

Il «crudo» italiano si rafforza all'estero

I consumi dell'affettato flettono sul mercato interno, ma crescono oltreconfine grazie alle «vaschette»

Mariano Maugeri

PARMA. Dal nostro inviato

Forma urbis e natura agri. Il paesaggio emiliano introduce plasticamente a quella che l'idioma anglosassone ha ribattezzato food valley, una terra di mezzo nel cuore della pianura padana stretta tra l'Appennino e il Po. Le coordinate geografiche e lo srotolarsi di una storia che è un rincorrersi di stemmi nobiliari e reali (dai Farnese ai Borboni passando da Napoleone Bonaparte e gli Asburgo di Maria Luigia d'Austria) riassumono da sole le ricchezze racchiuse in questo terroir. La declinazione francese è quasi obbligatoria. Non solo per le contaminazioni della lingua stendhaliana di cui i parmigiani portano i segni ogni volta che aprono bocca con l'erre che tende ad arrotarsi un po' di più quando si pronunciano due parole - parmigiano reggiano e prosciutto crudo - che da sole connotano un territorio, una storia, una vocazione e un distretto industriale, quello del cibo, forse, insieme all'opera lirica, trasfuso nella nozione stessa di italianità.

Il prosciutto non esisterebbe senza il grana. Il comune denominatore dei due prodotti è la conservazione. Il parmigiano nasce dalla necessità di non far irrancidire il latte fresco, il prosciutto dal bisogno di mettere al sicuro la carne, in questo caso la coscia, del maiale. Il sale non è mai mancato nel granducato. Le saline di Salsomaggiore ne assicuravano in quantità. Ora si utilizza esclusivamente sale marino per la sua capacità di penetrare e trasformare la composizione organolettica della carne. Il resto lo ha fatto la catena alimentare. Per sfruttare al meglio il siero del latte, lo scarto della produzione del grana, qualcuno ha cominciato ad alimentare i maiali. Nascono così le porcilaie. E da lì la conservazione del prosciutto crudo. Nel 1963 una ventina di produttori creano il Consorzio. Agli albori una gestione casareccia che comunque anticipa le regole del disciplinare (1993) e nella Dop. Tre regole chiave: suini pesanti padani (Large White, Landrace, Duroc) allevati in dieci regioni del Centro-Nord, Friuli-Venezia Giulia escluso (lì si approvvigiona solo il San Daniele) minimo nove mesi di allevamento e 160 chilogrammi di peso prima della macellazione e un'alimentazione prevalentemente vegetale con la farina di pesce che nei primi tre mesi di vita ha rimpiaz-

zato via via il siero del latte, ormai appannaggio dell'industria alimentare e di quella cosmetica. Fino al 2001, quando è esplosa la Bse, si utilizzavano anche farine animali, poi bandite dal disciplinare. Il resto lo fa la stagionatura, che si può effettuare in una zona estremamente limitata che comprende il territorio della provincia di Parma ad almeno cinque chilometri a Sud della via Emilia, fino a un'altitudine di 900 metri delimitato a est dal fiume Enza e a ovest dal torrente Stirone. E a San Daniele il perimetro del Comune friulano. Due aree con un microclima particolare dove si mescolano l'aria marina con quella dei boschi. Il marchio che caratterizza i loghi del Consorzio di Parma e San Daniele viene apposto alle cosce stagionate dopo almeno dodici mesi: di lì in avanti il prosciutto crudo raggiungerà il grado massimo di perfezione dai 18 ai 24 mesi, con alcune tirature uniche che alcuni maniaci protraggono fino a 36 mesi. Roba da melomani del prosciutto, che non è raro scovare in vecchie salumerie con annesso ristorante tra la bassa parmigiana o in certe zone remote del Friuli.

