

Presentazione

Il Ministro per le Politiche Agricole ha annunciato il 13 dicembre che il 2001 sarà l'anno dedicato ai formaggi tipici italiani, in aderenza alla proposta a suo tempo avanzata da Siea, che farà parte del corpo degli organizzatori.

Per un anno intero si parlerà di formaggi tipici e di qualità alimentare e si svolgeranno altre manifestazioni (degustazioni, esposizioni, premiazioni ecc.) per elevare il grado di cultura dei consumatori e l'immagine dei formaggi italiani e, infine, per fare decollare i prezzi, evitandone così la possibile scomparsa.

Nello stesso tempo, il dilagare della Bse pone il problema della serietà richiesta nella preparazione degli alimenti, e della necessità di mettere a punto strumenti di controllo efficaci.

È nato un nuovo progetto: l'Authority alimentare che consiste nel mettere all'opera uno staff di 250 esperti (che saliranno in seguito a 330) con un bilancio annuale di circa 85 miliardi di lire, destinati a salire a 130 per garantire la sicurezza del consumatore.

La proposta verrà perfezionata dalla Commissione europea che preciserà anche la località dove collocare l'agenzia. La decisione ultima spetta ai capi di Stato e di governo dell'Ue che potrebbero deliberare già al vertice europeo in programma a metà dicembre.

Le città candidate ad ospitare la nuova agenzia sono per il momento Parma, Barcellona, Helsinki e Lilla; non è escluso che più tardi se ne facciano avanti altre.

Quello che interessa di più a noi, al di là della candidatura dell'Italia e di Parma, è la sfida di Bruxelles: creare un organismo indipendente capace di elaborare pareri scientifici che abbiano piena credibilità, frutto delle informazioni più attuali, in continuo confronto con i centri europei ed internazionali, in grado di fare da mediatore in caso di conflitti o dissensi tra stati e istituzioni.

Limitatamente all'Italia, la candidatura di Parma dovrebbe essere definitiva con una scelta che va a favore dei prodotti tipici che, in Emilia, so-

no particolarmente numerosi e di qualità. Per questo motivo segnaliamo volentieri la messa a punto da parte degli economisti agro-alimentari della nostra società di alcuni elementi di strategia a favore della valorizzazione di questi prodotti (l'Italia ne possiede il più ricco, vario e prestigioso patrimonio del mondo) al fine di evitarne la regressione produttiva.

L'obiettivo è quello di restaurare l'immagine che è regredita a causa del *gap* tra il forte sostegno che accompagna sul mercato i prodotti standardizzati dei grandi gruppi internazionali e il mancato sostegno di quelli tipici.

Le azioni riguardano la valorizzazione di questi prodotti per farne lievitare la domanda e, con questa, il prezzo, oggi sottovalutato, ed allontanare il pericolo di abbandonarne la produzione.

A livello operativo stanno entrando in attività tre linee di azione:

- dichiarare il 2001 “Anno dei formaggi tipici italiani” (il 2002 sarà dedicato ai salumi e via dicendo) secondo quanto abbiamo già scritto;
- effettuare il corso di perfezionamento in videoconferenza, che è appena iniziato, che ha come emittente l'Università degli Studi di Parma e coinvolge gli Atenei di Ancona, Bologna, Catania, Milano, Napoli “Federico II” e Perugia, al fine di rendere meno disomogenee le azioni svolte dalle diverse amministrazioni pubbliche territoriali per valorizzare questi prodotti (esiste tra queste università e alcune altre, che quest'anno non hanno aderito per mancanza di attrezzature, l'impegno di dare vita a un consorzio interuniversitario specializzato (in corsi, master ecc.);
- impiegare la storia per valorizzare l'immagine dei prodotti tipici, in sostituzione del folklore, per il quale gli italiani, a differenza dei francesi, si sono dimostrati inadatti, e per approfondire la conoscenza dei singoli prodotti (si sta concludendo lo studio di tre formaggi pecorini a diversa dimensione di offerta: q 7.000 il Pecorino di Filiano, q 70.000 il Pecorino Siciliano e q 375.000 il Pecorino Romano; dei due ultimi sono stati già pubblicati i relativi studi, il terzo è in fase di completamento) e per abbinarli a personaggi ed avvenimenti di casa nostra.

È la prima volta che in Italia sono stati messi a punto e portati avanti fino all'attuazione criteri di una strategia minima a favore dei prodotti legati al territorio, all'ambiente, alla cultura e all'abilità dell'uomo. Sarà interessante verificare i primi risultati a fine anno 2001.

Fausto Cantarelli