Parmigiano Reggiano, quotazioni a +12% nel 2016

alessandro-bezzi-presidente-b6a1e1e2

Dopo un 2015 che sarà ricordato come uno degli anni peggiori dell'ultimo decennio (quotazioni medie a 7,65 euro/kg, con un solo precedente peggiore nel 2008, fermo a 7,40 euro/kg), per il **Parmigiano Reggiano** il 2016 si è chiuso all'insegna di una decisa **ripresa.** La svolta più marcata è venuta nella seconda parte dell'anno, quando i prezzi all'origine sono balzati dai poco più di 8 euro/kg di giugno ai 9,66 euro/kg di dicembre, consentendo di chiudere l'anno con una **quotazione media pari a 8,63 euro/kg**, con un **incremento del 12%** rispetto al 2015.

"Una decisa inversione di tendenza - sottolinea il presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano, **Alessandro Bezzi** - che continuiamo a registrare anche in queste prime settimane del 2017, con **quotazioni vicine ai 10 euro/kg**. Siamo lontani dalle quotazioni medie del 2011 e 2012 (rispettivamente 10,76 e 9,12 euro/kg), ma gli attuali valori, uniti alla buona tenuta dei consumi interni, ad un flusso di esportazioni che continua a crescere in modo rilevante e ai nuovi investimenti previsti dal piano quadriennale del Consorzio, creano condizioni complessive in grado di offrire migliori prospettive a quei 3.000 allevatori e 339 caseifici artigianali che compongono il nostro sistema e che nel 2014 e 2015 hanno pagato il prezzo di una pesante crisi".

I dati forniti dal presidente Bezzi e dal direttore **Riccardo Deserti** confortano queste previsioni, a partire da un andamento dei **consumi interni** che ha registrato un **incremento dello 0,3%**, per arrivare poi al **+5,8% segnato dai mercati esteri**, che con oltre 49.000 tonnellate rappresentano ora il 37% sul totale, con una quota raddoppiata negli ultimi dieci anni.

"In Italia - spiegano Bezzi e Deserti - gli effetti positivi delle nuove azioni del Consorzio a sostegno dei consumi si sono avvertite soprattutto nel dettaglio tradizionale e nelle vendite dirette (anche online) da parte dei caseifici, ma anche all'interno della GDO, con **vendite sostanzialmente stabili** in presenza di una flessione degli altri formaggi duri Dop e di una crescita dei prodotti similari non Dop del 2%".

L'export e le nuove prospettive - Decisamente positivi, e per alcuni aspetti sorprendenti, i dati sull'export, che stanno registrando un testa a testa tra **USA e Francia**, per molti anni indiscusso mercato leader per il Parmigiano Reggiano. "Se si considera il fatto che proprio negli Stati Uniti e in Canada registriamo il concentrarsi di **imponenti fenomeni di imitazione** e di "italian sounding" che disorientano e danneggiano consumatori e produttori - sottolineano il presidente e il direttore del Consorzio - è evidente che questa crescita è particolarmente importante e rende evidente l'efficacia delle azioni intraprese in questi anni con le catene distributive nordamericane e gli esportatori, ma anche delle azioni di informazione e di denuncia rispetto a pratiche che in quei Paesi sono comunque ritenute legittime e non contrastate per legge, come invece accade nell'Unione europea".

Sulle prospettive future del Parmigiano Reggiano, orientate ad un cauto ottimismo, incide anche il **calo delle scorte nei magazzini**, con giacenze che al novembre 2016 apparivano del 2,2% inferiori a quelle dello stesso mese 2015.

La produzione e i nuovi investimenti per 15 milioni - "L'insieme di questi fattori, ma soprattutto le nuove risorse che il Consorzio investirà a sostegno dei consumi - sottolinea Bezzi - consente di valutare senza eccessive preoccupazioni la **crescita della produzione** registrata nel 2016, che ha visto salire a 3.469.000 il numero delle forme, con un aumento del 5,1%".

"Nel prossimo quadriennio - spiega al proposito il presidente del Consorzio - investiremo **15 milioni in più sulla comunicazione in Italia e all'estero e sulla vigilanza** (in particolare sul prodotto grattugiato, cui sono destinate nuove risorse per 1,25 milioni), e a questa cifra si aggiungeranno i flussi derivanti dalla contribuzione differenziata legata ai piani produttivi (una contribuzione aggiuntiva, in sostanza, a carico di quanti non rispettano i livelli produttivi assegnati), che per il 2016 ammonteranno a circa 5 milioni".

"In un quadro di regole stabilite dai piani produttivi - che per il 2017 prevedono un **incremento dello 0,8% della produzione** rispetto ad una quota di riferimento che ammonta a 17.620.000 quintali di latte destinato alla trasformazione - nostro obiettivo - prosegue Bezzi - non è comunque quello di "ingessare" la produzione, ma, al contrario, quello di aumentare le vendite in Italia e di rafforzare ulteriormente i progetti con gli esportatori per conquistare nuovi mercati, rafforzando ulteriormente anche tutto il sistema di vigilanza e di contrasto alle imitazioni".

La vigilanza e il contrasto alle imitazioni ed evocazioni - Anche su questo versante il 2016 ha evidenziato significativi valori. "La vigilanza sulle imprese che sono legate in vario modo al Parmigiano Reggiano - sottolinea il direttore Riccardo Deserti - ha comportato non solo una **selezione di qualità**

su tutte le forme prodotte, ma 2.325 azioni di vigilanza che hanno incluso 1.980 punti vendita, cui si sono aggiunte 650 imprese della ristorazione italiana e altrettante realtà della distribuzione in 20 Paesi esteri, con oltre 2.500 analisi sul prodotto".

"Nei primi dieci mesi del 2016, e nella sola Unione Europea - prosegue Deserti - il Consorzio ha messo in atto più di quaranta **azioni di contrasto in sede stragiudiziale, amministrativa e di denunce** che hanno portato a interventi d'ufficio da parte delle autorità competenti in otto Paesi europei: emblematico, al proposito, quello avvenuto al Sial di Parigi, ma anche lo "stop" imposto in Polonia al deposito del marchio "**Parmezza**".

Cinque interventi di diffida sono poi stati messi in atto negli **Stati Uniti** a carico di altrettante società che proponevano salse, formaggi (alcuni contenenti anche cellulose), piatti pronti o confezioni di grattugiato ingannevolmente ispirate al Parmigiano Reggiano, tre in **Vietnam**, con opposizione del Consorzio al deposito dei marchi "**Reggianto**", "**Parmesan**" (denominazione in uso esclusivo al Consorzio) e addirittura "**Parmigiano Reggiano**", precedute dal nome del produttore. Sui canali web sono stati effettuati **390 interventi di rimozione di offerte e siti ingannevoli**, mentre altre opposizioni a registrazioni di marchi evocativi sono poi state messe in atto in **Giappone, Argentina** (tutti con 2 tentativi di falsi richiami al Parmigiano Reggiano), **Bolivia, Cina , Colombia** (tentativo di deposito del marchio "**Parmessano**") e **Ucraina** (diffida rispetto al deposito del marchio " **Parmedzyano**").

"Questo significa - conclude Deserti - che il sistema di vigilanza funziona, ma che è contemporaneamente necessario **continuare ad investire per bloccare questi fenomeni**, non solo per contrastare azioni sleali, ma per creare nuovi spazi all'affermazione commerciale del Parmigiano Reggiano e, conseguentemente ampliare le opportunità di reddito per i produttori".