

DALLA DIFESA ALLA LEADERSHIP: IL FUTURO DELLE CARNI SUINE NELL'ERA DELLA COESISTENZA PROTEICA





Dalla difesa alla leadership: Il futuro delle carni suine nell'era della coesistenza proteica

Pietro Paganini - Presidente di Competere.eu - è intervenuto durante l'Assemblea Annuale ASSICA (Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi), tenutasi il 18 giugno 2026 a Roma. Nel corso del convegno, dal titolo *"Il futuro delle carni suine nell'era dell'incertezza globale"*, Paganini ha evidenziato come il settore delle carni suine e dei salumi si trovi oggi al centro di una trasformazione che va ben oltre la competizione alimentare.

Instabilità geopolitica, nuove barriere commerciali, crisi della fiducia, polarizzazione del dibattito pubblico e rivoluzione dell'intelligenza artificiale stanno cambiando il modo in cui cittadini, imprese e istituzioni percepiscono cibo, salute e sostenibilità. In questo scenario, le proteine animali rischiano sempre più di essere ridotte a simboli dentro narrazioni semplificate, emotive e spesso scollegate dai dati.

Secondo Paganini, la risposta non può essere soltanto difensiva. Serve una visione più strategica, capace di rafforzare la fiducia, valorizzare il ruolo economico, nutrizionale e culturale della filiera e costruire una nuova narrazione fondata su innovazione, trasparenza, responsabilità e libertà di scelta.

"La sfida non è scegliere tra proteine animali o alternative, ma costruire un modello di coesistenza proteica capace di integrare sostenibilità, tecnologia e pluralità alimentare", ha sottolineato Paganini, evidenziando come AI, dati e nuove tecnologie stiano già ridefinendo il futuro del settore.

Il futuro delle proteine è coesistenza — Policy Highlights

Covid, guerre, protezionismo, intelligenza artificiale e crisi della fiducia hanno cambiato il terreno competitivo. Per il settore delle carni suine e dei salumi la sfida non è solo resistere agli attacchi, ma guidare una nuova stagione di valore, innovazione e coesistenza proteica.

Da questo nuovo scenario competitivo emergono alcune priorità strategiche per il futuro della filiera:

- Il settore delle carni suine e dei salumi non deve essere letto solo come categoria alimentare, ma come infrastruttura strategica del Made in Italy agroalimentare.
- Oggi le filiere competono anche su percezione, reputazione e capacità di spiegare valore.
- Le proteine animali rischiano di essere trasformate in simboli dentro narrazioni semplificate su salute, clima, sostenibilità e benessere animale. La risposta non può essere la difesa identitaria, ma una proposta più ampia di coesistenza proteica.
- La sostenibilità deve diventare performance misurabile, non slogan. Ambiente, benessere animale, tracciabilità, regolazione, energia, logistica e nutrizione devono essere affrontati con dati, innovazione e responsabilità.
- Il futuro del settore passa dalla difesa alla leadership: costruire fiducia, rendere visibile il valore, rafforzare l'innovazione e contribuire alla sicurezza alimentare italiana ed europea.

1. Non spiegare il settore a chi lo conosce, ma leggere il tempo in cui opera

Non serve spiegare al settore delle carni suine cosa siano le carni suine. Chi opera in questa filiera conosce già la complessità che sta dietro ogni prodotto: qualità, sicurezza alimentare, trasformazione, logistica, export, investimenti, reputazione e relazione con i consumatori.

La vera sfida oggi è un'altra: capire come competere in un mondo che cambia più velocemente delle filiere stesse. Le imprese non si confrontano più soltanto con il mercato, ma con un ecosistema fatto di instabilità geopolitica, nuove regolazioni, pressione reputazionale, volatilità dei costi e narrazioni sempre più emotive.

Oggi si compete anche contro percezioni, semplificazioni e giudizi che spesso viaggiano più veloci dei dati. Ed è proprio qui che strategia, tecnologia, AI e capacità di leggere il contesto diventano un vantaggio competitivo decisivo.

Le proteine animali hanno avuto un ruolo decisivo nella storia evolutiva dell'uomo. Per i primi ominidi, l'accesso ad alimenti ad alta densità nutrizionale ha contribuito in modo rilevante allo sviluppo del cervello, alla crescita delle capacità cognitive, all'organizzazione sociale e alla capacità di adattarsi ad ambienti diversi. Il cibo, in altre parole, non ha solo nutrito il corpo. Ha contribuito a costruire la nostra intelligenza.