La ricetta a base di carne di maiale e sale, semplice e antichissima allo stesso tempo, è stata concepita per esaltare al massimo la sapidità del prosciutto. Sulle regole della Dop è praticamente impossibile transigere. I 160 stagionatori di Parma e (ma erano 200 solo un paio di anni fa) e i 27 di San Daniele, ricevono periodicamente le visite dell'Ipq, l'Istituto Parma qualità, e dell'Ineq, Istituto Nordest qualità, due organismi privati gemmati dal consorzio che certifica la conformità alle leggi di tutta la filiera. Un sistema blindato ma a maglie un po' più larghe che in passato. Tra i 4.800 allevatori, che in base allo statuto non possono sedere nel Cda del Consorzio ma solo essere invitati come osservatori senza dirit-



QUALITÀ

Alcuni operatori propongono un ritorno al passato, usando solo suini allevati in Italia, elevando da nove a dieci mesi l'età minima per la macellazione

to di voto, c'è un gran dibattito sulle razze di maiali ibridi, incroci tra le tre tipologie autoctone e suini del Nord Europa, che con l'aiuto della genetica superano ampiamente i 160 chilogrammi previsti dal disciplinare. Lorenzo Fontanesi, una dei più grandi allevatori della bassa reggiana nonché presidente di Opas, l'organizzazione dei produttori allevatori suini, suggerisce un ritorno al passato: «Personalmente ho scelto di allevare solo razze italiane. Gli ibridi hanno carni più magre e uno spessore di grasso inferiore ai due centimetri previsti dal disciplinare. Altro aspetto fondamentale è elevare da nove a dieci mesi l'età minima per la macellazione. Adottando questi accorgimenti la qualità del prosciutto crescerebbe in modo esponenziale. Favorendo, di conseguenza, i consumi».



Altro tema rimasto in sospeso è la possibilità da parte degli stagionatori di conservare nei loro impianti dei prosciutti di provenienza straniera che nulla hanno a che fare con quello del Consorzio. In Italia si stagionano 35 milioni di prosciutti crudi ma solo 11,5 milioni (9 milioni Parma e 2,5 San Daniele) sono Dop. Le denominazioni delle altre cosce di maiale sono le più svariate e ingannevoli, come per esempio il "prosciutto di montagna". La Coldiretti sostiene «che due prosciutti su tre che il consumatore porta in tavola sono italiani di nome e non di fatto».

I consumi flettono sul mercato interno ma crescono quelli stranieri grazie alla distribuzione in vaschetta del prosciutto crudo. I principali mercati di sbocco sono Usa, Francia e Germania, dove nel 2011 si sono venduti oltre 1,2 milioni di cosce stagionate. Numeri significativi, ma si potrebbe crescere molto di più se solo, com'è avvenuto nel 2010, il Consorzio di Parma e quello di San Daniele unissero le forze (si veda il box accanto). Rimangono totalmente da aggredire i Paesi del Brics, con l'eccezione della Russia. In Cina il prosciutto crudo è praticamente sconosciuto e i parmigiani si devono accontentare di piazzarne 3 mila ad Hong Kong. Franca Miani, ordinario alla facoltà di Economia, scrive in un'antologia intitolata "Food valley?": «Parma può competere sul mercato globale solo rafforzando il sistema terziario e quaternario. Per far ciò è indispensabile che esca da un certo torpore e dalla provinciale autoreferenzialità».

Parole che giriamo a Stefano Fanti, direttore del Consorzio. Che spiega: «Spesso non si tiene conto degli ostacoli pretestuosi che i paesi importatori frappongono

all'arrivo di prodotti stranieri. La Cina è uno dei casi di scuola, tanto per non fare nomi. Il Consorzio esporta in oltre 80 Paesi al mondo. Troppo spesso ci si dimentica gli sforzi titanici compiuti dal Consorzio per vincere le resistenze degli Stati Uniti, ormai il primo importatore al mondo. Da un anno è entrato in vigore un nuovo regolamento che misura scientificamente, e non a occhio come accadeva prima, la parte grassa e quella magra del maiale. Così non ci potranno più essere confusioni sulle cosce adatte alla stagionatura e quelle invece da scartare».

