

TRIENNIO 2014-'16

Parmigiano, via libera dal Mipaaf alla riduzione di 29mila «forme»

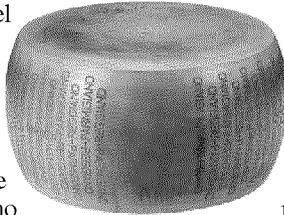
Il Parmigiano reggiano riceve il via libera del Mipaaf al piano produttivo per la regolazione dell'offerta. «È un traguardo importantissimo – commenta Giuseppe Alai, presidente del Consorzio del Parmigiano reggiano – che consentirà di dare maggiore stabilità e aggregazione al comparto, avviando a quella frammentazione produttiva che soprattutto durante le crisi cicliche penalizza gli allevatori».

Per il triennio 2014-2016, dunque, la produzione prevista è pari a 3.250.000 forme (29mila in meno di quelle prodotte nel 2013), corrispondenti a 1.750.000 tonnellate di latte.

Il piano, con carattere triennale, è stato approvato nel settembre scorso dall'assemblea dei caseifici del Parmigiano reggiano. «Oggi si conclude il percorso che abbiamo iniziato nel 2006 – aggiunge Alai –. Già con il “pacchetto latte”, approvato in sede comunitaria nel febbraio 2012, furono ammesse forme di regolamentazione in grado di concorrere a dare stabilità ai mercati e al reddito dei produttori. Quindi, nel settembre 2013, fu la volta dell'approvazione del piano produttivo relativo al Parmigiano reggiano da parte dell'assemblea dei soci, con oltre il 96% dei consensi, e la successiva adesione

individuale da parte dei produttori di latte del consorzio (che sono i primi protagonisti del piano, essendo attribuite a loro, e non alle strutture di trasformazione, le quote di produzione). Ora giunge finalmente l'ok da parte del ministero».

Secondo Alai la regolazione dell'offerta per un prodotto come il Parmigiano reggiano si configura come «lo strumento fondamentale per dare stabilità al comparto e tutelare il lavoro e gli investimenti dei produttori. Avere un livello di produzione con cui proporci al



mercato ci permette di rimodulare l'offerta tra i consumi interni e quelli esteri, tenendo però sempre conto del principio secondo cui questo prodotto vive uno sfasamento temporale di 20/36 mesi tra l'acquisto del latte e la proposta del prodotto stagionato, con riflessi sui prezzi al consumo, sulle scorte e sui redditi».

Al momento il Parmigiano reggiano sta vivendo «una fase molto complessa», aggiunge il presidente del Consorzio, «dovuta al crollo delle quotazioni in atto da febbraio. I motivi sono da identificare nella crisi mondiale del latte, nell'aumento della produzione in Europa, nelle difficoltà oggettive in cui si trovano i consumatori e nella penuria di aziende compratrici. Sul tema ci stiamo confrontando anche con gli altri consorzi».

Quale strategia adottare dunque per far fronte a questa situazione? Spiega Alai: «Intendiamo muoverci ponendoci quattro interrogativi fondamentali. Il primo è quanto produrre (e per questo saranno d'aiuto, dunque, i piani produttivi), poi individuare i mercati (nazionale/esteri), il target dei consumatori e, infine, come pro-

durre per elevare la percezione qualitativa del consumatore nei confronti del nostro prodotto». Da questi interrogativi stanno già evolvendo le prime, importanti riflessioni. «In particolare, per quanto riguarda l'Italia – conclude Alai – stiamo puntando sull'innovazione del consumo e del packaging. Nel primo caso, il Parmigiano viene proposto non solo come pietanza o come condimento in forma grattugiata, ma anche sotto forma di merendine, aperitivi e come protagonista degli happy hour. Il packaging si evolve verso confezioni piccole e leggere, con un importo che si basa sulla confezione e non più sul prezzo/kg».

Oggi la quotazione del re dei formaggi si attesta su 1 euro/kg, con un calo del 10% registrato nel giro dell'ultimo mese e mezzo. La quota export resta stabile al 32 per cento. •

ALESSANDRA FERRETTI

LA PROGRAMMAZIONE IN CIFRE

3,25

Milioni di forme previste dal Consorzio del Parmigiano reggiano nel triennio 2014-'16: sono 29mila in meno di quelle prodotte nel 2013. Le forme previste corrispondono all'acquisto di 1.750.000 tonnellate di latte nello stesso periodo.

1 euro/kg

La quotazione attuale del Parmigiano reggiano, in calo del 10% nel giro dell'ultimo mese e mezzo. La quota export resta stabile al 32%. Tra l'acquisto del latte e la proposta del prodotto stagionato passano 20/36 mesi con riflessi sui prezzi al consumo.

