

DOP IN CRESCITA *San Daniele va su Usa ed Europa*

C'è più export, ma anche un consolidamento sul mercato domestico nel futuro del prosciutto di San Daniele. Questa Dop ha appena chiuso il 2015 con una produzione di poco meno di 2,7 mln di cosce suine avviate alla lavorazione nel 2015, per un valore di mercato ai cancelli di circa 300 mln euro e al consumo di 600-650 mln euro, e con consumi in crescita del 3,1% sul mercato domestico. L'Italia assorbe l'86% del prodotto, a fronte di un export del 14% (+1% sul 2014). «Stati Uniti e, in Europa, Austria, Germania e Regno Unito sono i nostri mercati target», dichiara a ItaliaOggi Mario Cichetti, direttore generale del Consorzio del prosciutto di San Daniele, a margine dell'inaugurazione, giovedì scorso, della nuova sede, un edificio storico a tutela monumentale di 650 mq che ospitò le carceri napoleoniche ristrutturato dalla fondazione San Daniele nel centro della cittadina friulana. «Su questi paesi stiamo portando avanti progetti di promozione cofinanziati Ue in collaborazione con altri consorzi: nello specifico con quello del grana padano e del prosciutto di Parma negli Stati Uniti e di nuo-

vo col grana padano nei tre paesi europei. Progetti che comportano, solo per parte nostra, un esborso di oltre 1 mln euro l'anno, per complessivi 5-8 mln euro nell'arco del triennio. Ma abbiamo anche avviato una campagna di protezione del nostro marchio in Brasile, Cile e Colombia (si veda ItaliaOggi del 23 marzo 2016, ndr), dove il prosciutto crudo è apprezzato grazie all'influenza spagnola». Di tutte le destinazioni estere raggiunte, gli Usa, con una quota del 18,4%, sono oggi il secondo mercato estero, alle spalle della Francia (24,5% di quota export), e quello con le maggiori opportunità di crescita, dato che il prodotto è per il momento distribuito con una buona capillarità soltanto nelle aree dai consumi più evoluti della costa est e ovest degli Usa ed è in fase d'introduzione in Texas. L'export verso la Russia, mercato che dal 2012 al 2014 aveva fatto registrare incrementi di vendite del 100% e con un potenziale di 60-70 mila pezzi annui, lo scorso anno s'è completamente bloccato. Sul domestico, nel segmento prodotto in vaschetta, lo scorso anno San Daniele ha registrato +12,9% di vendite sul 2014 per quasi 18,8 mln di pezzi.

Luisa Contri

