



## ***Alessandro Utini alla presidenza del Consorzio***

*Qualità e sostenibilità, programmazione produttiva e segmentazione di prodotto:  
i punti cardine del mandato*

Il Consiglio di Amministrazione del Consorzio del Prosciutto di Parma, riunitosi oggi nella sede di Largo Calamandrei, ha nominato **Alessandro Utini alla presidenza dell'organismo di tutela** che raggruppa oggi 140 aziende produttrici di Prosciutto di Parma.

Alessandro Utini ritorna così alla guida del Consorzio dove aveva già ricoperto il ruolo di Presidente dal 2004 al 2005, oltre a essere stato Vice-Presidente e per oltre 20 anni consigliere.

Utini è a capo del *Gruppo Furlotti* che comprende le società *Furlotti Prosciutti S.r.l e Salumificio Furlotti & C. S.r.l*, le aziende di famiglia dedicate alla produzione del Prosciutto di Parma e di altri salumi ed è altresì socio ed amministratore del *Prosciuttificio Tre Stelle S.r.l* e di *Fratelli Tanzi S.p.A.*, azienda specializzata nella preparazione e affettamento di prodotti della salumeria.

Raccogliendo l'eredità del padre, tra i pionieri nella produzione di Prosciutto di Parma, Utini ha saputo trasformare nel tempo le proprie aziende in una realtà imprenditoriale tecnologicamente all'avanguardia accrescendone notevolmente le dimensioni e imponendosi sul mercato diversificando l'offerta produttiva.

Come Presidente del Consorzio del Prosciutto di Parma guiderà un comparto che vale 1,5 miliardi di euro e una filiera produttiva imponente che comprende 3.600 allevamenti suinicoli, 77 macelli, 3.000 addetti alla lavorazione nella provincia di Parma, e un totale di 50.000 persone che lavorano nell'intero circuito tutelato. Lo affiancheranno in questo mandato il **Vice-Presidente vicario, Federico Galloni** e il **Vice-Presidente Giorgio Tanara**.

L'Assemblea ordinaria dei consorziati, tenutasi lo scorso 15 maggio, ha eletto anche gli altri componenti del nuovo **Consiglio di Amministrazione** – Stefano Borchini, Lorenzo Boschi, Tito Brindani, Giorgia Capanna, Marco Ferrari, Pier Arnaldo Fontana, Alcide Gallina, Nicola Levoni, Marco Martelli, Francesco Piazza, Gian Marco Rossi, Paolo Sassi, Gianluca Tanara, Paolo Vescovi, Mattia Zambroni, nonché Antenore Cervi in rappresentanza degli allevatori, Giuseppe Varazzani in rappresentanza dei macellatori e Fabrizio Aschieri per i confezionatori – e ha provveduto a nominare il dott. Enrico Calestani presidente del **Collegio sindacale** e i dottori Matteo Chiari e Paolo Ugolotti membri effettivi dello stesso Collegio.

Il nuovo Consiglio di Amministrazione si insedia in una situazione di mercato ancora delicata che risente delle difficoltà legate alla pandemia e alla chiusura prolungata della ristorazione e del settore alberghiero. Nelle ultime settimane si assiste finalmente a stimolanti segnali di ripresa della domanda, ma il comparto necessita di ritrovare nuovo slancio per affrontare le sfide del futuro e portare a termine i progetti di filiera.



*La nostra responsabilità oggi è quella di delineare il Prosciutto di Parma di domani individuando delle azioni concrete e attuali per mantenere competitivo il prodotto sul mercato – dichiara Alessandro Utini commentando il particolare contesto storico ed esponendo i punti chiave del suo mandato per i prossimi anni.*

*Sarà posta massima attenzione alla qualità e agli elementi distintivi del Prosciutto di Parma attraverso due progetti determinanti per il nostro comparto: la revisione del Disciplinare di produzione e la programmazione dell'offerta produttiva.*

Il **Disciplinare produttivo**, attualmente in fase di valutazione da parte della Commissione Europea, prevede modifiche sostanziali che riguardano tutti gli anelli della produzione, dalle caratteristiche della materia prima fino al prodotto finito e hanno lo scopo di migliorare la qualità del Prosciutto di Parma e di rafforzare la sua identità per distinguerlo dai concorrenti: forte attenzione alla materia prima, alla genetica e all'alimentazione dei suini, riduzione del sale, prolungamento del periodo di stagionatura minima e apertura a nuove tecnologie e innovazioni capaci di migliorare ulteriormente il sistema di tracciabilità del prodotto.

Altro tema su cui il Consiglio dovrà concentrare i lavori è la **regolazione dell'offerta produttiva** per assicurare una programmazione coerente e mirata all'equilibrio di mercato in grado di garantire una maggiore stabilità al comparto, tutelare la qualità del prodotto e portare beneficio a tutti gli anelli della filiera.

*Per impostare il nuovo piano di sviluppo, abbiamo commissionato uno studio di mercato in grado di offrirci una fotografia a tutto tondo del nostro prodotto con due filoni di indagine: il primo condotto dall'Università Cattolica del Sacro Cuore di Piacenza coinvolge i buyer della GDO e indaga le prospettive di crescita in questo settore; Eumetra cura il secondo che è rivolto invece ai consumatori e alle salumerie tradizionali e fornisce un'indagine competitiva con gli altri salumi, esamina le nuove tendenze, studia i comportamenti di acquisto, la percezione del Parma e le aspettative del consumatore.*

*Dall'analisi dei risultati prenderanno forma le attività di marketing e di mercato con una seria discussione anche sulla **segmentazione del prodotto**, un'evoluzione naturale per qualsiasi tipologia di prodotto e già applicata in diversi casi autonomamente dalle nostre aziende - commenta Utini.*

Utini ha poi parlato di **sostenibilità** e di come tali principi siano ormai parte integrante della vita delle persone e delle attività delle imprese, incidendo sulle scelte di acquisto del consumatore. Con l'adozione del *Green Deal* e della relativa strategia *Farm to Fork* da parte della Commissione Europea, la sostenibilità diventa ufficialmente il tema centrale delle politiche europee per il prossimo decennio.



In questo contesto sarà importante definire il ruolo e la tipologia di interventi del Consorzio per allineare il Prosciutto di Parma a queste nuove sfide legate alla sostenibilità e alla transizione ecologica.

Molte imprese del comparto hanno intrapreso da tempo un iter virtuoso dotandosi di un sistema di gestione ambientale per pianificare una politica in grado di promuovere miglioramenti continui nelle prestazioni della propria organizzazione con importanti investimenti per l'efficientamento energetico, l'utilizzo di fonti rinnovabili, la riduzione delle emissioni e un packaging sostenibile, ma il *Green Deal* richiede un cambiamento più profondo, il cui processo è già iniziato ed è ineludibile per chi vuole restare sul mercato.

*Come comparto – conclude Utini - abbiamo fatto molta strada. Il Prosciutto di Parma è un prodotto di eccellenza apprezzato in tutto il mondo e questo lo dobbiamo anche al coraggio di aver fatto determinate scelte in passato, spesso impopolari. Abbiamo ritrovato e consolidato la credibilità del nostro sistema di controllo rendendolo più efficace e trasparente e stiamo portando avanti sostanziali modifiche al Disciplinare che miglioreranno sensibilmente il nostro prodotto. Oggi siamo di fronte a sfide molto più complesse che richiedono delle risposte ancora più coraggiose e tempestive se vogliamo continuare a essere protagonisti e garantire un futuro sostenibile al nostro prodotto e alle nostre imprese.*