99.264,24

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

Tabla 22. Dimensión del mercado de carne equina en Italia (toneladas)

	2012	2013	2014	2015	2016
Producción	18.120,00	15.170,00	10.890,00	9.970,00	11.740,00
Importaciones	28.779,40	24.967,10	23.846,00	23.514,20	25.533,00
Exportaciones	2.762,30	1.264,70	1.465,00	1.803,80	2.089,50
Consumo aparente	44.137,10	38.872,40	33.271,00	31.680,40	35.183,50
Tasa de autoabastecimiento	34,80%	35,77%	28,33%	25,78%	27,43%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

NIVEL DE CONCENTRACIÓN

En general, se trata de un sector de concentración media, compuesto por un tejido productivo integrado tanto por grandes ganaderías en el norte, como por pequeñas empresas dispersadas a lo largo de la zona sur del país. Además, estos niveles de concentración difieren en función del tipo de carne, siendo el sector de carne avícola mucho más concentrado que, por ejemplo, el de la carne bovina, con una concentración media.

Se reproduce a continuación un listado en orden alfabético de las principales empresas del país dedicadas al sacrificio de cabezas de ganado, especificando los tipos de carne tratados y la ubicación de las mismas:

PRINCIPALES EMPRESAS

EMPRESA	LOCALIZACIÓN	TIPO DE CARNE				
		B	P	O	A	E
BOTTERI CARNI SRL	STREMBO (TN)					
BRAMIERI CARNI SRL	ROTOFRENO (PC)					

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

G.L.A.I. SOC. COOP A .R.L.	IMOLA (BO)					
CARETTO ATTILIO SRL	SANTENA (TO)					
CENTRO CARNE SPA	SANTA NINFA (TP)					
CO.AL.BE DEI F.LLI CONTU & C. SNC	SELARGIUS (CA)					
CO.MA.CA SOC. COOP.	SAN MARTINO DI LUPAR I (PD)					
DANISH CROWN BEEF DIVISION SA	CHIASSO					
DELTA GROUP AGROALIMENTARE SRL	PORTOVIRO (RO)					
DI TELLA SRL	SAN MARCELLINO (CE)					
DIMENSIONE CARNE SRL	PIOVE DI SACCO (PD)					
GC CARNI SRL	VITULANO (BN)					
GIRAUDI MEAT TRADING INTERNATIONAL	MONTECARLO (MC)					
I.L.C.O. SRL	ACQUAPENDENTE (VT)					
INALCA SPA	RIETI (RI)					
INALCA SPA	OSPEDALETTO LODIGIANO (LO)					
INALCA SPA	CASTELVETRO (MO)					
INDAL SRL	MONTICHIARI (BS)					
INDUSTRIA ALIMENTARE CARNI F.LLI SCARLINO S.R.L.	TAURISANO (LE)					
ITALBOVINI SRL	TEMPIO DI ORMELLE (TV)					
ITALCARNI SPA	CAVOUR (TO)					
LEM CARNI S.P.A.	TOSCANELLA DI DOZZA (BO)					
LEONE INDUSTRIA ALIMENTARE S.R.L.	RIPALIMOSANI (CB)					
M.E.C. S.P.A.	MONTANERA (CN)					
MACELLO BERTELLINI SRL	REGGIOLO (RE)					
MARFISI CARNI SRL	TREGLIO (CH)					
MARTINI ALIMENTARE SRL	CASTIGLIONE DI RAVENNA (RA)					
MASSIRONI CARNI SRL	MUGGIO (MI)					
MOLTENI CARNI SRL	GHEMME (NO)					
OPERTI SNC DI OPERTI FRANCEXCO & C	CENTALLO (CN)					
REALBEEF S.R.L.	FLUMERI (AV)					
SANDRI S.P.A.	SANTA CROCE CAMERINA (RG)					
SPADOLA & FIGLI SRL	SANTA CROCE CAMERINA (RG)					

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

UNIPEG SOC. COOP. AGRICOLA	REGGIO EMILIA (RE)					
VDA CARNI SRL	POLLEIN (AO)					
VERCELLI SPA	FORMIGLIANA (VC)					
VICENTINI CARNI SPA	SALIZZOLE (VR)					
VIGNOLCARNI SRL	MARANO SUL PANARO (MO)					
VION ITALY SA	CHIASSO					
ZAROCARNI SPA	LONATE POZZOLO (VA)					

B: Carne bovina

P: Carne porcina

O: Carne ovina y caprina

A: Carne avícola

E: Carne equina

Además, dada la importancia del sector de carne bovina, se adjunta un listado de las principales empresas del sector que comercializan carne, por facturación, liderado por INALCA. Esta empresa aparece en el cuadro precedente con hasta tres instalaciones en tres localizaciones distintas del territorio italiano, y con una facturación total en 2015 de casi 788 millones de euros.

Tabla 23. Ranking de empresas de carne bovina por facturación (Millones de Euros)

EMPRESA	2014	2015	VAR % 2015/2014
INALCA (CONS.)¹³	792,3	787,9	-0,6
UNIPEG	336,2	211,4	Sin dato
COLOMBEROTTO	143,0	148,7	4,0
BOLTON ALIMENTARI	143,3	139,8	-2,4
ASSOFOOD	11,5	102,3	Sin dato
CENTRO CARNI COMPANY	83,5	88,2	5,6
VERCELLI	77,5	78,0	0,6
FACCIA FRATELLI	68,8	74,6	8,4
VICENTINI CARNI	73,3	72,1	-1,6
BERVINI PRIMO	67,0	70	4,5

Fuente: Cerved - Databank

¹³ INALCA adquirió durante el 2016 la rama de empresa sectorial UNIPEG y ASSOFOOD, así como la marca Manzotin de GENERALE CONSERVE

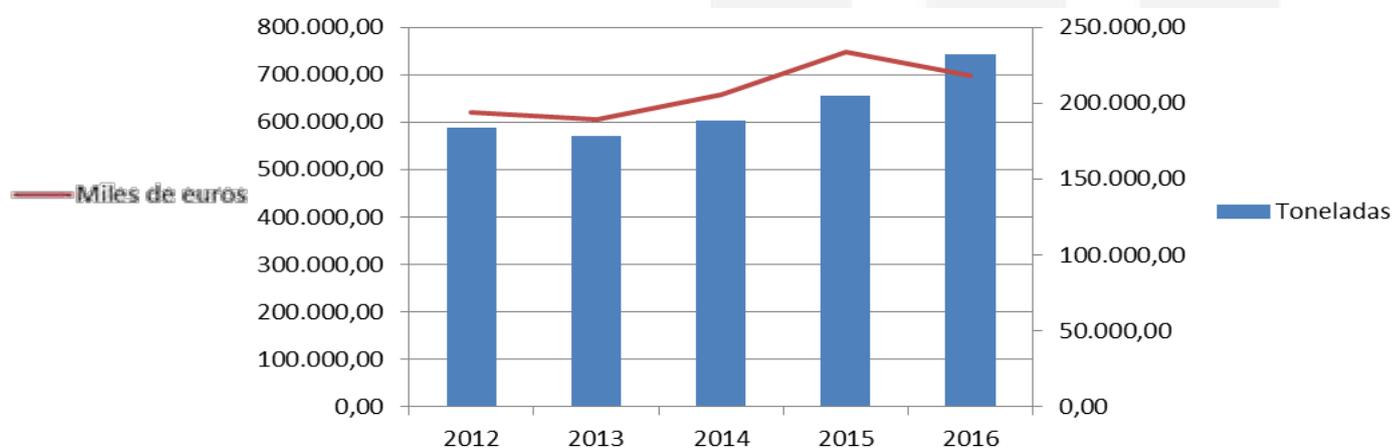
3.3 COMERCIO EXTERIOR

EXPORTACIONES

Durante el 2016, Italia exportó 232 mil toneladas de carne fresca, valoradas en 698 millones de euros, principalmente correspondientes a carne de vacuno y de aves de corral. Ese mismo año, el 53% de su exportación de carne correspondía a casi 88.000 toneladas de vacuno, por valor de 355 millones de euros; un 32% a la carne de ave (107 mil toneladas por valor de 247 millones euros), y tan solo un 13% del volumen a la carne porcina (32 mil toneladas, valoradas en 76 millones de euros). Las carnes procedentes del ganado ovino y equino tendrían, de este modo, una importancia anecdótica, con tan solo, respectivamente, el 2% y el 1% del total exportado de carne fresca.

Como se puede apreciar en el gráfico, si bien las exportaciones han ido aumentando en cantidad, durante el 2016 ha disminuido levemente su valor, debido principalmente al comportamiento análogo de la carne de vacuno y avícola. Esta pérdida de valor, junto con un aumento de la cantidad vendida, sugieren una disminución de los precios de exportación de la carne italiana.

Ilustración 10. Evolución de las exportaciones (2012-2015)



Fuente: EUROSTACOM y elaboración propia

Tabla 24. Exportaciones de Italia de carne fresca desglosadas por tipo (miles de euros)

	2012	2013	2014	2015	2016
BOVINA	328.324,40	311.667,04	332.893,16	395.487,04	355.019,49
PORCINA	79.225,56	76.281,76	79.206,94	74.278,06	76.294,63
OVINA	10.635,76	9.855,61	11.214,85	15.084,11	9.815,11
AVICOLA	195.862,79	204.293,91	230.021,47	255.513,12	247.736,54

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

EQUINA	7.370,21	3.489,15	4.222,80	7.578,87	9.516,82
TOTAL	621.418,72	605.587,47	657.559,22	747.941,20	698.382,59

Fuente: EUROSTACOM y elaboración propia

Tabla 25. Exportaciones de Italia de carne fresca desglosadas por tipo (toneladas)

	2012	2013	2014	2015	2016
BOVINA	71.907,80	69.920,30	75.944,10	86.217,10	87.827,00
PORCINA	32.201,70	31.085,80	28.701,90	28.359,10	32.572,80
OVINA	1.589,30	1.808,50	2.134,60	2.695,80	2.233,00
AVICOLA	75.122,30	74.043,00	80.135,10	86.124,10	107.613,20
EQUINA	2.762,30	1.264,70	1.465,00	1.803,80	2.089,50
TOTAL	183.583,40	178.122,30	188.380,70	205.199,90	232.335,50

Fuente: EUROSTACOM y elaboración propia

Los tres principales destinos de las exportaciones italianas en valor serían, respectivamente, Alemania (con un 30% de las exportaciones), Francia y Grecia. España quedaría como sexto país de destino, con el 6,11% de las exportaciones italianas de carne fresca, y un valor de 42,6 millones de euros.

Tabla 26. Ranking de exportaciones de Italia de carne fresca desglosadas por países (miles de euros)

	Países	VALOR 2016	CUOTA
1	DE--Alemania	208.828,71	29,90%
2	FR--Francia	61.128,02	8,75%
3	GR--Grecia	57.526,80	8,24%
4	NL--Países Bajos	52.806,04	7,56%
5	AT--Austria	43.218,87	6,19%
6	ES--España	42.688,48	6,11%
7	GB--Reino Unido	40.126,67	5,75%
8	PL--Polonia	22.617,30	3,24%
9	PT--Portugal	19.501,00	2,79%
10	SI--Eslovenia	17.792,64	2,55%

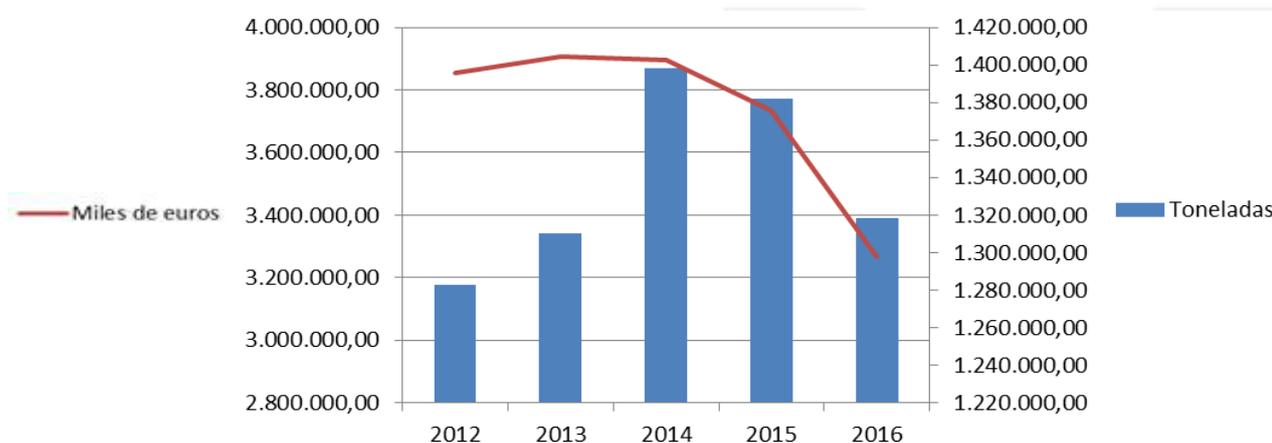
Fuente: EUROSTAT y elaboración propia

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

IMPORTACIONES

Por su parte, Italia también importa carne fresca procedente de otros países, en su mayoría, carnes derivadas del ganado vacuno y porcino. En 2016, las importaciones alcanzaron los 3.265 millones de euros, correspondientes a 1,3 millones de toneladas de carne fresca. El 70% del volumen de las mismas procedían de carne porcina, por valor de 1.508 millones de euros, y un 25%, de carne de vacuno (1.527 millones de euros). La carne fresca procedente de aves de corral supone tan solo un 1,9% de todas las importaciones italianas de ese año, cifra muy cercana a las partidas correspondientes a la importación de carnes equinas y ovi-caprinas. Como se ha mencionado antes, el mercado de la carne avícola se abastece principalmente de la producción nacional, por lo que Italia exporta hasta tres veces más la cantidad que adquiere a otros países.

Ilustración 11. Evolución de las importaciones de carne fresca (2012-2016)



Fuente: EUROSTACOM y elaboración propia

Tabla 27. Importaciones de Italia de carne fresca desglosadas por tipo (miles de euros)

	2012	2013	2014	2015	2016
BOVINA	1.857.510,20	1.770.845,54	1.765.689,47	1.761.800,08	1.527.227,00
PORCINA	1.735.000,50	1.881.890,43	1.870.807,53	1.699.029,30	1.508.241,90
OVINA	69.684,61	76.858,13	101.551,65	109.480,50	88.097,00
AVIAR	101.142,89	97.143,54	79.361,60	80.748,49	62.802,97
EQUINA	90.683,46	80.711,82	77.096,69	83.259,40	79.155,06
TOTAL	3.854.021,66	3.907.449,46	3.894.506,94	3.734.317,77	3.265.523,93

Fuente: EUROSTACOM y elaboración propia

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 28. Importaciones de Italia de carne fresca desglosadas por tipo (toneladas)

	2012	2013	2014	2015	2016
BOVINA	359.555,40	352.438,70	368.085,70	354.905,40	336.460,00
PORCINA	848.292,40	881.836,30	953.571,10	953.665,90	909.004,60
OVINA	19.503,40	20.508,90	21.244,80	21.192,40	21.097,20
AVIAR	26.603,00	30.393,80	31.385,00	28.839,30	26.367,90
EQUINA	28.779,40	24.967,10	23.846,00	23.514,20	25.533,00
TOTAL	1.282.733,60	1.310.144,80	1.398.132,60	1.382.117,20	1.318.462,70

Fuente: EUROSTACOM y elaboración propia

En cuanto al origen de las importaciones, la mayoría de las compras Italianas (un 22,10% en valor) vienen de Alemania, seguida de Países Bajos y Francia. España quedaría de este modo en un quinto lugar, con el 9,89% de la cuota de compras italianas de carne fresca en todo el mundo, cuota que corresponde a 323 millones de euros.

