



Consorzio di Tutela della Coppa di Parma IGP: nel 2018 crescono produzione, fatturato del comparto ed export

La produzione di Coppa di Parma IGP sale a 4,3 milioni di kg (+7,5%), il fatturato si attesta sui 65 milioni di euro, con un incremento dell'8,3% rispetto al 2017. L'incidenza dell'export passa dal 15 al 18%, con l'UE che si conferma la principale area di destinazione del prodotto. Per il 2019, i due Paesi obiettivo sono Stati Uniti e Giappone.

Parma, 13 marzo 2019 - Il **2018** è stato un anno positivo per il **Consorzio di Tutela della Coppa di Parma IGP**, che prosegue nel cammino di crescita avviato nel 2017. Lo scorso anno, la **produzione** di Coppa di Parma IGP è stata di **4,3 milioni di kg: l'incremento a volume**, rispetto al 2017, è del **7,5%**. Il canale della **grande distribuzione** si conferma quello prevalente nella commercializzazione della Coppa di Parma IGP: assorbe infatti l'80% circa della produzione. La referenza più apprezzata dai consumatori rimane la **Coppa di Parma IGP intera**, che incide per il 40% della produzione.

Anche le performance a valore premiano il comparto della Coppa di Parma IGP, che garantisce lavoro a circa 500 persone: il **fatturato** è salito a **65 milioni di euro**, con un **crescita pari all'8,3%** rispetto al 2017. Fa registrare **segno positivo l'export**, la cui incidenza sul fatturato sale dal 15 al 18%. La geografia commerciale della Coppa di Parma IGP è rimasta sostanzialmente inalterata nel corso degli ultimi 12 mesi: il **mercato principale** si conferma quello della **UE**, trainato dalla domanda di Francia e Germania. Buoni i risultati conseguiti anche nel Regno Unito, nel Benelux e in Polonia. Al di fuori della UE, i Paesi che dimostrano di apprezzare maggiormente questa eccellenza dell'arte salumiera italiana sono **Svizzera, Russia e Canada**.

Come spiega **Fabrizio Aschieri**, Presidente del Consorzio di Tutela della Coppa di Parma IGP, che riunisce attualmente **21 aziende**, «*Per il 2018 avevamo stimato a inizio anno una crescita del 5% a valore: siamo riusciti a fare ancora meglio, sfiorando un incremento a doppia cifra. Ci siamo impegnati molto in **attività di promozione**, per diffondere la cultura di prodotto in Italia: di qui la scelta di partecipare a Vinitaly al fianco di Slow Food, esperienza che replicheremo anche nel 2019 perché ci ha dato molte soddisfazioni, e al Parma UNESCO City of Gastronomy Festival, per rimarcare il legame con il territorio della Food Valley. Nel 2019, oltre che a Verona, saremo presenti a Bologna, per Cibò So Good, e a Parma, per Cibus Connect: e stiamo valutando altre opportunità*».

Un altro driver di crescita è rappresentato dall'**export**. Le aree obiettivo sono due: «*La prima è rappresentata dagli **Stati Uniti**, dove la Coppa di Parma IGP non è ancora commercializzata a causa della normativa sanitaria particolarmente severa in materia di salumi - continua il Presidente Aschieri -. Stiamo lavorando per ottenere tutte le **autorizzazioni** necessarie per entrare nel mercato statunitense: siamo fiduciosi, anche se ci vorrà ancora pazienza. La seconda area obiettivo è rappresentata dal **Giappone**, soprattutto dopo l'entrata in vigore del **trattato commerciale JEFTA**, che prevede la progressiva eliminazione dei dazi sui beni importati dall'Europa nel Paese del Sol Levante, tra cui su 46 prodotti italiani a indicazione geografica protetta*».



Press info:

Mind The Pop

Davide Paterlini - mobile: +39 339.7485994 - e-mail: davide@mindthepop.it