

Ieri il 1° Forum organizzato da Montepaschi sulle prospettive dell'export per i formaggio Dop

# Grana e Reggiano, finita l'epoca dei piccoli

In calo i prezzi per i produttori, invariati quelli al consumo e questo impone un patto di filiera

**Barra dritta verso l'incremento dell'export del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano, passando dal 36% attuale al 50% della produzione. Ieri 1° Forum suol futuro dei due formaggi, Montepaschi ha garantito il suo ruolo di sostegno al settore mettendo a disposizione 60 milioni per ognuna delle due Dop. Il problema centrale è costruire accordi di filiera per rendere più efficace la competizione con l'estero**

Ieri ha rappresentato un passaggio importante nella riflessione sul futuro dei formaggi Dop (Denominazione di Origine Protetta) mirato sul futuro di due eccellenze al centro dell'agricoltura padana: il Grana Padano e il Parmigiano Reggiano. L'enogastronomia italiana è un settore che ha trovato un importante sviluppo con l'export, non tanto come rapporto di quantità nei confronti degli altri Paesi esportatori, ma come livello di qualità. Questa è la nicchia in cui si collocano i nostri due formaggi Dop, in un comparto dove gli Usa sono i primi esportatori, seppur come marchi generici e non sul versante della denominazione territoriale di provenienza. Ieri all'Auditorium di via Luzzo, organizzato da Banca Montepaschi, è stato focalizzato il tema dell'export entro cui si pone l'obiettivo di elevare dal 36% al 55% la quota di Parmigiano e Padano da inviare all'estero. Per l'occasione era presente **Fabrizio Viola** amministratore delegato di Mps, il ministro alle Politiche agricole **Maurizio Martina**, l'assessore all'Agricoltura della Regione Lombardia **Gianni Fava**, il presidente del Consorzio Grana Padano **Nicola Cesare Baldrighi**, il presidente del Con-

sorzio Parmigiano Reggiano **Giuseppe Alai**, il presidente della Camera di commercio di Mantova **Carlo Zanetti**, **Paolo Carra** presidente del Consorzio Latterie **Virgilio**, l'amministratore delegato del Consorzio Granterre **Giuliano Carletti**, il direttore generale dei Magazzini generali fiduciari di Mantova **Marco Dolci** e molti altri. Il punto è come crescere ancora visto che i due formaggi Dop hanno il bisogno di esportare sempre di più per incrementare il reddito. Da una parte il Grana Padano va forte ed è in cerca di un'ulteriore espansione nell'export cercando di riequilibrare la sua presenza sul mercato nazionale che oggi è prevalente. D'altra parte c'è il Parmigiano Reggiano, che sta incontrando seri problemi posto che la remunerazione per i produttori è insoddisfacente al punto da porre un contingentamento sulle forme prodotte per mantenere prezzi il più remunerativi possibili. Crescere vuol dire controbattere la contraffazione legale negli altri Paesi, cioè l'imitazione dei nostri formaggio come denominazione simile e addirittura con i colori italiani sulle confezioni. D'altra parte occorre riuscire a individuare nuovi Paesi in cui il formaggio sia parte della loro tradizione alimentare per estendere lì le nostre esportazioni. **Viola** ha spiegato che Montepaschi, la cui tradizione fonda nel sostegno al primario, ha stanziato due plafond da 60 milioni di euro a sostegno di ognuno dei due formaggio Dop, proprio per fungere da volano per gli investimenti delle imprese e la costruzione di una nuova strategia volta a consolidarsi sui mercati esteri. Come ha detto a sua volta il ministro **Martina**, nel mondo

si sta affermando una nuova classe media di almeno 800 milioni di persone, che possono spendere di più per acquistare formaggi di qualità e quella è la nuova platea di consumatori a cui si deve guardare. Per fare questo occorre che un maggior numero di aziende si avvino a esportare, considerando necessario stabilire degli accordi di filiera al cui interno si stipuli un'intesa che parte dal produttore, al trasformatore e al commerciante finale. Il punto è che le piccole imprese non possono da sole far questo. Quindi serve un sostegno per avviare patti di filiera e aggregazioni per mettere insieme le forze necessarie per arrivare all'export. **Martina** ha poi parlato delle trattative tra Europa e Usa per la difesa dei prodotti di qualità su quei mercati contro le imitazioni. L'assessore **Gianni Fava** ha preso al volo le posizioni dei due esponenti che l'hanno preceduto per dire che un'iniezione di credito in questo momento è necessaria più che mai. Regione Lombardia ha immesso importanti risorse sui Piani di sviluppo rurale, finanziamenti bruciati in pochi giorni dalle imprese che hanno presentato progetti per nuovi investimenti, dimostrando di essere pronte a innovarsi, ma ovviamente ora spetta al credito fare la sua parte. **Fava** ha toccato inoltre il semestre di presidenza italiana dell'Unione Europea, che vedrà a settembre riuniti a Milano i ministri dell'Agricoltura dei 28 Paesi aderenti. In questa funzione il

nostro Paese deve porre al centro delle politiche comunitarie i temi della tutela delle produzioni tipiche, per avviare un'effettiva difesa dei prodotti di qualità dalle imitazioni. Evidenziando una diversa valutazione in rapporto al ministro, **Fava** ha rimarcato la necessità di regole europee certe prima ancora di andare a trattare con questo o quel Paese in materia di tutele dei prodotti d'eccellenza. Sul versante dei produttori il presidente **Baldrighi** ha indicato l'obiettivo del 50% di export come un impegno forte e irrinunciabile e per questo serve una grande operazione culturale nei Paesi stranieri per predisporli al consumo di latticini. Infatti in molte aree del pianeta non c'è un'abitudine al



consumo del formaggio, un esempio in questo senso è la Cina. Poi c'è l'altra grossa questione su come relazionarsi con la distribuzione che porta i prodotti sugli scaffali. Innanzitutto la grande occasione dell'Expo, che secondo Baldrighi va sfruttata, ma non tanto in rapporto ai visitatori, ma con le delegazioni dei Paesi che hanno gli stand e che rappresentano il 90% dei paesi al mondo. Le delegazioni infatti, possono rappresentare il momento d'aggancio per le nostre esportazioni. Anche per Baldrighi c'è il punto delle imitazioni, come nel caso degli Stati Uniti dove si sta presentando una proposta di legge di protezione ai marchi generici, all'interno dei quali esistono le imitazioni dei prodotti italiani. C'è da dire che se noi combattiamo le imitazioni che portano sugli scaffali pro-

dotti a minor prezzo, c'è da dire che gli italiani si devono porre il problema di sostituire quei prodotti a minor prezzo con altri tutti italiani che, se pur non sono Dop, comunque rappresentano produzioni di buona qualità a minor costo. Infine anche Alai ha confermato l'obiettivo possibile del 50% e la necessità di una lotta a fondo contro la contraffazione, affermando che l'accordo con i distributori è indispensabile, così come gli accordi con i Paesi extra Ue, posto che i marchi Dop valgono solo nella Comunità. C'è il problema di fare conoscere i nostri formaggi ai consumatori stranieri con assaggi e modalità di presentazione che non sia il taglio delle forme con il bindello o spaccandole con un'accetta come avviene in Nord America.



Roberta Chiarini, Nicola Cesare Baldrighi, Giuseppe Alai, Fabrizio Viola, Paolo Carra, Maurizio Martina e Mauro Ottolini