

PRODOTTI TIPICI

Parmigiano-Reggiano, al via i ritiri dal mercato

Il Consorzio di tutela acquisterà direttamente 50.000 forme per l'export, in aggiunta alle 100.000 già previste del bando Agea. Nel 2008 consumi sù (+1,2%), prezzi all'origine in calo (-5%).

GIANCARLO MARTELLI

Parmigiano-Reggiano, via dal mercato 150.000 forme per ridare fiato ai prezzi all'origine del "re dei formaggi", che l'anno scorso hanno imboccato di nuovo la discesa (-5%), attestandosi mediamente sui 7,40 euro al chilogrammo, dopo i segnali di ripresa manifestati nel 2007 (+11,1%). Dopo tanti proclami, infatti, stanno finalmente per diventare operativi gli interventi di ritiro di un ingente quantità di forme (in totale il 5% della produzione annuale), già decisi od annunciati nei mesi scorsi, ma che di fatto non erano ancora decollati.

La prima misura anti-crisi che presto si concretizzerà è l'intervento Agea (mentre scriviamo si attende soltanto la firma del ministro Zaia in calce al relativo bando) per il ritiro dal mercato di un quantitativo di circa 100.000 forme (controvalore: 27 milioni di euro) da distribuire agli indigenti attra-

verso le associazioni caritatevoli e *no profit*. Il Consorzio di tutela avrà in questo caso un ruolo di coordinamento, cedendo alla ditta che si aggiudicherà il bando le opzioni di vendita raccolte nelle scorse settimane tra i caseifici. Il prezzo di acquisto/cessione ipotizzato dovrebbe collocarsi di poco al di sotto dei 7 euro al chilogrammo, un valore più basso dell'attuale quotazione di mercato. Per andare incontro ai produttori il Consorzio ha pertanto deciso di accollarsi la differenza fino al valore di 7,50 euro al chilogrammo, per un esborso totale di circa due milioni di euro.

A questa prima azione se ne affiancherà un'altra del tutto inedita nei 70 anni di vita del Consorzio, che a sua volta procederà autonomamente al ritiro dal mercato di altre 50-55.000 forme, pagandole ai caseifici lo stesso prezzo di 7,50 euro al chilogrammo e facendole stagionare a sue spese. Il tut-

GRANTERRE INCORPORA UNIGRANA E FESTEGGIA I CINQUANT'ANNI

La crisi del Parmigiano non frena la crescita di Granterre. Conclusa un'intensa fase di riorganizzazione con il consolidamento sul mercato della controllata Parmareggio, l'acquisizione nell'ottobre scorso del marchio "Parmissimo" (formaggio grattugiato) e la recentissima incorporazione di Unigrana, il Consorzio modenese leader nella produzione di Parmigiano-Reggiano guarda all'immediato futuro con ottimismo e si prepara a festeggiare i primi 50 anni di vita.

In realtà la nascita ufficiale di Granterre risale al 1995, con il cambio di nome del preesistente Consorzio caseifici sociali,

costituitosi nel lontano gennaio 1959, per l'appunto 50 anni fa. Da allora di strada ne è stata fatta tanta e oggi Granterre è un gruppo molto articolato di imprese che vanno dall'allevamento alla commercializzazione del prodotto finale. «La recente incorporazione di Unigrana nel Consorzio - dice il presidente **Eros Valenti** - è la tappa finale di un percorso di riordino societario finalizzato al presidio dell'intera filiera del Parmigiano Reggiano».

Granterre, che ha chiuso il 2008 con un fatturato consolidato di 232,7 milioni (+0,6%), controlla nove società operative e associa 45 caseifici (per un totale di

circa 1.600 imprese agricole), 172 singoli produttori ed 89 sovventori. Cinque i centri zootecnici e 7 i caseifici in proprietà. Nel 2008 il Consorzio ha commercializzato oltre 435.000 forme di Parmigiano Reggiano (ha una quota di mercato del 17,2%), 140.000 di Grana Padano e 7.400 tonnellate di burro, comparto che ha visto nel 2007 la nascita di Fioralba. Nonostante la crisi del Parmigiano, le previsioni per il 2009 sono improntate all'ottimismo: il fatturato consolidato dovrebbe toccare i 245-250 milioni, grazie soprattutto alla crescita di Parmareggio, che viaggia verso il traguardo dei 200 milioni di giro d'affari. (g. m.) ■

to nell'ambito di un progetto promozionale che punta all'ampliamento dei mercati all'export, condotto in sinergia con gli esportatori e Buonitalia, la società pubblica per la promozione del *made in Italy* all'estero, che comparteciperà finanziariamente con un *budget* di 5 milioni di euro.

L'intervento di ritiro, che al Consorzio costerà una quindicina di milioni di euro, riguarderà forme di 1° categoria e sottoposte ad un'ulteriore espertizzazione a 18 mesi per l'apposizione del marchio "export". «L'obiettivo - sottolinea il presidente **Giuseppe Alai** - è quello di concorrere a tonificare le quotazioni, e la sua importanza è pari alla sua urgenza, tanto da indurci ad un'azione che non ha precedenti e porta il Consorzio ad assumere un ruolo più attivo sui mercati. Fermo restando che sono necessarie anche azioni di tipo strutturale, per arrivare ad una maggiore aggregazione dell'offerta». «Nel comprensorio - gli fa eco il vicepresidente, **Eros Valenti** - ci sono 420 caseifici in attività: sono troppi. Entro un paio d'anni devono dimezzarsi ». Il doppio intervento, che va ad aggiungersi ad analoghe iniziative avviate per il Grana Padano (altre 170.000 forme ritirate), dovrebbe contribuire a dare una boccata d'ossigeno a un mercato che negli ultimi anni è diventato sempre più asfittico, con prezzi che non arrivano neppure a coprire i costi



Foto Dell'Aquila

di produzione. Ciò, paradossalmente, mentre i consumi interni crescono (+1,2% nel 2008), la produzione frena (-2,14%) e l'export tiene. Il nodo da sciogliere è sempre lo stesso: lo strapotere della Gdo. «Per questo - conclude Alai - chiediamo al governo di fissare un prezzo minimo all'ingrosso per tutti i prodotti Dop e la possibilità di pianificare la produzione». ■