



Parmigiano: la ripresa è trainata dalle esportazioni

Storico sorpasso degli Usa sulla Francia come primo mercato estero, con quasi 10mila tonnellate vendute. **Prezzi in netto recupero (+12% sul 2015) e scorte in diminuzione**

Prezzi in netta risalita (+12%), export a gonfie vele (+5,8%), consumi interni che danno qualche segnale di risveglio (+0,3%) e 15 milioni di nuovi investimenti nel prossimo quadriennio per rafforzare l'immagine di qualità del "re dei formaggi" e la vigilanza contro frodi commerciali, imitazioni e usurpazioni di ogni tipo, sia in Italia sia sui mercati esteri. Dopo un 2015 che sarà ricordato come uno degli anni peggiori dell'ultimo decennio, con quotazioni medie all'origine precipitate fino a 7,65 euro/kg (c'è stato un solo precedente peggiore nel 2008, con i prezzi crollati a 7,40 euro/kg), per il Parmigiano Reggiano il 2016 si è chiuso all'insegna di una decisa ripresa. E le prospettive per il nuovo anno – come hanno sottolineato **Alessandro Bezzi** e **Riccardo Deserti**, rispettivamente presidente e

direttore del Consorzio di tutela, alla presentazione del consuntivo dell'anno appena trascorso – restano improntate all'ottimismo.

Ripercorrendo l'andamento mercantile nel 2016 la svolta più marcata si è verificata nella seconda parte dell'anno, quando le quotazioni all'origine sono balzate da poco più di 8 euro/kg di giugno ai 9,66 euro/kg di dicembre, consentendo di chiudere l'anno con una quotazione media pari a 8,63 euro/kg (+12% rispetto al 2015). «Una decisa inversione di tendenza – ha rimarcato **Bezzi** – che continuiamo a registrare anche in questo inizio del 2017, con quotazioni vicine ai 10 euro/kg. Siamo ancora lontani dai livelli record del 2011 e 2012, ma gli attuali valori, uniti alla buona tenuta dei consumi interni, a un flusso di esportazioni che continua a crescere in modo rilevante e ai nuovi investi-

A cura della
REDAZIONE



Dell'Aquila

Nel 2016 sono state prodotte 3.469.865 forme di Parmigiano Reggiano, pari a 139.680 tonnellate, con un incremento del 5,06% sull'anno precedente. Il giro d'affari al consumo supera i due miliardi di euro

menti previsti dal piano quadriennale, stanno creando le condizioni per offrire migliori prospettive ai circa 3mila allevatori e 339 caseifici artigianali che formano il nostro sistema e che nel 2014 e 2015 hanno pagato il prezzo di una pesante crisi».

Ripartono i consumi sul mercato interno

I dati illustrati da Bezzi e Deserti confortano queste previsioni, a partire dal trend favorevole dei consumi, che hanno registrato nel 2016 un incremento dello 0,3% sul mercato interno, per arrivare al +5,8% segnato dalle vendite sui mercati esteri. L'export, con quasi 50mila tonnellate, oramai rappresenta il 37% del giro d'affari globale, una quota raddoppiata negli ultimi dieci anni. In Italia la spinta delle nuove azioni del Consorzio a sostegno dei consumi si sono avvertite soprattutto nel dettaglio tradizionale e nelle vendite dirette (anche on line). Stabili le vendite nella Gdo in presenza di una flessione degli altri formaggi duri Dop e di una crescita dei prodotti simili non Dop del 2%.

Decisamente positivi, e per certi aspetti sorprendenti, i dati sull'export, con gli Usa che per la prima volta hanno scavalcato per quantità vendute (circa 10mila tonnellate) la Fran-

cia, finora indiscusso mercato leader per il Parmigiano Reggiano. Se si considera il fatto che proprio negli Stati Uniti, oltre che in Canada, si registrano i più massicci fenomeni di *italian sounding* che disorientano e danneggiano consumatori e produttori, questa crescita conferma l'efficacia delle azioni intraprese negli ultimi anni con le catene distributive nordamericane e gli esportatori. Sulle prospettive future, orientate a un cauto ottimismo, incide anche il calo delle scorte di magazzino, con giacenze che nel novembre scorso segnavano un -2,2% sullo stesso mese del 2015.

Investimenti per 15 milioni nel prossimo quadriennio

L'insieme di questi fattori favorevoli, tenendo conto anche delle nuove risorse che il Consorzio investirà a sostegno dei consumi, fa venir meno molte preoccupazioni circa la crescita della produzione, che nel 2016 ha visto salire a circa 3 milioni e 470mila il numero delle forme (+5,1%). Per il 2017, i piani produttivi prevedono un ulteriore, lieve, incremento (+0,8%) rispetto a una quota di riferimento che ammonta a 17 milioni 620mila quintali di latte destinato alla trasformazione in formaggio e assegnato agli allevatori. «Il nostro obiettivo –

IL PRESIDENTE BEZZI: «LA BREXIT? NESSUN ALLARME»

Con i consumi interni poco mossi, è l'export che in questi ultimi anni ha offerto le migliori prospettive al più blasonato formaggio italiano Dop. Ma ci sono anche parecchie incognite: Brexit, effetto Trump sui mercati, embargo russo. Ne parliamo con il presidente del Consorzio di tutela, **Alessandro Bezzi** (nella foto).



