

## **Nota CIA su comparto produttivo del Parmigiano-Reggiano**

### **Premessa**

La DOP Parmigiano-Reggiano è in una situazione di crisi di prezzo che, se non si creeranno le condizioni per una inversione di tendenza, rischia di trascinare in default gli allevamenti e la stessa produzione tipica.

Si può ben definire drammatica la situazione attuale del settore e l'attività del Consorzio riguardo l'approntamento di interventi determinanti è in stallo da parecchi mesi. I motivi sono attribuibili allo squilibrio domanda/offerta piuttosto che speculazioni piuttosto che la fragilità e frammentazione del comparto, ma anche alla mancata efficacia di alcuni interventi promossi del Consorzio.

Le attuali quotazioni sono inferiori del 17% di quelle a fine 2013 e del 32 % rispetto al 2011, con previsioni di prezzi di remunerazione per il latte inferiori ai costi di produzione. Una situazione che si aggrava per le aziende che in questi hanno investito e si sono indebitate. Tutto questo nonostante la crescita delle produzioni di grana esportate (+4,1%) visto che il calo dei consumi nazionali non ha consentito di assorbire le produzioni di formaggio, peraltro cresciute a ritmi fisiologici.

Questo richiede un rilancio delle azioni promozionali e commerciali per l'internazionalizzazione dei mercati interessati a questa eccellenza del Made in Italy.

Nell'ultimo bimestre, dopo le decisioni dell'assemblea consortile riguardo il piano produttivo 2015 (- 5% di quantitativo produttivo e destinazione diversa per 150.000 q.li latte) e il naturale incremento delle vendite nel periodo di Natale, la caduta delle quotazioni si è fermata. Le fibrillazioni attuali, legate al non raggiungimento dell'adeguata adesione degli allevatori richiesta per inserire tali decisioni nel piano di regolazione dell'offerta, potrebbero sbloccarle in negativo, creando oltretutto incertezza sul futuro dei meccanismi in vigore a tutto il 2016.

Il paradosso del sistema del Parmigiano-Reggiano è che a fianco di una forte e centralizzata azione associativa, delle importanti realtà cooperative, manca una strategia condivisa sull'aggregazione e condivisione delle strategie commerciali in grado di trasferire certezze, condivisione decisionale e responsabilità ai caseifici e, soprattutto, agli allevatori soci o conferitori.

### **Le scelte necessarie**

#### **1- Interventi urgenti e delle istituzioni a sostegno del reddito degli allevatori**

Senza allevatori non ci può essere la filiera del parmigiano-reggiano. Le azioni per adeguare il settore alla fine del regime delle quote latte devono vedere il Governo attivo nel sostenere le imprese agricole nell'affrontare il mercato globale del latte e delle proteine vegetali.

L'attuazione della PAC e dei PRSR sono leve con le quali il Governo e le Regioni devono sostenere il settore in questo passaggio delicato.

In particolare:

- verificare l'adeguatezza delle risorse accoppiate dedicate, gli effetti del premio unico e, utilizzare le risorse della legge stabilità 2015 a sostegno dei redditi degli allevatori rafforzando le relazioni di filiera che lo rendano possibile.
- attivare l'acquisto di forme di formaggio parmigiano-reggiano da destinare agli indigenti, distogliendo quote di prodotto dal mercato nazionale

- agire affinché l'azione che incide su condizioni e politiche a sostegno del commercio estero delle istituzioni sui mercati (WTO, TTIP, intese bilaterali) consenta l'eliminazione delle barriere non tariffarie che incidono sulla vendita del formaggio in molti Paesi.
- affiancare a queste azioni la capacità del sistema Paese di accompagnare le imprese del settore nella sfida competitiva sui mercati mondiali; cogliendo l'occasione del Registro unico dei controlli per arrivare ad una reale semplificazione e piena valorizzazione nel sistema della certificazione degli adempimenti aziendali e dei controlli pubblici e privati.

## **2- internazionalizzazione**

Occorre migliorare le politiche consortili a sostegno delle esportazioni. L'obiettivo è di affiancare agli incrementi in termini di volumi anche l'aumento della valorizzazione del prodotto, al fine di riposizionare le quotazioni a livelli più remunerativi (fascia premium). Il dialogo interprofessionale con gli esportatori deve consentire di individuare politiche di sostegno al prestigio del formaggio e aree mercato nuove su cui intervenire con politiche commerciali coordinate, anche in concomitanza con Expo 2015.

## **3- Consorzio e Interprofessione**

Occorre una strategia in grado di mettere in campo un rinnovato gruppo dirigente, nel più breve tempo possibile, insieme ad un nuovo progetto sul Consorzio e sulle dinamiche future del settore. Solo percorrendo entrambi i percorsi contemporaneamente daremo nuovo slancio all'attività del Consorzio favorendo la ripresa dei prezzi all'ingrosso. Ridiscutere, quindi, il ruolo dello strumento "Consorzio Parmigiano Reggiano", ruoli e compiti affidati in toto o ripartiti con una specifica OI interregionale, al fine di sviluppare una reale migliore azione di coordinamento strategico degli interessi degli operatori della filiera, finalizzati alla valorizzazione delle produzioni, alla loro ordinata commercializzazione ed alla equa ripartizione del valore aggiunto e degli sforzi e rischi finanziari nella filiera. Altro obiettivo da perseguire è costruire una filiera in grado di riuscire a prevenire gravi perdite di reddito legate alle crisi di mercato, anche sperimentando ed utilizzando i nuovi strumenti della gestione del rischio previsti dallo sviluppo rurale.

## **4- Aggregazione della produzione**

La dispersione delle imprese di trasformazione (circa 360 caseifici/latterie) ha mantenuto rapporti tradizionali con operatori commerciali che non hanno aiutato l'evoluzione delle tecniche, delle relazioni commerciali e della partecipazione ai risultati della filiera.

Occorre promuovere forme di aggregazioni di diversa dimensione utili a qualificare la capacità dei caseifici di esitare al meglio il prodotto; a partire dall'utilizzo della OP sia nella forma cooperativa che di rete d'impresa.

A questo primo livello di aggregazione vanno affiancate collaborazione, sinergie e condivisione delle strategie commerciali le con strutture già esistenti o da promuovere, al fine di adeguare alle mutate esigenze la capacità della filiera associata nel promuovere azioni per la valorizzazione della produzione .