Tabla 29. Ranking de importaciones de Italia de carne fresca (miles de euros)

	Países	VALOR 2016	CUOTA
1	DE--Alemania	721.662,09	22,10%
2	NL--Países Bajos	493.985,41	15,13%
3	FR--Francia	468.473,01	14,35%
4	PL--Polonia	346.427,43	10,61%
5	ES--España	323.013,35	9,89%
6	DK--Dinamarca	185.209,22	5,67%
7	AT--Austria	147.112,23	4,51%
8	IE--Irlanda	136.776,10	4,19%
9	BE--Bélgica	105.787,48	3,24%
10	AR--Argentina	45.191,55	1,38%

Fuente: EUROSTAT y elaboración propia

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

FLUJO COMERCIAL BILATERAL CON ESPAÑA

Tabla 30. Resumen flujo comercial con España 2015/2016

	2015 Exportación	2015 Importación	2015 Saldo	2015 Cobertura %	2016 Exportación	2016 Importación	2016 Saldo	2016 Cobertura %
TOTAL	45.409,37	346.137,70	-300.728,33	13,12	50.177,75	355.599,64	-305.421,89	14,11

Fuente: Eurostacom

La mayor parte de las compras de carne fresca a España por parte de Italia corresponden a carne porcina. En total, en 2016 Italia compró a España 154 miles de toneladas de carne, por valor de 323 millones de euros. En general, las compras a España se han reducido del año 2015 al 2016 en valor, debido fundamentalmente a los menores precios de la carne avícola y ovina, y a la reducción de la partida de carne bovina en un 12% de su volumen. España supone el 9,89% del valor de las importaciones italianas de carne fresca.

Tabla 31. Importaciones italianas de carne fresca desde España (miles de euros)

	2013	2014	2015	2016	Var % 15/16
BOVINA	78.437,81	70.797,84	91.135,65	79.134,59	-13,17%
PORCINA	213.205,26	207.209,28	214.966,44	206.501,46	-3,94%
AVICOLA	1.986,82	1.521,86	2.001,88	1.996,26	-0,28%
OVINA	23.566,79	18.594,67	21.996,54	19.345,80	-12,05%
EQUINA	12.514,90	14.124,69	16.037,19	16.035,24	0,00%
TOTAL	329.711,58	312.248,34	346.137,70	323.013,35	-6,68%

Fuente: EUROSTAT y elaboración propia

Tabla 32. Importaciones italianas de carne fresca desde España (toneladas)

	2013	2014	2015	2016	Var % 15/16
BOVINA	17.382,60	15.918,80	21.998,10	19.353,10	-12,02%
PORCINA	95.717,90	99.359,60	113.627,50	123.276,10	8,49%
AVICOLA	5.332,10	3.953,50	4.448,30	5.033,90	13,16%
OVINA	1.046,30	905,00	892,90	1.012,70	13,42%
EQUINA	4.597,30	5.242,30	5.494,40	5.496,10	0,03%
TOTAL	124.076,20	125.379,20	146.461,20	154.171,90	5,26%

Fuente: EUROSTAT y elaboración propia

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Por su parte, y como ya se ha comentado, España vendió a Italia el 6,11% de las importaciones italianas de carne fresca durante el mismo año, correspondientes a más de 11 mil toneladas, por valor de 42.688 miles de euros (en su mayoría, carne bovina). Analizando el período comprendido entre 2015 y 2016, se observa un fuerte aumento de la cantidad exportada a España, que sin embargo se ha traducido en un menor valor de dicha exportación con respecto al año precedente. Las disminuciones en el valor de las partidas apuntan al factor precio como principal causa, fundamentalmente en el caso de la partida avícola, y seguida de cerca por la porcina y la bovina.

Tabla 33. Exportaciones italianas de carne fresca hacia España (miles de euros)

	2013	2014	2015	2016	Var % 15/16
BOVINA	16.949,07	18.971,00	25.817,33	28.502,91	10,40%
PORCINA	1.264,39	1.865,98	1.469,81	1.572,98	7,02%
AVICOLA	4.564,22	9.209,73	6.483,18	5.680,44	-12,38%
OVINA	8.473,54	8.659,01	11.639,05	6.932,15	-40,44%
EQUINA	0,00	0,09	0,00	0,00	0,00%
TOTAL	31.251,22	38.705,81	45.409,37	42.688,48	-5,99%

Fuente: EUROSTAT y elaboración propia

Tabla 34. Exportaciones italianas de carne fresca hacia España (toneladas)

	2013	2014	2015	2016	Var % 15/16
BOVINA	2.577,80	3.009,90	4.813,70	6.944,80	44,27%
PORCINA	1.003,20	873,30	794,10	1.152,30	45,11%
AVICOLA	159,50	1.164,60	1.307,70	1.376,10	5,23%
OVINA	1.750,00	3.701,60	2.233,60	2.162,50	-3,18%
EQUINA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
TOTAL	5.490,50	8.749,40	9.149,10	11.635,70	27,18%

Fuente: EUROSTAT y elaboración propia

A continuación se presenta una tabla resumen con los principales cortes, por tipología de carne, tal y como recoge ISTAT en sus registros:

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 35. Flujos Italia-España, 2016 (Euros)

		Importación	Exportación
Carne Bovina	0201 Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada	85.321.207	31.111.514
Carne Porcina	020311 Carne de animales de la especie porcina, fresca o refrigerada. En canales o medias canales	22.534.791	18.498
	020312 Los demás cortes (trozos) sin deshuesar	110.187.174	333.968
	020319 Deshuesada	97.5493571	1.393.653
Carne Ovina	020410 Carne de animales de las especies ovina o caprina, fresca o refrigerada. En canales o medias canales.	15.869.950	11.104.232
	020421 Las demás carnes de la especie ovina, frescas o refrigeradas	3.527.497	158
	020422 Los demás cortes (trozos) sin deshuesar	549.984	34.890
	020423 Deshuesada	94.038	57
Carne caprina	020450	360.924	5.963
Carne equina	020500200	17.439.814	0
Carne de ave de corral	020711 Carne y despojos comestibles, de aves de la partida 0105, frescos, refrigerados o congelados. . De gallo o gallina, sin trocear, frescos o refrigerados	328.950	344.564
	020713 Trozos y despojos, frescos o refrigerados	16.975	57.969
	020724 De pavo, sin trocear, frescos o refrigerados	0	458.231
	020726 Trozos y despojos, frescos o refrigerados	1.812.628	5.313.267
	020741 De pato, sin trocear, frescos o refrigerados	8.514	6.086
	020743 Hígados grasos, frescos o refrigerados	7.031	0
	020744 Los demás, frescos o refrigerados	0	475
		0	0
	020751 De ganso, sin trocear, frescos o refrigerados.	0	0
	020753 Hígados grasos, frescos o refrigerados	0	0
	020754 Los demás, frescos o refrigerados	0	0
	020760	14.726	412

Fuente: ISTAT y elaboración propia

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Cuotas de exportación e importación:

Si se examinan más detenidamente las cuotas italianas de exportación en referencia a España, cabe destacar cómo se han visto incrementadas en los últimos años, como consecuencia de un mayor intercambio de producto cárnico.

Cabe destacar que un 20% del total de las importaciones, tanto de carne ovina como equina, proceden de España, así como casi el 14% de las importaciones de carne porcina.

Tabla 36. Cuota de España en las importaciones italianas, en valor

	2013	2014	2015	2016
BOVINA	4,43%	4,01%	5,17%	5,18%
PORCINA	11,33%	11,08%	12,65%	13,69%
AVICOLA	2,59%	1,92%	2,48%	3,18%
OVINA	24,26%	18,31%	20,09%	21,96%
EQUINA	15,51%	18,32%	19,26%	20,26%
TOTAL	8,44%	8,02%	9,27%	9,89%

Fuente: EUROSTAT y elaboración propia

En cuanto a las exportaciones italianas de carne fresca, resulta interesante destacar cómo a pesar del escaso peso de las carnes ovina y caprina en el mercado italiano, el 70% de las exportaciones se dirigen a España.

Tabla 37. Cuota de España en las exportaciones italianas, en valor

	2013	2014	2015	2016
BOVINA	5,44%	5,70%	6,53%	8,03%
PORCINA	1,66%	2,36%	1,98%	2,06%
AVICOLA	2,23%	4,00%	2,54%	2,29%
OVINA	85,98%	77,21%	77,16%	70,63%
EQUINA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	5,16%	5,89%	6,07%	6,11%

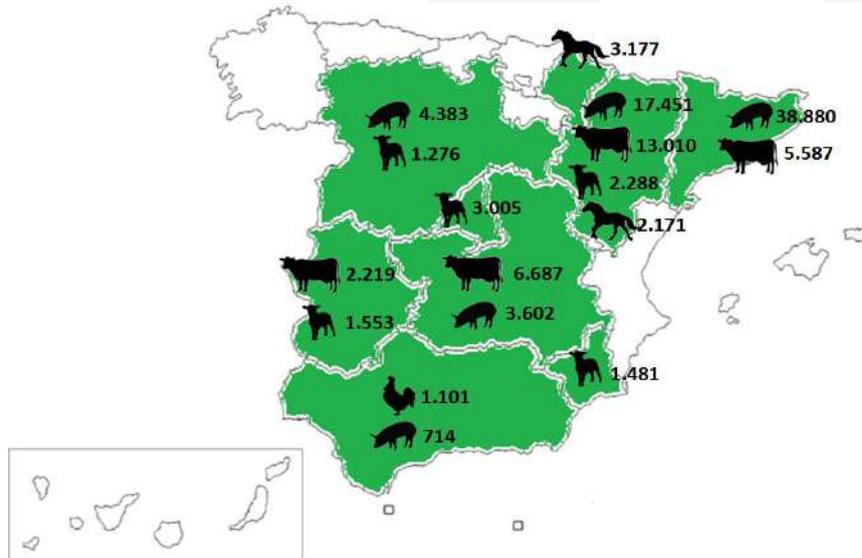
Fuente: EUROSTAT y elaboración propia

Comercio exterior por regiones españolas:

La mayor parte de la carne fresca importada por Italia procede de las regiones de Cataluña y Aragón, principalmente, carne de vacuno y de cerdo. La única comunidad con un nivel de exportación avícola significativo sería Andalucía. Las importaciones de cordero corresponderían a Madrid, Aragón, Extremadura y Murcia. La carne equina procede principalmente de Aragón y el País Vasco. A continuación se reproduce un gráfico con las principales regiones exportadoras y la exportación de 2016 para cada tipo de carne:

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

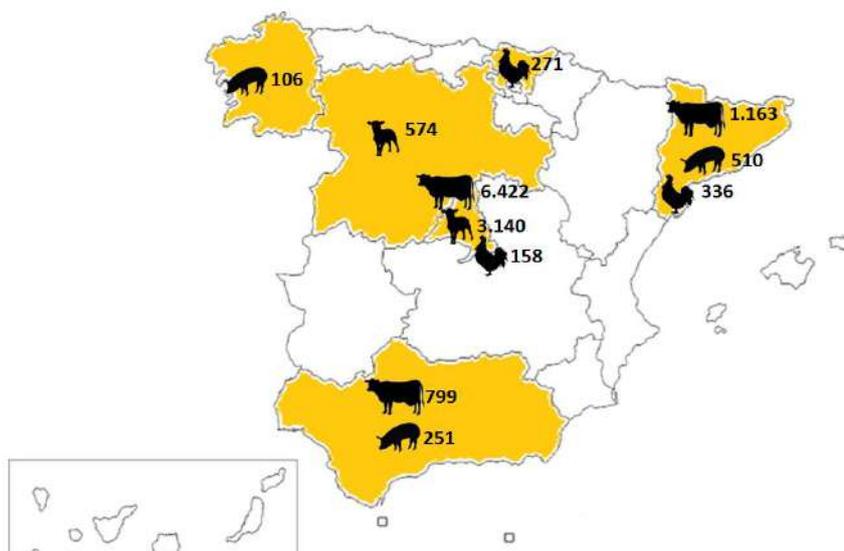
Ilustración 12. Exportación española de carne fresca hacia Italia en 2016 (Miles de euros)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUROSTACOM.

Por su parte, España importa de Italia carne fresca, si bien en cantidades más pequeñas que la exportación hacia el mismo país. Principalmente, adquiere carne bovina desde las comunidades de Madrid y Cataluña, seguidas de Andalucía. Madrid es la comunidad que compró mayor cantidad de carne fresca a Italia en 2016. Se observan pequeñas cantidades importadas de porcino hacia Cataluña, Andalucía y Galicia, y una importación de cordero en Madrid equiparada a sus niveles de exportación.

Ilustración 13. Importación española de carne fresca desde Italia en 2016 (Miles de euros)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de EUROSTACOM

4. DEMANDA

4.1 ESTRUCTURA DEL CONSUMO EN ITALIA

INTRODUCCIÓN

Italia consumió, en 2016, 4,7 millones de toneladas de carne fresca¹⁴, por valor de 12.500 millones de euros, principalmente de origen porcino y avícola. Esta cifra, un 2,24% inferior al dato de 2013 en volumen (y hasta un 9,22% inferior en valor), denota una leve reducción generalizada en el consumo de la partida cárnica, liderada por la carne bovina y la avícola, y compensada por la carne porcina.

Tabla 38. Demanda italiana de carne fresca (miles de toneladas)

	2013	2014	2015	2016	Var. 2015/2016	Var. 2013/2016
BOVINO	1.074,20	963,90	944,80	921,70	-2,44%	-14,20%
PORCINO	2.466,92	2.503,17	2.252,68	2.416,71	7,28%	-2,04%
AVICOLA	1.181,89	1.191,37	1.235,05	1.282,69	3,86%	8,53%
OVICAPRINO	54,16	45,74	53,93	51,78	-3,99%	-4,39%
EQUINO	38,87	33,27	31,68	35,18	11,05%	-9,49%
TOTAL=	4.816	4.737	4.518	4.708	4,20%	-2,24%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

Atendiendo a las partidas de carne por tipología, se observa una mayor reducción de este consumo en los últimos años para la carne bovina, un 14% menor a la cifra de 2013, seguida de la carne equina. La única carne que habría aumentado su consumo sería la avícola, con un aumento del 8,53% en cantidad desde ese mismo año hasta 2016, y un aumento en valor del 11,10%.

¹⁴ Los datos correspondientes con la demanda interna en Italia se han asimilado al Consumo aparente, calculándose como la suma de la producción neta de las exportaciones, más las importaciones.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 39. Demanda italiana de carne fresca (millones de euros)

	2013	2014	2015	2016	Var. 2015/2016	Var. 2013/2016
BOVINO	3.996,70	3.554,50	3.501,50	3.393,00	-3,10%	-15,10%
PORCINO	6.708,75	6.485,67	5.866,14	5.898,73	0,56%	-12,07%
AVICOLA	2.668,27	2.558,41	2.668,15	2.964,36	11,10%	11,10%
OVICAPRINO	360,32	389,62	241,13	209,16	-13,26%	-41,95%
EQUINO	105,93	104,70	104,79	99,26	-5,28%	-6,30%
TOTAL=	13.840	13.093	12.382	12.565	1,48%	-9,22%

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Istat

En concreto, y siempre según datos de Istat¹⁵, las familias italianas destinaron, en 2016, hasta 448 euros mensuales a la partida alimenticia de la cesta de la compra¹⁶. Dentro de la misma, la carne (en sentido amplio) absorbería hasta 93,53 euros, cifra que se ha visto ligeramente reducida desde el 2015, en un 4,8%. Esta reducción responde a los cambios en los hábitos alimenticios del consumidor italiano, que está sustituyendo parte de la carne por pescado (+9,5%), frutas y verduras (+3,1%).

Además, el italiano promedio consume unos 75 kg anuales¹⁷ de carne, de los cuales, 33 kg corresponden a carne porcina, 21kg a carne bovina, 19 kg a carne avícola, y casi 2 kg a carne ovina¹⁸.

