

Salumi. Levoni confermato presidente di Assica

Canada e Uruguay aprono all'import di bresaola italiana

MILANO

■ **Gioco di squadra.** Espressione abusata ma è quello che sta accadendo - e con buoni risultati - nel comparto di salumi e insaccati. Per la prima volta ministero delle Politiche agricole, dello Sviluppo economico e l'associazione dei produttori Assica hanno messo a fattor comune risorse, impegni e capacità organizzative per rafforzare la presenza dei prodotti made in Italy sui mercati mondiali. Il risultato più evidente è il recente "sblocco" degli Stati Uniti all'import, facendo decadere fittizie barriere sanitarie e doganali. Risultato ottenuto anche con l'impegno del nostro ambasciatore a Washington. Ed è di ieri la notizia che Canada e Uruguay hanno finalmente aperto alle importazioni di bresaola. Paradossale invece la situazione in Brasile, come ha rimarcato il presidente di Assica, Nicola Levoni nel corso dell'assemblea a Expo che lo ha riconfermato per il biennio 2015-17. L'Italia importa tagli di carne bovina per bresaola, che viene stagionata poi in Valtellina. Lo stesso Brasile però si rifiuta di importare il prodotto stagionato, adducendo surrettizi motivi sanitari.

I produttori italiani di salumi giudicano il 2014 come un anno difficile, con una contrazione sia nei volumi prodotti che nei ricavi. In compenso cresce ancora il giro d'affari dell'export. Nel dettaglio, lo scorso anno l'Italia ha prodotto 1,16 milioni di tonnellate di salumi e insaccati, con un calo dell'1,2% sull'anno precedente. Il fatturato, a sua volta, ha superato i 7,8 miliardi di euro (-1,5%), mentre l'export ha totalizzato 1,26 miliardi di euro (+6,3%) e volumi pa-

ri a poco più di 148 mila tonnellate (+4,7%). Sempre deboli i consumi interni, passati da 18 a 17,7 chilogrammi pro-capite. Nella ripartizione degli acquisti degli italiani, il prosciutto cotto rimane la tipologia preferita, seguita da prosciutto crudo, mortadella, salame e quindi bresaola.

Sul rafforzare il concetto di fare sistema si è soffermato il presidente Levoni, con l'ottica puntata sui mercati esteri più strategici e potenziali e con una preoccupazione: che l'embargo alla Russia - era il quinto merca-

GIOCO DI SQUADRA

Mipaaf, Mise e Assica hanno messo a fattor comune risorse e strategie per rafforzare la presenza del made in Italy nel mondo

to di sbocco - possa proseguire, creando ulteriori danni al comparto. Il viceministro dello Sviluppo economico, Carlo Calenda, sottolinea invece i primi risultati del "gioco di squadra", le cui basi sono nel provvedimento per il made in Italy.

Il progetto prevede che nei prossimi mesi, in quattro Stati pilota degli Usa (Texas, New York, Illinois e California) prendano corpo accordi con le catene della grande distribuzione per la vendita di salumi italiani, sia a marchio che private label. In parallelo partirà una campagna di educazione alimentare e di conoscenza del prodotto made in Italy, primo passo per combattere il fenomeno dell'italiansounding e dei falsi.

R.Io.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

