

Un 2020 in calo per il Prosciutto di Parma



Complici le difficoltà sul canale Horeca (hotel, ristoranti e catering), **nel 2020 il Prosciutto di Parma ha registrato una sensibile riduzione della produzione:** i prosciutti marchiati sono stati circa 8,7 milioni, in calo del 2,2%, mentre le cosce avviate alla produzione sono state 7,8 milioni in diminuzione del 10%.

Lo scorso anno ha visto una contrazione generalizzata del mercato del prosciutto crudo: **le vendite del Parma in Italia nel canale distributivo moderno sono diminuite del 5,6%**, mentre le esportazioni sono riuscite a contenere almeno in

parte la crisi con un calo del 3% e 2,5 milioni di prosciutti di Parma esportati.

«La pandemia ha indubbiamente accelerato un trend che era già in corso da diversi anni, ovvero **la crescita del Prosciutto di Parma confezionato** favorita non solo dall'effetto del confinamento, ma anche da prezzi particolarmente bassi e dall'allungamento della shelf-life della vaschetta, un aspetto fondamentale per i Paesi più lontani» commenta Vittorio Capanna, presidente del Consorzio del Prosciutto di Parma.

Il 2021 si preannuncia «ancora difficile, almeno nella prima parte dell'anno, ma **si notano comunque i primi segnali di ripresa della domanda** che con la riapertura della ristorazione e del settore alberghiero, si spera, porteranno a una crescita dei prezzi all'ingrosso attualmente ancora non remunerativi».