

LA SITUAZIONE

Grazie ai supermarket il prosciutto crudo ha retto alla pandemia

Il San Daniele a +35% di vendite nei primi 4 mesi dell'anno
Rinviata Aria di festa, si pensa al mercato e all'edizione 2021

Maura Delle Case / UDINE

L'isolamento degli italiani aiuta il prosciutto crudo nostrano. Se nel corso degli ultimi quattro mesi la produzione della fettina rosa di San Daniele Dop è calata di circa il 10 per cento, sono invece aumentate le vendite grazie all'assalto dei consumatori ai banchi della Gdo.

Un aumento a doppia cifra, che sfiora il +35 per cento, e si deve alla vendita del crudo sandanielese nei negozi fisici (e no) di alimentari che hanno di gran lunga compensato la flessione legata alla sospensione dei ristoranti e dei bar. Almeno fin qui.

Il futuro a sentire quanto riferito all'Ansa dal direttore del consorzio del prosciutto di San Daniele, Mario Cichetti, resta infatti incerto. Legato non soltanto alla data in cui riapriranno i pubblici esercizi, vedi bar e ristoranti, ma anche a quale risposta ci sarà da parte dei consumatori dopo due mesi di restrizioni.

Dopo aver presto d'assalto i supermercati a inizio pandemia, che faranno quando bar e simili alzeranno le saracinesche? Non resta che attendere per saperlo.

Nel frattempo, il Consorzio del prosciutto si sta attrezzando. L'ente, che conta 31 soci, 2,6 milioni di cosce avviate alla lavorazione (nel 2019) e 310 milioni di fatturato generato al 18 per cento oltreoconfine, sta lavorando infatti a nuove formule di

consumo, dopo aver verificato sul campo negli ultimi anni il successo delle vaschette di preaffettato che sono cresciute, specie sul mercato interno, senza soluzione di continuità. Nel 2019 il loro consumo in Italia si è attestato a 21,2 milioni di vaschette, pari a 380.769 prosciutti per un totale di oltre 1.812.000 kg, riconfermandosi come trend di vendita più performante per il prosciutto di San Daniele Dop.

«La pandemia potrebbe aver modificato le abitudini del consumatore», afferma Cichetti pensando ai tanti italiani che dall'oggi al domani, complice il lockdown, si sono trovati a riscoprire il piacere (e la necessità) di mangiare a casa. «Inizialmente sono stati presi d'assalto i supermarket, poi, calmandosi la situazione a livello psicologico, gli acquisti sono tornati alla normalità».

E ora? Come detto occorrerà tempo per capire se ci saranno e quali saranno gli effetti permanenti della pandemia sui consumi. Il consorzio sta pensando a "prodotti nuovi", come il prosciutto tagliato al coltello a casa o una nuova tranciatura di prodotto, di alta qualità, con una particolare stagionatura. Sono queste alcune delle ipotesi allo studio dell'ente diretto da Cichetti che si prepara così ad affrontare il futuro prossimo, come detto ancora ingombro di punti interrogativi.

Tra le poche certezze c'è il rinvio all'anno prossimo di

Aria di festa, la kermesse che del 1985 ha ininterrottamente celebrato la fettina rosa lì dove nasce. Quest'anno, per la prima volta, la festa a San Daniele non si farà. Bisognerà aspettare il 2021, ma l'attesa promette d'essere ripagata.

Parola del direttore Cichetti che annuncia: «Stiamo già pensando a come rendere speciale l'edizione il prossimo anno». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La produzione è calata del 10%, compensata dal grande smercio: c'è attesa per bar-ristoranti

Ma per il direttore del consorzio Mario Cichetti il futuro rimane incerto