Por otra parte, y en relación al canal de venta¹⁹ (datos 2015):

- Los pequeños comercios tradicionales (incluidos los comercios ambulantes) recogen el 42,8% de las compras en volumen.
- La gran distribución representa otro 40% del total del mercado por volumen, y el 46,7% del valor (que ha caído un 2,1% respecto al año anterior)
- El catering supone un 12% del volumen del mercado (12,1% del valor, un 3,6% menos que año precedente).

¹⁵ Instituto Nacional de Estadística Italiano, www.istat.it

¹⁶ <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2017724982.html?idPais=IT>

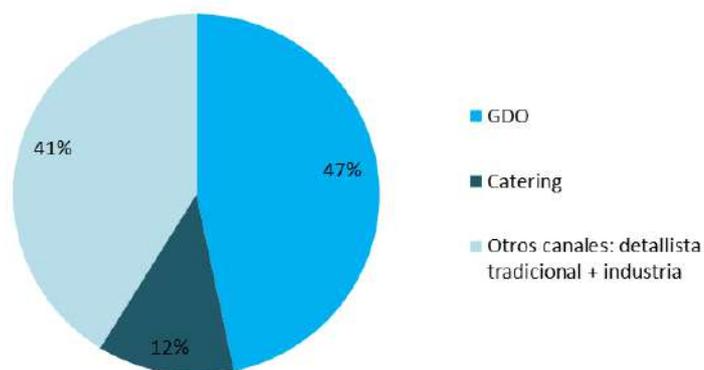
¹⁷ CIA-Confederazione Italiana Agricoltori. “Carne: sana e buona ma sempre sul banco degli imputati da innocente” Eurocarni, 5/17.

¹⁸ Se entiende aquí la carne en sentido amplio, incluyendo congelados y carnes elaboradas.

¹⁹ Por razones de disponibilidad de datos y representatividad del producto, las cifras ofrecidas corresponden a la distribución de carne bovina

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Ilustración 14. Reparto del mercado por canal de distribución (valor)



Fuente: Cerved-Databank

Tabla 40. Evolución del sector alimentario (millones de euros)

SECTOR	2011	2012	2013	2014	2015	Var. 2014/2015	Var. 2011/2015
Lácteos							
Quesos	4.200	4.235	4.180	4.250	4.416	3,91%	5,14%
Leche	2.396	2.401	2.337	2.327	2.245	-3,52%	-6,30%
Mozzarella	1.685	1.700	1.704	1.732	1.750	1,04%	3,86%
Nata	362	363	369	387,5	389	0,39%	7,46%
Mantequilla	312	287,5	297,9	286,9	274,8	-4,22%	-11,92%
Embutidos	7.887,8	7.988,6	8.074,2	8.033,8	8.036	0,03%	1,88%
Carnes blancas	4.385	4.550	4.760	4.725	4.780	1,16%	9,01%
Pasta	3.729,6	3.879,7	3.918,8	4.014,3	4.050	0,89%	8,59%
Horneados							
Bollería y pastelería industrial	1.746	1.802	1.825	1.850	1.890	2,16%	8,25%
Sustitutivos del pan	1.597,7	1.591	1.065,5	1.608	1.635	1,68%	2,33%
Congelados	2.811,7	2.868	2.822,7	2.825,5	2.878	1,86%	2,36%
Carne porcina	2.535	2.684,5	2.682	2.635	2.700	2,47%	6,51%
Carne bovina	2.476,2	2.461	2.461	2.050	2.000	-2,44%	-19,23%
Alimentos biológicos	1.231	1.298	1.413	1.564	1.673	6,97%	35,91%
Huevos	1.405,6	1.788,6	1.650,5	1.630	1.650,9	1,28%	17,45%
Conservas de pescado	965	985,4	991	995	1010	1,51%	4,66%
Platos preparados	522,6	517	507	514,5	530	3,01%	1,42%

Fuente: Cerved - Databank

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL CONSUMO

La consultora Nielsen divide la República de Italia en cuatro áreas comercialmente homogéneas. Éstas áreas son: Noroccidental (Valle de Aosta, Piamonte, Lombardía y Liguria), Nororiental (Trento –Alto Adigio, Véneto, Venecia Julia, y Emilia–Romaña), Central e Insular (Toscana, Marcas, Umbria y Lacio, Cerdeña y Sicilia), y Meridional (Abruzos, Molise, Apulia, Campania, Basilicata y Calabria).

Ilustración 15. Áreas comercialmente homogéneas en Italia



- AREA 1: Noroccidental
- AREA 2: Nororiental
- AREA 3: Central e Insular
- AREA 4: Meridional

Fuente: elaboración propia

El mayor consumo de carne por volumen se registra en la zona meridional del país, con un casi un 30% de la cantidad total de carne consumida en Italia. Esta área registra también los mayores porcentajes de consumo a nivel nacional de cada uno de los tipos de carne estudiados.



ÁREA 1: Abarca las áreas de Piamonte, Valle de Aosta, Liguria y Lombardía.

La zona noroccidental consume el **21,9%** de toda la demanda nacional de carne (en volumen); en concreto:

- El 26% de toda la carne bovina.
- El 15% de toda la carne ovi-caprina
- El 21% de la carne porcina
- El 26% de la carne avícola

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA



ÁREA 2: Compuesta por las regiones de Trentino-Alto Adige, Véneto, Friuli Venecia-Julia y Emilia-Romaña.

La zona nororiental consume el **16,5%** de toda la demanda nacional de carne (en volumen); en concreto:

- El 17% de toda la carne bovina.
- El 19% de toda la carne ovi-caprina
- El 19% de la carne porcina
- El 19% de la carne avícola



ÁREA 3: Comprende las zonas de la Toscana, Umbría, las Marcas, el Lacio y Cerdeña

La zona central e insular asume el **22,2%** de toda carne demandada en Italia (en volumen), en concreto:

- El 23% de toda la carne bovina.
- El 29% de toda la carne ovi-caprina
- El 26% de la carne porcina
- El 25% de la carne avícola



ÁREA 4: Incluye Abruzo, Molise, Apulia, Campania, Basilicata, Calabria y Sicilia.

La zona meridional consume el **29,4%** de toda la demanda de carne en Italia (en volumen); en concreto:

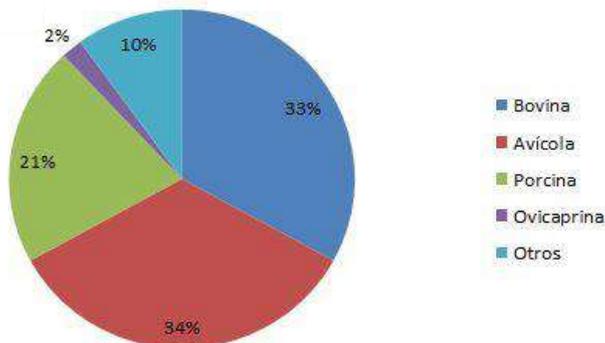
- El 34% de toda la carne bovina.
- El 37% de toda la carne ovi-caprina
- El 34% de la carne porcina
- El 30% de la carne avícola

Fuente: Ismea, Panel Nielsen de Familias. Datos: 2015/2016

DISTRIBUCIÓN MERCEOLÓGICA DEL CONSUMO

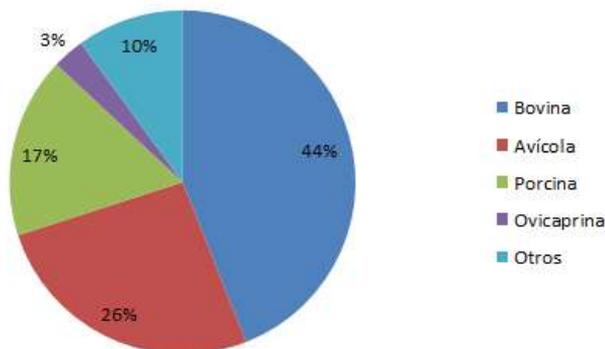
Las familias italianas consumen, en su mayoría, carne fresca avícola y bovina, seguida por las carnes frescas de origen porcino. Cabe destacar así mismo el aumento en la compra de cortes más económicos y más fáciles de preparar.

Ilustración 16. Cuota % por tipos de carne fresca en volumen, 2016



Fuente: Ismea, Panel Nielsen de Familias

Ilustración 17. Cuota % por tipos de carne fresca en valor, 2016



Fuente: Ismea, Panel Nielsen de Familias

Carne bovina:

Dentro de la clasificación por origen animal, se trata de la carne más penalizada, en términos de consumo y de rentabilidad, como consecuencia de la evolución tanto de los precios como de los estilos de vida.

Los consumidores prefieren cada vez más los productos elaborados y con alto contenido de servicio, con especial atención al origen de la carne. El precio se revela de esta forma como un factor muy determinante, si bien los consumidores italianos no aceptan una rebaja en la calidad del producto.

Una de las principales fortalezas de la carne bovina es el alto nivel de penetración alcanzado a día de hoy dentro de los hogares italianos, contando con un legado íntimamente ligado a la tradición gastronómica italiana. Además, la carne de origen italiano cuenta con una gran imagen, reconocida y apreciada tanto dentro como fuera del país, lo cual supone una barrera a la entrada de otros agentes extranjeros. En contraposición, la imagen de la carne roja no es demasiado favorable, puesto que se percibe como un producto poco adaptado a una dieta saludable, lo cual dificulta la adaptación de la oferta a los actuales cambios en los hábitos de consumo.

Las actuales tendencias en los consumidores sugieren un enfoque centrado en el desarrollo de productos elaborados, y recomiendan apostar por estrategias de comunicación apoyadas por herramientas de promoción de ventas.

Carne porcina:

El descenso de los precios y la competencia en otros sectores han frenado el negocio de la carne porcina, como consecuencia de la volatilidad de los costes de producción. Esta categoría se caracteriza, al igual que la carne bovina, por una alta penetración en los hogares como consecuencia de su gran tradición gastronómica dentro de la cocina italiana. En este sentido, el camino designado en esta categoría para los próximos años está marcado por una necesidad de innovación de la oferta, lo cual no está exento de retos. El principal problema es que no está en absoluto asociada a la idea de producto “ligero y saludable”, yendo en este sentido muy por detrás de la carne avícola y bovina. Lo cierto es que de un tiempo a esta parte, los productores han intentado desterrar esta idea de la mente de los consumidores, aumentando considerablemente la calidad nutricional del producto, sin que haya llegado a calar del todo en imaginario colectivo de los consumidores. De este modo, la innovación viene de la mano de productos como carnes porcinas con un alto contenido en Omega 3, por mencionar un ejemplo.

Carne avícola:

El consumidor italiano escoge cada vez más carnes blancas como la del pollo o el pavo. El principal factor de decisión suele ser la calidad nutricional, así como la asociación a este tipo de carne con un tipo de dieta “más sana y ligera”. A estos factores se suman los precios competitivos de la misma con respecto a otros tipos de carne.

Las novedades actuales en la comercialización de este tipo de carne se centran, sobre todo, en productos semielaborados, como lo son, por ejemplo, los rollos de carne de pollo con queso y jamón, hamburguesas listas para freír y otro tipo de productos rebozados. Estos productos dan fe de la estabilización de un mercado que busca nuevos productos más sencillos y cómodos para un consumidor cada vez más preocupado por la salud y la variedad de su dieta.

Así pues, la carne avícola se revela como un segmento menos afectado por las dificultades del sector cárnico en general, como consecuencia de una mejor percepción por parte del consumidor. Esta se ve beneficiada por las opiniones de expertos de la salud, que aconsejan el consumo de la carne de ave dentro de una dieta equilibrada y saludable. Por otra parte, el par calidad-precio con respecto a la carne roja afianzan estas fuerzas. Asimismo, la creciente demanda de productos preparados no empanados hace pensar en un abanico de posibilidades en este sector que permitan diferenciar el producto. La carne de pollo, además, es especialmente popular (y aún

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

continúa su crecimiento) entre los consumidores jóvenes por debajo de los 34 años, así como entre las mujeres.

No obstante, también ha de señalarse que Italia es un mercado ya satisfecho por la demanda nacional. Además, el factor “100% italiano” es de suma importancia, más aún dentro del sector agroalimentario, si bien para este tipo de carne existe una mayor desinformación acerca de la proveniencia real de la materia prima. Además, la volatilidad de los costes de producción repercute negativamente en los márgenes.

Si bien se ha señalado la plena capacidad de la producción nacional para satisfacer el mercado, podría señalarse como oportunidad la diferenciación a través de nuevos productos con un mayor servicio incluido, como lo son las hamburguesas, los filetes aromatizados, preparados con ingredientes, así como los cortes ya cocinados, preparados para incluir en ensaladas, etc.

4.2 PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR ITALIANO

La dieta mediterránea

Los hábitos alimenticios del país transalpino se basan en la dieta mediterránea, la cual comprende el consumo equilibrado de hortalizas, cereales y otros productos vegetales, junto con otros alimentos de origen animal, generalmente poco procesados, incluyendo la carne y el pescado. Como se ha dicho, el consumidor italiano medio consume anualmente 75 kg de carne, de los cuales el 90%²⁰ es carne fresca, y tan solo un 10% quedaría para las partidas de congelados. Solo en 2015, el mercado de la carne en Italia facturó más de 19.000 millones de euros, según datos de ISMEA.

Los cambios en los hábitos del consumidor durante los últimos años han redistribuido tanto la cesta de la compra como el propio consumo de carne, favoreciendo las carnes de pollo y pavo frente a otras carnes rojas, y sustituyendo parte del consumo cárnico por otros productos proteicos como los pescados.

Como se puede apreciar en la siguiente tabla, y según datos de Cerved-Databank, en los últimos años las familias italianas han reducido su consumo en las partidas de carne bovina y productos lácteos como la mantequilla o la leche. Por el contrario, los alimentos biológicos han protagonizado un espectacular aumento de casi el 36% desde 2011. Por su parte, los huevos habrían incrementado el valor de su presencia en la cesta de la compra hasta un 17%. Además, aumentaría a su vez el valor del consumo de carnes blancas y pasta desde 2011, principalmente como consecuencia del factor precio, más competitivo en estas partidas cárnicas, así como por una creciente preocupación por la nutrición saludable.

El perfil de la familia italiana

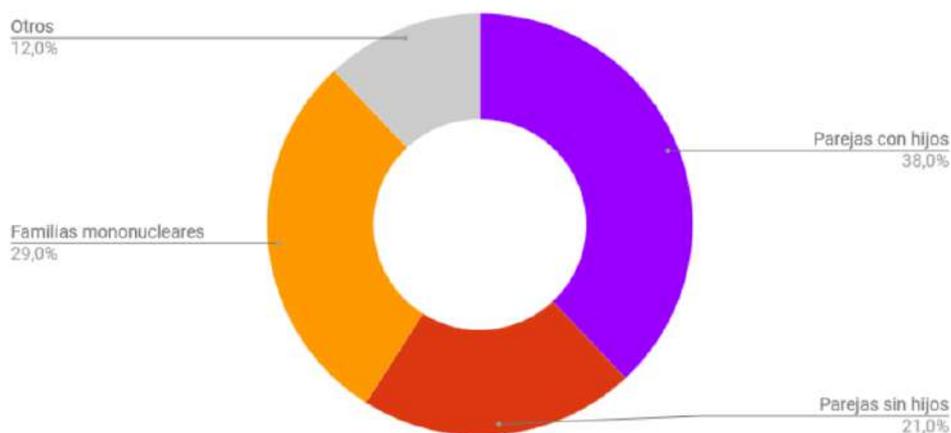
La familia italiana ha sufrido grandes cambios en las últimas décadas, configurando todo un nuevo perfil, caracterizado por:

²⁰ Sala, C. Largo Consumo n. 11/2015

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

- **Envejecimiento de la población:** por cada 100 jóvenes menores de 15 años, hay otras 154,4 personas mayores de 65 años.
- **Aumento de la esperanza de vida:** de 79,8 para los hombres y 84,6 para las mujeres.
- **Disminución de las familias con hijos:** la media italiana de hijos actual se sitúa en 1,4.
- **Cambio en la estructura de las familias:** la media es de 2,4 personas por núcleo, lo que hace destacar la importancia de las familias mononucleares (30%) y las parejas sin hijos (21%). En este sentido, estas dos categorías sumarían la mitad del mercado. Estos cambios suponen la inclusión de nuevas propuestas de marketing, tanto en materia de producto (formatos, *packaging*) como de comunicación (promociones, publicidad,...)

