

SISMA MIGLIAIA DI CONTROLLI PER TUTELARE I CONSUMATORI. NESSUN CALO DEI CONSUMI

# Parmigiano, 1 mln di euro dagli acquisti solidali

## E dai caseifici del comprensorio un contributo di 9 milioni

REGGIO EMILIA

Cristian Calestani

Il danno complessivo era stato quantificato in 102,4 milioni di euro. Una gara di solidarietà, che ha coinvolto consumatori e caseifici, ha permesso di raccoglierne 10 per far fronte al danneggiamento di quasi 600 mila forme, pari al 20 per cento della produzione annuale. Sono questi i numeri resi noti ieri dal Consorzio del Parmigiano Reggiano in merito agli scenari dopo i terremoti del 20 e 29 maggio.

«A cinque mesi dal sisma - ha sintetizzato il presidente Giuseppe Alai - risultano essere stati colpiti 13 magazzini contenenti il formaggio di 37 caseifici e frutto dell'attività lavorativa di 604 allevamenti. Dei 102,4 milioni di euro di danni, 71 riguardano il prodotto e 31,4 le strutture e le attrezzature interne». Delle 630 mila forme contenute nei 13 magazzini ne sono cadute 588 mila, il 53% delle quali ha riportato danneggiamenti con 101 mila forme che sono state distrutte o destinate alla fusione. «Per queste ragioni - ha spiegato il condirettore del Consorzio Riccardo Deserti - si è previsto un accurato sistema di controlli straordinari di tutte le forme interessate dal sisma. Tutti i caseifici, il latte e il formaggio delle zone terremotate sono stati oggetto di verifiche nel rispetto delle regole delle Dop e i requisiti igienico-sanitari del prodotto con un incremento tra il 50 e



Reggio Emilia Da sinistra Deserti, Alai, Bertozzi e Belli.

### Consorzio

#### Alai: discussione interna costruttiva

«Oggi il confronto è molto più sereno rispetto al passato, ma è chiaro che i diversi punti di vista sono ancora oggetto di dibattito». Il presidente Alai descrive così gli attuali equilibri all'interno del Consorzio dopo che a luglio la quasi totalità dei caseifici parmensi avevano disertato l'assemblea di Gonzaga nella quale il Consorzio aveva deliberato le modalità di reperimento delle risorse per aiutare i terremotati. «Si è attivata una discussione interna - spiega Alai - ma più che una contestazione oggi resta una discussione aperta e costruttiva sulle modalità con le quali il Consorzio

è chiamato ad intervenire su attività che non riguardano controlli o promozione. A luglio abbiamo ritenuto che l'assicurazione al consumo della qualità del prodotto immesso sul mercato e il cercare di evitare possibili fenomeni di speculazione su una disgrazia rientrassero nei compiti del Consorzio relativi alla tutela degli interessi dei caseifici». Per Gino Belli, responsabile della comunicazione, «l'operazione ha avuto un carattere solidale, ma anche industriale. Lasciare ciascuno al proprio destino avrebbe peggiorato la situazione del singolo e di tutto il sistema. ♦ c. cal.

il 150% di controlli ordinari».

Nel periodo giugno-settembre di quest'anno le verifiche hanno riguardato 518 allevamenti ed anche la totalità del latte trasferito in altre strutture così come del formaggio ricollocato su scalere con un incremento dei controlli anche per i porzionatori e i laboratori di grattugia. I battitori del Consorzio hanno compiuto perizie straordinarie «battendo» 450 mila forme, mentre uno studio in collaborazione con l'Università di Parma, ha fornito indicazioni per il rifacimento delle scalere con principi antisismici.

«In contemporanea - ha detto Alai - è scattata la gara di solidarietà. Nell'assemblea di luglio il Consorzio ha stanziato 9 milioni di aiuti a carico dei caseifici del comprensorio, mentre grazie alle vendite solidali si è raccolto quasi un altro milione». Nello specifico nel conto corrente del Comitato caseifici terremotati sono giunti 937 mila euro grazie all'iniziativa «1 euro per rinascere» con 396 mila euro arrivati dai 35 caseifici aderenti all'iniziativa, 486 mila da gdo e Horeca, 25 mila da altri operatori commerciali e 28 mila tramite donazioni dirette. Infine i consumatori: almeno 4 milioni di famiglie hanno acquistato parmigiano sull'onda di quanto accaduto». Nessun calo dei consumi: nei 2 mesi post sisma sono diminuite le vendite nei canali tradizionali di 20 mila forme, ma i nuovi canali (in primis il web) hanno registrato un incremento di 80 mila forme. ♦