

PRIMO PIANO

Parmigiano-Reggiano, primi interventi anticrisi

Le misure decise dal governo e dalla Regione, con l'accordo di tutti i soggetti interessati. Indispensabile un'autoriforma dell'intero sistema, altrimenti si rischia la paralisi.

Il ritiro di oltre 80 mila forme dal mercato, annunciate il 24 ottobre scorso da **Graziano Salsi**, presidente della sezione di Reggio Emilia del Consorzio di tutela, è l'ultimo atto in ordine di tempo della crisi del Parmigiano-Reggiano. Le 80 mila forme - che dovrebbero poi essere dirottate all'esportazione - si aggiungono alle 100 mila già autorizzate dal ministro delle Politiche agricole **Luca Zaia** (in egual numero anche per il Grana Padano), destinate come aiuto alimentare agli indigenti.

Si tenta così una terapia d'urto per frenare il calo dei prezzi del "re dei formaggi" che, anche nella prima metà di ottobre, secondo il bollettino curato dal Crpa per conto del Consorzio di tutela, sono rimasti stabili rispetto a settembre (7,25 euro/kg per lo stagionato a 12 mesi) con consumi tra gennaio e agosto 2008 in aumento dell'1,4% sul medesimo periodo del 2007. Le vendite sono cresciute soprattutto nei discount (+ 8,4%). Le quotazioni stazionano praticamente sui livelli di dieci anni fa, mentre i co-

sti di produzione sono notevolmente aumentati. Assieme ai ritiri, negli incontri urgenti richiesti dall'assessore regionale all'Agricoltura dell'Emilia-Romagna **Tiberio Rabboni** al ministro Zaia per fronteggiare la situazione di crisi per il Parmigiano-Reggiano dal governo sono state prese altre decisioni, raccogliendo alcune proposte avanzate dalla Regione. Intanto, una campagna di promozione internazionale che coinvolgerà anche il Grana Padano, gestita dai rispettivi Consorzi di tutela, con un impegno finanziario di Buonitalia (la società per valorizzare e promuovere l'agroalimentare italiano promossa dal Mipaaf) e anche della Regione Emilia-Romagna. Poi, un "tavolo interprofessionale" con la grande distribuzione per regolamentare le vendite sottocosto di formaggi che deprimono attualmente i prezzi del Parmigiano - Reggiano e del Grana Padano. Un confronto con l'Antitrust riguarderà le normative che attualmente impediscono di aggregare o regolare la produzione.

FRANCO STEFANI



Foto Dell'Aquila

L'intesa è stata approvata da tutte le parti in causa: istituzioni, organizzazioni professionali e cooperative, Consorzi. Non ci si nasconde però che si è solo tamponata la situazione e che restano altre importanti passi da compiere.

LE INIZIATIVE DELLA REGIONE

«Per prima cosa chiediamo che il governo rispetti gli impegni concordati, mettendo in campo i provvedimenti necessari» dice Rabboni. «Dal canto nostro, oltre a sostenere la promozione estera del Parmigiano-Reggiano con 250 mila euro, in aggiunta a quelli già stanziati, intendiamo contribuire all'abbattimento dei tassi di interesse per linee di credito agevolato destinate all'anticipazione delle spese di conduzione di aziende e di allevamenti, con il supporto degli Agrifidi regionali. Pensiamo di impiegare a questo fine 500 mila euro. Sempre con nostre risorse, derivanti dal Programma regionale di sviluppo rurale e dalla legge regionale sulle organizzazioni di prodotto vogliamo sostenere le aggregazioni produttive e commerciali. Senza l'aggregazione produttiva e dell'offerta gli interventi finora individuati lascerebbero il tempo che trovano».

Altre possibilità di intervento della Regione possono aprirsi, aggiunge l'assessore, dall'articolo 68 della proposta di regolamento comunitario che disci-

plina l'applicazione della Pac dopo il cosiddetto health check (la verifica dello stato di salute) della politica agricola comune che si è conclusa il 19 novembre scorso. Nella formulazione proposta, l'articolo 68 prevede un sostegno agli agricoltori per il miglioramento della qualità e della commercializzazione dei prodotti.

SERVONO NUOVE STRATEGIE

Si apre anche per questa via un discorso importante: nell'autoriforma del sistema - perché questo è il problema dei problemi dell'immediato futuro - i caseifici e i produttori debbono detenere una quota maggiore di prodotto commercializzato. Nell'editoriale di "Agricoltura" del maggio scorso, firmato da Rabboni, veniva esplicitamente affermato che "è tempo di dar vita ad uno strumento di commercializzazione diretta dei caseifici e dei produttori" a valenza interprovinciale "in grado di minimizzare i rischi e massimizzare i risultati". Solo così - si affermava - "sarà possibile concentrare l'offerta, modificare i rapporti di forza con la distribuzione e le altre componenti della filiera, ricercare canali commerciali esclusivi, incrementare tutte le forme di filiera corta e soprattutto raggiungere una massa critica sufficiente per operare sui mercati internazionali".

