



Spazio Eventi
Made in Italy

Prosciutto Toscano; nel 2024 buona la performance del preaffettato, incremento + 12,4% rispetto al 2023

DI ALICE ARMANI

Firenze. È un 2024 che si chiude in crescendo per il segmento del preaffettato che si conferma il trend più apprezzato dai consumatori del Prosciutto Toscano DOP. I dati, a riguardo, parlano chiaro: il numero dei prosciutti affettati è aumentato del 17,6% rispetto al 2023 facendo registrare la vendita di un numero di vaschette pari a circa 3 milioni di pezzi, per una crescita del 12,4% sempre rispetto all'anno precedente. Un trend, quello del preaffettato, che conferma il gradimento dei consumatori per questa tipologia di acquisto che privilegia la praticità e che permette di contenere e ridurre gli sprechi alimentari, poiché le vaschette sottovuoto garantiscono una tenuta e una durata maggiori rispetto al prodotto del banco taglio. Il banco taglio rimane comunque modalità di acquisto importante per quella parte di consuma-

tori che ama gustare il Prosciutto Toscano DOP affettato al momento.

Il Consorzio, che racchiude 19 aziende toscane produttrici della DOP, conferma questa tendenza che si inserisce però in un quadro generale che desta ancora qualche preoccupazione a causa dei rincari della materia prima riscontrati nel 2024 (dovuta in parte anche al propagarsi della PSA in Italia), come ribadito da Fabio Viani, Presidente del Consorzio del Prosciutto Toscano, a cui si aggiunge anche un aumento del costo dell'energia che hanno influito negativamente sulla produzione generale del Prosciutto Toscano che ha registrato per il 2024 una leggera flessione. Bene l'export la cui percentuale rimane stabile con quota vicina all'11% della produzione totale. Questo, merito anche delle iniziative promosse dal Consorzio, come la partecipazione al progetto GUSTO, progetto triennale cofinanziato dall'Unione Europea che vede il Consorzio impegnato in una serie di attività di valorizzazione e trasferimento di conoscenze, in Italia e Germania, insieme ai Consorzi di Tutela del Pecorino Toscano, dell'Olio Toscano IGP e quello della Finocchiona IGP. Infatti, rimanendo nel vecchio Continente, è proprio la Germania a confermarsi il partner principale per il Consorzio del Prosciutto Toscano con una netta crescita, anche in questo caso, del prodotto preaffettato. Stati Uniti e Canada, invece, i principali Paesi di esportazione per quanto riguarda il mercato extra UE. Mönito positivo da parte del Presidente Viani che conclude: "Continueremo a lavorare e proseguiremo la costante attività di promozione del Consorzio volta alla conoscenza del prodotto attraverso



attività specifiche, come la partecipazione alle principali fiere di settore nazionali ed internazionali, tra cui Tuttofood a Milano, nel mese di maggio. Consapevoli che tutela e promozione rappresentano le principali azioni da portare avanti, i nostri sforzi andranno in questa direzione, mettendo sempre la qualità al primo posto. Questo ci permetterà di raggiungere in modo più efficace potenziali nuovi consumatori e sedimentare la conoscenza della nostra DOP in Italia e all'estero". ■



Emore Magni, Direttore Consorzio Prosciutto Toscano



Fabio Viani, Presidente Consorzio Prosciutto Toscano