

# PARMIGIANO REGGIANO. E' CRISI ?

Enza COLAGROSSO\*

\* Responsabile del Progetto MICROCREDITO NEL LAZIO

**T**l 2015 taglierà almeno 150mila forme di Parmigiano Reggiano, e lo dovrà fare perché il settore di produzione del "più italiano" dei nostri formaggi è in crisi, una crisi determinata dalla diminuzione dei consumi a fronte di una produzione che non si è ridimensionata anche perché non sono state individuate forme alternative per l'utilizzo del latte eccedente e pertanto, qualsiasi scelta di restrizione, nella produzione del formaggio, avrebbe provocato una sorta di ulteriore aggravio economico per i produttori. 150mila forme di Parmigiano in meno sembrano tante, ma in realtà quello che appare come un taglio importante potrebbe anche non rappresentare la soluzione alla crisi che ha investito la filiera del Reggiano. Infatti per creare la criticità che oggi stanno vivendo i produttori del Parmigiano Reggiano, si sono sommate anche altre cause tra le quali una lontananza sempre più

marcata tra loro e il mercato, tanto da renderli incapaci di incidere in maniera decisiva la loro volontà di salvaguardare il prodotto, salvaguardandone prima di tutto il prezzo. Dall'inizio dello scorso secolo, il Consorzio del Parmigiano Reggiano lavora per la tutela di questo formaggio ed è al suo Presidente, Giuseppe Alai, al suo terzo mandato, che abbiamo chiesto ragione del fatto che oggi, chi produce Parmigiano lo fa in perdita.

**Sembra incredibile che il Parmigiano Reggiano sia in crisi! C'è chi dà la colpa alle tante imitazioni, chi ai sistemi produttivi e di commercializzazione.**

**Qual è la verità?**

*Il Parmigiano Reggiano sta vivendo un periodo di crisi a causa di un complesso contesto: dopo 30 anni di quote latte, dal prossimo 1° di aprile 2015, queste decadranno e si comincerà a poter pro-*

*durre liberamente. A questo va poi aggiunto che il Consorzio del Parmigiano Reggiano, che associa i 370 caseifici produttori, di fatto non è nella condizione di operare da un punto di vista commerciale, perché il Consorzio è un'associazione a cui si aderisce volontariamente, e tutti i caseifici produttori di Parmigiano Reggiano sono di fatto presenti nel consorzio ma fra questi solo pochissimi commercializzano direttamente il loro prodotto sul mercato. Ciò ha creato una sorta di distanza tra i produttori e i consumatori. Non va poi dimenticato che gli anni 2010/2012 hanno avuto un trend positivo per il Reggiano tanto che la produzione è stata incentivata. Poi è arrivata la crisi che ha frenato il passo, facendo registrare una riduzione dei consumi nel mercato nazionale e così, a fronte di una produzione maggiore, c'è stata meno richiesta. Abbiamo pensato di allargare il nostro mercato all'estero ma certe operazioni richiedono tempo, per ora siamo passati dal 14%, al 33% di prodotto*



esportato in 4/5, anni ma il calo dei consumi italiani del 4,3% dal 2008 a oggi, non è stato compensato, complessivamente, dalle esportazioni.

**Per il 2015 sono stati previsti 800mila quintali in meno di latte destinato ad essere trasformato in Parmigiano Reggiano. I caseifici hanno quindi optato per una riduzione della produzione?**

Siamo di fronte ad un esubero di offerta

e di conseguenza vi è un calo delle quotazioni. Questo calo delle quotazioni, per un latte che è costosissimo, chiaramente fa sì che i costi di produzione siano crescenti rispetto alla riduzione dei ricavi, spesso superandoli. Di conseguenza i produttori di Parmigiano Reggiano, dovendo produrre un latte che costa mediamente intorno ai 52/53 centesimi a litro, andando a ricavare 46/47 euro a quintale, quindi 0,46/47 centesimi a litro, hanno un divario fra i costi e ricavi chia-

ramente a sfavore dei ricavi, perché i costi li superano. Quindi un taglio nella produzione alla fine è stato, e sarà, inevitabile.

