

In collaborazione con



ENRICO CINOTTI

Un nuovo marchio contro le bufale "allungate"

È proprio il caso di dirlo: una vera bufala rifilata ai consumatori! La vicenda della mozzarella campana Dop "allungata" con latte vaccino, quando il disciplinare del Consorzio di tutela del prestigioso marchio prevede solo l'impiego di "latte fresco bufalino", danneggia le tasche dei cittadini.

È stato un campionamento straordinario ordinato tra ottobre e dicembre scorsi dal ministero delle Politiche agricole a svelare la truffa: su 530 campioni prelevati tra i banchi frigo dei supermercati italiani ben 106 sono risultati allungati con il 30% di latte di vacca. Uno scandalo - l'ennesimo dopo la brucellosi e l'emergenza diossina - che ha, in prima analisi, coinvolto anche il presidente dell'ente consortile campano, Luigi Chianese.

Come nel caso del Brunello di Montalcino vinificato con uva non Doc, la bufala al latte vaccino ci pone di fronte a una frode alimentare, escludendo quindi complicazioni sulla salute del consumatore. Ma quest'ultimo rilievo non può essere una consolazione, perché chi si fregia di un marchio di qualità deve garantire fino in fondo ai propri clienti la salubrità e la qualità del prodotto. Eppure, il Consorzio di tutela, che per definizione dovrebbe vigilare sul rispetto del disciplinare,

potrebbe essere l'epicentro di uno scontro economico e di filiera - che avrebbe portato a galla la magagna della mozzarella allungata.

«Quanto è accaduto è un duro colpo ed è dovuto a talune incapacità di *governance* del Consorzio», ha spiegato al Salvagente **Paolo Russo**, deputato del Pdl campano e presidente della commissione Agricoltura della Camera. L'ente consortile sarebbe in prima battuta troppo sbilanciato sui trasformatori rispetto agli allevatori. Di più. Dei 128 caseifici associati, le scelte del Consorzio sarebbero influenzate da quattro grandi trasformatori: Galbani, Alival, proprietaria del marchio Mandara, il gruppo Chianese e quello Garofalo. Quattro realtà che da sole rappresenta-

no il 75% circa dell'intero fatturato, 400-500 milioni all'anno, della mozzarella di bufala Dop.

E ora i piccoli caseifici promettono battaglia: «I grandi - racconta al Salvagente un trasformatore che guida la fronda contro i big - impongono il prezzo e noi chiudiamo. A Milano vendono la bufala a 5,80 euro al chilo: come faccio io a competere, a rispettare tutti i controlli e il disciplinare, quando una bestia solo di foraggio mi costa 4,5 euro al giorno?».

Sul tappeto restano i tanti interrogativi che la mozzarella di bufala allungata pone al sistema dei controlli. «Dal primo gennaio 2013 sarà obbligatorio un impianto dedicato alla sola Dop in ogni caseificio», aggiunge l'onorevole Russo. «Ora dobbiamo soffermarci sui sistemi di tutela. Quando parlo di problemi di *governance* - prosegue - mi riferisco al fatto che gli allevatori, l'anello debole della filiera assieme ai consumatori, sono sottorappresentati nel Consorzio. Mentre faccio notare l'unicità dell'ente consortile campano dove sono rappresentati gli intermediari del latte».

Che il latte arrivi troppo allegramente nei caseifici campani, dall'estero e anche dalle stalle lombarde, se ne era accorto lo stesso ministero delle Politiche agricole nel giugno scorso. E i primi ad esserne penalizzati sono gli allevatori locali. «A giugno - racconta un altro allevatore casertano al Salvagente - è scattato un giro di vite alle frontiere e sugli intermediari del latte. Fatto sta che il latte improvvisamente è venuto a mancare nei caseifici. E i trasformatori, che fino a maggio non ci avevano rinnovato i contratti di mungitura, si sono precipitati a sottoscrivere gli accordi commerciali». Una guerra di filiera dove sono i consumatori a pagare il conto.

Una parola fine alla vicenda potrebbe metterla il nuovo sistema di tracciabilità, Sitra, ideato dalla Regione Campania. Controlli capillari e puntuali dal foraggio al prodotto finito e, per chi aderirà, il vantaggio di un nuovo marchio di qualità: il Doag, la Denominazione d'origine ambientale garantita.

Spiega al Salvagente, **Gianfranco Nappi**, assessore all'Agricoltura di quella Regione: «Incentivi e sostegno a chi accetterà il nuovo sistema di controlli a marchio Doag e nemmeno un euro a chi continuerà ad imbrogliare i consumatori». ■

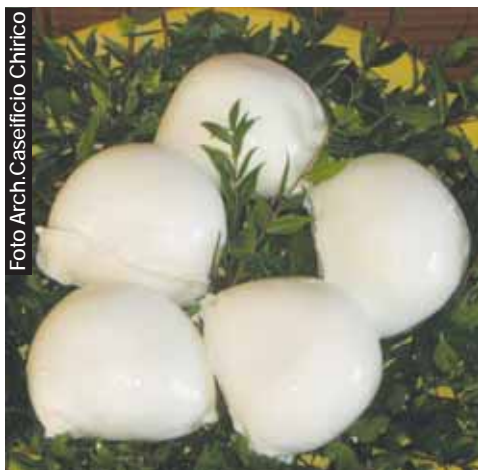


Foto Arch. Caseificio Chirico