E ancora oggi, in un mondo in cui la popolazione globale si avvia verso i 10 miliardi di persone, le proteine animali restano una componente essenziale di una strategia seria per la sicurezza alimentare e per diete equilibrate, accessibili e nutrienti. Non perché debbano escludere altre fonti proteiche, ma perché contribuiscono, insieme ad esse, a una nutrizione completa, varia e adeguata alle diverse età, culture, territori e condizioni di vita.

In questo senso, il futuro delle carni suine e dei salumi non riguarda soltanto una filiera. Riguarda il Made in Italy agroalimentare, la capacità dell'Italia di esportare valore, la tenuta dei territori, la libertà di scelta dei cittadini e il modo in cui l'Europa decide di affrontare il rapporto tra cibo, salute, sostenibilità e innovazione.

La domanda, quindi, non è solo: come difendere un settore sotto pressione? La domanda più ambiziosa è: come trasformare questo settore in un interlocutore più forte, più credibile e più capace di guidare il dibattito pubblico in un'epoca di incertezza globale?

2. Il paradosso del nostro tempo: più possibilità, meno fiducia

Viviamo un paradosso difficile da ignorare. Da un lato, disponiamo di più conoscenza, più tecnologia, più capacità produttiva, più strumenti di cura, più accesso alle informazioni e più possibilità di scelta rispetto a qualsiasi altra epoca. Dall'altro lato, cresce una sensazione diffusa di fragilità: meno fiducia nelle istituzioni, meno fiducia nella scienza, meno fiducia nelle imprese, meno fiducia nei media, meno fiducia nel futuro.

Questo divario tra realtà e percezione è una delle grandi questioni del nostro tempo.

.....

Non riguarda soltanto la politica. Riguarda i mercati, i consumi, le imprese, le comunità e il modo in cui i cittadini interpretano ciò che accade intorno a loro. Le persone non scelgono soltanto sulla base dei dati. Scelgono dentro un clima emotivo. Scelgono sulla base di paure, aspettative, appartenenze, sfiducia, immagini, parole, segnali sociali. Spesso decidono prima con il sistema emotivo e solo dopo cercano argomenti razionali per giustificare quella decisione.

Questo vale anche per il cibo. Forse soprattutto per il cibo. Perché il cibo non è mai neutrale. È corpo, salute, famiglia, identità, territorio, memoria, piacere, paura, cultura, responsabilità. Quando il dibattito pubblico diventa più ansioso e polarizzato, anche il cibo viene trascinato dentro la stessa dinamica. Un alimento non viene più giudicato solo per ciò che è, per la sua qualità, per il suo ruolo dentro una dieta equilibrata o per la storia della filiera che lo produce. Viene trasformato in un simbolo.

È così che le proteine animali, e con esse le carni suine e i salumi, rischiano di essere lette non più nella loro complessità, ma attraverso scorciatoie emotive: salute contro piacere, sostenibilità contro produzione, innovazione contro tradizione, animale contro uomo, futuro contro passato. Sono contrapposizioni semplici, potenti, facili da comunicare. Ma proprio per questo sono pericolose. Perché semplificano ciò che dovrebbe essere compreso, polarizzano ciò che dovrebbe essere discusso e trasformano la politica pubblica in una risposta alla percezione prima ancora che alla realtà.

Per questo il settore deve capire che la sfida non è soltanto economica, regolatoria o commerciale. È anche cognitiva e culturale. Prima ancora di difendere un prodotto, occorre ricostruire il contesto in cui quel prodotto viene percepito, raccontato e scelto.

3. Tre shock hanno cambiato il terreno competitivo

Per capire perché il settore delle carni suine e dei salumi, come altri settori dell'agroalimentare globale, si trova oggi in una fase così delicata, bisogna guardare oltre il perimetro alimentare. Negli ultimi anni non è cambiato soltanto il mercato. È cambiato il modo in cui cittadini, consumatori, imprese e istituzioni percepiscono il rischio, la sicurezza, la fiducia e il futuro. Tre shock, in particolare, hanno modificato il terreno competitivo.

Il primo è stato il Covid. Non è stata soltanto una crisi sanitaria. È stata una frattura sociale, economica e psicologica. Ha interrotto relazioni fisiche, abitudini di consumo, scuola, lavoro, ristorazione, logistica e commercio internazionale. Ha reso visibile la fragilità delle filiere e ha riportato al centro il tema della sicurezza: sicurezza sanitaria, sicurezza produttiva, sicurezza alimentare, sicurezza degli approvvigionamenti. Abbiamo riaperto le economie, ma non abbiamo ricostruito del tutto la fiducia. E senza fiducia, anche il rapporto tra cittadini, imprese e istituzioni diventa più fragile.