Ilustración 18. La nueva estructura familiar en Italia



Fuente: ISMEA, a partir de datos de Gfk, Nielsen

Cambios sociales

Los cambios en la dieta del consumidor italiano y en el consumo de carne ofrecen una imagen de cómo está cambiando la sociedad italiana. Lo cierto es que estos cambios evidencian un aumento en las desigualdades sociales, como consecuencia de las últimas crisis, más allá de un cambio en los valores de las familias.

Según los datos de Censis²¹, la sobriedad ha caracterizado la mesa de los italianos en los últimos años, recortando la cesta de la compra, con un descenso del consumo total del 5,7% entre los años 2007 y 2015, del 12,2% para la partida de alimentación y de hasta un 16,1% para el consumo de carne. Este descenso se acusa especialmente entre los consumidores desempleados, así como en las familias de menor capacidad económica.

²¹ Fondazione Censis, "Perché è vitale difendere i prodotti base del modello alimentare italiano". Eurocarni, 1/17.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 41. % reducción del consumo de las familias italianas en 2016

	Fruta	Verdura	Pasta	Pescado	Carne	Carne bovina
Familias con mayor capacidad económica	2,6	4,4	20,3	12,6	32,0	37,3
Familias con capacidad económica media	7,3	5,8	18,0	21,7	29,6	43,2
Familias con menor capacidad económica	16,3	15,9	22,6	35,8	45,8	52,0

Fuente: Censis y elaboración propia

De este modo, se observa cómo el 45%,8 de las familias de ingresos inferiores han reducido el consumo de carne, en un 29,6% en el caso de las de ingresos medios, y un 32% en el caso de las familias con mayor poder adquisitivo. En cuanto a la carne bovina, el porcentaje aumenta hasta un 52%, para el caso de las familias de ingresos más bajos, un 43,2% para las familias medias, y tan solo el 37,3% de las familias de mayores ingresos.

Los cambios en el consumo de las familias italianas, de una dieta mediterránea a otra cada vez más basada en los carbohidratos, ponen en cuestión el equilibrio y el papel de la misma dentro de los hogares italianos, debido a:

- Las nuevas desigualdades alimentarias, que recortan la cesta de la compra de las familias menos pudientes, y limitan el acceso a algunos productos típicos de la dieta mediterránea.
- Imagen poco favorable de la carne, máxime tras las alertas de la OMS en referencia a los posibles efectos cancerígenos de un consumo demasiado elevado de carne.

Carne como fuente de proteínas

La carne, el pescado y los huevos son las principales fuentes de proteínas dentro de la dieta mediterránea. Se comentaba con anterioridad el descenso en el consumo de productos cárnicos por parte del consumidor italiano, en favor de otras partidas como el pescado o las frutas y verduras. En este sentido, este aumento en la partida del pescado y productos del mar podría estar supliendo las necesidades nutricionales de proteína dentro de la dieta del consumidor italiano.

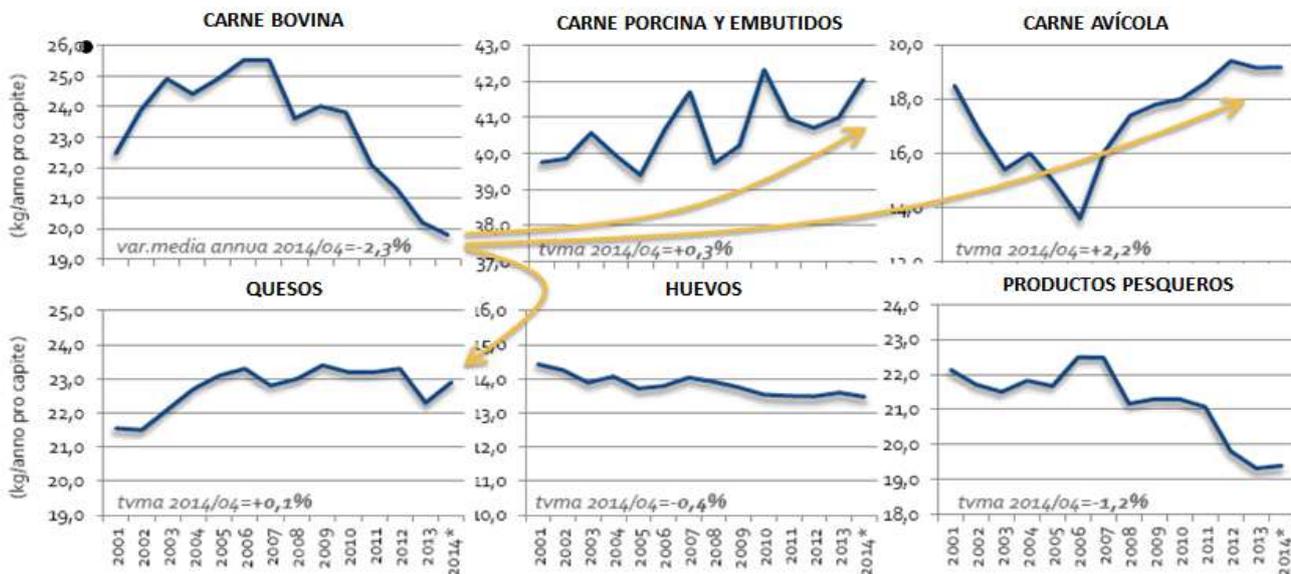


De este modo, el descenso en el consumo de carne podría tener explicaciones más allá de las recientes crisis. Un análisis de la evolución del consumo de los principales componentes proteicos de la cesta alimenticia desde el año 2001 puede sugerir que la reducción de este consumo sea de naturaleza más bien estructural.

Como se puede observar los gráficos siguientes, correspondientes al período comprendido entre 2001 y 2014, estos alimentos han experimentado una importante reducción de su consumo, si bien cada partida tiene sus particularidades. De este modo, el marcado descenso en el consumo de la carne bovina se ha traducido en un trasvase hacia la preferencia por las carnes porcinas y sus derivados, las carnes de ave y los quesos.

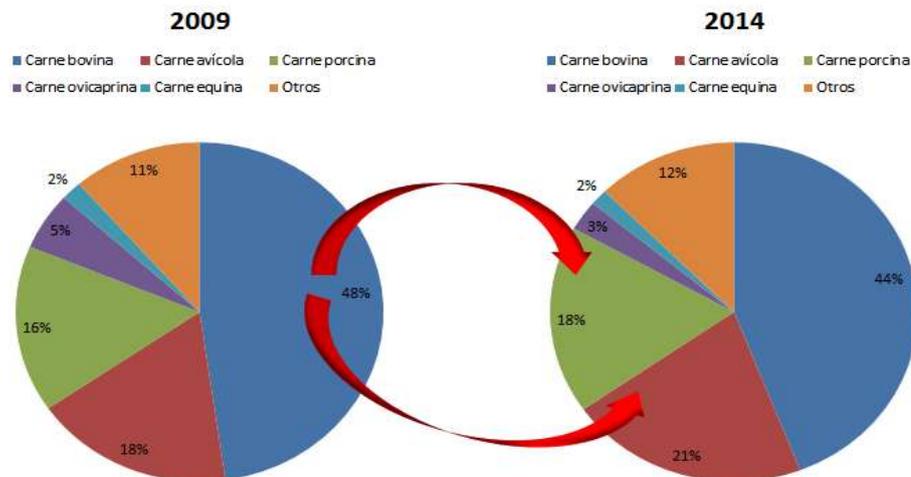
EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Ilustración 19. La evolución del consumo de productos proteicos en Italia (2001-2014)



Fuente: ISMEA y Nielsen

Ilustración 20. Traspase en el consumo de productos cárnicos 2009-2014



Fuente: ISMEA y Nielsen. Datos 2009-2014

4.3 LA NUEVA SEGMENTACIÓN CENTRADA EN EL CONSUMIDOR

Así pues, hasta el momento se han valorado los niveles de consumo y aspectos socioeconómicos del nuevo consumidor. Cabe mencionar ahora algunos aspectos de carácter más cualitativo, como lo son los hábitos y costumbres, así como los nuevos valores e intereses. De este modo, en una sociedad con un altísimo nivel de penetración de la carne en los hogares, de hasta el 93,7% en 2014, ese mismo año un 7% de la población italiana se declaraba vegetariana o vegana. Así pues, el consumidor italiano considera nuevos factores como:

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

- **BÚSQUEDA DEL PLACER:** Le gustan los productos gourmet, y en general busca la calidad; además, aprovecha herramientas promocionales como la *happy hour*, todo con el objetivo de obtener el mejor de los servicios optimizando su coste y su tiempo. En concreto, Italia es un mercado interesante para productos *Premium*.
- **AHORRO DE TIEMPO:** el nuevo consumidor busca soluciones cómodas que acorten los tiempos de preparación y espera, favoreciendo la adquisición de productos como preparados cárnicos elaborados, semielaborados, platos precocinados y otros preparados congelados.
- **BENESTAR Y SALUD:** Algunas de las tendencias favorecen el consumo de verduras y pescados sobre la carne, o bien anteponen el consumo de carnes de ave, magras, frente a carnes rojas o porcinas. El consumidor se preocupa por muchos y diversos aspectos nutricionales. Además del bajo contenido en grasa y azúcares, también se buscan los productos *gluten free*, así como libres de aditivos tan controvertidos como el aceite de palma. Destacan los productos con certificación biológica.

Cabe también destacar que las nuevas tendencias comprendidas en el binomio cocina-salud cobran especial importancia entre el público femenino.

En conclusión, el consumidor final ya no esperará un producto cárnico indiferenciado, sino que buscará todos aquellos productos con servicios añadidos que le permitan satisfacer, sino todas, varias de estas nuevas necesidades y deseos. Favorecerá de esta forma, productos saludables, con una buena relación calidad/precio, adaptados a sus gustos y preferiblemente, listos para consumir o fáciles de preparar en poco tiempo.

Además, el canal online cobra importancia en el proceso de compra del consumidor incluso antes de que se produzca la decisión de compra. De este modo, el consumidor utiliza los medios online para informarse antes y después de la compra, sobre los productos y sus diferentes propiedades organolépticas, sobre las mismas marcas, como punto de venta, y también como punto de referencia post-venta.

Italia: mercado Premium

A pesar de las crisis y de las implicaciones sociales en referencia al cambio en la composición de la dieta, los productos Premium siguen registrando un fuerte aumento²². Durante el 2016, este tipo de productos han visto su valor incrementado en un 15,6%. Se define como producto *Premium* aquel cuyo precio es un 20% superior al de mercado, si bien para el consumidor italiano se trata de una cuestión que va más allá del precio.

En este aspecto, la consultora Nielsen ha llevado a cabo una encuesta, “*Global Premiumization Survey*”, a partir de más de 30.000 encuestas online en 63 países, analizando el comportamiento y hábitos del consumidor italiano en lo concerniente a este tipo de productos y señala la calidad como el criterio principal. De este modo, el consumidor buscará y estará dispuesto a pagar más por los productos frescos: hasta un 31% de los entrevistados pagaría más por la carne o el pescado frescos, y hasta un 45% preferiría adquirirlos a través de negocios físicos. De este modo, los consumidores italianos buscan este tipo de productos, tanto desde un punto de vista racional como emocional.

²² Villa, A. “*Consumatori italiani a caccia di prodotti Premium, nonostante il prezzo*”. Eurocarni, 2/17

5. PRECIOS

5.1 EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS

Con el propósito de analizar la evolución de los precios del mercado, se han recogido los precios mensuales de la carne entre 2016 y 2017, en función de su origen, así como sus variaciones mensuales y anuales. Estos precios corresponden al mercado mayorista de carne en Italia, a fecha del mes de julio de 2017. Por razones de disponibilidad, no se incluyen los precios relativos al mercado equino.

CARNE BOVINA

El precio de la carne procedente de bovino adulto ha aumentado, desde el 2016, un 3,5% (hasta el actual 2,79€ por Kg, se trata de la carne más barata), mientras que los precios de las carnes de vaca, becerro y ternera han disminuido. Destaca la disminución en el precio del becerro, puesto que es la carne más cara, a 6,43€ por Kg.

Tabla 42. Precio medio de la carne bovina (mayorista)

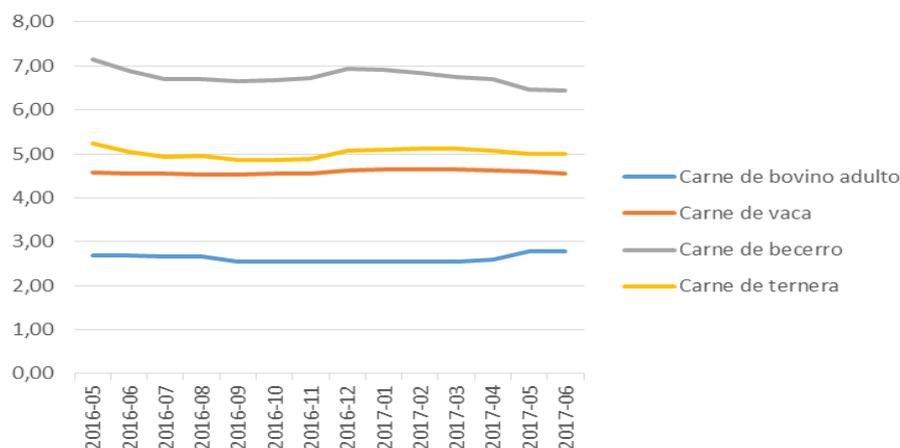
PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
CARNE DE BOVINO ADULTO	2017-6	2,79 €/Kg	0,4% ↑	3,5% ↑
CARNE DE VACA	2017-6	4,54 €/Kg	-1,4% ↓	-0,1% ↓
CARNE DE BECERRO	2017-6	6,43 €/Kg	-0,6% ↓	-6,7% ↓
CARNE DE TERNERA	2017-6	4,99 €/Kg	-0,4% ↓	-1,2% ↓

Fuente: Ismea Mercati

Si se atiende la evolución temporal de los precios en el tiempo, se observa una tendencia estable, acompañada de un leve descenso en el precio de la carne de becerro.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Gráfico 1. Evolución del precio mensual de la carne bovina (mayorista)



Fuente: Ismea Mercati

CARNE PORCINA

Por otro lado, dentro de las carnes porcinas, destaca el precio de la paletilla fresca, que alcanza los 4,42€ por Kg, en contraposición con cortes más económicos, como el lomo entero sin costado, a 2,85€ por Kg. La paletilla destaca también por el aumento en el precio de más de un 10% con respecto al año precedente, solo superado por la panceta fresca y el jamón crudo fresco; los precios de estos productos han aumentado, respectivamente, un 29,6% y un 12%. A su vez, los tres tipos de lomo analizados han disminuido su precio entre un 23% y un 32%.

