

I risultati

L'intesa col Canada premia il prosciutto di San Daniele

LA DIFESA DEL CETA

Anna Casasola / SAN DANIELE

L'accordo di libero scambio tra Ue e Canada (Ceta) è valso al prosciutto di San Daniele dal momento della sua attuazione un +35% delle esportazioni. Un'intesa, in questi giorni sotto i riflettori, che Mario Emilio Cichetti, dg del Consorzio del prosciutto

di San Daniele, è valida. «Il Consorzio del San Daniele conferma la valenza assolutamente positiva dell'accordo economico commerciale Ceta. I primi dati positivi dell'export del prosciutto di San Daniele in Canada, a partire da settembre 2017, momento in cui è stato attuato il Ceta – sottolinea Cichetti –, sono stati pari a un + 35% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, oltre a un incremento del numero delle aziende esportatrici.

L'accordo Ceta, per il prosciutto di San Daniele, è un elemento positivo per poter esportare di più e meglio il prosciutto friulano in Canada. Gli effetti del Ceta fanno sì che il prodotto possa essere esportato in quel Paese con la sua denominazione corretta, cosa impossibile sino a tale intesa visto la presenza e preesistenza di un marchio simile registrato agli inizi degli anni 70 nel mercato canadese e che obbligava il San Daniele ad essere denominato in quel paese "Authentic Italian Prosciutto". Con l'avvio dell'accordo di libero scambio il prosciutto friulano può coesistere con altri prodotti locali e immettersi nel mercato con la propria denominazione e il proprio marchio – afferma Cichetti –. In questo modo, il

prosciutto di San Daniele originale, con il nome corretto e con i relativi simboli di identificazione sulle confezioni, avrà una riconoscibilità più immediata a completa tutela del consumatore canadese, distinguendosi dall'imitazione locale. Tale possibilità garantisce quindi un vantaggio positivo non solo per la Dop prosciutto di San Daniele ma per l'intero sistema economico e agroalimentare dei prodotti a Igp italiani avendo la possibilità di inserirli nel mercato canadese con le relative tutele e confrontandosi con i prodotti non originali. Questa opportunità – conclude Cichetti – assicura di contrastare con sempre più efficacia i prodotti "imitazione" già storicamente consolidati nel mercato canadese». —

ECONOMIA

L'agroalimentare ha superato la crisi. L'export vola in Germania e Usa

Il mercato è in crescita. Le vendite sono aumentate. Sette su dieci esportatori hanno visto crescere il fatturato del 2017 rispetto al 2016.



Il grafico a barre mostra l'andamento delle esportazioni in Germania e negli Stati Uniti. L'asse verticale rappresenta l'incremento percentuale rispetto al 2016. Per la Germania, l'incremento è del 15%, mentre per gli Stati Uniti è del 20%.

Il mercato è in crescita. Le vendite sono aumentate. Sette su dieci esportatori hanno visto crescere il fatturato del 2017 rispetto al 2016.

Il mercato è in crescita. Le vendite sono aumentate. Sette su dieci esportatori hanno visto crescere il fatturato del 2017 rispetto al 2016.