



Agroalimentare - Comparto Salumi: Rigamonti con 122 milioni di fatturato contiene gli effetti covid

Roma - 15 feb 2021 (Prima Pagina News) L'ad Claudio Palladi: "E' il primo anno di pari fatturato dopo anni ininterrotti di crescita. Nel 2020 i prodotti di alta fascia come bresaola e prosciutto crudo hanno sofferto i salumi più convenienti. Abbiamo tenuto grazie a ottime performance dagli affettati (+15%) e a politiche mirate con la GDO per il banco taglio".

Nell'annus horribilis per il comparto della Bresaola, caratterizzato da una pandemia ancora in corso e dagli aumenti di prezzo della materia prima, Rigamonti chiude il 2020 con 122 milioni di euro di fatturato netto. A fornire il bilancio dell'azienda di Montagna di Valtellina è l'amministratore delegato, Claudio Palladi. "Come per molti settori dell'agroalimentare, il 2020 è stato un anno complesso – afferma l'ad dell'impresa leader del settore Bresaola -. I primi sei mesi dell'anno hanno presentato criticità importanti per le dinamiche innescate dal Covid, tra cui lo spostamento della domanda verso salumi più convenienti e vaschette, mentre il 60% del mercato della Bresaola è rappresentato dal banco taglio. Dopo un primo trimestre in parità, ad aprile abbiamo toccato -40% a volume, per arrivare a chiudere il primo semestre con una perdita cumulata del 12%. Da metà giugno è iniziata la ripresa. Siamo tornati a crescere grazie ad un ritorno alla normalità nei consumi ma soprattutto grazie ad azioni promozionali aggressive, condivise con la GDO, per rifidelizzare i consumatori verso il banco taglio. Al contempo abbiamo puntato a incrementare la produzione degli affettati, sempre più richiesti dai consumatori. Operazioni, queste, che ci hanno permesso minimizzare i danni e chiudere il 2020 con una produzione a 7.700 tonnellate, per una flessione del 4% a volume. Consideriamo il dato un successo, anche in rapporto al comparto Bresaola che chiederà il 2020 con consumi in calo dell'8% ed in generale a quello dei salumi di alta fascia come il prosciutto crudo". Per l'impresa leader della Bresaola il 2020 è il primo anno con volumi in calo dopo quattro anni ininterrotti di crescita sotto la guida dell'Ad. Dal 2016 al 2019, infatti, l'azienda aveva registrato un balzo del 32% a valore, passando da 92 a 122 milioni di euro di fatturato netto. "Vediamo il bicchiere mezzo pieno – continua Palladi -. Il Covid ha solo rallentato i nostri piani. Rimane ferma la nostra volontà di ampliare la produzione e cavalcare i trend positivi di quest'anno. Il segmento degli affettati, ad esempio, ha registrato un balzo del 15% a volume, con performance interessanti per la Bresaola della Valtellina IGP, nell'ordine del +10%". Tra i prodotti più performanti anche il Carpaccio di Bresaola (+40%), la Bresaola 100% italiana (+ 20%) e la Bresaola di Black Angus (+15%). Intanto il gruppo Rigamonti continua a crescere (+7% sul bilancio consolidato 2019). Il fatturato 2020 si attesta a 135 milioni di euro, per



effetto dell'acquisizione a ottobre 2019 di Brianza Salumi, azienda specializzata in salumi Bio. "Quest'anno abbiamo raggiunto volumi molto interessanti per il bio – afferma Palladi – che ha registrato un incremento del 20%. Meno bene è andato l'export, un asset chiave dell'azienda che incide per il 40% sul fatturato di Brianza Salumi, e che ha risentito inevitabilmente dell'azzeramento del canale food service. Ci aspettiamo di poter tornare a crescere presto sui mercati esteri il nostro obiettivo è un incremento nell'ordine del 20% annuo per i prossimi cinque anni".

(Prima Pagina News) Lunedì 15 Febbraio 2021