Il secondo shock è la nuova instabilità geopolitica. Guerre, crisi energetiche, tensioni commerciali, nuove barriere, protezionismo, frammentazione dei mercati e competizione tra blocchi hanno messo fine all'illusione di una globalizzazione lineare, stabile e prevedibile. Le filiere non competono più soltanto sulla qualità del prodotto. Competono dentro un mondo fatto di energia, logistica, materie prime, standard, certificazioni, autorizzazioni, dazi, barriere non

tariffarie e instabilità politica. Per un settore che esporta e che rappresenta una componente significativa del Made in Italy agroalimentare, tutto questo non è uno scenario lontano. È accesso ai mercati, margini, reputazione, capacità di programmare investimenti e forza negoziale del Paese.

Il terzo shock riguarda l'informazione e la conoscenza. Social media, intelligenza artificiale, piattaforme digitali e bolle cognitive hanno cambiato il modo in cui si forma l'opinione pubblica e, più in profondità, il modo in cui le persone apprendono, interpretano e decidono. Le persone non vivono più soltanto in una realtà condivisa. Vivono dentro flussi continui di immagini, allarmi, emozioni, micro-narrazioni e comunità informative sempre più ristrette.

Due cittadini possono abitare lo stesso territorio, fare la spesa nello stesso supermercato, consumare gli stessi prodotti e avere visioni completamente diverse su salute, sostenibilità, allevamenti, industria alimentare e futuro dell'agricoltura. Non perché uno dei due sia necessariamente più informato dell'altro, ma perché abitano ecosistemi cognitivi differenti.

Cambia anche il rapporto con la conoscenza. Sempre più spesso non partiamo da ciò che sappiamo, ma da ciò che cerchiamo in tempo reale. Interrogiamo motori di ricerca, social network, chatbot e sistemi di intelligenza artificiale prima ancora di costruire un giudizio personale. Questo può aumentare enormemente l'accesso alle informazioni. Ma, senza metodo critico, può anche rendere le persone più esposte a semplificazioni, manipolazioni emotive, contenuti distorti e narrazioni costruite per catturare l'attenzione più che per produrre conoscenza.

Rispetto ad altre grandi trasformazioni della storia, agricola, industriale, dei servizi, digitale, oggi non cambia soltanto ciò che produciamo o il modo in cui comunichiamo. Cambia il modo in cui costruiamo la realtà. Cambia il modo in cui costruiamo la realtà. Il confine tra esperienza diretta, informazione, percezione e narrazione diventa più fragile. E quando questo confine si indebolisce, diventa più facile trasformare problemi complessi in simboli semplici, e simboli semplici in battaglie politiche, morali o regolatorie.

Il risultato è un cittadino-consumatore più esposto, più emotivo, più incerto. E una politica che spesso intercetta questa incertezza cercando risposte semplicistiche a problemi complessi. È qui che nascono molte scorciatoie regolatorie: divieti, tasse, etichette allarmistiche, classificazioni rigide, target uniformi, campagne di demonizzazione. Strumenti che danno l'impressione di agire rapidamente, ma che rischiano di non affrontare le cause profonde dei problemi.

Questo è il nuovo terreno su cui il settore deve competere: non solo mercato, ma percezione; non solo regole, ma narrazioni; non solo produzione, ma fiducia; non solo export, ma reputazione; non solo sostenibilità misurabile, ma capacità di spiegare che cosa significa davvero sostenibilità in una filiera complessa.

4. Perché tutto questo colpisce le proteine animali

In questo nuovo contesto, le proteine animali non vengono giudicate soltanto per ciò che sono: alimenti, filiere, imprese, lavoro, territorio, cultura, nutrizione. Vengono sempre più spesso

trasformate in simboli. E quando un settore diventa simbolo, smette di essere letto nella sua complessità.

La carne diventa simbolo climatico. I salumi diventano simbolo sanitario. L'allevamento diventa simbolo etico. La tradizione alimentare diventa talvolta sinonimo di passato. L'innovazione viene presentata come sostituzione. La sostenibilità viene ridotta alla sola impronta ambientale, spesso misurata in modo parziale. La salute pubblica viene semplificata in una lista di alimenti da promuovere o da scoraggiare.

È una dinamica pericolosa, perché costruisce contrapposizioni artificiali: salute contro piacere, sostenibilità contro produzione, innovazione contro tradizione, proteine vegetali contro proteine animali, futuro contro identità. Sono formule comunicativamente efficaci, ma culturalmente povere e politicamente rischiose. Aiutano a polarizzare, non a comprendere.

