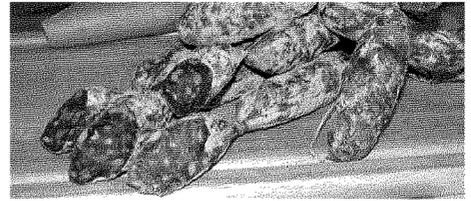


SALUMI

# Cresce il consenso dei consumatori per i salamini alla Cacciatora Dop



www.ecostampa.it

**I**l Salamino Italiano alla Cacciatora **Dop**, facile da trasportare e da consumare in tutte le occasioni per la sua pezzatura ridotta (100-350 grammi e circa 15 centimetri di lunghezza), è entrato nella gamma di salumi di moltissime industrie di trasformazione della carne come prodotto tipicamente nazionale.

L'area di produzione, come stabilisce il disciplinare di produzione, è molto ampia e comprende 11 regioni d'Italia (Friuli Venezia Giulia, Veneto, Lombardia, Piemonte, Emilia Romagna, Umbria, Toscana, Marche, Abruzzo, Lazio e Molise). Ed è ammesso solo l'impie-

go della carne del suino pesante italiano con un peso non inferiore ai 160 kg e nove mesi di età utilizzata nel circuito dei prosciutti **Dop**. Ecco perché i volumi che si possono fregiare del marchio **Dop** non hanno mai smesso di crescere. Non è un caso che da gennaio 2012 ad agosto di quest'anno ne siano stati certificati 224.460 quintali, un quantitativo in aumento dell'8% rispetto al 2011. In un anno – come spiega il Consorzio di tutela, Lorenzo Beretta, direttore commerciale e consigliere d'amministrazione del Salumificio Fratelli Beretta Spa – si dovrebbe arrivare a circa 320-340mila quintali

di Salamini Italiani alla Cacciatora prodotti dai 28 soci, che quest'anno sono due in più rispetto al 2011. Da circa tre anni il quantitativo certificato si mantiene stabile, ma già oggi rappresenta il 60% della produzione nazionale di salami tutelati. Il suo potenziale è comunque ancora inespresso e si potrebbe arrivare ai 400mila quintali certificati.

Oltre alla crescita in termini assoluti negli anni è aumentata la produzione marchiata all'interno delle aziende consorziate. Nel 2009 le aziende producevano il 91% della **Dop** certificata complessivamente, nel 2010 la percentuale è salita

al 96% e nel 2011 ha raggiunto addirittura il 99 per cento.

Il prezzo alla produzione si attesta intorno ai 10-12 euro al chilo, un valore che arriva al 30% di apprezzamento rispetto al prodotto non marchiato e al consumo raggiunge un prezzo variabile in base ai canali di vendita. Tra gli impegni del Consorzio di tutela un nuovo programma di promozione e di vigilanza sul mercato per evitare che siano chiamati «cacciatorini» i salami generici privi del marchio Ue e ovviamente sprovvisti dei requisiti previsti dal disciplinare. ●

FRANCESCA BACCINO

© RIPRODUZIONE RISERVATA

