Parmigiano Reggiano, osservato speciale

parmigiano-reggiano-eb41e5ec

Siamo di fronte a un’altra questione che infervora e preoccupa una delle eccellenza made in Italy più amate: il **Parmigiano Reggiano**. Una storia antica per un prodotto sempre di moda, oggi sotto i riflettori del mercato e delle logiche internazionali, quella dei famigerati **dazi imposti dagli Usa e dal presidente Trump**, attivi da metà dell’ottobre scorso.

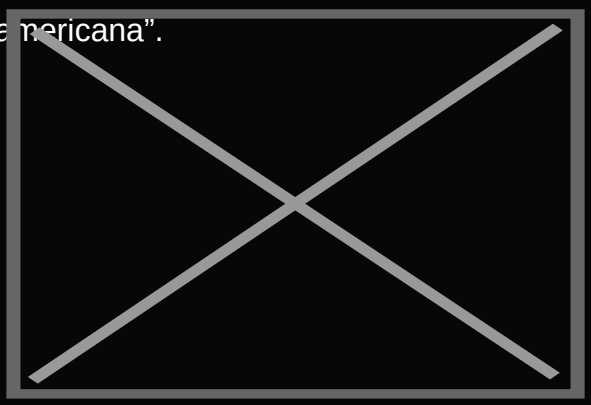
Perché mai “tassare” un formaggio così ricercato, amato e venduto, arrecando “danni” non solo all’economia italiana ma, a quanto pare, anche a quella americana? Andiamo per ordine. Secondo una veloce sintesi stimata da Coldiretti - partendo dalla oramai nota diatriba su Airbus-Boeing che costerà all’Europa 7,5 miliardi di euro – si parla di un **20% di calo dell’intera produzione dell’agroalimentare italiano** (i dazi non sono applicati solo al Parmigiano Reggiano ma anche ad altri prodotti come Grana Padano, Asiago e Gorgonzola ma pure a salumi e mortadella, agrumi, succhi e liquori come il limoncello e gli amari).

Il danno che si ripercuoterà sull’export di tutti questi beni sarà di circa mezzo miliardo di euro, con un conseguente rincaro dei prezzi al consumo e una preoccupante riduzione degli acquisti da parte dei ristoranti e dei cittadini statunitensi. Il dazio per il Parmigiano Reggiano è passato – secondo i dati del Consorzio Parmigiano Reggiano – dai 2,15 dollari al kg a circa 6 dollari al kg. Il risultato? Beh, l’acquirente americano lo acquista sugli scaffali a un prezzo balzato dai precedenti 40 dollari al Kg ai circa 48-50 dollari al kg, con un’inevitabile **frenata dei consumi**.

Un danno alla ristorazione negli Usa

“Oggi il Parmigiano Reggiano produce 3,7 milioni di forme all’anno: circa 150 mila tonnellate di prodotto. Attualmente gli Usa sono il secondo Paese per il mercato estero – inizia il presidente del Consorzio **Nicola Bertinelli** - con circa 10 mila tonnellate all’anno, in sintesi un 8% dell’intera produzione. Il Parmigiano arriva negli Usa prevalentemente in forme (circa l’85%), un dato importante perché viene ulteriormente lavorato dall’industria stelle e strisce, trasformandolo in grattugiato, bocconcini, porzionati… entra nelle varie aziende dando vita a un valore aggiunto per l’economia

americana”.



Un volume d’affari importante e significativo che registra

verso l’utente finale circa 400 milioni di dollari, con 200 milioni di dollari che restano nelle tasche degli operatori americani. “Prima del 18 ottobre i dazi sul Parmigiano erano del 15% in valore del prodotto – spiega il presidente - l’operazione effettuata ha registrato una crescita del +25%... quindi un netto 40% totale”.

Di sicuro, e questo è appurato da sempre, **l’incremento dei prezzi riduce i consumi**. Stabilire con precisione di quanto si possa abbassare non è facile ma, a favore dell’acquisto di alcuni prodotti, c’è un elemento importante da evidenziare: chi negli Usa acquista il Parmigiano Reggiano sa esattamente cos’è, riconoscendone la qualità, a differenza di chi compra il contraffatto Parmesan, purtroppo i 2/3 della popolazione.

“Ciò che invece calerà nell’immediato, sarà tutto il comparto della **ristorazione** – continua Bertinelli - Pensate ai tanti locali, ristoranti e trattorie negli Usa gestititi da italiani che ben conoscono il valore e la qualità del vero Parmigiano Reggiano rispetto alle contraffazioni. Sicuramente sarà un costo per loro che registrerà, a causa dei dazi, un balzo notevole, costringendoli a utilizzare altri formaggi”.

Cheese americano o italiano?