Come vede la situazione? Seguiamo queste vicende con grande attenzione, ma a oggi non sussistono ragioni di particolare preoccupazione. La Brexit non frena di per sé l'export, che è invece molto più legato agli effetti generali che l'uscita dalla Ue può determinare sull'economia del Regno Unito. Lo stesso discorso vale per le ricadute delle politiche economiche negli Usa; in tal senso è auspicabile che da qui venga la conferma dei tassi di cambio attualmente raggiunti tra euro e dollaro, che sono un trampolino per le nostre esportazioni.

Dopo l'annuncio di Trump del ritiro degli Usa dal Tpp,

l'accordo commerciale con 11 Paesi asiatici, siete preoccupati per lo stallo dell'analogo negoziato Ttip con l'Europa?

Certamente se si insabbiasse definitivamente anche il Ttip si avrebbero ripercussioni su un percorso, comunque già difficilissimo, che avrebbe potuto portare l'Unione Europea a ottenere risultati molto importanti nella tutela della nostra Dop rispetto a diffusi fenomeni di contraffazione e di *italian sounding*. Per il momento, in ogni caso, non esistono elementi che facciano pensare a un embargo come quello russo, che peraltro ci auguriamo venga rimosso nei prossimi mesi.



ha sottolineato Bezzi – non è quello di “ingessare” la produzione ma, al contrario, puntiamo ad aumentare le vendite in Italia e a rafforzare ulteriormente i progetti con gli esportatori per conquistare nuovi spazi sui mercati esteri, rafforzando il sistema di vigilanza e di contrasto alle imitazioni».

Rafforzata la vigilanza contro frodi e imitazioni

Proprio su quest'ultimo versante il 2016 ha evidenziato significativi risultati dell'attività di tutela, con oltre 2.300 interventi effettuati in quasi 2mila punti vendita, ai quali vanno aggiunte 650 imprese di ristorazione in Italia e altrettante realtà della distribuzione in una ventina di Paesi esteri, con oltre 2.500 analisi sul prodotto. «Nei primi dieci mesi del 2016, e nella sola Unione europea – ha ricordato Deserti – abbiamo avviato più di quaranta azioni di contrasto in sede stragiudiziale, amministrativa e di denuncia che hanno portato a interventi d'ufficio da parte delle autorità competenti in otto Paesi europei. Cinque interventi di diffida sono poi stati messi in atto negli Stati Uniti a carico di altrettante società che proponevano salse, piatti pronti o confezioni di formaggio grattugiato ingannevolmente ispirate al Parmigiano Reggiano e tre persino in Vietnam».



Dell'Aquila

Oltremodo incisiva l'offensiva sul web, con 390 interventi di rimozione di offerte e siti ingannevoli, mentre altre opposizioni a registrazioni di marchi evocativi sono state messe in atto in Giappone, Cina, Argentina, Bolivia, Colombia e Ucraina. «Ciò significa – ha concluso Deserti – che il sistema di vigilanza funziona, tuttavia è necessario continuare a investire per contrastare questi fenomeni». ■

Per produrre una forma di Parmigiano Reggiano, del peso medio di circa 40 chili, occorrono 550 litri di latte

Il web sta assumendo sempre maggiore importanza come canale di vendita, ma è anche un campo dove dilagano i falsi e le usurpazioni...

Il ministero guidato da Martina ha già fatto molto a tutela dell'agroalimentare italiano sul web e lo attestano gli accordi con Google e il colosso cinese Alibaba. Il resto tocca a noi, con un presidio impegnativo, oneroso ma indispensabile su migliaia di siti. Proprio per questo contiamo sulla riconferma, da parte del ministero, dei sostegni finanziari annuali alle azioni legali del Consorzio.

Periodicamente si torna a parlare di prove di dialogo con i “cugini” del Grana. Cosa bolle in pentola?

Fermo restando il fatto che Parmigiano Reggiano e Grana Padano sono e restano due prodotti diversi e concorrenti, proprio il tema della tutela

rispetto a contraffazioni e imitazioni può essere un buon terreno di lavoro comune, così come la questione dei piani produttivi nella relazione col Governo italiano con le autorità europee. In pentola bolle il dialogo su interessi generali comuni, non certo le fantasiose ipotesi di integrazioni che da qualche parte sono state spese.

Che impatto ha avuto sul vostro comparto l'abolizione delle quote latte?

Era prevedibile che l'abolizione delle quote latte europee avrebbe determinato un aumento della produzione e un conseguente crollo del prezzo. Per questo in vista della cessazione del regime europeo, abbiamo istituito il registro delle quote per il latte destinato a Parmigiano Reggiano e, a differenza di altri consorzi, abbiamo assegnato direttamente ai produttori le stesse

quote. In questo modo abbiamo ricreato valore reale per i nostri produttori storici, per i quali le quote latte rappresentano un patrimonio vero (il valore complessivo attuale supera i 400 milioni di euro, ndr), negoziabile e scambiabile con altri produttori e possibile oggetto di garanzia per ottenere credito bancario.

Quando diventeranno operative le ultime modifiche al disciplinare produttivo che impongono di utilizzare solo il latte di vacche nate e allevate all'interno del comprensorio e l'obbligo di indicare l'età di stagionatura sulle confezioni di porzionato?

L'Assemblea dei caseifici ha dato via alle modifiche il 25 novembre 2015. Ora dovremmo essere in dirittura d'arrivo per l'approvazione da parte dell'Unione Europea, che dovrebbe giungere entro la prossima primavera.