In questo clima, sarebbe un errore pensare che la demonizzazione sia accettabile quando riguarda altri alimenti, altre filiere o altri modelli produttivi. La vittoria ottenuta delegittimando qualcuno dura poco. Prima o poi diventa un boomerang. La guerra ai cibi trasformati non rafforza automaticamente i prodotti tradizionali. La guerra alle carni non rafforza davvero le proteine vegetali, né il contrario. La demonizzazione dello zucchero, dei grassi o di singoli nutrienti non rende più solida una cultura alimentare equilibrata.

Al contrario, questa frammentazione produce una *"parrocchializzazione"* del dibattito alimentare: ogni settore cerca di salvarsi accusando l'altro, ogni filiera difende il proprio spazio restringendo quello altrui, ogni alimento viene costretto a presentarsi come alternativa moralmente superiore. Il risultato è un sistema più debole, più diviso e più esposto a pressioni esterne. Mentre il mondo alimentare si frammenta, altri settori molto più coesi, tecnologici e finanziariamente forti occupano lo spazio lasciato libero dalla mancanza di una visione comune.

La lezione è chiara: nessuna filiera si salva da sola costruendo la propria reputazione sulla delegittimazione delle altre. Il futuro del cibo non ha bisogno di nuove guerre alimentari. Ha bisogno di una grammatica più adulta: equilibrio, evidenza, responsabilità, pluralità e coesistenza.

Il punto non è negare le sfide. Il settore delle carni suine e dei salumi deve misurarsi con domande reali: sostenibilità ambientale, benessere animale, salute, trasparenza, tracciabilità, competitività, qualità nutrizionale, responsabilità comunicativa. Sarebbe un errore minimizzarle. Ma sarebbe un errore altrettanto grave affrontarle attraverso categorie ideologiche, strumenti punitivi o scorciatoie regolatorie che trasformano alimenti complessi in bersagli semplici.

Una buona politica pubblica dovrebbe partire dalla realtà, non dalla caricatura della realtà. Dovrebbe distinguere tra consumo equilibrato ed eccesso, tra qualità e standardizzazione, tra filiere responsabili e pratiche scorrette, tra sostenibilità misurabile e narrazione emotiva. Dovrebbe riconoscere che il cibo non è una somma di nutrienti isolati, né una somma di emissioni, né una somma di divieti. Il cibo è relazione tra nutrizione, cultura, territorio, economia, ambiente, libertà e responsabilità.

Quando questo equilibrio si perde, la politica rischia di seguire la percezione più rumorosa

.....

invece dell'evidenza più solida. Nascono così tasse, divieti, etichette di avvertimento (*warning label*), restrizioni pubblicitarie, classificazioni semplicistiche e campagne di pressione che promettono soluzioni rapide, ma spesso producono effetti limitati, distorsioni di mercato, ansia alimentare, sfiducia e minore libertà di scelta.

Per questo il tema delle proteine animali non riguarda soltanto una categoria produttiva. Riguarda il modo in cui vogliamo governare la transizione alimentare: con conoscenza o con paura, con pluralismo o con esclusione, con innovazione o con sostituzione ideologica, con responsabilità individuale o con paternalismo regolatorio.

5. Il rischio strategico: restare sulla difensiva

Di fronte a questo scenario, il primo istinto di ogni settore sotto pressione è difendersi. È comprensibile. Quando aumentano gli attacchi, le campagne ostili, le semplificazioni mediatiche e le pressioni regolatorie, la reazione naturale è correggere, smentire, precisare, rispondere punto per punto. Ma una strategia costruita solo sulla difesa rischia di diventare insufficiente.

Chi si limita a difendersi accetta il terreno scelto dagli altri. Accetta il linguaggio degli altri, le categorie degli altri, le priorità degli altri. Finisce per dire soltanto “non siamo il problema”, mentre il dibattito pubblico chiede sempre più spesso di capire chi può essere parte della soluzione.

Il settore delle carni suine e dei salumi deve certamente difendere la propria reputazione quando viene rappresentato in modo distorto. Deve correggere informazioni sbagliate, contestare semplificazioni, rispondere con dati, trasparenza e rigore scientifico. Ma non può fermarsi qui. Perché la posta in gioco non è soltanto la difesa di un prodotto o di una categoria. È la capacità di essere riconosciuto come una filiera strategica per il Paese e per l'Europa.

Questo significa cambiare postura. Non chiedere protezione corporativa, ma proporre valore pubblico. Non limitarsi a rivendicare la tradizione, ma mostrare come la tradizione possa diventare innovazione. Non respingere ogni critica, ma distinguere tra critica fondata e attacco ideologico. Non chiudersi nel perimetro della filiera, ma dialogare con scienza, istituzioni, consumatori, media, scuole, territori e altre componenti del sistema alimentare.