Un passo in avanti, ma la strada è ancora lunga. Giorgio Tanara, vicepresidente del Consorzio guidato da un altro Tanara, Paolo, (ma i due non sono parenti) lavora e stagiona cinquemila prosciutti l'anno (il più grande ne sforna 500 mila) in quel di Moragnano, un comune appollaiato in cima all'appennino presidiato dal monte Fusso. Due dipendenti: Giorgio e il padre Emilio quasi ottantenne. Assaggiare il suo prosciutto stagionato 24 mesi è un'esperienza quasi mistica: morbidissimo, dolce, con un filo di grasso trasparente. Eppure Tanara non scommetterebbe sulla sua stessa sopravvivenza: «Tra dieci anni microaziende come la mia potrebbero non esistere più». L'insorgenza delle spore che aiutano il prosciutto ad asciugare è osteggiata dai regolamenti comunitari. Tra gli eurocrati dell'Unione europea, la regola aurea degli stagionatori italiani potrebbe apparire una bestemmia. Spiega Tanara: «Pulizia eccessiva e detersivi alterano irrimediabilmente il microclima della stagionatura». Ma questo, forse, è meglio dirlo sottovoce. L'ispettore di Bruxelles ci ascolta.

Marketing strategico. Controproducente la divisione dai marchi del prosciutto

«I consumatori vanno educati»

Mariano Maugeri

PARMA. Dal nostro inviato

Il food è un po' come il turismo. L'Italia ha un primato indiscusso per concentrazione archeologica e patrimonio architettonico, eppure non riesce a strizzare la mole di ricavi che tutti si aspetterebbero. Se per il turismo la chiave di volta è l'incoming (al sud e nelle isole arrivano due turisti su dieci), nel food, e nel prosciutto crudo in particolare, il tallone d'Achille è l'export. Parma esporta 2,5 prosciutti su dieci, San Daniele, che ne produce un quarto dei parmigiani, 1,5 su dieci. Numeri decisamente piccoli. Il problema dei problemi è che all'estero non sanno neppure che cosa sia un'affettatrice.

Il balzo dell'export c'è stato grazie alla commercializzazione delle vaschette con il prosciutto preaffettato. I due consorzi

mandano in giro piccoli gruppi di prosciuttai che spiegano ai salumieri polacchi o neozelandesi come disossare un prosciutto crudo, tagliarlo a pezzi o affettarlo. Un lavoro di cesello. E di sicuro costoso. L'Italia è il più grande produttore di salumi al mondo. Ma la divulgazione dell'uso e del consumo non procede come dovrebbe. Spiega Mario Cichetti, direttore del Consorzio di San Daniele: «Educare i consumatori all'uso del prosciutto è fondamentale. Ci sono stranieri che appena scartato il crudo lo mettono su una piastra infuocata come se fosse una bistecca. Il nome crudo spesso trae in inganno».

Di consorzio unico dell'export che unisca le forze neanche a parlarne. Ogni azienda si muove con i canali proprio, malgrado i due consorzi svolgano un'azione di supporto soprattutto nella fase più delicata

