



San Daniele, il preaffettato rilancia i consumi (+10%)

Al fronte di una stabilità della produzione e di un andamento soddisfacente dei consumi, il prosciutto **San Daniele** si prepara a festeggiare il 50esimo anniversario della nascita del Consorzio con diverse iniziative promozionali sul territorio nazionale.

«I dati che abbiamo registrato nel primo quadrimestre dell'anno – sottolinea il direttore del Consorzio del prosciutto di **San Daniele**, Mario Cichetti – sono positivi rispetto a quelli dello stesso periodo dell'anno scorso. La produzione è abbastanza stabile (+1,5%) e i consumi hanno visto un aumento pari al 3,5%, con risultati molto buoni per quanto riguarda il preaffettato in vaschetta (+10%). Nell'ultimo semestre si è registrato un lieve aumento anche dei prezzi, che tuttavia rimangono sbilanciati rispetto ai costi che ricadono sui protagonisti della filiera. Restiamo infatti preoccupati e solidali con la situazione che sta riguardando produttori e trasformatori, soprattutto in riferimento al caro prezzi della materia prima».

Intanto, sono già partite diverse iniziative promozionali, volte non solo a diffondere

l'ulteriore conoscenza del prodotto, ma anche a festeggiare il 50esimo anniversario della fondazione del Consorzio del prosciutto di **San Daniele**, nato il 30 giugno 1961.

Il temporary store dal titolo «Due settimane con il **San Daniele**» realizzato a Milano dal 10 al 21 maggio dal Consorzio in collaborazione con l'Ersa del Friuli Venezia Giulia ha rappresentato anche la prima tappa dell'iniziativa

Al via le celebrazioni per i 50 anni di attività del Consorzio

«**San Daniele** il prosciutto per ogni pane italiano». «Si tratta – spiega Cichetti – dell'abbinamento di 20 tipi di pane, ciascuno simbolicamente rappresentativo di una regione italiana, col prosciutto **San Daniele** e il vino Friulano. Nelle occasioni, saranno organizzati lezioni di cucina, corsi pratici su come si riconosce, si taglia e si conserva il nostro Dop». Ancora, a fine giugno è prevista a **San Daniele** la celebration «Aria di festa – un evento tipicamente friula-

no», per celebrare il prodotto simbolo del luogo.

Anche sul fronte dell'export, che nel 2010 ha registrato un incremento del 21% nei paesi extraeuropei e del 10% in Europa, non mancano le iniziative. Mentre si è appena concluso un progetto cofinanziato dall'Unione europea in Inghilterra, Francia e Germania insieme al Grana padano, il **San Daniele** si prepara a una serie di degustazioni e promozioni negli Stati Uniti per i prossimi tre anni, insieme a Parmigiano reggiano, Prosciutto di Parma, Grana padano e Montasio.

«Oggi – conclude Cichetti – la quota export rimane stabile, pari al 12%. I paesi più ricettivi nei confronti del prodotto si confermano, in Europa, Francia, Germania, Austria e Inghilterra, mentre, fuori dai confini dell'Unione europea, Stati Uniti, Australia, Giappone e Corea del Sud».

Con 4.700 allevamenti, 120 macelli e 31 prosciuttifici, il **San Daniele**, che conta 650 addetti solo nel distretto produttivo, ha raggiunto nel 2010 un giro d'affari pari a 330 milioni di euro. •

A.F.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