Il passaggio decisivo è culturale prima ancora che comunicativo: uscire dalla logica dell'assedio e assumere una logica di leadership. Il settore non deve dire soltanto “non siamo il passato”. Deve dimostrare di poter contribuire al futuro: sicurezza alimentare, qualità nutrizionale, occupazione, export, innovazione, tracciabilità, sostenibilità misurabile, educazione alimentare e libertà di scelta.

In un'epoca di incertezza, le filiere più forti non saranno quelle che grideranno di più. Saranno quelle capaci di costruire fiducia, spiegare complessità, riconoscere le sfide e proporre soluzioni credibili. Per questo la domanda strategica non è più soltanto come difendere le carni suine e i salumi dagli attacchi. È come renderli parte di una visione più ampia del futuro alimentare italiano ed europeo.

6. Coesistenza proteica: una nuova grammatica per il futuro alimentare

Se la sfida è uscire dalla polarizzazione, allora serve una nuova grammatica. Non basta difendere le proteine animali. Bisogna cambiare il modo in cui parliamo di proteine, alimentazione, sostenibilità e futuro. La domanda non può essere quale proteina debba vincere e quale debba perdere. La domanda più seria è come garantire a cittadini diversi, culture diverse, territori diversi e sistemi produttivi diversi accesso a fonti proteiche sicure, nutrienti, sostenibili, economicamente accessibili e culturalmente riconoscibili.

Per questo preferisco parlare di coesistenza proteica. Non una guerra tra proteine animali e vegetali. Non una transizione proteica intesa come sostituzione ideologica di un alimento con un altro. Non una competizione morale tra passato e futuro. La coesistenza proteica riconosce che il futuro alimentare non si costruisce escludendo, ma organizzando meglio pluralità, equilibrio, responsabilità e innovazione.

In questa prospettiva, le proteine animali continuano ad avere un ruolo essenziale. Non perché debbano occupare tutto lo spazio, ma perché sono parte di una dieta completa, varia e nutrizionalmente adeguata. Offrono nutrienti ad alta biodisponibilità, sono radicate in culture alimentari profonde, sostengono territori, competenze, filiere, occupazione ed export. Allo stesso tempo, devono continuare a innovare, migliorare, misurare, comunicare e rispondere con serietà alle sfide ambientali, sociali e sanitarie.

La coesistenza proteica non è una formula comoda per evitare il cambiamento. È il contrario. È un metodo per governarlo senza cadere nella semplificazione. Significa riconoscere che abbiamo bisogno di più soluzioni, non di una sola soluzione; di più innovazione, non di più divieti; di più conoscenza, non di più paura; di più responsabilità, non di più paternalismo.

L'Italia può dare un contributo originale a questa visione. La nostra cultura alimentare non nasce dall'esclusione, ma dall'equilibrio. La dieta mediterranea non è una lista rigida di alimenti consentiti e proibiti. È un metodo: varietà, porzione, frequenza, stagionalità, territorio, convivialità, movimento, responsabilità. È una cultura del limite, non della proibizione. Del valore, non dell'eccesso. Della relazione tra alimento, persona e comunità, non della riduzione del cibo a un algoritmo nutrizionale o ambientale.

Dentro questa grammatica, carni suine e salumi possono essere raccontati non come residui del passato, ma come parte di un sistema alimentare maturo: prodotti da consumare con equilibrio, da valorizzare per qualità, origine e competenza produttiva, da inserire in una dieta varia e in uno stile di vita responsabile. Non simboli da difendere in modo identitario, ma alimenti da comprendere dentro un metodo di equilibrio.

La coesistenza proteica, quindi, è anche una proposta politica. Dice che la libertà di scelta non si protegge negando le sfide, ma offrendo ai cittadini strumenti migliori per comprenderle. Dice che l'innovazione non richiede la cancellazione della tradizione. Dice che la sostenibilità non può essere misurata con una sola metrica. Dice che la salute pubblica non si costruisce

trasformando gli alimenti in colpevoli, ma aiutando le persone a vivere meglio, scegliere meglio e assumersi maggiore responsabilità.

In un tempo che tende a dividere, la coesistenza proteica può diventare la risposta più adulta: non tutti contro tutti, ma ciascuno dentro un equilibrio più ampio. Non la filiera contro il consumatore, non l'industria contro la salute, non la tradizione contro l'innovazione. Ma un nuovo patto tra produzione, scienza, istituzioni e cittadini per costruire un futuro alimentare più libero, più equilibrato e più consapevole.

7. Le sfide da vincere: fiducia, valore, innovazione

Se la coesistenza proteica è la grammatica, servono poi le parole concrete per renderla credibile. Per il settore delle carni suine e dei salumi, la sfida non è soltanto comunicare meglio. È dimostrare di essere una filiera capace di affrontare le grandi trasformazioni che oggi attraversano l'agroalimentare: sicurezza alimentare, sostenibilità, regolazione, competitività, innovazione, fiducia e valore.