Tabla 43. Precio medio de la carne porcina (mayorista)

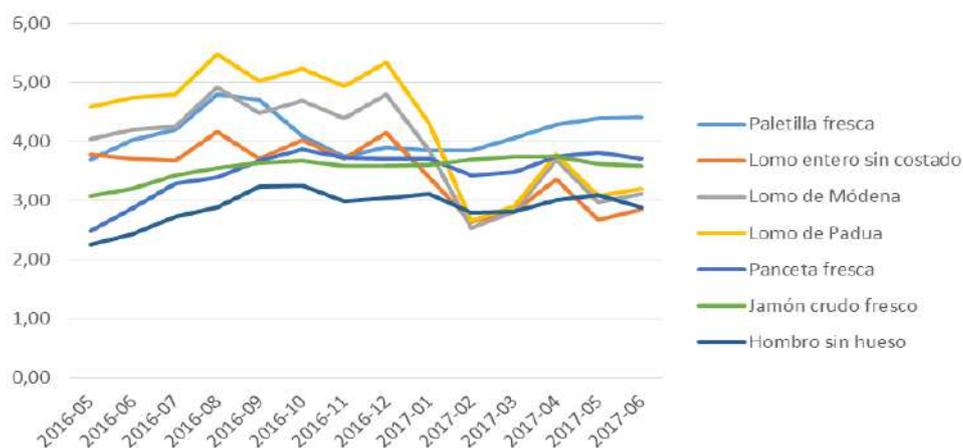
PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
PALETILLA FRESCA	2017-6	4,42 €/Kg	0,5% ↑	10,2% ↑
LOMO ENTERO SIN COSTADO	2017-6	2,85 €/Kg	6,5% ↑	-23,4% ↓
LOMO DE MÓDENA	2017-6	3,11 €/Kg	4,6% ↑	-25,9% ↓
LOMO DE PADUA	2017-6	3,21 €/Kg	4,5% ↑	-32,4% ↓
PANCETA FRESCA	2017-6	3,71 €/Kg	-2,6% ↓	29,6% ↑
JAMÓN CRUDO FRESCO	2017-6	3,59 €/Kg	-1,1% ↓	12,0% ↑
HOMBRO SIN HUESO	2017-6	2,88 €/Kg	-6,9% ↓	18,7% ↑

Fuente: Ismea Mercati

En este caso, los precios varían de forma más divergente. Se observa cómo el jamón crudo, la panceta o el hombro deshuesado aumentan levemente, por una tendencia muy estable, mientras los cortes de lomo han experimentado una dramática caída desde los inicios de 2017.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Gráfico 2. Evolución del precio medio mensual de la carne porcina (mayorista)



Fuente: Ismea Mercati

CARNE OVI-CAPRINA

Los precios de estas carnes han aumentado en general, en comparación con el año 2016, entre un 3 y un 5%. Las carnes de cordero y de carnero quedarían de este modo, a 7,21 y 6,26€ por Kg de carne, a julio de 2017. La carne de oveja se pagaría a la mitad en el mercado mayorista italiano.

Tabla 44. Precio medio de la carne ovi-caprina (mayorista)

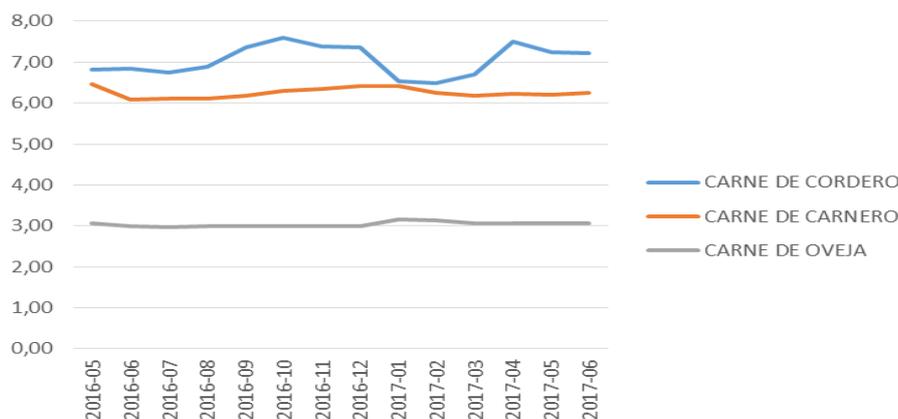
PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
CARNE DE CORDERO	2017-6	7,21 €/Kg	-0,4% ↓	5,3% ↑
CARNE DE CARNERO	2017-6	6,26 €/Kg	0,8% ↑	3,0% ↑
CARNE DE OVEJA	2017-6	3,07 €/Kg	0,1% ↑	3,0% ↑

Fuente: Ismea Mercati

En general se trata de precios muy estables, destacando un poco más el dinamismo de la carne de cordero, más cotizada en el mercado italiano.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Gráfico 3. Evolución del precio medio mensual de la carne ovi-caprina (mayorista)



Fuente: Ismea Mercati

CARNE AVÍCOLA

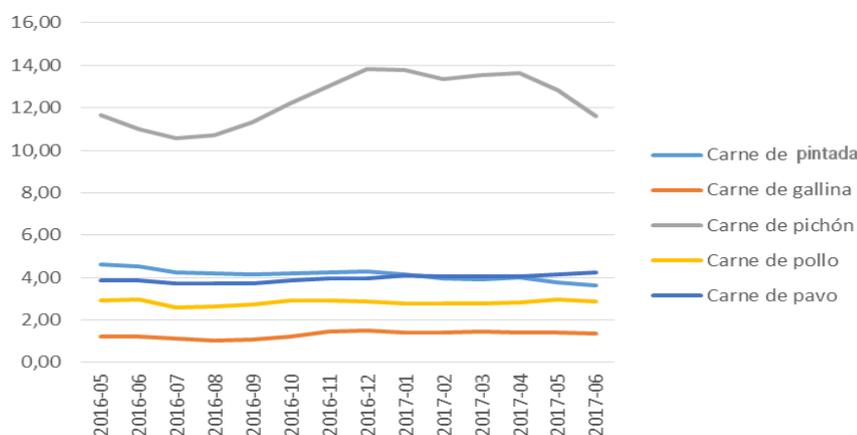
Destaca la reducción en los precios de la carne de pintada, hasta casi un 20% más barata que el año anterior. El pavo, la gallina y el pichón, por el contrario, registrarían una tendencia ligeramente alcista. La carne más cara, sería la del pichón, a 11,61€ por Kg, siendo la de gallina la más económica, a 1,34€ por Kg.

Tabla 45. Precio medio de la carne avícola (mayorista)

PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
Carne de pintada	2017-6	3,64 €/Kg	-3,8% ↓	-19,5% ↓
Carne de gallina	2017-6	1,34 €/Kg	-5,2% ↓	8,2% ↑
Carne de pichón	2017-6	11,61 €/Kg	-9,4% ↓	5,5% ↑
Carne de pollo	2017-6	2,87 €/Kg	-2,6% ↓	-3,2% ↓
Carne de pavo	2017-6	4,23 €/Kg	2,1% ↑	9,1% ↑

Fuente: Ismea Mercati

Gráfico 4. Evolución del precio medio mensual de la carne avícola (mayorista)



Fuente: Ismea Mercati

5.2 FORMACIÓN DEL PRECIO

En la valoración de los precios finales de la carne, cabría contemplar distintos componentes que lo condicionan. Tales componentes incluirían, por ejemplo, los precios de los alimentos para el ganado, el precio de las reses para cría, o incluso las tasas y aranceles que afectan al comercio de carne dentro del territorio italiano.

Alimento

Si bien cada tipo de ganado consume una alimentación distinta, variando incluso a nivel geográfico, se ha estimado oportuno incluir un resumen de la evolución de los precios de los distintos piensos y otros alimentos.

Se observa que en el período analizado se han mantenido estables los precios de la harina de alfalfa y del maíz. Por su parte, han aumentado considerablemente los precios del heno de prado estable (+16%), así como los salvados de trigo tierno (+16,1%) y duro (+9,1%). Las harinas de soja y de pescado, seguidas por la paja de trigo, serían los alimentos que más han bajado de precio, con hasta un 18,3% menos en el caso de la harina de soja.

Tabla 46. Precio medio de los alimentos para ganado

PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
Maíz	2017-7-2	184,62 €/T	0,0% ↔	-0,8% ↓
Heno de alfalfa desecada	2017-7-2	109,75 €/T	2,3% ↑	9,1% ↑
Heno de prado estable	2017-7-2	108,75 €/T	3,6% ↑	16,0% ↑
Paja de trigo	2017-7-2	64,38 €/T	0,0% ↔	-6,9% ↓
Salvado – Trigo duro	2017-7-2	113,50 €/T	6,6% ↑	9,0% ↑
Salvado – Trigo tierno	2017-7-2	114,17 €/T	10,0% ↑	16,1% ↑
Harina de alfalfa	2017-7-2	202,50 €/T	0,0% ↔	0,0% ↔
Harina de pescado	2017-7-2	1488,17 €/T	0,0% ↔	-15,5% ↓
Harina de soja	2017-7-2	349,90 €/T	2,5% ↑	-18,3% ↓
Piensos – trigo duro	2017-7-2	128,80 €/T	4,9% ↑	5,7% ↑
Piensos – trigo tierno	2017-7-2	153,70 €/T	4,6% ↑	5,2% ↑

Fuente: Ismea Mercati

Genética

Además, conviene tener en cuenta los precios del ganado, a peso vivo, tanto de reses de cría como de carne. Se incluyen aquí varias tipologías de reses, incluyendo las tres razas más comunes de ganado bovino:

Tabla 47. Precio medio mensual del ganado bovino

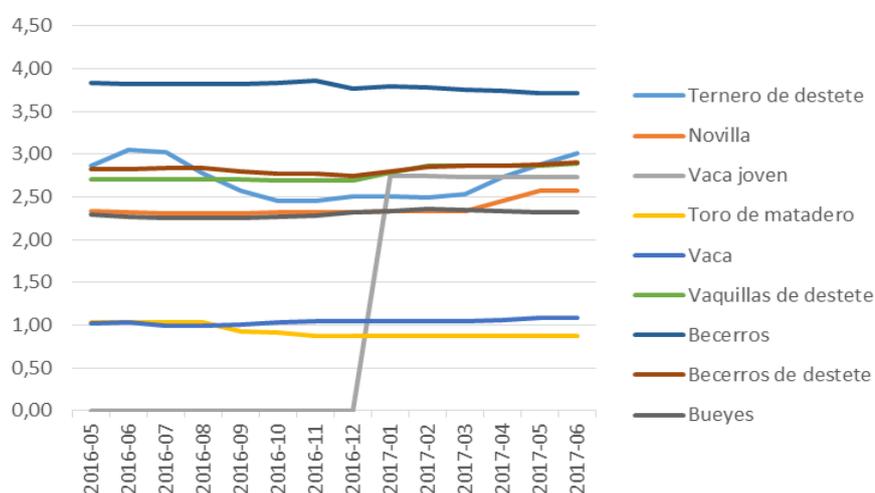
PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
TERNERO DE DESTETE	2017-6	3,01 €/Kg/peso vivo	4,6% ↑	-1,2% ↓
NOVILLA	2017-6	2,58 €/Kg/peso vivo	0,0% ↔	11,1% ↑
VACA JOVEN	2017-6	2,73 €/Kg/peso vivo	0,0% ↔	Sin dato

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

TORO DE MATADERO	2017-6	0,88 €/Kg/peso vivo	0,0% ↔	-14,6% ↓
VACA	2017-6	1,09 €/Kg/peso vivo	-0,1% ↓	5,8% ↑
VAQUILLAS DESTETE	DE 2017-6	2,89 €/Kg/peso vivo	0,6% ↑	6,6% ↑
BECERROS	2017-6	3,72 €/Kg/peso vivo	-0,1% ↓	-2,7% ↓
BECERROS DESTETE	DE 2017-6	2,90 €/Kg/peso vivo	0,7% ↑	2,3% ↑
BUEYES	2017-6	2,32 €/Kg/peso vivo	0,0% ↔	2,4% ↑

Fuente: Ismea Mercati

Gráfico 5. Índice de precios mensuales de ganado bovino



Fuente: Ismea Mercati

A continuación se analizan los precios medios por peso vivo de las principales razas de becerros y terneros de destete

Atendiendo a tres de las principales razas de ganado bovino en Italia, se observa una cierta estabilidad de los precios por peso vivo dentro de estas tres categorías, para el becerro de destete. Repunta un poco más la raza Limousine, que aumenta su precio con respecto al año anterior, mientras las razas Charolaise y el cruce francés se mantienen constantes.

Tabla 48. Becerro de destete. Precio medio

PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
CHAROLAISE	2017-7-2	2,90 €/Kg/peso vivo	0,0% ↔	0,6% ↑
CRUCE FRANCÉS	2017-7-2	2,90 €/Kg/peso vivo	0,0% ↔	0,5% ↑
LIMOUSINE	2017-7-2	3,17 €/Kg/peso vivo	0,0% ↔	3,6% ↑

Fuente: Ismea Mercati

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Dentro del ternero de destete, se han analizado el cruce, la Pezzata negra, la Pezzata roja y los terneros de raza. Se observa una disminución en los precios de los terneros de cruce y de la Pezzata roja, mientras el ternero de raza aumenta hasta en un 14,8% con respecto al año anterior.

Tabla 49. Ternero de destete. Precio medio

PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
CRUCE	2017-7-2	2,98 €/Kg/peso vivo	0,0% →	-10,5% ↓
PEZZATA NEGRA	2017-7-2	2,43 €/Kg/peso vivo	1,1% ↑	0,5% ↑
PEZZATA ROJA	2017-7-2	3,55 €/Kg/peso vivo	0,0% →	-6,6% ↓
RAZA DE CARNE	2017-7-2	4,77 €/Kg/peso vivo	1,1% ↑	14,8% ↑
RAZAS VARIAS	2017-7-2	2,66 €/Kg/peso vivo	0,0% →	2,9% ↑

Fuente: Ismea Mercati

En cuanto al ganado porcino, el cerdo de cría alcanzó en junio del 2017 un precio medio de 3,09€ por kilo de peso vivo. Con respecto a 2016, tanto las cerdas como los cerdos de cría y matadero han visto sus precios incrementados entre un 20 y un 35%.

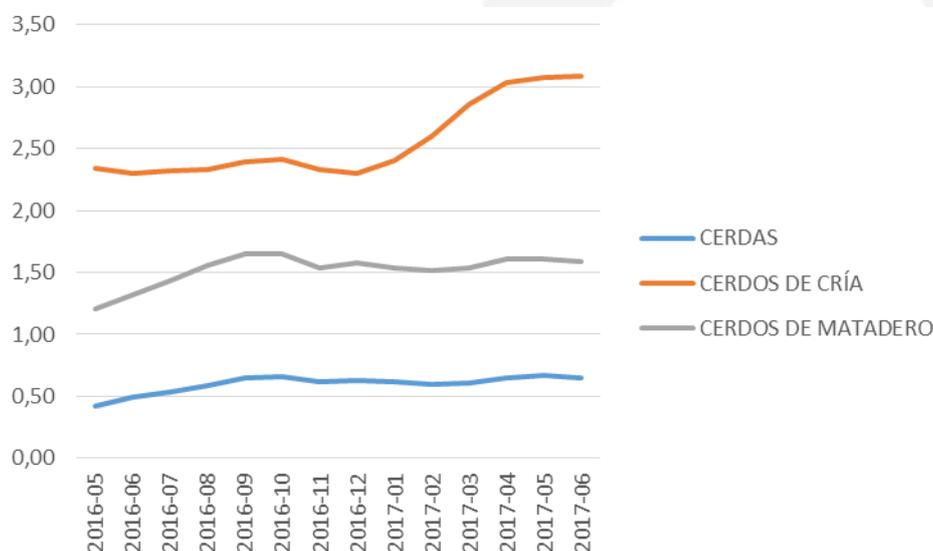
Tabla 50. Precio medio mensual del ganado porcino

PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
CERDA	2017-6	0,65 €/Kg	-3,2% ↓	33,0% ↑
CERDOS DE CRÍA	2017-6	3,09 €/Kg	0,2% ↑	34,3% ↑
CERDOS DE MATADERO	2017-6	1,59 €/Kg	-1,1% ↓	20,4% ↑

Fuente: Ismea Mercati

En concreto, el precio de los cerdos de cría, que ha aumentado un 34% con respecto al año precedente, se ha visto especialmente incrementado en los primeros meses del 2017.