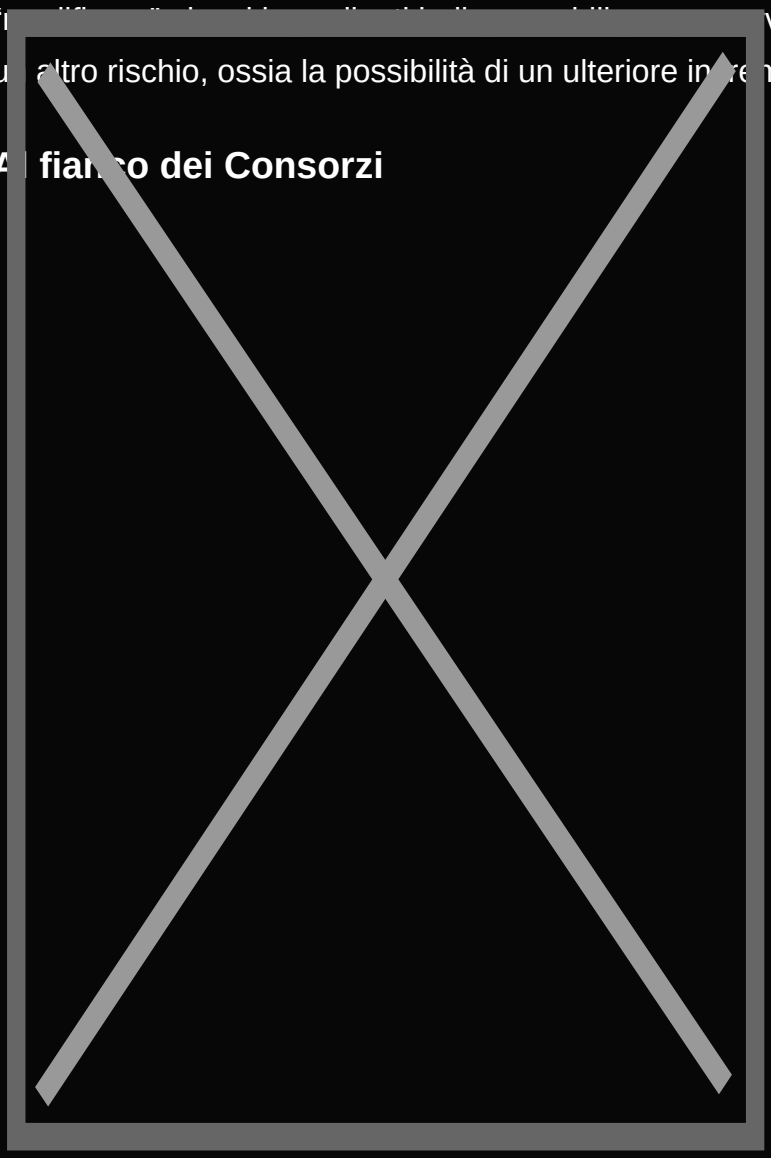
Guerre dei cieli tra Europa e America ma… cosa ha provocato davvero tutto ciò? Guardando la lista stilata dei prodotti europei dai quali si dovrebbero ricavare i ben noti 7,5 miliardi di dollari, si osserva che alcuni di questi alimenti non hanno nulla a che vedere con le questioni aerospaziali; in più l’approccio verso l’Europa non è stato assolutamente comunitario ma ha coinvolto i singoli Stati, nel caso specifico dell’Italia i **formaggi Dop fatti con latte vaccino**.

“Esiste una lettera scritta da parte dei produttori di formaggi americani – racconta il presidente – nella quale si chiede di applicare i dazi sui prodotti caseari italiani Dop perché l’Europa ha impedito la vendita dei formaggi stelle e strisce, proprio per difendere, attraverso la Denominazione d’Origine

Protetta, le contraffazioni”.

Insomma, una questione che fa discutere e che ha aperto un dibattito delicato non solo sull’export del Parmigiano Reggiano ma pure sul canale Ho.Re.Ca. d’oltreoceano, che si vedrà costretto a “[illegible]vare l’italianità della cucina. A tutto ciò si unisce un altro rischio, ossia la possibilità di un ulteriore incremento del ‘falso’ prodotto.

Al fianco dei Consorzi



“Ci siamo già mossi per attuare una politica di sensibilizzazione in Italia e negli Stati Uniti per far capire che, alla fine, chi ci rimetterà in termini qualitativi sarà il consumatore finale americano, oltre a limitare la libertà d’acquisto”, precisa il presidente. **L’Europa deve affrontare la questione nella sua globalità e non lasciando ogni Stato (Italia, Francia, Spagna o Germania) solo nella risoluzione del problema**. È fondamentale che

prenda una posizione precisa verso gli Usa, oltre a creare una riserva di emergenza per arginare le perdite di fatturato delle aziende.

“La Comunità Europea deve mettersi al fianco dei Consorzi di tutela delle Dop nelle varie diatribe e cause in giro per il mondo, soprattutto quando si parla di depositare un nome o un marchio che identifica un’eccellenza made in Italy – conclude Nicola Bertinelli - Un’indicazione geografica ha un valore, un termine generico che identifica una categoria di prodotto è un’altra cosa… sono percorsi lunghi e costosi difficilmente gestibili da un Consorzio di medie o piccole dimensioni”.

Ecco perché serve, oltre al supporto europeo, una comunicazione ancora più forte e mirata nei Paesi nei quali i prodotti italiani sono soggetti a dazi, proprio per spiegare e compensare le eventuali perdite di fatturato.