

Bertinelli «Un prodotto sempre più internazionale»

Nel comprensorio, 170mila visitatori totali nei caseifici l'anno scorso

Intervista

Nicola Bertinelli, presidente del Consorzio del Parmigiano Reggiano, commenta la nuova edizione di «Caseifici Aperti».

Questa per voi è un'edizione speciale...

«Esatto, quest'anno celebriamo i 90 anni dalla fondazione, il 27 luglio 1934, del nostro Consorzio, votato alla tutela, alla difesa e alla promozione del Parmigiano Reggiano. Abbiamo festeggiato l'anniversario nei luoghi simbolo della nostra storia e dei mercati più importanti: dall'Ambasciata italiana a Parigi a Palazzo Piacentini a Roma, sede del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, con il ministro Adolfo Urso; da Parma, con un evento al Palazzo della Pilotta durante Cibus, al Summer Fancy Food Show di New York presso il Rockefeller Center. Non vediamo l'ora che arrivi il 16 ottobre, quando celebreremo una serata speciale in uno dei luoghi a noi più cari, il Teatro Regio, in cui ci onorerà della sua presenza il presidente della Repubblica Sergio Mattarella».

Che cos'è cambiato negli ultimi 90 anni per il Consorzio?

«Senza scendere mai a compromessi sul gusto unico, sulla naturalità degli ingredienti e sulla lavorazione artigianale, la produzione della Dop è più che quadruplicata, arrivando alle oltre 4 milioni di forme del 2023. Inoltre, il Parmigiano Reggiano è diventato un prodotto sempre più internazionale, con esportazioni che rappresentano ormai la metà del mercato totale. Lo stesso ruolo del Consorzio si è evoluto, arrivando a impiegare nuove risorse e competenze per mantenere remunerativa la produzione e aumentare la domanda nei mercati terzi».

Quali sono le sfide per il futuro?

«Il Parmigiano Reggiano nei prossimi 10 anni diventerà un prodotto che, pur mantenendo saldo il proprio ruolo di protagonista assoluto nel mercato italiano, sarà sempre più un vero brand globale, pronto ad affrontare gli ostacoli posti dai mercati internazionali. Mi riferisco non solo al problema della contraffazione e dell'italian sounding, dovremo far fronte anche alla possibilità che prenda piede un contesto mondiale di misure restrittive al commercio dei latticini».

***Celebriamo
i 90 anni
dalla
fondazione
del nostro
Consorzio***



contrari al libero commercio. Dobbiamo avviare questa battaglia, che dovrà diventare la nostra priorità dei prossimi anni e che dovrà essere supportata con forza da tutte le istituzioni, sia nazionali che europee».

Qual è l'importanza di un'iniziativa come Caseifici Aperti per il Consorzio?

«Per noi, il turismo enogastronomico è un vero e proprio pilastro valoriale. Pensiamo che l'esperienza diretta della visita in caseificio e in magazzino sia il metodo più efficace per spiegare i valori e le distintività del Parmigiano Reggiano. Basti pensare che nel 2023, i visitatori totali nei caseifici del comprensorio sono stati 170mila, in aumento del 10% sul 2022. Anche per questo, abbiamo salutato con grande favore l'approvazione del nuovo testo unico europeo sulle produzioni di qualità, entrato in vigore quest'anno, che ha rafforzato ulteriormente il ruolo dei Consorzi, la protezione di Dop e Igp e la trasparenza verso i consumatori».

Che cosa prevede questo nuovo regolamento?

«Finalmente è stato stabilito con chiarezza che le Indicazioni geografiche non sono solo un fattore

Si riferisce agli Stati Uniti?

«Anche. Il rischio è che vengano presi provvedimenti di tutela che influenzino il mercato colpendo in maniera indiscriminata anche chi, come noi, copre meno del 5% del mercato dei formaggi duri a stelle e strisce e viene venduto a un prezzo doppio di quello dei Parmesan locali. Ma il rischio non è limitato agli Stati Uniti. Per questo motivo è stato particolarmente importante il momento d'incontro con il ministro Francesco Lollobrigida prima della riunione dei ministri dell'Agricoltura del G7 a Ortigia. In quella sede abbiamo ribadito con forza l'esigenza di portare avanti in tutte le sedi, in Italia, in Europa e nel mondo, una richiesta di tutela dei prodotti a Indicazione geografica da possibili interventi

economico per chi le produce, ma sono anche un vero e proprio elemento di sviluppo territoriale per la loro zona di origine. Se consideriamo che le Ig per loro natura non possono essere delocalizzate, che negli ultimi anni un turista straniero su due ha visitato il nostro Paese in funzione dell'enogastronomia e che il turismo rappresenta circa il 15% del Pil italiano, risulta lampante l'importanza di questo nuovo regolamento che dà finalmente ai Consorzi gli strumenti per impegnarsi nello sviluppo del turismo esperienziale. Auspichiamo che questo sia il primo passo in un percorso di rafforzamento degli strumenti per la promozione e la tutela delle Ig non solo in Unione europea, ma in tutto il mondo».

[Copyright \(c\)2024 Gazzetta di Parma, Edition 4/10/2024](#)

[Powered by TECNAVIA](#)