Gráfico 6. Índice de precios mensuales de ganado porcino



Fuente: Ismea Mercati

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

El cordero, a un precio de 3,47€ por kg de peso vivo, se ha visto incrementado en casi un 20% este año, seguido del precio del carnero, que ha aumentado casi un 15%. Por el contrario, la oveja se mantiene estable por debajo del euro por kilo de peso vivo.

Tabla 51. Precio medio mensual del ganado ovi-caprino

PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
CORDERO	2017-6	3,47 €/Kg	7,2% ↑	19,8% ↑
CARNERO	2017-6	2,98 €/Kg	5,1% ↑	14,6% ↑
OVEJA	2017-6	0,82 €/Kg	0,2% ↑	1,2% ↑

Fuente: Ismea Mercati

Gráfico 7. Evolución de precios del ganado ovi-caprino



Fuente: Ismea Mercati

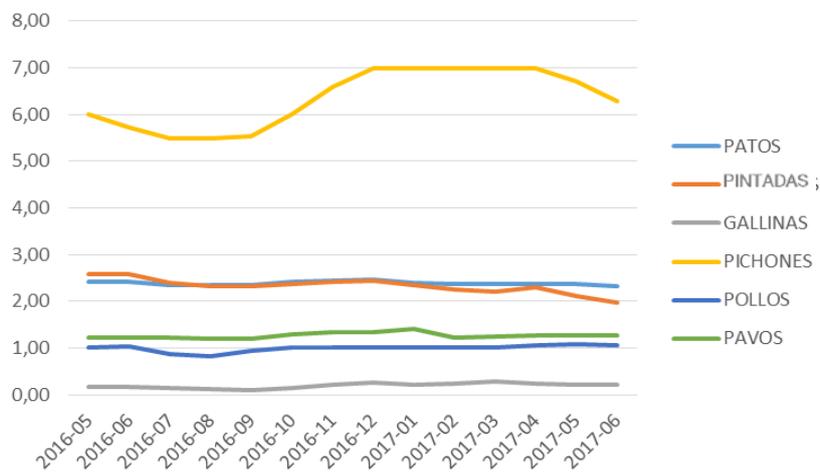
Atendiendo a la cría de aves de corral, encontramos la pintada a un precio por kg de peso vivo de 1,97€, precio solo superado por el apto y el pichón, con unos precios al peso vivo de, respectivamente, 2,32€ y 6,28€. Destacan los cambios en la tendencia con respecto al año anterior de las faraonas (que disminuye su precio en un 23,4%) y la gallina común (si bien aumenta un 14,8%, sigue siendo la carne más barata con un precio medio de 0,20€ por kg de peso vivo)

Tabla 52. Precio medio del ganado avícola

PRODUCTO	AÑO-MES	PRECIO	VAR. MES PRECEDENTE	VAR. AÑO PRECEDENTE
PATOS	2017-6	2,32 €/Kg	-1,4% ↓	-3,5% ↓
PINTADAS	2017-6	1,97 €/Kg	-6,3% ↓	-23,4% ↓
GALLINAS	2017-6	0,20 €/Kg	-11,6% ↓	14,8% ↑
PICHONES	2017-6	6,28 €/Kg	-6,3% ↓	9,8% ↑
POLLOS	2017-6	1,05 €/Kg	-2,6% ↓	0,9% ↑
PAVOS	2017-6	1,27 €/Kg	0,0% ↔	3,2% ↑

Fuente: Ismea Mercati

Gráfico 8. Evolución de los precios del ganado avícola



Fuente: Ismea Mercati

6 . PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

La carne fresca de origen español, e identificada como tal en los lineales de los supermercados y otros puntos de venta en Italia, tiene una escasa presencia. En este mercado, y más aún en este sector, el principal argumento de venta viene precisamente del carácter nacional de la producción alimentaria.

Así pues, el principal reto al que se enfrenta cualquier producto extranjero para cambiar a este consumidor es a la profunda preferencia por el producto nacional, más aún en la categoría de alimentación. La enseña “100% italiano” es uno de los argumentos de venta más repetidos en los lineales de los establecimientos. De este modo, la mayor parte de los productos frescos, así como la gran mayoría de las categorías de agroalimentario, evidencian su origen.

Más concretamente, el conocimiento real sobre las carnes frescas procedentes de España se limita a los propios importadores y a un reducido grupo de consumidores amantes de los productos gourmet. Las carnes comercializadas y señaladas como españolas, suelen corresponder de este modo a cortes de alta gama, a través de distribuidores especializados. Principalmente, se encuentran carnes como el cochinillo de Segovia, cordero lechal, cordero de Aragón o cortes de cerdo ibérico (pluma, secreto,...).

Como es de sobra conocido, el producto cárnico más arraigado en el imaginario colectivo del consumidor italiano es el jamón, que suele tener una representación modesta en los lineales de los supermercados, o el lomo, así como los productos ibéricos. No existe una idea clara de lo que implica y abarca el término “ibérico” pero aun así el consumidor lo asocia a un producto de calidad, y funciona como argumento de venta. En sus versiones de gama más baja, el consumidor se decantará por otros productos locales.

Además, y dentro de las categorías frescas, más allá de las indicaciones “*made in Italy*” se puede encontrar algunos cortes extranjeros, si bien siempre estarán, como se ha indicado previamente, enfocados hacia segmentos de gamas media-alta y alta. Sería el caso de la carne de buey irlandés o incluso de la ternera gallega, como ejemplo español. Sea como fuere, el consumidor italiano asume siempre la carne italiana como la de mejor calidad, y sólo está dispuesto a probar otros cortes extranjeros cuando la calidad es excelente y reconocida, y responde a una compra más selecta, propia de consumidores gourmet.

Esto sugiere que, para penetrar dicho mercado, quizás una de las posibles estrategias sería la introducción de cortes desconocidos para este consumidor, procedentes de razas locales, bien diferenciadas de la oferta italiana, que representen una novedad y un producto exclusivo. De este

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

modo, a lo largo de la literatura profesional se pueden encontrar artículos sobre la “rubia gallega” o la “xalda asturiana”, lo cual evidencia un cierto interés y una posibilidad de introducción del producto a través de una segmentación de nicho. Esta posibilidad se ve favorecida asimismo por las propias características del consumidor italiano, que es, ante todo, un amante de la gastronomía y de la excelencia, que se interesa por conocer los productos y su origen, y que aprecia y paga un producto cuando la calidad y la presentación están al nivel de sus exigencias.

7 . CANALES DE DISTRIBUCIÓN

7.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales de distribución en el mercado de la carne fresca se dividen en dos tipos: canales mayoristas y canales de distribución al consumidor final.

- **DISTRIBUCIÓN AL POR MAYOR:** Los criaderos venden tanto el ganado (intercambios en origen) como la carne fresca (mercado mayorista) directamente a intermediarios, a través de las distintas plazas de mercados mayoristas. Éstos mercados se han identificado debidamente en el punto 7.3 de este mismo capítulo dedicado a la Distribución.
- **DISTRIBUCIÓN AL CONSUMIDOR FINAL:** La red de la distribución italiana cuenta con más de 67.400 puntos de venta²³, de los cuales más de 27.600 correspondería al denominado “canal moderno”, en contraposición con la distribución tradicional. Este canal moderno en Italia está compuesto por:
 - **Venta detallista tradicional:** Italia cuenta con hasta 39.683 puntos de venta “tradicional”, entre micro-mercados, tiendas de alimentación y negocios mixtos. La tendencia general en la cuota agregada de este tipo de puntos de distribución muestra una tendencia negativa en los últimos años.
 - **Tiendas especializadas:** 2.931 puntos de venta
 - **Gran Distribución (GD):** a su vez desglosada en:
 - **Grandes superficies:** un total de 8.981 supermercados y 6.177 hipermercados
 - **Establecimientos de mediana y reducida dimensión:** 4.554 mini-mercados y 6.177 tiendas de conveniencia
 - **Establecimientos Discount:** 4.689 tiendas

La Gran Distribución mueve la mayor parte de las carnes blancas, porcinas y bovinas, como puede verse en la siguiente tabla:

²³ Datos 2016, IRI

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 53. Canal de distribución de la carne por tipología (2014)

TIPO DE CARNE	Carnes blancas	Carne porcina	Carne bovina
% GD	73,7	69,9	68,6

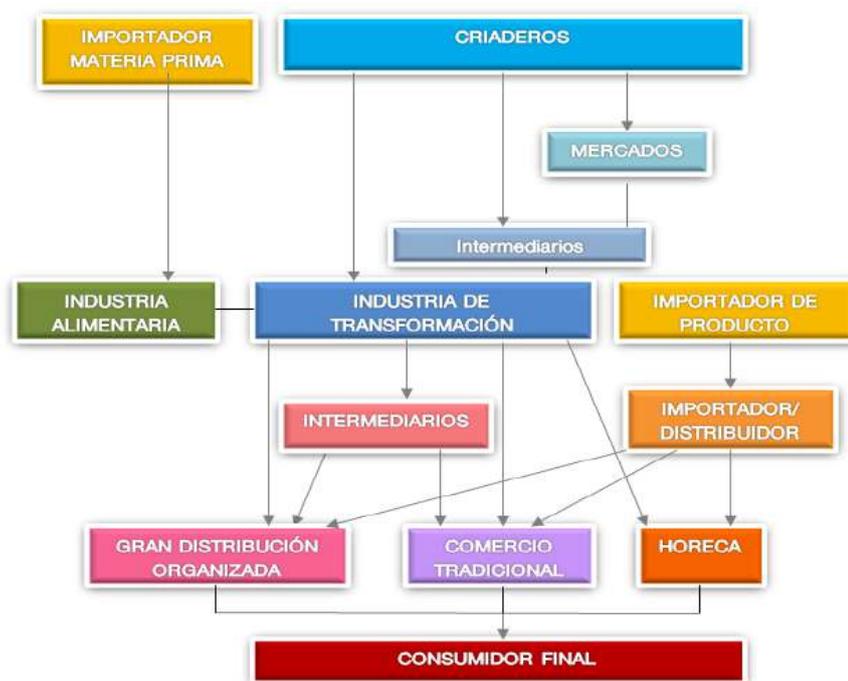
Fuente: SgMarketing

- ➔ **HORECA:** Comprende todos los establecimientos de restauración como cafeterías, restaurantes y otros establecimientos hosteleros. Supone un porcentaje menor de la distribución de carne en Italia.

En general, la importancia y los roles de los diferentes operadores del sector de la carne están en continua evolución. De esta forma, el detallista tradicional, que recogía el 42,8% de las ventas de carne bovina en volumen, en 2015 comenzaba a remitir. A su vez, la gran distribución pasó de tener un 40% en 2014 al 46,7% en 2015. Por último, el catering, con un 12% del volumen y un 12,1% del valor en 2014 perdió en 2015 un 3,6% de este mismo valor. Además, la industria alimentaria muestra una disminución de la demanda de semielaborados, a la vez que se observa una debilitación del mayorista en la zona norte del país, que se transforma en distribuidor en exclusiva de carne de distribuidor multi-producto.

7.2 ESQUEMA DE LA DISTRIBUCIÓN

Ilustración 21. Esquema de la distribución de la carne en Italia



Fuente: elaboración propia a partir de diversas fuentes

7.3 PRINCIPALES DISTRIBUIDORES

7.3.1 PRINCIPALES MERCADOS:

En origen:

- | | | |
|-----------------|---------------|--------------|
| - Perugia | - Mantua | - Foggia |
| - Macerata | - Arezzo | - Nocci |
| - Forli | - Siena | - Ferrara |
| - Milán | - Carmagnola | - Sassari |
| - Cremona | - Montichiari | - Campobasso |
| - Reggio Emilia | - Vicenza | - Macomer |
| - Módena | - Cuneo | - Nápoles |
| - Grosseto | - Verona | - Viterbo |
| - Padua | - Palermo | - Messina |
| - Florencia | - Treviso | |
| - Parma | - Cagliari | |

Mayoristas:

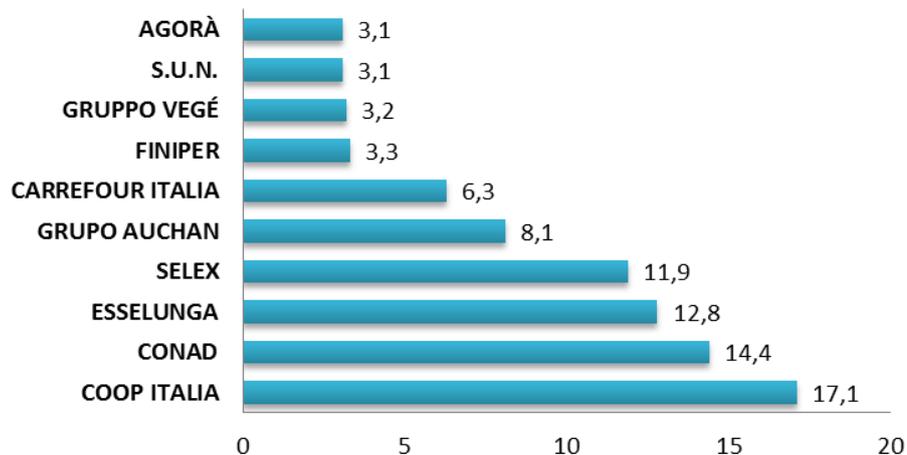
- | | | |
|-------------|------------|-----------|
| - Florencia | - Verona | - Macomer |
| - Milán | - Cagliari | - Nápoles |
| - Palermo | - Foggia | |
| - Módena | - Grosseto | |

7.3.2 PRINCIPALES EMPRESAS DE LA GRAN DISTRIBUCIÓN EN ITALIA

La gran distribución italiana está liderada por **Coop Italia**, con un **17,1% de la cuota de todo el mercado en 2015**. Le seguirían, por este orden, Conad, con el 14,4% del mercado; Esselunga, con un 12,8%; Selex, con el 11,9% y el grupo Auchan (8,1%). Estos cinco primeros distribuidores atenderían casi un 65% de todo el mercado alimentario italiano.

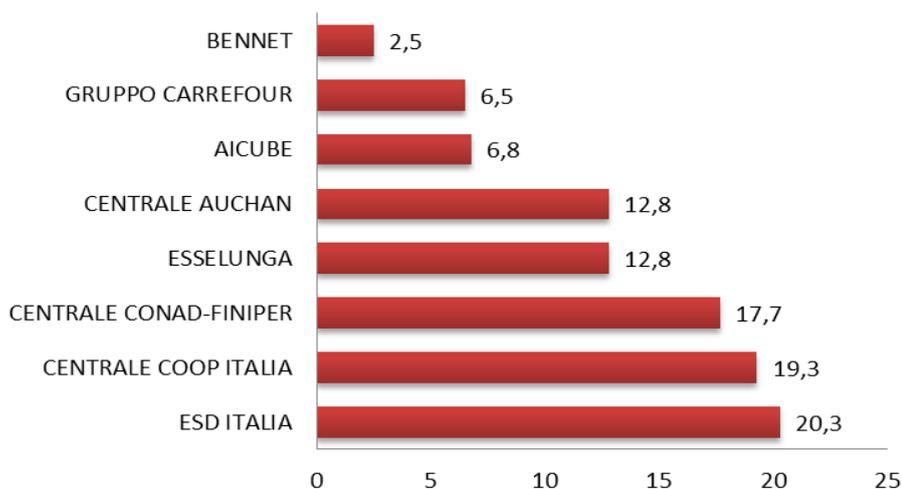
EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Gráfico 9. Cuotas de los principales grupos de la GD en Italia (2015)



Fuente: IRI y elaboración propia

Gráfico 10. Cuotas de las principales centrales de compra en Italia (2015)



Fuente: IRI y elaboración propia

Tabla 54. Estructura de la distribución, por áreas geográficas (2015)²⁴

	Nº Puntos de venta	M ²
Noroeste	2.086	3.585.140
Noreste	2.050	2.719.778
Centro-Islas	2.174	2.505.434
Sur	3.110	2.952.683
TOTAL	9.420	11.763.035

Fuente: IRI y elaboración propia

²⁴ Supermercados e hipermercados

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

La Ofecomes de Milán dispone de información detallada acerca de las principales empresas italianas de distribución de carnes, en particular bovina, con su reparto por canal y área geográfica, información que puede facilitar como Servicio Personalizado a las empresas.

