

## L'allarme globale

IL CONSORZIO INTERVIENE CONTRO LA CRISI DEL SETTORE CASEARIO

## Parmigiano: marketing e ritiro di forme

L'ente acquisterà il formaggio in eccesso e cercherà nuovi mercati. Prezzi ai minimi storici per i produttori: 7,2 euro al chilo

Stefano Turcato

Anche i produttori del Parmigiano Reggiano non potevano restare immuni, se così si può dire, dall'aggressione del Covid e dalla crisi determinata dal lockdown.

La produzione non si è fermata ma ora il settore è alle prese con l'eccessiva volatilità dei prezzi fino a un vero e proprio crollo: nei caseifici si è arrivati anche al 40% in meno delle valutazioni rispetto al pre-Covid, circa 7,20 euro al chilo, e le difficoltà sono acuite dalla crisi dei circuiti dell'export, che rappresenta il 40% delle vendite del prodotto, e dalla chiusura dell'Horeca, va-

330

È il numero dei caseifici che fanno parte del Consorzio.

2.860

Sono gli allevatori che conferiscono il latte ai caseifici produttori di Parmigiano Reggiano.

50mila

I lavoratori che, a vario titolo, fanno parte della filiera.

le a dire ristoranti, alberghi e catering. Una situazione che ha determinato le difficoltà di un comparto d'eccellenza per l'Emilia-Romagna, seconda regione in Italia per produzione di latte, con quasi 2 milioni di tonnellate prodotte e consegnate nel 2019.

«Nel momento in cui è scoppiata l'emergenza sanitaria - dice Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano - la prima sfida per il Consorzio è stata quella di non interrompere la produzione. Siamo vincolati a un disciplinare che non consente ai produttori di pastorizzare, centrifugare o refrigerare il latte. Per questo il Parmigiano

Reggiano deve essere prodotto ogni singolo giorno dell'anno. Fermare la produzione avrebbe avuto conseguenze disastrose per la filiera. Allo stesso tempo la quasi totalità dei nostri 330 caseifici si trova in province che sono state fortemente colpite da Covid-19 come Reggio Emilia, Parma, Modena, Mantova e quindi sarebbe stato impensabile anche solo sperare di restare immuni».

Ora però è partita la nuova fase e il Consorzio interviene con azioni consistenti: «Armeremo il nostro bazooka - dice Bertinelli - con una manovra dal valore complessivo di 100 milioni di euro, cui se ne aggiungeranno altri dallo Stato.

Sarà una rivoluzione per noi. Prima di tutto amplieremo i compiti del Consorzio, che tutela il prodotto ma deve entrare anche nelle funzioni economiche per regolare questi sali e scendi. Poi c'è un pacchetto suddiviso in tre azioni: alleggerire i magazzini con il ritiro delle forme per alzare il prezzo, valorizzazione di queste con un piano di marketing estremamente strutturato per rimetterle sui mercati e infine riduzione della produzione, con incentivi ma anche penalità per chi non si attiene».

Interventi che appunto valgono globalmente 100 milioni cui potranno aggiungersi circa 13 milioni dello Stato, che fan-

no parte dei 70 destinati al settore caseario. Il 2019 è stato un anno record per produzione e prezzi, ora però il prezzo ai produttori è crollato ma da agosto «svuoteremo i magazzini - dice Bertinelli - pagando 1,30 euro in più al chilo: 8,50 per il 12 mesi, ora è a 7,20».

A favore del comparto è intervenuta anche la Regione Emilia Romagna con una iniezione di liquidità. La legge di conversione del decreto Milleproroghe ha confermato infatti il rifinanziamento all'Emilia-Romagna di 21 milioni di euro, fondi che potranno essere impiegati per completare i tanti progetti della filiera lattiero casearia. —

Kristian Minelli guida il "Razionale Novese" e spiega il difficile momento del settore

«Con questi prezzi il nostro caseificio ora lavora in perdita»

Ivano Chezzi è il presidente di Granterre che produce i famosi "ABC della Merenda"

«Per Parmareggio danni consistenti dalle scuole chiuse»

Emilio Braghin della Coop Castelnovese è anche uno dei dirigenti dell'ente di tutela

«Consorzio decisivo ma il vero problema è la contraffazione»

## REALTÀ IN CRESCITA

Nella Bassa modenese c'è uno dei più importanti caseifici produttori di Parmigiano, che ha sede a Novi, in un'area strategica al confine con il territorio mantovano. È il Caseificio Razionale Novese, che raccoglie il latte di tutti i produttori mantovani ma ha sede nel Modenese. «È la nostra caratteristica - dice il 42enne presidente Kristian (con la kappa) Minelli - e abbiamo numeri importanti come centomila forme prodotte all'anno e 540mila quintali annui di latte lavorato, ed è tutto latte che proviene dai nostri soci. Siamo un'azienda in crescita e faremo importanti operazioni per ampliare la nostra attività».

