

CONSORZIO PROSCIUTTO DI PARMA, IL PEGGIO È ALLE SPALLE

La ripresa è ancora fragile e graduale, ma già determina effetti positivi su tutta la filiera del Prosciutto di Parma. Merito anzitutto del Piano di Regolazione dell'Offerta, varato nel 2015, che ha permesso di equilibrare meglio la produzione e le richieste del mercato. "In questi ultimi mesi – dichiara **Vittorio Capanna, Presidente del Consorzio del Prosciutto di Parma** – stiamo assistendo a una graduale ripresa con effetti

positivi per tutta la filiera. A ciò si aggiungono le brillanti performance delle esportazioni, che hanno quindi assicurato una certa stabilità. Anche se l'Italia resta il primo mercato di sbocco, con il 68% della produzione assorbita, l'export registra una notevole crescita. Nell'ultimo decennio, del resto, è aumentato del 50% e oggi rappresenta il 32% della produzione annuale, per un fatturato stimato di 260 milioni di euro". Puntare sull'a-



spetto qualitativo resta dunque la vera priorità per garantire competitività e un futuro sostenibile a tutti i player del settore. "I driver della nostra crescita sono invece la differenziazione dei mercati e l'espansione geografica – aggiunge Capanna –. Seguendo questa strategia, anche quest'anno puntiamo ai paesi extra Ue e in particolare agli Stati Uniti, nostro principale sbocco,

dove abbiamo pianificato dei programmi promozionali che prevedono principalmente degustazioni nei punti vendita e collaborazioni con l'Horeca, affiancati a iniziative di formazione degli operatori professionali. Al contempo, non dimentichiamo certo la forza della marca per valorizzare le caratteristiche del prodotto. Abbiamo pertanto sviluppato una nuova campagna di comunicazione basata proprio sul binomio prodotto-territorio".