8 . ACCESO AL MERCADO-BARRERAS

8.1 DIFICULTAD DE ACCESO AL MERCADO

Tabla 58. Resumen - Impacto de las fuerzas competitivas

TIPO DE BARRERA	NIVEL	
Competencia	Alto	Fragmentación productiva con creciente concentración. Además, existe una gran presión para mantener bajos los costes de producción. Por otra parte, cada vez se exigen más certificados de producto, tanto desde el punto de vista fitosanitario como de sostenibilidad medioambiental y trazabilidad.
Concentración	Media	Dependiendo del tipo de carne, se encuentran sectores de concentración más baja, como lo es el de la carne bovina; o el de la carne avícola, muy concentrado.
Poder de negociación de los clientes	Medio	En función del canal de distribución, esta barrera es mayor o menor, Así pues, este poder es mucho mayor en la categoría de la Gran Distribución, que compra cantidades mucho mayores, que otros negocios detallistas, sin poder de negociación.
Poder de negociación de los proveedores	Bajo-Medio	El término incluiría tanto a las ganaderías como mataderos nacionales y extranjeros, así como importadores.
Barreras de entrada	Medio-Alto	Gran competencia en términos de distribución, logística y servicio.
Posibilidad de ingreso de nuevas empresas	Medio-Bajo	El modo más sencillo es a través de la adquisición de empresas ya instaladas. Además, el atractivo de entrada al sector se ha visto reducido por la baja rentabilidad.

Productos sustitutivos	Medio-Alto	<p>En términos generales, la carne es una fuente de proteína cuyo principal sustitutivo podría considerarse el pescado.</p> <p>Además, dependiendo del origen de la carne pueden ser sustitutivas entre sí. Las diferentes tipologías favorecen el consumo de carnes de ave en detrimento de la carne porcina o de vacuno, menos asimiladas a una dieta saludable. Asimismo, el factor precio favorece la adquisición de cortes más económicos.</p>
-------------------------------	------------	---

Fuente: Elaboración propia y Cerved-Databank

8.2 PRINCIPALES BARRERAS COMERCIALES

ARANCELES E IMPUESTOS

La introducción en Italia de carnes frescas procedentes de España o cualquier otro país comunitario no está sujeta al pago de aranceles.

Por otra parte, la adquisición de carne fresca por parte del consumidor final está gravada en Italia por el IVA, a un tipo reducido del 10%²⁵.

Cabe señalar que las exportaciones de carne fresca a Italia tienen la obligación de atenerse a la normativa comunitaria en general y a la italiana en particular. Los organismos italianos de referencia a este respecto pueden consultarse a través de:

- www.agricolturaitalianaonline.gov.it
- www.agenziadogane.it

REQUISITOS COMERCIALES Y TÉCNICOS. HOMOLOGACIÓN Y CERTIFICACIÓN LOCAL

La Directiva 2003/89/CE sobre el etiquetado de los alimentos, obliga a los productores a indicar en la etiqueta todos los ingredientes presentes en un producto alimenticio. Asimismo, la legislación nacional y comunitaria establecen la obligación de garantizar que todas las fases de la producción, transformación y distribución de alimentos alcancen unos mínimos en materia de seguridad, calidad e higiene de los alimentos (Reglamento (CE) n. 852/0427).

En concreto, el Ente Nacional de Unificación (UNI), organismo italiano pertinente, ha desarrollado dos normas:

²⁵ El texto completo puede consultarse en el documento original (en italiano): DPR 633/1972. Decreto del Presidente della Repubblica 26 ottobre 1972 Numero 633

²⁶ Directiva 2003/89/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, 10 noviembre 2003, por la que se modifica la Directiva 2000/13/CE en lo que respecta a la indicación de los ingredientes presentes en los productos alimenticios; <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32003L0089&from=ES>

²⁷ Reglamento (CE) n° 852/04 del Parlamento Europeo y del Consejo, 29 abril 2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios; <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2004:139:0206:0320:ES:PDF>

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

- **UNI 10939:2001:** determina las normas y principios generales, así como los requisitos para la proyección y actuación de un sistema de trazabilidad inversa en la industria de los productos agroalimentarios.
- **UNI 11020:2002:** relativa a la trazabilidad inversa aplicada al producto acabado elaborado por las empresas agroalimentarias.

Además, la RE N. 1337/2013 DE LA COMISIÓN de 13 de diciembre de 2013 establece las disposiciones de aplicación del Reglamento (UE) no 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere a la indicación del país de origen o del lugar de procedencia para la carne fresca, refrigerada o congelada de porcino, ovino, caprino y aves de corral. De esta forma, el etiquetado del origen de la carne deberá seguir unas indicaciones para que el usuario final pueda conocer de forma clara el lugar de cría y el lugar de sacrificio del animal, obteniendo de esa manera información y garantía del origen de la carne. En concreto, será necesario indicar en la etiqueta el país en el que el animal ha sido criado durante un período que represente una parte importante del ciclo normal de cría para cada especie, así como el país en el que ha sido sacrificado.

En materia de certificación y homologación, el Reglamento (CE) 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo del 21 de noviembre de 2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios establece las definiciones de **Denominación de Origen Protegida (DOP)** y de **Indicación Geográfica Protegida (IGP)**. En dicho Reglamento se definen estos conceptos, así como la **Especialidad Tradicional Garantizada**.

También se ha de tener en cuenta el Reglamento (UE) N. 271/2010 de la Comisión del 24 de marzo 2010 que modifica el reglamento (CE) n. 889/2008, acerca de la aplicación del reglamento (CE) n. 834/2007 del Consejo, en lo concerniente al certificado de producción biológica de la Unión Europea

	<p><u>DOP – Denominación de Origen Protegida</u></p> <p>Nombre que identifica un producto: originario de un lugar determinado, una región o, excepcionalmente, un país, cuya calidad o características se deben fundamental o exclusivamente a un medio geográfico particular, con los factores naturales y humanos inherentes a él, y cuyas fases de producción tengan lugar en su totalidad en la zona geográfica definida.</p>
	<p><u>IGP – Indicación Geográfica Protegida</u></p> <p>Nombre que identifica un producto: originario de un lugar determinado, una región o un país, que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico, y de cuyas fases de producción, al menos una tenga lugar en la zona geográfica definida.</p>
	<p><u>ETG - Especialidad Tradicional Garantizada</u></p> <p>Nombre que describa un producto o alimento específico que:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sea el resultado de un método de producción, transformación o composición que correspondan a la práctica tradicional aplicable a ese pro-

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

	<p>ducto o alimento,</p> <p>o bien</p> <p>- esté producido con materias primas o ingredientes que sean los utilizados tradicionalmente.</p>
	<p>Agricultura Biologica</p> <p>Los productos biológicos han de ser producidos respetando reglas precisas de elaboración tradicional, y deben ser reconocibles a través de la etiqueta "Agricultura biológica - Régimen de control CE." Para ello, el Ministerio italiano de Política Agrícola, Alimentaria y Forestal, junto con las Regiones, han desarrollado el Sistema de Información Nacional sobre la Agricultura Biológica, o SINAB²⁸, que informa y apoya a los consumidores y operadores del sector, con el fin de desarrollar y valorizar la agricultura biológica.</p>

Fuentes: Elaboración propia a partir del REGLAMENTO (UE) N°1151/2012 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

Por último, el matadero español deberá estar debidamente registrado y certificado por el Ministerio de Sanidad en España, que a su vez transmitirá la comunicación de dicha certificación a su homólogo italiano. De otro modo, la carne exportada será bloqueada en Italia por las instituciones pertinentes.

NORMATIVA EN MATERIA SANITARIA Y DE BIENESTAR ANIMAL:

La carne fresca, como alimento de origen animal destinado al consumo humano, está sujeta además a otras normativas en materia de higiene y control sanitario:

- Reglamento (CE) n.852/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, que establece la normativa específica en materia de higiene en productos alimenticios.
- Reglamento (CE) n.853/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, que establece la normativa específica en materia de higiene en productos alimenticios de origen animal.
- Reglamento (CE) n.854/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo, que establece la organización del control oficial sobre los productos de origen animal destinados al consumo humano.

²⁸ www.sinab.it

9. PERSPECTIVAS DEL SECTOR

9.1 PERSPECTIVAS GENERALES

El contexto que se presenta para el sector cárnico en Italia no está exento de retos ni de riesgos. Las recientes crisis, la disminución en el consumo general de carne, el efecto sustitución entre las diferentes tipologías cárnicas y las nuevas tendencias dietéticas configuran todo un nuevo panorama para las empresas productoras de carne fresca.

Según datos de IRI, aún a día de hoy, solo una familia de cada cuatro puede ahorrar²⁹, lo cual deja patente la presencia aún de un contexto económico poco halagüeño, y que castiga especialmente esta partida alimentaria. Además, las dietas *veg* consiguen cada día más adeptos. Según Eurispes, en su estudio *Rapporto Italia 2017*, el 7,6% de la población italiana sigue una dieta vegetariana o vegana. Según datos de Nielsen³⁰, el 21% de los italianos desearían encontrar en los lineales del supermercado proteínas vegetales alternativas a la carne. No obstante, el número de personas que vuelven a comer carne también aumenta, y no todas las carnes son percibidas igual por el consumidor, en términos nutricionales y de salud.

Echando un vistazo al comportamiento más reciente del sector, las ventas de carne del mes de enero de 2017, confrontadas con las registradas el mismo mes del año precedente, han arrojado un resultado positivo. En general, la disminución en el consumo de carne ha caracterizado el período 2010-2016, pero durante el primer mes de enero la carne de cochinillo y las manitas de cerdo han registrado un aumento del 30%, en parte como consecuencia de la rebaja en el precio post-festividad. Además, también aumentan las ventas de carne bovina (14%) y de la carne porcina (8%).

Crece asimismo el consumo de productos cárnicos frescos listos para cocinar, con un aumento del volumen en 2016 del 9,75%, moviendo 75.000 toneladas por valor de 588 millones de euros. La tasa de crecimiento es aún mayor en los negocios *discount*. En general es un segmento con mayor rentabilidad que los cortes tradicionales, con servicios añadidos que satisfacen las exigencias de los nuevos consumidores, en cuanto a variedad y situaciones de consumo.

²⁹ Eurocarni 6/17. P. 56

³⁰ Global Health and Ingredient Sentiment, Global Out-Of-Home Dining (Nielsen)

Tabla 55. Dimensiones del mercado de los preparados cárnicos, 2016

	Var%
75.211.609 Kg	+9,75
588.143.221 €	+6,54
Precio medio = 7,82 €/Kg	-2,92

Fuente: Nielsen Data

De este modo, la innovación toma un papel protagonista, ampliando una gama de productos que añade ingredientes, ofrece un mismo producto en base a diferentes tipos de carnes, versiones sin gluten, nuevos formatos de *packaging* y productos bio. La comodidad y los formatos reducidos forman parte de las exigencias de un nuevo consumidor que, por otra parte, permanece fiel a los productos que satisfacen sus expectativas. Merecen especial atención aspectos como el precio, cada vez más importante para el consumidor. El debilitado consumo de carne en general necesita propuestas innovadoras que “rejuvenezcan” el producto y reactiven el mercado, devolviéndolo a una etapa más temprana del ciclo de vida del producto cárnico.

Los productos preparados, de este modo, se presentan como una propuesta más adaptada a las necesidades, deseos y situaciones de compra del consumidor, destacando como tendencia y oportunidad de interés en el mercado italiano de la carne.

9.2 TENDENCIAS DE LOS PRINCIPALES GRUPOS DE CARNE

CARNE BOVINA

Si bien el mercado parece que comienza a recuperarse levemente, no es así para todas las categorías cárnicas por igual. En general el comportamiento de la carne bovina en 2016 refleja un mejor resultado gracias a la partida de elaborados. Además, si bien este segmento ha crecido un 12% en valor en 2016, las ventas de la carne fresca presentan aún una disminución del 3,8%. De este modo, la demanda favorece los productos elaborados, que registran un crecimiento en productos concretos, como las hamburguesas y loncheados. Mientras tanto, los operadores invierten en la trazabilidad de la cadena productiva y en la selección de la materia prima, satisfaciendo de este modo las exigencias expresadas de los consumidores, dispuestos a pagar un poco más para asegurarse la compra de un producto de mayor calidad, en términos de seguridad alimentaria y de producto.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 59. Dimensiones y tendencias del mercado de la carne bovina³¹

	CARNE BOVINA		CARNE AL NATURAL FRESCA		CARNE ELABORADA FRESCA	
		Var%		Var%		Var%
Penetración en los hogares	83,40%	-0,8	76,90%	-1,7	58,10%	6,0
Compras en valor -total familias	3.226.210.912,00 €	-2,1	2.733.760.051,00 €	-3,8	423.754.864,00 €	-2,1
Compras en volumen -total familias	307.088 Kg	-2,0	255,807Kg	-3,7	42,795 Kg	-2,0
Compra media anual en valor por familia	155,80 €	-1,3	143,10 €	-2,1	29,40 €	-1,3
Compra media anual en volumen por familia	14,8 Kg	-1,3	13,4 Kg	-2,0	3 Kg	-1,3

Fuente: Nielsen y elaboración propia

Una de las tendencias que mejores oportunidades suponen para el sector es el desarrollo de las hamburguesas gourmet. En general, el mercado italiano se caracteriza por una mayor sensibilidad y preferencia por los productos de alta gama. Aunque cada vez el consumidor es más consciente del precio, no hace a un lado este tipo de productos, y sigue teniendo muy en cuenta aspectos como la calidad, tanto del producto final como de la materia prima.

CARNE PORCINA

La búsqueda de una alimentación cada vez más saludable y una cada vez mayor competencia dificultan la recuperación de las ventas. Al igual que en el resto de categorías cárnicas, se exige un mayor contenido de servicio y la innovación es condición necesaria para seguir sobreviviendo en los lineales. Los elaborados se resienten menos dentro de esta tipología, cuyos precios a la baja reducen aún más los márgenes, sobre todo para las gamas más bajas.

El principal reto de esta categoría radica en salvar su imagen alejada de los cánones y tendencias más saludables. El futuro de esta categoría pasa necesariamente por la innovación del desde un punto de vista del producto, aumentando las propiedades nutricionales positivas y reduciendo las características menos apreciadas, como el contenido en grasas o sales, amén de la adaptación a los nuevos formatos de consumo.

No obstante, una de las principales fortalezas de esta categoría reside en el sabor y la tradición gastronómica ligada a este tipo de carne, que goza aún de un alto nivel de penetración en las familias italianas. Además, la categoría presenta unas mejores perspectivas dentro de los productos de gama alta.

En conclusión, el mercado italiano aún puede acoger una oferta de productos porcinos elaborados y/o preparados para cocinar, adaptados a las nuevas situaciones y con un contenido nutricional aumentado y mejorado.

³¹ Cuadro resumen de datos publicados en *"Meno consumi, ma più qualità"*, FOOD, Giugno 2017.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Tabla 56. Tendencia de compra de la carne porcina (2015)

TOTAL ITALIA	CARNE PORCINA ELABORADA		CARNE PORCINA NATURAL	
	2015	Var %	2015	Var %
Ventas anuales Kg	67.504	-5,40	132.551	-9,70
Ventas anuales .000 €	460.254,4	-6,90	826.650,2	-10,50

Fuente: Nielsen

CARNE AVÍCOLA

Como se ha comentado previamente, se trata de la partida cárnica más favorecida por las nuevas tendencias, manteniendo un moderado ritmo de crecimiento. El principal factor que explica esta evolución de las ventas se identifica con la creciente preocupación por la salud, pero también con una mayor competitividad de los precios y un contenido de servicio añadido.

