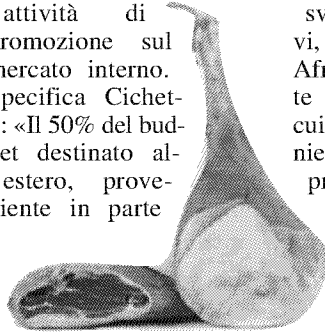


San Daniele, nel 2013 una partenza lenta

Nei primi mesi del 2013 registriamo una buona tenuta quanto a consumi interni ed esportazioni e ci definiamo moderatamente ottimisti per il futuro». Così Mario Cichetti, direttore del Consorzio del Prosciutto San Daniele, riassume l'attuale andamento del comparto, a fronte di una quota delle vendite che segna solo un -1% nei primi tre mesi dell'anno rispetto allo stesso periodo del 2012 (pari a 580mila prosciutti) e di un consumo di preaffettato che si attesta sul 20% come l'anno passato. Intanto l'export si mantiene a quota 13%, trainato soprattutto da Stati Uniti, Germania e Inghilterra.

«Si tratta di dati positivi in un contesto generale di sofferenza – commenta il direttore –. La sensazione è anche che, con la ripresa del bel tempo, i consumi stiano vivendo uno slancio. Per questo vediamo il futuro in positivo».

Le strategie per l'anno in corso proseguiranno in direzione di un rafforzamento della presenza all'estero e dell'attività di promozione sul mercato interno. Specifica Cichetti: «Il 50% del budget destinato all'estero, proveniente in parte



dal Consorzio, in parte dai finanziamenti Ue, verrà investito sui tre mercati più ricettivi. Di pari importanza sarà anche l'attività di sviluppo di mercati nuovi, come Australia, Sud Africa e Messico. Sul fronte del mercato interno, a cui comunque il San Daniele deve l'87% del proprio fatturato, proseguirà l'attività promozionale sui punti vendita e l'assistenza continua ai consorziati sulla produzione e la Dop».

Il San Daniele ha chiuso il 2012 con un saldo in crescita del 2,5%, un giro di affari alla produzione di 345 milioni di euro e un export in aumento del 2%, per un comparto che conta nel complesso 650 addetti, 31 produttori, 7 laboratori di affettamento. La vendita del preaffettato si è mantenuta costante su volumi pari a 12 milioni e mezzo di confezioni. ●

A.FER.

