

ABBONATI



MENU CERCA

la Repubblica

ABBONATI QUOTIDIANO

Parma

Parmigiano Reggiano: una cabina di regia e investimenti per la qualità della filiera



Il marchio italiano famoso in tutto il mondo utilizza l'opportunità concessa dalla normativa europea di creare aggregazione dei produttori e dei vari componenti del comparto

09 FEBBRAIO 2021

3 MINUTI DI LETTURA

"Una rivoluzione copernicana". Così il presidente Nicola Bertinelli definisce l'evoluzione che il Consorzio Parmigiano Reggiano sta vivendo.

Una "operazione strutturale", avviata lo scorso 15 dicembre dopo il voto unanime dell'assemblea generale dei soci, che sfrutta l'opportunità concessa dalla normativa europea di creare un progetto di aggregazione dei produttori e dei vari componenti della filiera in modo che ci sia un'equa ripartizione del valore, una giusta redditività e una stabilità per l'intero comparto.

"È la prima volta che una Dop italiana si assume la responsabilità di diventare la cabina di regia di una filiera che coinvolge 2.573 allevamenti, 321 caseifici, 50 mila persone, 12 grandi stagionatori e 10 grandi catene distributive", spiega Bertinelli.

I soci del Consorzio hanno deciso di varare un piano di investimenti di oltre 10 milioni di euro spalmanti in tre anni, di cui 3,5 milioni nel 2021, con l'obiettivo di portare sullo stesso livello qualitativo tutti gli allevamenti del Consorzio che insieme producono due milioni di tonnellate latte pregiato, il 16% della produzione nazionale, utilizzato per realizzare più di 3,7 milioni di forme di formaggio Dop.

"L'equilibrio della filiera è un traguardo raggiungibile solo se esiste una giusta ripartizione del valore tra tutti gli attori in campo e se gli allevamenti rispettano alla lettera i nostri rigorosi standard su benessere animale e sistemi produttivi sostenibili. Diventa però strategico il ruolo della Grande distribuzione italiana, perché il 50% del nostro formaggio viene venduto come prodotto a marca del distributore".



▲ Nicola Bertinelli

In realtà, il nuovo corso del Consorzio è il punto di partenza di un processo iniziato sei anni fa, a ridosso dell'Accordo di Parigi, il primo

patto universale e giuridicamente vincolante sui cambiamenti climatici, e dell'Expo di Milano, l'evento che ha rimesso al centro del dibattito politico il problema e la cultura del cibo per un futuro sostenibile.

"In questi anni, abbiamo lavorato tanto. Ma è negli ultimi due che abbiamo iniziato un percorso strutturato di costruzione del valore della marca, brand equity. I dazi e la Brexit avrebbero potuto frenare il processo, ma noi siamo andati avanti lo stesso. Poi, è arrivato il Covid e la svolta ha subito una forte accelerazione".

Le stime del Consorzio per il 2020 confermano che la direzione intrapresa è quella giusta. Nonostante le difficoltà dei primi mesi dell'anno, i volumi continuano a viaggiare in terreno positivo: +8% in Italia e +11% all'estero rispetto al 2019. Anche l'andamento delle quotazioni, dopo un iniziale ribasso - il prezzo (da produttore a grossista) del Parmigiano Reggiano stagionato 12 mesi era 7,55 /kg in giugno - è ritornato oggi oltre 10,00 /kg, registrando una crescita superiore al 30%, in linea con le quotazioni del 2019.

Anno in cui i soci del Consorzio hanno generato un giro di affari di 1,56 miliardi di euro alla produzione e 2,6 miliardi di euro al consumo.

"All'inizio del 2020 c'è stato il panico alimentato dai potenziali effetti negativi del Covid sui consumatori. A monte del processo produttivo, si sono ridotte al minimo le aspettative dei commercianti valorizzatori, cioè degli operatori che comprano le forme fresche di Parmigiano Reggiano dai caseifici per poi rivenderle al dettaglio stagionate, in porzioni da 1 Kg, 500 gr o grattugiato. Dopo alcuni mesi, il sentore degli operatori si è rivelato distorto perché il Covid ha praticamente fatto esplodere le vendite di Parmigiano Reggiano".