Le principali sfide possono essere lette attraverso alcuni nodi strategici.

Sicurezza alimentare e resilienza delle filiere

Carni suine e salumi non sono soltanto prodotti. Sono parte di un'infrastruttura alimentare che collega approvvigionamento energetico, acqua, suolo, allevamenti, trasformazione industriale, riciclo e circolarità, logistica, distribuzione, tecnologia, territori, export, consumatori e istituzioni. In un mondo segnato da guerre, crisi energetiche, tensioni commerciali e barriere, la capacità di produrre, trasformare e distribuire alimenti sicuri e di qualità non può essere data per scontata. È un elemento di resilienza nazionale ed europea.

Ambiente, clima e sostenibilità misurabile

Il settore è sottoposto a pressioni crescenti su emissioni, uso delle risorse, acqua, suolo, biodiversità, gestione degli allevamenti, circolarità e impatto ambientale. La risposta non può essere negare queste pressioni. Deve essere trasformarle in innovazione, efficienza, misurazione e reputazione.

Il punto decisivo è evitare la carbon tunnel vision: ridurre la sostenibilità a una sola metrica, per quanto importante, rischia di oscurare la complessità delle filiere. La sostenibilità riguarda anche l'uso del suolo, la tutela dei territori, la gestione dell'acqua, la biodiversità, l'energia, la circolarità, il benessere animale, la sicurezza alimentare e la capacità di mantenere vive economie rurali e produttive. Se la sostenibilità resta uno slogan, la filiera rimane vulnerabile alle narrazioni emotive. Se diventa performance misurabile, documentata e comunicabile, può trasformarsi in credibilità, fiducia e vantaggio competitivo.

Benessere animale e responsabilità produttiva

Il benessere animale non può essere lasciato alla sola dimensione emotiva o ideologica. È una questione seria, che riguarda la qualità degli allevamenti, competenze, investimenti, controlli, innovazione, trasparenza e rapporto con il consumatore. Anche qui il settore deve evitare la

difesa generica e scegliere la strada più forte: mostrare progressi, standard, responsabilità e capacità di miglioramento.

Energia, logistica e costi industriali

Come ogni filiera complessa, anche quella delle carni suine e dei salumi dipende da energia, trasporti, refrigerazione, packaging, sicurezza, qualità, controlli, lavoro qualificato e capacità industriale. Il consumatore vede il prodotto finale. Ma dietro quel prodotto esiste un sistema ad alta intensità organizzativa, tecnologica e regolatoria. Ogni nuova aspettativa - più sostenibilità, più tracciabilità, più sicurezza, più qualità, più accessibilità - ha un costo. La domanda è chi lo riconosce, chi lo sostiene e chi lo spiega.

Regolazione stabile e certezza delle regole

Le imprese possono investire, innovare, misurare, ridurre gli impatti, migliorare i processi e rafforzare il benessere animale. Ma hanno bisogno di regole stabili, proporzionate, misurabili e tecnologicamente neutrali. L'incertezza regolatoria è un costo nascosto: rallenta gli investimenti, aumenta gli oneri di conformità, riduce la capacità di programmare e indebolisce la competitività. Una buona politica pubblica non deve sostituirsi all'impresa. Deve creare le condizioni perché l'impresa possa innovare.

Salute, nutrizione e cultura dell'equilibrio

Le carni suine e i salumi devono essere discussi dentro una dieta, non isolati dal contesto. Il punto non è promuovere l'eccesso, ma difendere il metodo dell'equilibrio: varietà, porzione, frequenza, qualità, stile di vita, movimento e responsabilità. Una politica alimentare seria non trasforma un alimento in colpevole. Aiuta le persone a capire come inserirlo in un modello alimentare più ampio, consapevole e sostenibile nel tempo.

Valore, prezzo e accessibilità

In un contesto di inflazione e pressione sul potere d'acquisto, il prezzo conta. Ma se il cibo viene giudicato solo sul prezzo, tutto il valore incorporato nella filiera diventa invisibile: qualità delle materie prime, sicurezza, competenze, denominazioni, territori, controlli, sostenibilità, lavoro, export, reputazione. L'accessibilità è importante. Ma l'accessibilità senza riconoscimento del valore rischia di diventare una corsa al ribasso.