Uno de los puntos más delicados a tratar en este sector es la creciente preocupación por la transparencia de la cadena de producción, con especial énfasis en lo relativo al bienestar animal de las explotaciones; particularmente las de tipo intensivo no gozan de una buena imagen ante la opinión de los consumidores. A veces, el problema reside incluso en que la información que llega al consumidor no siempre es precisa o incluso cierta; esto hace suponer la necesidad de un esfuerzo, no sólo para mejorar el proceso productivo, sino en mejorar la comunicación entre la cadena productiva y el consumidor final. También resulta de especial relevancia el apoyo por parte de los organismos e instituciones pertinentes, además de las distintas homologaciones y certificaciones de garantía.

Además, la segmentación horizontal cobra especial interés, a través de diversas alternativas de productos bio, gluten free u otras propuestas Premium.

Tabla 57, Tendencia del mercado de carne avícola (2016)

	Var%
62.151.440 (.000 Kg)	+2,9
491.526.414 €	+0,8
Precio medio = 7,91 €/Kg	-2,0

Fuente: Nielsen

9.3 ESTRATEGIAS OBSERVADAS DE LOS AGENTES YA INSTALADOS

Es posible separar los grupos homogéneos de empresas en base a dos parámetros:

- **Diversificación intrasectorial (amplitud/profundidad de gama):** las empresas buscan obtener un valor añadido mayor realizando otras actividades más allá de las propias del matadero y la comercialización de la carne. Esta diversificación sería relacionada con la actividad principal, y sin salirse del segmento: cortes especiales, carne troceadas, elaborados, frescos, congelados, etc.
- **Diversificación extrasectorial/integración:** las empresas operan en sectores diferentes (Carnes porcinas, avícolas, embutidos, o hasta actividades complementarias a la principal). Se caracteriza por la integración, ya sea hacia arriba (piensos, ganaderías) que hacia abajo (distribución a clientes intermedios y finales).

A partir de estas dos variables se identifican hasta cinco grupos de operadores industriales:

- **Diversificación:** caracterizado por la presencia de un líder y de algunos grandes grupos operantes en el sector de la carne. Se caracterizan un grado máximo de diversificación, ya sea intra o extrasectorial, en el sector de los embutidos, snacks, congelados, carne envasada, conservas de pescado... Existe una gran penetración territorial, así como una gran integración tanto vertical como horizontal.
- **Comercialización:** se caracteriza por una alta diversificación, principalmente hacia otros tipos de carne, como la avícola, o carne porcina fresca o elaborada, y carnes ovinas o equinas. Existe una alta penetración territorial y un nivel medio de integración vertical.
- **Especialización:** compuesto de empresas y grupos privados caracterizados por: la focalización en la carne bovina, donde la amplitud de gama dependerá de los canales satisfechos por cada empresa. Existe una diversificación de nivel medio, a menudo consistente en la comercialización de otros tipos de carne. Existe una escasa integración.
- **Especialización/Integración:** consistente en empresas privadas vinculadas directa o indirectamente a las ganaderías. Existe un nivel intermedio de diversificación, a menudo limitada al sector de la carne porcina fresca y elaborada. El nivel de integración hacia arriba puede considerarse medio-alto, y existe un nivel medio de penetración territorial.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

- **Pequeños operadores:** compuesto de mataderos públicos y de pequeñas y medianas empresas de carácter industrial. Apenas hay diversificación, y su capacidad productiva es reducida. Se trata de empresas de ámbito local.

Ilustración 22. Esquema de los grupos estratégicos de la carne bovina (2016)



Fuente: Cerved – Databank y elaboración propia

9.4 CONCLUSIONES

Estrategias ganadoras

Las estrategias emergentes para los mataderos y empresas de producción y comercialización cárnica de éxito se pueden resumir en:

- Implantación de políticas de contención y racionalización de costes.
- Correcto equilibrio de las distintas áreas comerciales.
- Aumento del tamaño empresarial, adquisición de empresas existentes, acuerdos comerciales.
- Amplitud de gama intra y extrasectorial.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

- Control de la cadena, con énfasis en la trazabilidad nacional y el respeto de las nuevas políticas de bienestar animal.
- Servicio al cliente, con producción variable adaptada.
- Selección de clientela, en términos de solvencia y fiabilidad.

En el sector de la carne bovina, la empresa líder en 2016, INALCA se reforzó con la adquisición de UNIPEG y ASSOFOOD, así como con la marca Manzotin.

Algunas empresas seguidoras basan su éxito en inversiones hacia una mayor calidad del producto y del proceso productivo, así como hacia la diversificación de los canales de venta.

En general, cualquier empresa que quiera introducirse en el mercado italiano de la carne fresca, independientemente de su tipología y/o segmentación, deberá cuidar atentamente:

- La **racionalización de los costes** productivos, logísticos y comerciales.
- La adecuación de la relación **calidad-precio** del producto.
- La **certificación** de la garantía de calidad, así como la aseguración de la **trazabilidad** de toda la cadena productiva.
- El aumento de los **servicios al cliente**.

10. OPORTUNIDADES

10.1 OPORTUNIDADES EN EL SECTOR DE LA CARNE FRESCA

En general, se han mencionado ciertas oportunidades para toda la categoría, como lo son:

- La creciente cifra del consumo y ventas de los productos cárnicos elaborados y cortes especiales.
- La ampliación del producto a través de los servicios.
- Crecimiento en nichos de “especialidades”: biológicos, saludables, bajos en grasa, sin conservantes/aditivos, libres de modificaciones genéticas.
- Las políticas de bienestar animal, gestión de residuos y vertidos, medidas de higiene y seguridad, amén de su impacto negativo en la gestión económico-financiera pueden debilitar la situación estratégica de algunos operadores ya instalados en el mercado.

CARNE BOVINA

- Dependencia del exterior para el aprovisionamiento de terneros jóvenes.
- Elevada fragmentación del sector y de la estructura de mataderos.
- Escaso nivel organizativo en la concentración de la oferta (sobre todo en la zona sur).
- Escasa diferenciación en función de la calidad/origen de parte de la gran distribución (sobre todo de los productos importados).
- Posibilidad de desarrollo de productos deshuesados y envasados al vacío.
- Posibilidad de desarrollo de la integración vertical entre la industria de mataderos y elaborados cárnicos y las ganaderías.

CARNE PORCINA

- Elevada fragmentación de la estructura productiva en el área Centro-Sur.
- Elevada fragmentación de la industria de mataderos, consistente en empresas de pequeña dimensión.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

- Escasa integración entre los agentes de la cadena productiva, sobre todo en la fase agrícola.
- Sistema productivo focalizado exclusivamente sobre los cerdos de gran tamaño (150-170 Kg), dejando espacio para el comercio de cerdos ligeros (90-110 Kg).
- Dependencia exterior para el aprovisionamiento tanto de reses vivas como de carne.

CARNE OVI-CAPRINA

- Fragmentación de las ganaderías.
- Escaso atractivo del sector a la inversión y la innovación, que puede dejar una vía abierta hacia la comercialización de carne procedente de otros mercados.
- Posible desestacionalización del consumo a través de políticas de comunicación.
- Fuerte impacto de las normativas sanitarias y de seguridad, con impacto negativo en los costes de producción ya instalados.
- Escasa eficiencia del sistema cooperativo/asociacionismo.

CARNE AVÍCOLA

- Elevada probabilidad de desarrollo de epidemias en ganaderías de alta intensidad, muy concentradas en el sistema de producción italiano.
- Nivel considerable del coste de alimentación para los productos de alta calidad, que inciden negativamente en la rentabilidad.
- Falta de fondos para la adaptación del tejido empresarial a las nuevas normativas de bienestar animal.
- Difusión de un modelo de consumo que favorece las carnes blancas por motivos de salud.

CARNE EQUINA

- Responde muy bien a las nuevas tendencias saludables del consumidor, ya que se trata de una carne magra, con alto contenido en hierro y vitamina B, y es fácilmente procesada por el organismo.
- Si se consigue elevar la penetración en los hogares italianos, se trata de un mercado aún por explotar.

10.2 AMENAZAS EN EL SECTOR DE LA CARNE FRESCA

Por otra parte, existe toda una serie de amenazas que ponen en riesgo el atractivo de una entrada al sector, como:

- La especialización del ganado y las explotaciones en algunos territorios del país.
- Fuerte especialización en la producción, junto con unos lazos comerciales consolidados.
- Volatilidad de los precios de la carne y de materias primas como los piensos y otros alimentos.
- Existencia de una gran tradición de productos italianos ligados al territorio (Productos DOP/IGP).
- El consumidor italiano es cada vez más precio-consciente.
- Orientación de la dieta hacia el consumo de proteínas vegetales, liderada por consumidores veganos y vegetarianos.
- Orientación de la dieta hacia posturas ambientalistas y animalistas.
- Apoyo a la diversificación de la rentabilidad de las ganaderías italianas a través de los fondos del Plan de Desarrollo Rural (Producción de energía, transformación, venta directa,...).
- Crecimiento de las importaciones cárnicas procedentes de China.

CARNE BOVINA

- Concentración territorial del sector: industria de piensos, ganaderías y elaborados.
- Elevada calidad de la materia prima.
- Integración vertical de mataderos y la industria de elaborados cárnicos
- Desarrollo del sector en torno a las razas bovinas italianas autóctonas.
- Diversificación de la rentabilidad de las ganaderías y sinergias entre los sistemas italianos de producción cárnicos y lácteos.
- Reducción de los márgenes y escasa rentabilidad del negocio, como consecuencia del aumento en los costes de producción.
- Creciente alarma acerca de las consecuencias nocivas del consumo de carne roja, por parte de la OMS.
- Competitividad de los precios de carne avícola y porcina, así como de otros productos sustitutivos.

CARNE PORCINA

- Elevada concentración territorial de los diversos agentes del sector (piensos, ganadería e industria de la transformación)
- Fuerte especialización de algunas ramas productivas, junto con lazos comerciales consolidados.

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

- Papel estratégico de la ganadería para la integración hacia arriba (piensos) hacia abajo (elaborados).
- Presencia de grandes grupos industriales, capaces de operar con economías de escala.
- Modesto nivel de integración con las empresas de transformados cárnicos
- Gran reconocimiento de los productos elaborados a partir de carne porcina Made In Italy, principal baluarte de las exportaciones italianas.
- Cambios sociodemográficos con impacto negativo sobre el consumo (familias mononucleares, envejecimiento de la población, enfermedades cardiovasculares, obesidad...)

CARNE OVI-CAPRINA

- Fuerte relevancia social y ambiental de la actividad de ganaderías en áreas marginales y desfavorecidas, que penalizan las carnes extranjeras.
- Papel estratégico de la explotación, debido a las sinergias con otras industrias transformadoras lácteas.
- Existe un cierto nivel de un know-how específico (genética, técnica) que protege el producto autóctono.
- Presencia arraigada de productos típicos territoriales.
- Fuerte competitividad en el precio de la carne ovi-caprina de países del este y otros países externos a la UE.

CARNE AVÍCOLA

- Eficiencia económica de las explotaciones avícolas italianas, tanto en términos de producción como de capacidad productiva.
- Sistemas de producción modernos, tanto para estándares de calidad como de medioambiente.
- Elevado grado de integración vertical entre los diferentes tipos de explotaciones avícolas.
- Presencia de algunos grandes grupos industriales integrados verticalmente, que controlan todo el ciclo productivo.
- Dificultad de una política de marca de diferenciación (en fresco).

CARNE EQUINA

- Cuenta con fuertes grupos de detractores entre los consumidores, ya que el caballo no es percibido como animal de sacrificio para la alimentación.
- A pesar de que esta carne lleva años en el mercado italiano, no ha conseguido aumentar su nivel de penetración en las familias.

11 . INFORMACIÓN PRÁCTICA

11.1 PUBLICACIONES DEL SECTOR

EURO ANNUARIO CARNE (www.pubblicitaitalia.com/carne/annuario/)

EUROCARNI (www.eurocarne.it/it/eurocarni)

PREMIATA SALUMERIA ITALIANA (www.pubblicitaitalia.com/premiasalumeriaitaliana/)

FOOD (www.food-magazine.it/)

LARGO CONSUMO (www.largoconsumo.info/)

MARK UP (www.mark-up.it)

GDO WEEK (www.gdoweek.it)

AGRISOLE (www.agri-sole.it/it/)

11.2 FERIAS

EUROCARNE 2018– <http://www.eurocarne.it/>

Feria dedicada al sector cárnico.

Última edición: 10 -13 mayo 2015

Próxima edición: 31 de enero-3 de febrero de 2018

Lugar de celebración: Verona - Quartiere fieristico di Veronafiere, Viale del Lavoro, 8

CIBUS – <http://www.cibus.it/>

Salón Internacional de la Alimentación en el que se exhiben una gran cantidad de productos alimentarios.

Última edición: 9-12 de mayo de 2016

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

Próxima edición: 7-10 de mayo de 2018

Lugar de celebración: Parma Exhibition Center, Viale delle Esposizioni 393A – 43126 Parma

I MEAT 2019– <http://www.imeat.it/>

Feria dedicada a las carnicerías y tiendas de gastronomía.

Última edición: 26-27 de marzo de 2017

Próxima edición: marzo de 2019

Lugar de celebración: ModenaFiere - Viale Virgilio, 70 – 41123, Módena

TUTTOFOOD – www.tuttofood.it

Feria Internacional dirigida al sector alimentario.

Última edición: 8-11 de mayo de 2017

Próxima edición: 6-9 de mayo de 2019

Lugar de celebración: Strada Statale Sempione, 28- 20017 Rho (Milán)

TASTE– pittimmagine.com

Feria especializada en el sector de los productos gourmet

Última edición: 11-13 de marzo de 2017

Próxima edición: 10-12 de marzo de 2018

Lugar de celebración: STAZIONE LEOPOLDA. Viale Fratelli Rosselli, 5 50144 Firenze

11.3 LISTADO DE DIRECCIONES DE INTERÉS

ANAS – Associazione Nazionale Allevatori Suini

<http://www.anas.it/>

ASSICA – Associazione Industriale delle Carni

<http://www.assica.it/it/>

ASSOCARNI – Associazione Nazionale Industria e Commercio Carni e Bestiame

<http://www.assocarni.it/>

EL MERCADO DE LA CARNE FRESCA EN ITALIA

FEDERALIMENTARE – Federazione Italiana dell'industria alimentare
<http://www.federalimentare.it/>

IVSI – Istituto per la Valorizzazione dei Salumi Italiani
<http://www.salumi-italiani.it/it/index.php>

Consorzio del Prosciutto di Parma
<http://www.prosciuttodiparma.com/>

Consorzio Prosciutto di San Daniele
http://www.prosciuttosandaniele.it/home_prosciuttosandaniele.php?

Consorzio Salumi Tipici Piacentini
<http://www.piacenzafoodvalley.it/salumi.php>

Consorzio Mortadella di Bologna
<http://www.mortadellabologna.com/>

Consorzio Bresaola della Valtellina
<http://www.bresaolavaltellina.it/it/>

IPQ – Istituto Parma Qualità
<http://www.parmaqualita.it/>

INEQ – Istituto Nord Est Qualità
<http://www.ineq.it/>

ISMEA – Instituto de Servicios para el Mercado Agroalimentario
<http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/1>

INEA – Instituto Nacional de Economía Agraria
<http://www.inea.it/>

ISTAT – Instituto Nacional de Estadística
<http://www.istat.it/it/>

MIPAAF – Ministerio de Políticas Agrícolas, Alimentarias y Forestales
<http://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/202>