Il motivo? "Le persone hanno rinunciato a tutto in questi mesi difficili, ma non alla gratificazione del cibo. Il Covid ha consolidato un fenomeno già esistente tra i consumatori: quello di premiare la marca di un prodotto non solo perché è buono e ha un prezzo giusto, ma perché esprime una serie di valori che lo rendono unico e insostituibile dal campo alla tavola".

Ora la sfida del Consorzio è di riuscire a veicolare questi valori anche oltre confine, in primis negli Stati Uniti: il secondo mercato estero del Parmigiano Reggiano con una quota del 20,9% di export, dietro alla Francia (21%), e davanti a Germania (17,8%), Regno Unito (12,3%) e Canada (3,9%).

"Anche nel 2020 abbiamo esportato negli Usa gli stessi livelli di formaggio del 2019, ma i margini di sviluppo in quel paese sono enormi. Basti pensare che fatto 100 nel mercato Usa del Parmesan meno del 5% è rappresentato dal vero Parmigiano Reggiano".

La strategia del Consorzio per conquistare nuove quote di mercato?
"Riuscire comunicare la differenza del nostro prodotto dagli altri. La brand awareness, la consapevolezza del marchio Parmigiano Reggiano, è conosciuta dal 99% degli americani. Ma non è così per la brand knowledge, cioè la conoscenza della distintività del Parmigiano Reggiano rispetto agli altri prodotti in commercio".

Vito De Ceglia Affari&Finanza

Argomenti

parmigiano reggiano

Leggi anche

Covid, i nuovi contagi in regione tornano sotto quota mille. I dati sulla scuola

La questura di Parma ricorda Giovanni Maria Palatucci

Tribes, al Museo d'Arte Cinese di Parma la mostra che esalta la diversità culturale

Gli articoli di Rep:

Nel programma di governo scuola anche a giugno e uno sprint sui vaccini

Governo, lo stupore di Draghi per i diktat dei partiti che non accetterà

Evviva l'anno zero

Recovery plan, Bankitalia smonta il piano del governo Conte: "Deve sostenere lo sviluppo o sarà solo nuovo debito"

BLOG



UNIVERSITÀ
di 18 e lode

Nuovi percorsi e collezioni: riapre l'Orto botanico in via ...



PARMA COMUNICA
di *Tutti i vostri comunicati stampa*

Giorno del Ricordo: due webinar per le scuole a Parma



SE NE SONO ANDATI
di Per ricordare chi ci ha lasciato

Gustavo Marchesi



TUTTI IN SCENA
di Il teatro in un click

Giorno del ricordo: il Teatro dell'Orsa debutta con O ...

consigli.it

La guida allo shopping del Gruppo Gedi





Perché abbiamo tutti una storia da raccontare

INIZIATIVA PUBBLICAZIONE LIBRO CON LE TUE STORIE
Entra nel network di scrittori di Gruppo GEDI



Controlla se sono ancora vivo al tuo fianco

Daniela Tatulli
BIOGRAFIA

Scopri ilmiolibro

Servizi editoriali

NECROLOGIE

Per pubblicare un necrologio chiama il numero verde



ATTIVO DA LUNEDÌ
A DOMENICA DALLE
ORE 10 ALLE ORE 21

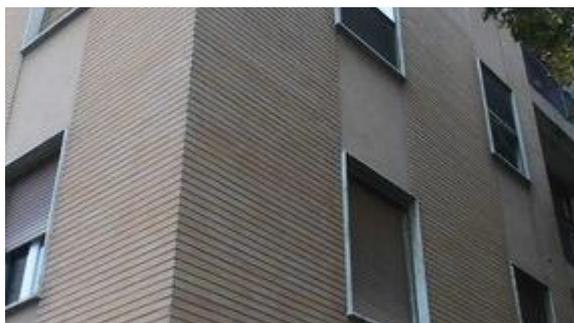
[RICERCA NECROLOGI PUBBLICATI »](#)

[CASE](#)

[MOTORI](#)

[LAVORO](#)

[ASTE](#)



Appartamenti

pontremoli Via Parma (PR) 110 mq Ottimo n. bagni 1 4 piano cucina: Cucinotto Senza Box Proponiamo in vendita ampio quadrilocale di oltre 110 mq dalla....

CERCA UNA CASA

[Vendita](#) [Affitto](#) [Asta Giudiziaria](#)

Provincia

[Parma](#)

[Cerca](#)

[Pubblica il tuo annuncio](#)

Divisione Stampa Nazionale - GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. - P.Iva 00906801006 - ISSN 2499-0817