Minelli sottolinea il passaggio dei prezzi pagati ai produttori dai livelli elevati dello scorso anno ai minimi storici attuali: «In sei o sette mesi - afferma Minelli - siamo passati dagli 11 euro ai circa 7,20-7,40 attuali, mai visto un prezzo così basso, un prezzo che non è remunerativo, che arriva più o meno soltanto a coprire i costi di produzione. In questa fase stiamo effettivamente lavorando in perdita. I motivi? L'anno scorso la ragione fondamentale degli 11 euro era dovuta ai dazi statunitensi, per cui i clienti del Canada e degli Usa avevano fatto scorte molto significative. Il crollo attuale si deve ovviamente alle conseguen-



KRISTIAN MINELLI  
È IL GIOVANE PRESIDENTE  
DEL CASEIFICIO RAZIONALE NOVESE

«L'anno scorso avevamo raggiunto gli 11 euro al chilo per le scorte Usa»

ze dell'emergenza sanitaria: le vendite ottime nella Grande distribuzione sono state bilanciate negativamente dalla chiusura di ristoranti e alberghi, nostri clienti importanti. In più c'è il problema del turismo: lo straniero che viene in Italia compra Parmigiano negli autogrill, per esempio, e ora è difficile prevedere se nei mesi estivi questo mercato potrà riprendersi. Si parla anche di speculazioni particolari ma questo è da verificare. Sta di fatto che i prezzi sono crollati».

Kristian Minelli ha fiducia nelle azioni del Consorzio del Parmigiano Reggiano: «Si sta muovendo per trovare soluzioni alla sofferenza dei produttori». — S.T.

## FILIERA SOLIDA

Ivano Chezzi è presidente di un gigante come il Consorzio Granterre, che sta portando a nuovi, grandi successi il marchio Parmareggio, ed è presidente di Albalat Sca, importante azienda modenese del settore.

«La volatilità dei prezzi - commenta Chezzi - è purtroppo nel Dna del Parmigiano Reggiano, e dipende da diversi fattori ma principalmente da uno squilibrio fra domanda e offerta dovuto ad un aumento della produzione o a una riduzione dei consumi. O da fattori esterni come ad esempio la minaccia di dazi sulle esportazioni. Quando le quotazioni raggiungono picchi elevati - dal 1994 ad oggi è successo 4 volte - si sa già che presto o tardi cominceranno a scendere».

«Oggi il problema è che l'emergenza Coronavirus - continua Chezzi - e le sue conseguenze sono andate a innestarsi su un mercato che, dopo una crescita notevole nel biennio 2017/2018, aveva cominciato a soffrire un sensibile calo dei prezzi fin da settembre 2019, anche a causa di un aumento del +4% di produzione iniziato nel corso dell'estate. A questo si è aggiunto lo stop improvviso di alcuni canali distributivi, in primis Horeca, mense e ristoranti, e la sospensione dell'acquisto di prodotti strettamente legati a specifiche occasioni di consumo: penso per esempio al nostro ABC della



IVANO CHEZZI  
È ALLA PRESIDENZA DEL GIGANTE  
GRANTERRE CON PARMAREGGIO

«Nel nostro caso è avvenuto il ritiro di tutto il latte che era stato prodotto»

Merenda Parmareggio, che ha patito moltissimo la chiusura delle scuole».

«Rispetto a produttori - aggiunge - che fin dall'inizio dell'emergenza si sono visti annullare il ritiro del latte da parte di grandi industrie di trasformazione del Nord, o l'hanno venduto a prezzi inferiori, nel nostro caso l'essere parte della filiera cooperativa che fa capo a Granterre ha garantito la prosecuzione delle attività: tutto il latte è stato ritirato, così come il siero, e l'acconto che oggi riconosciamo ai caseifici soci sul prodotto conferito, pur in un mercato calante, a fine anno sarà valorizzato dalle performance che avrà saputo registrare la parte industriale e commerciale della filiera, ossia Parmareggio». —

## GLI INTERVENTI

Emilio Braghin guida la Cooperativa Casaria Castelnovese di Castelnuovo Rangone ma è anche responsabile della Divisione di Modena nell'ambito del Consorzio del Parmigiano Reggiano.

Braghin spiega in maniera chiara come il Consorzio interverrà per salvaguardare l'eccesso di produzione dei caseifici in un momento difficile sia per i prezzi, al minimo storico per i produttori, sia per le difficoltà del mercato dovute alle conseguenze dell'emergenza Covid: «Il ritiro delle forme di 12 mesi - dice Braghin - da parte del Consorzio che le acquista, dà sollievo ai produttori e va a riempire i magazzini del Consorzio stesso per la stagionatura fino a 24 mesi. Ma al tempo stesso il Consorzio investe somme molto importanti in operazioni di marketing sia per individuare nuovi canali di vendita sia per aprirsi mercati diversi. E questo perché in realtà le forme ritirate devono essere vendute nell'arco dell'anno che avremo davanti dopo il ritiro oppure anche dopo ma su nuovi mercati: in caso contrario andranno a sovrapporsi a quelle di nuova produzione in un mercato già saturo. Sarà importante che nel frattempo il raggio d'azione si sia ampliato. Dalla sinergia fra queste operazioni si arriva a un ampliamento



EMILIO BRAGHIN  
GUIDA LA COOP CASTELNOVESE  
ED È DIRIGENTE DEL CONSORZIO

«Nelle porzioni confezionate si compra Parmesan credendolo italiano»

dei nostri sbocchi e si potranno avere vantaggi effettivi per tutti». Poi Braghin passa ad analizzare quello che lui stesso ritiene essere il problema principale del settore: «D'accordo il Covid e quello che ne consegue - dice Braghin - d'accordo la crisi attuale ma ricordiamo che le crisi sono sempre cicliche, basta guardare indietro e vedere cosa è accaduto negli anni passati. Ma il vero problema, il problema più grave per il nostro settore, rimane la contraffazione ed è su questo che stiamo lavorando. Soprattutto all'estero nelle porzioni confezionate i clienti acquistano Parmesan o similgrana credendo di consumare un prodotto italiano». — S.T.