**A TuttoFOOD il Consorzio del Prosciutto Toscano DOP presenta i dati del comparto: produzione in crescita nel 2022, il fatturato al consumo sfiora quota 75 milioni di euro**

**Il fatturato al consumo del comparto - che conta 21 aziende e circa 4.000 addetti tra lavoratori diretti e nell’indotto - sfiora i 75 milioni di euro. Nel 2022 i Prosciutti Toscani DOP avviati alla produzione sono stati oltre 337.000, in crescita di circa il 18.45% rispetto all’anno precedente. I principali canali di distribuzione si confermano GDO e cash & carry, dove vengono commercializzati 4 prosciutti su 5. Stabile la quota export, che rappresenta il 15% del fatturato al consumo del prodotto. Sulle esportazioni l’area UE incide per il 70%, con la Germania e Paesi del Nord Europa come principali partner commerciali. Extra UE rimangono positive le performance in Nord America e Canada.**

*Milano, 8 maggio 2023* - Il 2022 si conferma un anno di stabilità per il comparto del **Prosciutto Toscano DOP**, che raggruppa 21 aziende, con circa 4.000 addetti tra lavoratori diretti e legati all’indotto. Secondo i dati forniti dall’ente di certificazione **IFCQ**, nel **2022** i prosciutti avviati alla produzione sono stati **337.295, +18,45 % rispetto all’anno precedente,** per un volume di 4.722.130 Kg,una crescita supportata anche dall’ingresso di un nuovo player nel consorzio e in vista di nuove prospettive per l’export. Il valore alla produzione è di oltre **47 milioni di euro** mentre il **fatturato al consumo**, considerando il prodotto etichettato, **sfiora i 75 milioni di euro.**

**GDO e cash & carry** si confermano il principale canale di distribuzione del Prosciutto Toscano DOP: 4 Prosciutti Toscani DOP su 5, circa l’80% del totale, vengono commercializzati in questo segmento. **Ho.re.ca.** e **piccoli dettaglianti** rappresentano invece il restante 20%. Guardando alla produzione delle **vaschette** di **Prosciutto Toscano DOP** nel 2022 sono state circa **3.350.000,** in flessione del 4,8% rispetto all’anno precedente, un dato però influenzato dalla maggiore produzione realizzata nel 2021 **legata ad una attività di supporto agli indigenti organizzata dal MASAF,** che aveva portato ad un aumento di produzione delle vaschette. Il segmento del pre-affettato, nel 2022, mantiene quindi buoni livelli anche senza l’attività relativa ai contributi statali.

Le vaschette rappresentano circa il **25 %** delle vendite a volume di Prosciutto Toscano DOP, una referenza che continua ad essere apprezzata perché favorisce il consumo immediato e quello fuori casa, azzera inoltre gli sprechi ed è garanzia di sicurezza alimentare. Grazie alle grammature ridotte la vaschetta è perfetta anche per le famiglie mononucleari e velocizza l’acquisto all’interno del punto vendita permettendo di apprezzare sempre appieno le qualità organolettiche del prodotto.

**Guardando ai mercati esteri il Prosciutto Toscano DOP nel 2022 mantiene stabile la quota** export che incide per il **15%** del fatturato al consumo del comparto. A livello geografico, le vendite di Prosciutto Toscano DOP sono destinate al **70% area UE e 30% area extra UE**. I principali partner commerciali europei si confermano la **Germania** e i **Paesi del Nord Europa.** Per quanto riguarda l’area extra UE, a parte **Stati Uniti e Canada** che mantengono buone performance, i Paesi dove il Prosciutto Toscano DOP riscuote il maggiore successo sono **Regno Unito**, **Giappone, Australia e Nuova Zelanda**.

Come spiega **Fabio Viani**, Presidente del Consorzio del Prosciutto Toscano DOP, *«Il 2022 è stato un anno di crescita per la produzione del Prosciutto Toscano DOP, sostenuta dall’ingresso di una nuova realtà nel Consorzio e dalla prospettiva di estendere le opportunità per l’export. Tra le sfide per il 2023 ci sarà quello di fronteggiare l’aumento delle materie prime, un fenomeno iniziato già nel 2022, con conseguente impatto significativo sulla marginalità delle aziende. Guardando ai mercati esteri, nel 2022 i consumi si sono mantenuti stabili ai livelli dell’anno precedente. I Paesi Europei si confermano i principali importatori, ma particolarmente positivo continua a rilevarsi l’interesse del mercato nordamericano. Proprio in prospettiva di continuare a puntare su questo territorio, a fine giugno, il Consorzio parteciperà al Summer Fancy Food Show di New York, ultimo appuntamento del* ***progetto Europeo "Cut & Share"****, realizzato insieme al Consorzio Tutela Pecorino Toscano DOP con la partecipazione a fiere b2b di settore e attività di promozione in store. Sempre nell’ottica di dare slancio all’export, nel prossimo triennio, il nostro Consorzio, affiancato dai Consorzi di Tutela del Pecorino Toscano DOP, dell’Olio Toscano IGP e della Finocchiona IGP, porterà avanti il* ***progetto europeo “Gusto”****, che prevede* ***attività promozionali in Germania*** *ma anche in Italia. Nel nostro Paese rimane forte l’interesse della grande distribuzione per il Prosciutto Toscano: importante nel 2022 è stata la* ***ripresa del banco taglio*** *ma anche la* ***ripartenza del mondo ho.re.ca.*** *In Italia portiamo poi sempre avanti numerose attività di promozione rivolte sia al consumatore finale sia agli operatori del settore, tra queste un momento importate è certamente la partecipazione a TuttoFOOD a Milano.”*

\*\*\*\*\*\*

**Press info:**

Mind The Pop

Sara Antonelli - mobile: +39 339.7485994 - e-mail: [sara@mindthepop.it](mailto:sara@mindthepop.it)