

Parmigiano, programmazione e territorialità per uscire dalla crisi

Programmare l'immissione sul mercato del Parmigiano e valorizzare territorialità e distintività per far uscire dalla crisi il formaggio simbolo del Made in Italy.

E' la "ricetta" di Coldiretti per risolvere i problemi di Reggiano e Grana Padano causati dall'aumento dei costi di produzione e da una politica distributiva che non valorizza il prodotto mettendo in pericolo la sopravvivenza dell'intera filiera.

Venerdì scorso è stato presentato al tavolo del Ministero delle Politiche Agricole il programma di intervento per uscire dalla crisi, sul quale si dovrà ora pronunciare il titolare del dicastero, con l'obiettivo di risollevare il comparto.

La filiera del Parmigiano nasce dal latte di 250mila mucche allevate da 4750 aziende agricole in zone delimitate del territorio nazionale, trasformato in 492 caseifici che producono oltre 3,1 milioni di forme all'anno dal peso medio di 38 chili, che devono essere stagionate almeno 12 mesi.

Secondo i dati forniti dal Consorzio di tutela del Parmigiano Reggiano, oggi produrre il Parmigiano costa tra i 7,97 e gli 8,23 euro al kg, a fronte di un prezzo all'ingrosso oscillante tra i 7,20 e i 7,80 euro. Il prezzo medio allo scaffale va dai 13,90 ai 15,90 euro al kg ma sette forme su dieci vengono vendute nei supermercati (secondo dati della grande distribuzione) attraverso iniziative promozionali a prezzi che vanno dai 7,90 ai 9,50 euro.

Dinanzi alla crisi, occorre una migliore programmazione dell'immissione sul mercato della produzione, in modo da salvaguardare la qualità del Parmigiano Reggiano e, al tempo stesso, garantirne la territorialità e la distintività.