

Il caso Parmacotto

Nel 2008 la Simest, società per azioni controllata dal Ministero dello Sviluppo Economico con la partecipazione di privati, acquista una quota di partecipazione del 49% in Parmacotto USA, la società che si occupa della distribuzione all'ingrosso dei prodotti Parmacotto negli Stati Uniti.

Lo stesso anno apre a New York la Salumeria Rosi, negozio monomarca per la vendita di salumi italiani. "Abbiamo constatato che i clienti li percepiscono come prodotti di alta qualità – dichiara l'amministratore delegato di Simest – e ciò fa crescere l'attenzione per la tradizione alimentare italiana dei consumatori americani".

I prodotti commercializzati sono quelli della tradizione regionale tricolore, dal culatello alla finocchiona. Tuttavia la metà delle carni lavorate per la produzione proviene , secondo quanto affermato dallo stesso amministratore delegato di Parmacotto, Alessandro Rosi, "da Francia, Danimarca, Spagna e Germania, per lo più". Lo stesso processo di produzione è stato trasferito in Usa: nel New Jersey. Tra i prodotti commercializzati sul mercato statunitense c'è anche un Culatello Salumeria Biellese che riporta in etichetta il paese di origine della carne (non italiana) ma il cui marchio è quanto meno fuorviante, visto che non ha niente a che fare con Biella.

Nel 2009 Parmacotto Usa riacquista la totalità delle azioni, con un debito verso Simest di 3 milioni e mezzo di euro. Nel 2010 la partecipazione di Simest compare però nuovamente per il 49% delle quote in Parmacotto Usa. Il 12 ottobre 2011 Parmacotto e Simest annunciano un'intesa per il potenziamento della struttura produttiva e del processo di internazionalizzazione che prevede investimenti per 16 milioni di euro per consolidare la presenza del gruppo in Usa, Francia e Germania. In cantiere anche la realizzazione di uno stabilimento per la produzione di pre-affettati negli Stati Uniti. Alla Simest viene riservato un aumento del capitale sociale pari a 11 milioni di euro.