

Igp e Dop valgono 6 miliardi

Nel Centro-Nord sono 48 i marchi di qualità già riconosciuti

PAGINA A CURA DI
Andrea Lanzarini

L'ultima arrivata a metà di giugno - dopo un braccio di ferro con Bruxelles durato 13 anni - è la certificazione Igp per l'aceto balsamico di Modena, che affiancherà la Dop del prodotto tradizionale. Oltre alla *new entry*, il Centro-Nord conta 48 marchi di qualità riconosciuti (28 Dop e 20 Igp), oltre un quarto del totale nazionale. E sono almeno altri 12 i prodotti in corsa per il bollino d'eccellenza.

È un business - secondo i dati della Fondazione Qualivita - che "vale" oltre 3 miliardi alla produzione e quasi 6 al consumo. E che ancora nel 2008 non ha risentito pesantemente della crisi economica. «È stato un anno di lieve crescita», spiega Mauro Rosati, segretario di Qualivita. «Il clima ha fatto calare le rese delle produzioni ortofrutticole che però poco incidono sul fatturato generale; più significativa, invece, la riduzione nelle vendite del balsamico tradizionale (-10%): la crisi globale è scop-

piata proprio nel momento clou delle vendite». Archiviato il 2008, l'anno in corso appare di difficile lettura: «Non sarà facile mettere a segno buoni risultati - conclude Rosati - soprattutto per quei prodotti come vino o formaggio che richiedono tempi lunghi di invecchiamento o stagionatura: la loro produzione è partita in un contesto di mercato ben diverso dall'attuale».

Con fatturato di 1,7 miliardi, è il prosciutto di Parma la Dop più "ricca" dell'area. L'anno scorso la specialità emiliana ha perso il 2,8% sui mercati esteri. «Dopo tre anni di forte crescita - spiega il direttore del Consorzio, Stefano Fanti - un aggiustamento è fisiologico». A questo si è sommata la crisi economica che sul finire del 2008 ha influito sulle vendite in Nord America. «In questi primi mesi del 2009 - continua Fanti - siamo attorno a un -12%; contiamo, tuttavia, di recuperare, consolidandoci sui nostri mercati di riferimento. In Italia, invece, le vendite restano positive». Per il "Parma"

il problema resta quello della remunerazione: i costi di produzione sono crescenti e il prezzo della coscia è storicamente più elevato di quello della carne suina, oggi in calo.

La scarsa redditività colpisce anche molti produttori di Parmigiano-Reggiano, una specialità che "vale" 1,5 miliardi: l'appeal della "forma" è certo - anche se nel primo trimestre le esportazioni del Parmigiano-Reggiano e del Grana Padano sono calate del 4,4% - ma il nodo gordiano sono i prezzi all'origine, oggi oscillanti sui 7,30 euro al chilo: decisamente meno che nel 2004 (9,36), un po' di più rispetto al tragico 2005 (6,45 euro). Dall'inizio dell'anno il calo è stato del 3,8 per cento. «Il problema è nella struttura di mercato», spiega il presidente del Consorzio, Giuseppe A'ai. «La Gdo vende il 72% del nostro prodotto, ma mette in concorrenza i caseifici e i commercianti tra di loro per strappare il prezzo migliore. Il calo delle quotazioni che ne deriva ha determinato una concentrazione

di caseifici e allevamenti. Che oggi però non riescono a ripagare gli investimenti fatti per l'aggregazione». La soluzione? «Distogliere quantità dal mercato, riducendo la produzione e cercando nuovi sbocchi, soprattutto l'Oriente, la Russia e il Canada».

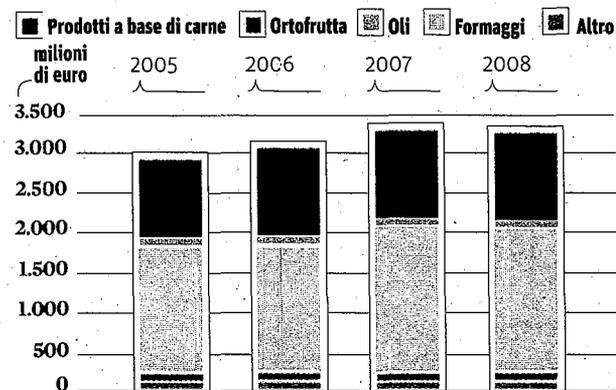
Alle produzioni Dop e Igp si sommano i sigilli sull'origine dei vini, ben 117 nel Centro-Nord, un quarto del totale nazionale. Sono toscane le tipicità più famose: il Chianti - con un giro d'affari di circa 360 milioni (-15% sul 2007) - oggi subisce un calo di prezzo all'origine del 28 per cento. È il Brunello di Montalcino, che perde il 22 per cento. «Negli Usa, come negli altri mercati - dice Patrizio Cencioni, presidente del Consorzio toscano - le nostre Doc e Dogc, che nel 2008 sono arrivate a fatturare 130 milioni, stanno incontrando qualche difficoltà: l'annata in commercio, il 2004, è ottima e molto attesa, ma gli operatori, stante la crisi generale, tendono a non fare magazzino».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il giro d'affari

Il trend del fatturato alla produzione delle Dop del Centro-Nord: anni 2005-2008



Il peso percentuale del fatturato al consumo delle Dop nel Centro-Nord

	Formaggi	Oli	Ortofrutta	Prodotti a base di carne	Altro
Emilia-R.	95,75	0,64	89,28	81,61	96,73
Prodotti interregionali	4,17	0,00	5,13	14,07	0,0
Marche	0,07	0,78	0,00	0	0,0
Toscana	0,01	98,58	5,53	2,05	0,0
Umbria	0,00	0,00	0,00	2,27	0,0

Fonte: Fondazione Qualivita

1,7 miliardi

Prosciutto di Parma. Realizza il fatturato più ricco tra i Dop dell'area, ma perde nell'export

12 bollini

Da assegnare. I prodotti in attesa di ricevere le ambite certificazioni di qualità