Export, mercati e Made in Italy agroalimentare

Il settore delle carni suine e dei salumi è parte dell'identità produttiva italiana. Non è solo consumo interno. È trasformazione, reputazione internazionale, capacità di esportare, presidio dei mercati, diplomazia economica, qualità riconosciuta. In un mondo più frammentato e protezionista, il Made in Italy agroalimentare ha bisogno di filiere forti, credibili e capaci di raccontare non solo il prodotto, ma il sistema che lo rende possibile.

Comunicazione, educazione e fiducia

La fiducia non si ricostruisce con una campagna isolata. Si costruisce con continuità, presenza fisica, dialogo, trasparenza e competenza. Significa parlare con i consumatori, ma anche con

.....

scuole, medici, nutrizionisti, media, istituzioni, comunità scientifica e territori. Significa non comunicare solo quando arriva un attacco, ma essere presenti prima, quando si formano le percezioni, le domande e i dubbi.

Queste sfide sono collegate. Senza fiducia, il valore non viene riconosciuto. Senza valore, l'innovazione viene percepita solo come costo. Senza innovazione, la tradizione rischia di diventare nostalgia. Senza regole stabili, anche le imprese più responsabili faticano a investire. Senza una cultura dell'equilibrio, il dibattito su salute e nutrizione viene occupato da paura, divieti e semplificazioni.

Il passaggio decisivo è questo: carni suine e salumi devono essere raccontati non solo come categoria alimentare, ma come sistema. Un sistema che tiene insieme agricoltura, industria, territori, lavoro, cultura, nutrizione, export, regolazione, sostenibilità e fiducia. Questa è la vera sfida dei prossimi anni: passare da prodotto a infrastruttura, da filiera a piattaforma di valore, da comunicazione difensiva a leadership culturale.

8. Carni suine e salumi come infrastruttura alimentare strategica

Il settore delle carni suine e dei salumi, dunque, non dovrebbe essere visto soltanto come una categoria che produce alimenti tradizionali, prodotti trasformati o specialità del Made in Italy. È sempre più parte di un'infrastruttura alimentare strategica. Collega allevamenti, terra, acqua, energia, tecnologia, trasformazione industriale, competenze, nutrizione, logistica, distribuzione, commercio internazionale, territori, consumatori e istituzioni.

Collega aree rurali e mercati urbani, cultura alimentare e capacità industriale, produzione locale e competizione globale, agricoltura e salute pubblica, identità territoriale ed export. Per questo, carni suine e salumi contano oltre il settore che rappresentano.

Negli ultimi anni l'Europa ha imparato a parlare il linguaggio della sicurezza energetica. Ha riscoperto l'importanza della sicurezza della difesa. Sta investendo maggiore attenzione nella sicurezza tecnologica, nei semiconduttori, nelle materie prime critiche, nelle catene farmaceutiche e nella capacità industriale. Eppure la sicurezza alimentare viene ancora troppo spesso trattata come un tema emergenziale: se ne parla quando arriva una guerra, una siccità, una crisi logistica, un'interruzione degli approvvigionamenti o uno shock dei prezzi.

Questo non è più sufficiente. Se l'Europa vuole essere davvero seria sulla propria autonomia strategica, sulla competitività di lungo periodo e sulla resilienza economica, deve includere la sicurezza alimentare in quella conversazione. E le filiere delle proteine animali ne fanno parte.

Una filiera resiliente delle carni suine e dei salumi significa molto più della disponibilità di un prodotto sugli scaffali. Significa allevamenti responsabili, capacità di trasformazione, lavoro qualificato, tecnologie, standard sanitari, sicurezza, tracciabilità, territori produttivi, accesso a cibo nutriente, relazioni commerciali affidabili, export, reputazione internazionale e fiducia dei consumatori.

Significa anche capacità di produrre, trasformare e distribuire alimenti in un mondo segnato da

.....

instabilità geopolitica, pressione climatica, incertezza regolatoria, volatilità dei mercati, nuove barriere commerciali e crescente polarizzazione del dibattito pubblico.

Questo non significa nostalgia. Non significa protezionismo. Non significa comunicazione difensiva. Significa riconoscere il valore strategico di una filiera che si colloca all'intersezione tra agricoltura, industria, nutrizione, commercio, cultura, territori e politica pubblica.

Il futuro del settore dovrebbe quindi essere inquadrato attorno a cinque parole: resilienza, innovazione, competitività, fiducia e valore. L'Italia e l'Europa non devono trattare carni suine e salumi come una tradizione fragile da proteggere dal cambiamento. Devono trattarli come un'infrastruttura alimentare strategica da modernizzare, rafforzare e rendere visibile.

Oggi riconosciamo sempre più spesso il valore strategico delle grandi piattaforme tecnologiche. Le consideriamo infrastrutture della conoscenza, dei dati, della connettività, della difesa, dello spazio e della capacità industriale. Incidono sulla competitività, sulla sicurezza e sull'autonomia delle società contemporanee.