**Sicuramente i tagli non sono l'unica soluzione adottata. Quali sono le politiche di risanamento che ad oggi avete già individuato?**

C'è determinazione ad andare avanti ma soprattutto c'è la volontà di coordinarsi



su quelle che sono le azioni da intraprendere. Abbiamo già stabilito i piani produttivi, una sorta di regolazione dell'offerta, che dal punto di vista culturale impiegherà forse un anno o due prima di essere recepita nella sua complessità, ma che darà modo ai produttori pian piano di riorganizzarsi.

**Abbiamo detto che la filiera del Parmigiano Reggiano non sta attraversando uno dei suoi momenti migliori ma nonostante ciò i giovani mostrano interesse verso questa attività?**

I giovani stanno ritornando alla vita del caseificio e lo stanno facendo, in particolare, nelle aziende già consolidate. Mi spiego meglio: fare della zootecnia da latte, oggi, richiede una formazione ed un'esperienza diversa da quella impiegata solo alcuni decenni fa, quando bastava un po' di buona volontà e una discreta preparazione. Per lavorare in questo settore, adesso, occorrono dei capitali da investire e la sicurezza di una struttura di collocamento per la propria produzione. E' anche per questo che vediamo gli allevamenti ridursi sempre più numericamente per diventare però sempre più grandi. Stessa scelta anche per i caseifici: si riducono, numericamente e quelli che restano sono più grandi. Quindi oggi parlare di inserimenti di giovani nella zootecnia da latte, per il Parmigiano Reggiano, significa inserirli in allevamenti già in proprietà dei propri genitori o dei propri nonni dove si può

iniziare a lavorare potendo imparare il mestiere in famiglia e senza l'impegno di grosse cifre di denaro per una startup.

**Il Microcredito potrebbe rappresentare uno strumento per dare ai giovani accessi diversi nella produzione del Parmigiano?**

Io sono anche Presidente della Banca di Credito Cooperativo Reggiana, e anche in questa veste, con la BCC, sono direttamente interessato all'aggancio con il territorio, della nostra produzione. Penso pertanto che il Microcredito sia una cosa assolutamente importante, anche se poi si tratta di dimensionare bene quello che può essere il significato di Microcredito, in questo settore. Nel nostro territorio si sta già pensando a degli incentivi per i giovani, con dei finanziamenti a medio/lungo termine e con uno sconto, o addirittura con uno annullamento, come quelli proposti dal Microcredito: due anni a tasso zero. Quindi con un ammortamento nei due anni successivi al finanziamento, si sta cercando di fare in modo che vi sia la possibilità di superare uno startup iniziale, i disagi dell'inserimento di un nuovo giovane o comunque si vuole promuovere un rafforzamento delle imprese, al fine di costruire condizioni produttive che potranno così ospitare nuove unità lavorative.

**Secondo la sua esperienza i giovani vedono nel Microcredito una possibilità per iniziare un'attività in questo settore?**

I giovani cercano, anzi, attendono e sperano in possibilità come quelle offerte dal Microcredito, e proprio per questo noi pensiamo di innestare su queste iniziative economiche idee per inserire ulteriori passaggi della filiera. Come ho già detto uno dei problemi oggi più sentiti è che i caseifici non commercializzano il loro formaggio, direttamente al consumatore e, quando lo fanno, vendono un prodotto che non è ancora maturo. Un allungamento della filiera potrebbe creare condizioni lavorative per quei giovani che decidessero di scegliere di andare a vendere il formaggio, magari strutturando, attraverso un negozio in azienda o in qualche centro commerciale, un commercio diretto con il pubblico. Questa può diventare una delle soluzioni che noi proponiamo per cercare di mettere sempre più in contatto la produzione con la vendita e per creare lavoro ai giovani.