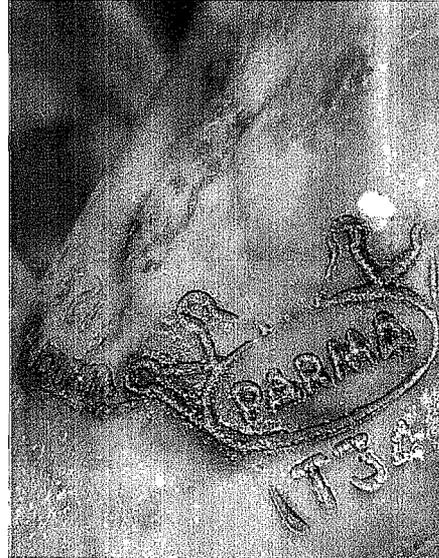
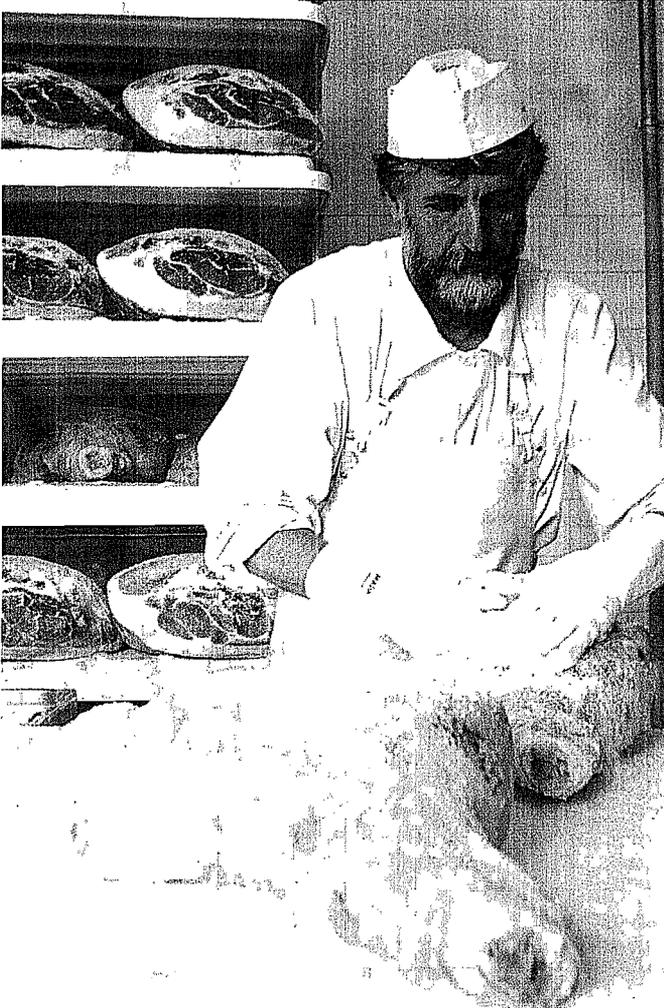
dell'esportazione, quando si tratta di aggredire un mercato in cui il prodotto è praticamente sconosciuto. I Brics sono la nuova frontiera da esplorare per Parma e San Daniele. Che finalmente, ma solo di recente, hanno deciso di aggredire i mercati muovendosi di comune accordo. Spiega Cichetti: «La formazione standard con la quale ci presentavamo all'estero era la seguente: San Daniele e Grana Padano da una parte, Prosciutto di Parma e Parmigiano reggiano dall'altra. Dal 2010 abbiamo constatato che questa divisione oltre che inutile era anche controproducente: si tratta di quattro marchi famosi e affermati, le gelosie non hanno senso, e poi è evidente che le economie di scala e la forza d'urto cambiano al mutare della compattezza con la quale ci si propone sui mercati stranieri».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



MARKA

IMAGOECONOMICA



Qualità. Sulle regole del Dop per il prosciutto è praticamente impossibile transigere. I 160 stagionatori di Parma e i 27 di San Daniele ricevono periodicamente le visite dell'Ipq, l'Istituto Parma qualità, e dell'Ineq, l'Istituto Nordest qualità, due organismi privati gemmati dal consorzio che certifica la conformità alle leggi dell'intera filiera

CONTRASTO



IL RATING DEL SOLE

Il punteggio

Attraverso una griglia di 12 variabili ciascun distretto è definito nei suoi punti di forza e di debolezza. I distretti di Parma di San Daniele possono contare sull'elevata qualità della

PUNTI DI FORZA

1

ANTI CONCORRENZA SLEALE

I disciplinari rigorosi nella procedura e nell'utilizzo delle materie prime è la migliore barriera per la concorrenza. Nonostante questo, però, secondo Coldiretti oggi due prosciutti su tre sulle tavole degli italiani non sono di qualità.

