



Consorzio Prosciutto Toscano DOP: un 2020 complesso, causa Covid-19

Nel 2020, il comparto del Prosciutto Toscano DOP, che conta 20 aziende e circa 4.000 addetti tra lavoratori diretti e nell'indotto, ha visto diminuire la produzione del 16%. In calo anche il fatturato, che si attesta sui 46 milioni di euro circa. GDO & cash carry si confermano il principale canale di distribuzione. Soffre l'horeca, penalizzato dalle chiusure obbligate causa pandemia. In crescita il segmento del pre-affettato, con oltre 3,1 milioni di vaschette prodotte. Sul fronte export, arrivano segnali di ripresa dal Nord America. I principali partner commerciali restano in area UE, che incide per il 70% delle vendite all'estero.

Firenze, 16 aprile 2021 - Cala la **produzione di Prosciutto Toscano DOP**: secondo i dati forniti dall'ente di certificazione **IFCQ**, nel 2020 le cosce salate sono state 299.000, un dato inferiore del 16% a quello 2019, quando le cosce salate erano state 357.000. Questa differenza è legata principalmente all'emergenza sanitaria da **Covid-19**: il Prosciutto Toscano DOP, infatti, ha risentito della significativa **contrazione del canale ho.re.ca.**, penalizzato dalle chiusure, e della diminuzione, soprattutto nei primi mesi della pandemia, del **banco taglio**. Nel 2020, il **fatturato al consumo** fatto registrare dal comparto del Prosciutto Toscano DOP - sono **20 le aziende associate al Consorzio**, con **1.500 addetti diretti** e altri **2.500 lavoratori legati all'indotto** - è stato di circa **46 milioni di euro**. Il calo rispetto al 2019, quando il giro d'affari al consumo era di circa 55 milioni, è del 16,3%.

GDO e cash & carry sono il **principale canale di distribuzione** del Prosciutto Toscano DOP: insieme, incidono per **l'80% del turnover del comparto**. Ho.re.ca. e piccoli dettaglianti rappresentano il restante 20%. All'interno del circuito della grande distribuzione organizzata, il **banco taglio** totalizza il **60% delle vendite** di Prosciutto Toscano DOP. Il calo del banco taglio è stato parzialmente compensato dalla **crescita del segmento del pre-affettato**: una tendenza in atto già da alcuni anni ma che ha subito un'accelerazione nel 2020, per effetto del Covid-19. Più precisamente, lo scorso anno sono state prodotte **oltre 3.149.000 vaschette**: l'incremento, rispetto al 2019, quando la produzione ammontava a 2.968.000 vaschette, è stato del 6,1%. Questa referenza è stata premiata dai consumatori perché pratica, sicura, ad alto contenuto di servizio e perché velocizza l'acquisto; la crescita del segmento del pre-affettato ha beneficiato anche del boom dell'e-commerce, nel caso delle insegne GDO.

La pandemia ha influito anche sull'**export** del Prosciutto Toscano DOP: dopo un 2019 positivo, il 2020 ha fatto registrare un rallentamento nell'ordine di grandezza del 10%. Sul totale del turnover del comparto, **l'export incide per il 15%**. A livello geografico, le vendite di Prosciutto Toscano DOP sono così ripartite: **70% area UE e 30% area extra UE**. I principali partner commerciali europei sono la **Germania** e i **Paesi del Nord Europa**. Una destinazione importante è il **Regno Unito** dove, fino al 31 dicembre 2020, è rimasto in vigore un regime transitorio: il Consorzio monitorerà con attenzione l'evoluzione della situazione, con riferimento alla Brexit. Per quanto riguarda l'area extra UE, i Paesi dove il Prosciutto Toscano DOP riscuote il maggiore successo sono, nell'ordine, **Stati Uniti, Canada, Giappone, Australia e Nuova Zelanda**.



Questo il commento di **Fabio Viani**, Presidente del Consorzio del Prosciutto Toscano DOP: *«Il nostro comparto ha tenuto e ha saputo reagire a una situazione, anche sul piano macroeconomico, estremamente complessa, causa Covid-19. Difficile fare previsioni: per il 2021, puntiamo prudenzialmente a confermare i livelli produttivi del 2020 e a migliorare leggermente le performance economiche. In Italia, confidiamo nella **graduale ripresa del canale ho.re.ca.**, a partire dal secondo semestre; nel caso dell'export, **segnali positivi arrivano dal Nord America**, con un incremento degli ordini negli Stati Uniti, dove il Prosciutto Toscano DOP è commercializzato da cinque anni, e in Canada. In questi Paesi, infatti, la campagna vaccinale sta procedendo a ritmi sostenuti».*

Un dossier importante è quello dell'**etichettatura unica** che verrà adottata nei Paesi dell'Unione a partire dal 2022: *«Il Consorzio del Prosciutto Toscano DOP è **totalmente contrario al sistema Nutriscore** - continua il Presidente Viani. - L'etichetta a semaforo, infatti, rischia di penalizzare fortemente un prodotto agroalimentare naturale, di qualità e di grande tradizione come il nostro, fornendo informazioni incomplete e parziali ai consumatori. Sul tema, come Consorzio, siamo in costante dialogo sia con la **Regione Toscana** sia con il **Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali**».*

Press info:

Mind The Pop

Davide Paterlini - mobile: +39 339.7485994 - e-mail: davide@mindthepop.it