Il parere di **Giuseppe Alai**, presidente del Consorzio di tutela del Parmigiano-Reggiano ricalca questi concetti. «Se non ci sarà un'autoriforma del sistema, se non si costruisce un'aggregazione dei produttori e dell'offerta, se non si sarà in grado di programmare la produzione in sintonia con il mercato non andremo da nessuna parte». Il Consorzio di tutela potrebbe avere un nuovo ruolo? «Ritengo di sì, per la sua autorevolezza e perché gode la fiducia di tutti. Potrebbe gestire direttamente, o con una sua emanazione, la commercializzazione in maniera efficace creando nello stesso tempo nuove regole nei rapporti tra i produttori».

TROPPI VENDITORI, POCHI COMPRATORI

Roberta Rivi, assessore provinciale all'Agricoltura di Reggio Emilia, sottolinea un altro elemento fortemente negativo della crisi del "re dei formaggi" che dura da qualche anno: il forte potere contrattuale esercitato dalla grande distribuzione a fronte di un sistema produttivo polverizzato, disseminato sul territorio, che sconta un grande numero di caseifici che vendono. Il rapporto si gioca infatti tra 429 latterie nel comprensorio di Reggio Emilia, Parma, Bologna, Modena e Mantova e cinque grandi gruppi della Gdo. L'imperativo a questo punto è: le latterie debbono accorparsi per diventare una struttura competitiva. Altrimenti si rischia la paralisi.

Nel Reggiano, dove il "re dei formaggi" rappresenta il 70% dell'agricoltura con 120 latterie e 500 addetti, le ricadute della crisi sono pesanti. «Quest'anno - spiega l'assessore Rivi - sono state chiuse 151 stalle, e negli ultimi tre anni i costi di produzione sono aumentati del 17 per cento, mentre i ricavi dei produttori si sono ridotti del 41 per cento. Percentuale che sale al 51 per cento se consideriamo anche il 2008». Un altro fattore di crisi è dato dalla bassa esportazione: l'80% del formaggio viene venduto nelle stesse zone di produzione. Qui ritorna prepotentemente in ballo il tema della commercializzazione, che si porta appresso l'altro tema scottante della difesa del marchio dalle contraffazioni. Per citare un solo dato, negli Stati Uniti nove volte su dieci viene venduto falso Parmigiano-Reggiano, il *parmesan*, che in Sudamerica diventa *reggianito*. «Un fenomeno che se debellato potrebbe far decuplicare il volume delle esportazioni». Parola del ministro Zaia. Però è tanto che se ne discute, il Consorzio ha dovuto sostenere dure battaglie legali, qualcuna importante l'ha anche vinta. Si dovrebbe fare di più, si devono destinare a livello nazionale più risorse e impegno all'estero nella difesa di questo come di altri simboli del *made in Italy*.



Foto Dell'Aquila

LE PROSPETTIVE

Secondo **Denis Pantini** di Nomisma, se l'aggregazione fosse accompagnata da una segmentazione commerciale del prodotto per mercati bersaglio o per canali di vendita, il risultato sarebbe ancor più soddisfacente. Nel caso del Parmigiano - Reggiano prodotto con latte di vacche Rosse Reggiane, che ai caseifici è pagato più di 16 euro al chilo, i produttori decidono quando e a chi vendere. «Certo, il gioco è più facile - afferma Pantini - quando si tratta di collocare circa 10 mila forme, ma perché la stessa cosa non potrebbe essere fatta per i caseifici e le produzioni di montagna? Si tratterebbe di posizionare circa 700 mila forme su segmenti di prezzo e mercati diversi, facendo leva su peculiarità evidenti e percepibili dal consumatore».

Guardando avanti sono anche da valutare le conseguenze della riforma della Pac e dell'annunciata liberalizzazione del mercato lattiero con l'eliminazione delle quote a partire dal 2015. Molti studi prevedono un aumento dell'offerta e una diminuzione del prezzo del latte che causerebbero la cessazione di attività delle aziende marginali. L'impatto sul sistema lattiero-caseario a Dop sarebbe, secondo gli stessi studi, meno pesante, ma per il comprensorio del Parmigiano - Reggiano verrebbero comunque penalizzate le aziende nelle zone svantaggiate, perché meno competitive. Una ragione di più, avverte Pantini, per pensare a strumenti e politiche nuove per il "re dei formaggi" e per tutto il comparto dei grana, per i quali lo scudo della Dop non sarà una difesa sufficiente. ■