

Made in Italy. Con i Piani di regolazione dell'offerta Parmigiano reggiano, Grana padano, Prosciutto di Parma e San Daniele si preparano a ripartire

Dop, tagli produttivi per battere la pandemia

Giorgio dell'Orefice

Da strumento per la regia produttiva di una denominazione a vera e propria "rete di sicurezza" che di fronte alla più inaspettata delle crisi, quella legata alla pandemia, ha consentito di mantenere gli equilibri all'interno delle filiere dei prodotti alimentari Dop e Igp.

Sono i Piani di regolazione dell'offerta, strumenti sperimentati da alcune grandi Dop (come Grana padano, Prosciutto di San Daniele) già alla fine degli anni 90 ma autorizzati da Bruxelles solo con il "Pacchetto qualità" del 2012. Sono uno oggi strumento di gestione chiave per i prodotti a denominazione d'origine (piani triennali modificabili annualmente) che ha inoltre dimostrato la propria valenza strategica di fronte alla crisi pandemica.

Una crisi che fin dal lockdown della scorsa primavera ha indotto importanti cambiamenti nelle dinamiche di mercato e nelle abitudini d'acquisto dei consumatori con la chiusura di bar e ristoranti (che a dieci mesi dall'inizio della crisi ancora stentano a ripartire) concentrando le vendite sugli scaffali della grande distribuzione.

Cambiamenti che in molti casi è stato possibile fronteggiare grazie allo strumento dei Piani di regolazione dell'offerta mentre, d'altro canto, con le risorse legate ai meccanismi di contribuzione previsti dagli stessi piani saranno finanziate massicce campagne promozionali per il rilancio delle vendite.

Tra i primi a intervenire tempestivamente già nella prima fase dell'ondata pandemica il Consorzio del Grana padano Dop il cui Cda in una prima fase e in via precauzionale ha disposto un taglio della produzione del 3% e destinato 120mila forme di Grana padano a «riserva 20 mesi e 24 mesi», alleviando così la pressione sull'offerta. Tagli che successivamente sono stati riassorbiti. «Sul mercato – ha commentato il direttore del Grana padano (5,1 milioni di forme prodotte, +2%), Stefano Berni – il forte aumento dei consumi delle famiglie ha determinato un incremento delle vendite nella grande distribuzione (+7,1%) che ha compensato le perdite nella ristorazione. Un equilibrio testimoniato dalle quotazioni: il Grana padano con 9 mesi di stagionatura in primavera era quotato 6 euro al chilo, a fine anno il prezzo è cresciuto del 25 per cento».

«Le famiglie non solo hanno aumentato i propri acquisti ma hanno anche premiato più che in passato i segmenti di maggior pregio – aggiunge il direttore del Consorzio del Parmigiano reggiano Dop (3,95 milioni di forme nel 2020, +5%),

Riccardo Deserti –. Nel 2020 non abbiamo avuto cali di domanda tuttavia è proprio grazie al piano produttivo che stiamo preparando la nostra risposta alla pandemia». Il meccanismo delle quote di produzione Parmigiano reggiano (con un valore medio di 90-100 euro a quintale) attribuite ai produttori sulla scorta del piano di regolazione dell'offerta ha rafforzato la solidità patrimoniale delle aziende. «Inoltre – aggiunge Deserti – chi sfora la quota produttiva assegnata corrisponde al consorzio un contributo supplementare. Con un produzione 2020 in crescita del 5% il meccanismo garantirà risorse aggiuntive per mettere in campo nel 2021 un piano promozionale in Italia e all'estero senza precedenti, con un budget di 26 milioni di euro».

Il piano di regolazione dell'offerta si è rivelato decisivo per il prosciutto di San Daniele (2,5 milioni di cosce prodotte nel 2020): «Al di là dell'emergenza Covid – spiega il direttore del Consorzio della Dop, Mario Cichetti – quest'anno ci siamo trovati a dover gestire la crisi del gruppo Kipre, cui fanno capo i marchi King's e Principe. Di fatto nel nostro comprensorio veniva a mancare tra il 13 e il 14% della produzione. E solo grazie alla regia consentita dal piano abbiamo potuto accompagnare questa transizione, con la riassegnazione del tutto indolore delle quote produttive ad altri operatori».

«Il 2020 è stato un anno difficile – spiega il direttore del Prosciutto di Parma Dop, Stefano Fanti – nel quale tra chiusura del canale horeca e flessione delle vendite ai banchi gastronomia dei supermercati abbiamo perso circa il 15% delle vendite. E di conseguenza abbiamo tagliato la produzione del 10%. Tuttavia il sistema delle quote produttive introdotto con i piani di regolazione offre ai produttori la garanzia che appena le condizioni di mercato lo consentiranno potranno in futuro tornare ad aumentare la propria offerta».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Giorgio dell'Orefice