

F R E S C O

San Daniele, stagionatura media a 16 mesi



Più attenzione alla qualità, anche a scapito dei volumi. È la strategia messa in campo dal **Consorzio del prosciutto di San Daniele** per rispondere alle difficoltà della congiuntura. "I risultati produttivi aggiornati al 31 dicembre 2013 - rende noto **Mario Emilio Cichetti, direttore del Consorzio del prosciutto di San Daniele** - fanno registrare un calo della produzione del 9,1%: i produttori optano per una sempre più rigorosa selezione della materia prima, con l'obiettivo di offrire una qualità ancora maggiore". Considerando i lunghi tempi di stagionatura (la prevalenza degli stock venduti di San Daniele si aggira attorno ai 16 mesi), il Consorzio stima per il 2015 un ulteriore calo di disponibilità di prodotto, intorno al 10 per cento. Gli andamenti delle vendite hanno fatto registrare una sostanziale tenuta nel 2013, mentre i dati positivi vengono - come prevedibile - dal San Daniele preaffettato in vaschetta. "Nell'anno - continua Cichetti - sono stati oltre 280mila i prosciutti

Pedrazzoli, come presidiare il normal trade

Il normal trade, quello che ha resistito alla crisi degli ultimi anni reinventandosi come prossimità di servizio, rimane un interlocutore fondamentale per le aziende che puntano sull'offerta di fascia alta. Negozi specializzati e gastronomie di alto livello sono i principali canali distributivi di **Salumificio Pedrazzoli**, azienda mantovana che presidia il mercato del crudo con un'offerta sia biologica sia convenzionale di prosciutto di Parma e di prosciutto di San Daniele. "Nel 2013 - dichiara **Emanuele Pedrazzoli, direttore commerciale** dell'omonima azienda - le vendite dei nostri crudi hanno avuto una crescita del 5 per cento. Abbiamo notato un notevole aumento dell'offerta di prosciutti provenienti dall'estero. Ovviamente questo discorso esclude

prodotti come il Parma e il San Daniele, entrambi dop. Per il 2014 prevediamo un aumento della materia prima fresca e, purtroppo, un calo del prezzo del prodotto trasformato. Risulterà quindi più economico l'acquisto di un crudo di Parma rispetto a un prodotto proveniente dall'estero". Per il Natale 2014 - ma il prodotto sarà disponibile già a partire da ottobre - Pedrazzoli realizzerà un prosciutto crudo di Parma Platinum selection, inserito nella linea Q+. "Sarà un'edizione limitata - annuncia Pedrazzoli - e quindi acquistabile solo su prenotazione: stimiamo di realizzarne al massimo 300 pezzi. Questo crudo di Parma Platinum Selection avrà una stagionatura di 30 mesi e verrà presentato all'interno di una confezione in legno".

affettati e confezionati, pari a oltre 14 milioni di confezioni, con un aumento del 14,3 per cento. Questo dato è molto significativo: la produzione di preaffettato in vaschetta, infatti, per le sue particolari caratteristiche equivale a prodotto venduto". Anche l'export è in crescita: +2% a valore rispetto al primo semestre del 2012. Significativo in particolare

★ Novità di prodotto

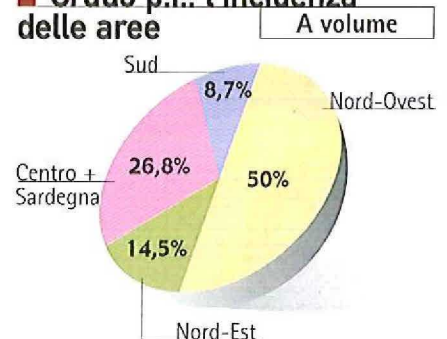
Cesare Fiorucci

Amarsi d+

Descrizione prosciutto crudo a ridotto contenuto di sale
In commercio da gennaio 2014
Formato 100 g
Prezzo al pubblico 3,50 euro
Canali moderno e tradizionale
Punti di forza prodotto appartenente a una gamma ampia, plus differenzianti rispetto ai concorrenti



■ Crudo p.i.: l'incidenza delle aree



Totale Italia Iper + super + libero servizio piccolo (da 100 a 399 mq) - a.t. ottobre 2013 - fonte: Iri

il numero dei prosciutti di San Daniele venduti negli Usa, che hanno registrato un incremento del 10% nell'ultimo quadrimestre. In Germania e Regno Unito il Consorzio ha consolidato la sua posizione grazie a un'importante azione promozionale che dura oramai da un triennio. Tra i mercati di sbocco si mostrano molto dinamici anche Belgio, Paesi scandinavi e Australia.