ALTA

2

ATTRATTIVITÀ

Le aziende e i marchi dei due consorzi sono da sempre nel mirino delle multinazionali del food. Nonostante la grande attrattività della produzione, però, i big che hanno provato a mettere piede in questo mercato non hanno mai avuto molta fortuna

BUONA

3

CAPACITÀ DI FARE RETE

Da tutte le associazioni che compongono la filiera sono gemmati due istituti di controllo, Istituto Parma qualità (Ipq) e Istituto Nord-Est qualità (Ineq) che con pignoleria non comune verificano se le aziende di tutta la filiera si attengono ai disciplinari della Dop. Gli standard di qualità sono la risultante di questi controlli.

DISCRETA

produzione, ma devono ancora migliorare la loro penetrazione commerciale

IL GIUDIZIO

PUNTI DI DEBOLEZZA

1

CAAPCITÀ COMMERCIALE

La produzione cresce all'estero, ma non abbastanza. Restano ancora da aggredire i mercati emergenti. In Cina il prosciutto crudo è praticamente sconosciuto e i parmigiani si devono accontentare di piazzarne 3mila a Hong Kong

BASSA

2

ALLEANZE STRATEGICHE

I numeri dei due distretti sono significativi, ma si potrebbe crescere di più se Parma e San Daniele unissero le loro forze. La divisione tra consorzi e controproduttore soprattutto nello sforzo di penetrazione commerciale all'estero

SCARSA

3

MERCATO DOMESTICO

L'alimentare è un settore anticiclico. Eppure il prosciutto crudo cede sul mercato interno e recupera con margini crescenti - ma non ancora sufficienti - di export. La vendita di prosciutti stagionati dai 24 mesi in su (la stagionatura minima è di 12 mesi) potrebbe far decollare sul mercato interno la fascia più orientata alla qualità.

INSUFFICIENTE

SHOPPING MULTINAZIONALE

Campofrio Food prova l'assalto alla qualità Dop

Kraft, Nestlé e Danone non fanno rima con il crudo. Nel corso di questi ultimi quindici anni le principali multinazionali dell'alimentare erano riuscite a rilevare alcune aziende di stagionatura nella zona Dop del prosciutto di Parma. Ma quest'esperienza non è durata a lungo. Lunghi tempi di conservazione, quindi di capitali immobilizzati, e margini incerti male si adattano alla pianificazione industriale.

A Parma e a San Daniele del Friuli nessuno si è stupito. Il processo di lavorazione dei prosciutti richiede la pazienza certosina di un liutaio. Ogni prosciutto è una storia a sé. La qualità del prodotto dipende dall'alimentazione del maiale, dalla scelta della coscia. Inoltre è richiesta una doppia salatura, ma alcuni stagionatori hanno sperimentato anche un triplo massaggio nel cloruro di sodio (ma solo marino).

E poi quel rito misterioso della puntatura, con l'osso di cavallo affilatissimo che penetra delicatamente cinque punti chiave della coscia stagionata e poi passa sotto le narici finissime dei mastri salumai, gli unici abilitati a emettere il verdetto sulla bontà del prosciutto.

Dopo l'esperienza fallita di Kraft, Nestlé e Danone, più di recente ci hanno riprovato gli spagnoli della multinazionale Campofrio food a fare il loro ingresso nel distretto parmigiano del prosciutto di qualità. Il gruppo l'anno scorso ha condotto in porto un'operazione che ha permesso di rilevare il cento per cento del capitale della Cesare Fiorucci Spa. Vedremo se la buona sorte arriderà loro.

M. Mau

© RIPRODUZIONE RISERVATA.