**Chi lavora oggi nella filiera del Parmigiano, Italiani? Extracomunitari?**

L'inserimento di manodopera straniera è cresciuto tantissimo in questi ultimi anni. L'allevamento richiede una presenza costante, una o due volte al

giorno, per 365 giorni all'anno. Fino a pochi anni fa non c'era molta disponibilità, da parte degli italiani, di impegnarsi in un tipo di lavoro così impegnativo. Attenzione non sto parlando di faticoso ma di impegnativo visto che richiede una presenza costante. Per questo molti extracomunitari, in particolare Indiani, hanno trovato lavoro prima

presso i nostri allevamenti, poi anche nei caseifici. Oggi credo che almeno il 15/20% del personale, che opera negli allevamenti e nei caseifici, sia di provenienza extracomunitaria.

**Una rilevante presenza di extracomunitari nella produzione può rappresentare un pericolo per la tutela della tradizione?**

Assolutamente no. L'autenticità del prodotto non è legato alla manodopera ma esclusivamente al territorio, alla nostra lavorazione artigianale e alla stagionatura che deve avvenire solo e soltanto nel luogo di produzione. Parlando di legame con il territorio, parliamo quindi del nostro foraggio con cui alimentiamo il bestiame, parliamo della nostra lavorazione senza nessuna aggiunta di additivi. Voglio ricordare infatti che il nostro è un formaggio che non ha nessuna aggiunta di additivi e di conservanti e neanche azioni di termizzazione, e la conservazione avviene solo nei magazzini di produzione. Questo è il legame vero con il territorio che rimane a prescindere dalle persone che lavorano il prodotto.

**C'è chi vede nella contraffazione o nell'imitazione un'altra probabile causa della crisi del settore. Lei che ne pensa?**

Il nostro Consorzio, che opera principalmente proprio per la tutela e la vigilanza sul Parmigiano, da lungo tempo ormai è attenta al problema della contraffazione, partendo dal presupposto che se esiste

il prodotto contraffatto, come l'olio di semi spacciato per olio di oliva, vuol dire che noi non facciamo benissimo il nostro mestiere. Altra cosa è poi l'imitazione o l'evocazione del nostro Parmigiano, che sappiamo esistere in diversi paesi fuori dell'Unione Europea. Ora però, con la sentenza del 26 febbraio 2008, nell'Unione Europea non può circolare nessun prodotto caseario il cui nome inizi con le prime quattro lettere "PARM", eccetto ovviamente il Parmigiano Reggiano. Fuori dall'Unione Europea, e in modo particolare negli Stati Uniti, il problema è però più complesso visto che si tende ad abbinare il nome che finisce con la vocale, magari scritto accanto alla bandiera con i colori italiani, al vero prodotto italiano tanto che, un prodotto come il Parmesan, che in quei Paesi può essere commercializzato, viene scambiato per Parmigiano Reggiano. Quindi siamo di fronte alla sommatoria di un tentativo di imitazione del prodotto e delle sue caratteristiche di preparazione, con l'evocazione del significato della matrice italiana. Questa è la battaglia che stiamo cercando di condurre negli accordi che si stanno sviluppando nel Patto del Transatlantico, sul commercio internazionale, finalizzata a creare le condizioni affinché non si possa più creare confusione tra il nostro prodotto, e gli altri. Questo non tanto per noi, ma soprattutto per il consumatore che non deve essere ingannato quando pensa di comprare Parmigiano Reggiano e invece si porta a casa un comune formaggio.

**LAVORAZIONE DEL PARMIGIANO REGGIANO**

*Le sue origini risalgono al XII secolo*

*Per ogni forma di parmigiano occorrono circa 600 litri di latte*

*Il latte viene lavorato in caldaie di rame a forma di campana rovesciata*

*Il latte viene cotto a 55 gradi centigradi*

*Avvolta in tela la massa casosa viene poi messa in una fasciera*

*Viene quindi applicata una placca caseina*

*Le forme vengono poi marchiate*

*Quindi immerse in una soluzione satura di acqua e sale*

*Dopo circa un mese inizia la stagionatura che ha una durata minima di 12 mesi*

*La forma con BOLLINO ARANCIONE garantisce oltre 18 mesi di stagionatura*

*La forma con BOLLINO ARGENTO garantisce oltre 22 mesi di stagionatura*

*La forma con BOLLINO ORO garantisce oltre 30 mesi di stagionatura*