Ma una società non vive solo di dati, algoritmi, satelliti e intelligenza artificiale. Vive anche della capacità di nutrire i propri cittadini. Se le piattaforme tecnologiche sono infrastrutture della conoscenza, le filiere alimentari mature, organizzate e resilienti sono infrastrutture della sicurezza alimentare.

Non producono soltanto beni di consumo. Producono disponibilità, continuità, qualità, fiducia, territorio, occupazione, export e capacità di risposta nelle crisi.

Proposte di Policy

1. La sicurezza alimentare deve entrare stabilmente nel dibattito europeo sull'autonomia strategica.

L'Europa ha imparato a parlare di sicurezza energetica, difesa, tecnologia, semiconduttori, materie prime critiche e catene farmaceutiche.

Ora deve riconoscere anche la sicurezza alimentare come pilastro della propria resilienza.

2. Le proteine animali sono parte di una strategia equilibrata di sicurezza alimentare.

Carni suine e salumi, dentro un modello alimentare fondato su varietà, porzione, frequenza e qualità, contribuiscono alla nutrizione, all'occupazione, ai territori, all'export, alla cultura produttiva e alla capacità di risposta nelle crisi.

3. La sostenibilità deve diventare performance misurabile, non narrazione ideologica.

Ambiente, clima, acqua, suolo, biodiversità, circolarità e benessere animale devono essere affrontati con dati, innovazione, investimenti e regole proporzionate, evitando semplificazioni e carbon tunnel vision.

4. La politica pubblica deve abilitare l'innovazione, non sostituirsi all'impresa.

Le imprese possono investire, misurare, ridurre impatti e migliorare processi, ma hanno bisogno di regole stabili, tecnologicamente neutrali, proporzionate e prevedibili.

5. Il futuro alimentare richiede coesistenza proteica, non guerra tra proteine.

La sicurezza alimentare non si costruisce contrapponendo proteine animali e vegetali, tradizione e innovazione, salute e piacere. Si costruisce con pluralità, equilibrio,

.....

responsabilità, libertà di scelta e conoscenza.

6. Il valore della filiera deve essere riconosciuto, non solo richiesto.

Consumatori e regolatori chiedono più sostenibilità, tracciabilità, sicurezza, qualità e accessibilità. Ogni aspettativa ha un costo. Se il valore non viene riconosciuto, la filiera si indebolisce e il prezzo diventa l'unico segnale visibile.

7. Il settore deve passare dalla comunicazione difensiva alla leadership strategica.

La sfida non è soltanto rispondere agli attacchi, ma guidare una nuova conversazione pubblica su sicurezza alimentare, equilibrio nutrizionale, sostenibilità misurabile, innovazione e Made in Italy agroalimentare.

Conclusione: dalla difesa alla leadership

Il futuro delle carni suine e dei salumi non si gioca soltanto nei mercati, nelle norme o negli accordi commerciali. Si gioca nella capacità di questo settore di essere riconosciuto per ciò che realmente è: una filiera produttiva, culturale e strategica del Made in Italy agroalimentare.

In un tempo di incertezza globale, la tentazione è chiudersi. Difendere il proprio spazio. Rispondere agli attacchi. Proteggere il passato. Ma questo non basta più. Le filiere mature non possono limitarsi a sopravvivere alla trasformazione. Devono guidarla.

Guidarla significa riconoscere le sfide senza subirle. Significa affrontare ambiente, salute, benessere animale, regolazione, innovazione e fiducia non come minacce esterne, ma come parte della nuova competitività. Significa dimostrare che tradizione e innovazione non sono alternative. La tradizione sopravvive quando smette di essere nostalgia e diventa capacità di adattamento.

Per questo la coesistenza proteica non è uno slogan. È una proposta culturale e politica. Dice che il futuro alimentare non si costruisce escludendo alimenti, demonizzando filiere o imponendo una sola narrativa. Si costruisce con equilibrio, pluralità, conoscenza, responsabilità e libertà di scelta.

È questa la via che l'Italia può proporre: non una guerra tra proteine, non una politica del divieto, non una sostenibilità ridotta a caricatura, ma un modello alimentare fondato su qualità, misura, territorio, innovazione e fiducia.

In fondo, la domanda non è se questo settore abbia ancora un futuro. La domanda è quale futuro vuole contribuire a costruire. Può restare prigioniero della difesa. Oppure può assumere una postura nuova: più aperta, più scientifica, più europea, più consapevole del proprio valore. Dalla difesa alla leadership. Questa è la sfida. Ed è anche l'opportunità.