



Intervista con Paolo Ciapparelli,
presidente dell'Associazione

"Noi, produttori storici del Bitto, ci appelliamo a Bruxelles"

di Mauro Colombo

"Entro la fine di febbraio presenteremo a Bruxelles un esposto perché vengano riconosciute le nostre ragioni e si aboliscano le modifiche al disciplinare della produzione del Bitto, introdotte dal Consorzio di tutela e approvate in via transitoria dal Ministero delle politiche agricole". Queste le parole, rilasciate a *Formaggi & Consumi* da Paolo Ciapparelli, presidente dell'Associazione produttori storici delle Valli del Bitto.

La questione è nota e l'abbiamo affrontata ampiamente sullo scorso numero di gennaio del nostro giornale. Ora c'è una novità. E sta tutta nella mossa perentoria che metterà la Commissione Europea di fronte al dovere di pronunciarsi ufficialmente sulla legittimità delle modifiche introdotte dal Consorzio di tutela. In particolare sull'uso di mangimi integrativi per le vacche e di fermenti lattici per agevolare il processo di lavorazione.

"Sono procedure che snaturano a nostro avviso la qualità del prodotto e tradiscono la sua identità storica", ci dice convinto Ciapparelli. Che manifesta il suo sconforto per i tentativi di mediazione presso gli organi competenti di Roma e della Regione Lombardia. "Niente da fare", protesta, "la Dop dev'essere una ed è quella riconosciuta al Consorzio di tutela. Ma non possiamo accettare passivi. Che ne sarebbe dei nostri sforzi per rimanere fedeli alla genuinità di un prodotto unico nel panorama gastronomico italiano?".

La soluzione ideale, secondo il presidente dell'Associazione produttori storici, sarebbe riconoscere due Dop distinte, perché, effettivamente, è illogico assegnare la stessa denominazione a un prodotto ottenuto con procedure nella sostanza diverse.

E nel caso Bruxelles avvalli le decisioni, già operative, dell'allargamento del disciplinare?

Ciapparelli non ha dubbi in proposito. "Rimarrebbero praticamente due vie: procedere in sede penale con una denuncia per appropriazione indebita di un nome, Bitto appunto, che spetta di diritto a chi si collega a una tradizione storica indiscutibile. Oppure, accettando una sconfitta che in realtà è di tutti, adottare un altro nome e operare un vero e proprio tradimento della cultura e della storia. Chiaro che per forza economica e per numero di associati siamo come Davide che muove guerra a Golia. Ma non possiamo arrenderci. La nostra petizione on-line, forte del sostegno di Slow Food, ha già oltrepassato le 3mila adesioni. Ma c'è di più: Slow Food, Ruralpini, Caseus/Anfosc, d'intesa con noti chef e giornalisti enogastronomici, stanno organizzando per marzo a Milano un importante evento. L'obiettivo è portare a conoscenza dell'opinione pubblica regionale e nazionale le ragioni dei produttori storici delle valli del Bitto. Sarà un'occasione importante per allargare il consenso alla nostra causa".



È in distribuzione il numero
2-2009 di Formaggi & Consumi

tespi
mediagroup

Redazione: Palazzo di Vetro,
C.so della Resistenza 23,
20036 Meda (MB) Tel. 0362 600463-4-5
Fax 0362 344535 - e-mail: info@tespi.net
Registrazione al Trib. di Milano n.340 del 10 giugno
2002 - Editore: Edizioni Turbo
Direttore Responsabile:
ANGELO FRIGERIO
Direttore Editoriale:
RICCARDO COLLETTI

APPUNTAMENTI

Colonia, 10-13 marzo 2009
Anuga FoodTec - Salone internazionale
delle tecnologie alimentari
e delle bevande.
5° edizione

tespi
mediagroup

Tespi Mediagroup racchiude un pool di tre società editrici specializzate nell'informazione B2B: Frimedia, Edizioni Turbo e Sport Press. Attraverso le varie testate Tespi Mediagroup fornisce strumenti di comunicazione che si rivolgono agli operatori dei settori: entertainment, sport e food.



Breaking News

Fatti e protagonisti della settimana n° 7/2009 (16 - 22 febbraio)

Coop Consumatori Nordest e Spar Austria: partnership avviata

Roma - lunedì 16/2. Ipermercati Coop e Spar Hrvatska, d'intesa con le loro capogruppo Coop Consumatori Nordest e Spar Austria, hanno avviato una partnership. Che prevede il passaggio della gestione degli Ipercoop da Ipermercati a Spar Hrvatska. Gli ipermercati mantengono l'insegna Ipercoop e continuano a vendere i prodotti Coop. Oggetto dell'intesa sono i quattro punti vendita di Zagabria, Spalato e Osijek che coprono complessivamente una superficie di 30 mila metri quadrati. Tutti i dipendenti manterranno il loro posto di lavoro.

Fattorie Chiarappa: Gramegna nuovo responsabile commerciale



Conversano (Ba) - lunedì 16/2. È Giangiuseppe Gramegna (nella foto) il nuovo responsabile commerciale di Fattorie Chiarappa, l'azienda pugliese specializzata nella produzione di ricotte da grattugia e ricotta forte. Gramegna approda in Fattorie Chiarappa dopo una significativa esperienza in Arena. Dapprima come responsabile vendite, marketing e logistica della divisione casearia, poi come Area trade marketing manager (Area 3 e 4) della divisione salumi, casearia e cucina pronta fresca.

Prezzi all'origine: provolone stabile, Gorgonzola in calo

Roma - martedì 17/2. Stabile, nella 7° settimana il prezzo all'origine del provolone sulle piazze di Milano e Cremona. Decisamente in calo, rispetto alla settimana precedente, il prezzo del Gorgonzola fresco dolce sulla piazza di Novara (-1,34%), mentre risulta invariato su quella di Milano. Stesso leit motiv per il Gorgonzola maturo dolce, in calo a Novara (-0,43%) è stabile a Milano. Taleggio e italico, freschi e maturi, risultano invariati sulle piazze di Milano e Brescia. Il taleggio maturo registra ancora un calo del 2,03% su base annua, così come l'italico maturo (-2,01%).

A Faenza, apre a giugno il centro commerciale Verde

Bologna - martedì 17/2. Verrà inaugurato a giugno, a Faenza, il centro commerciale Verde: vetrina della cultura e dei prodotti tipici della città. All'interno trova post anche un Ipercoop con una superficie di 5.900 metri quadrati. Un investimento per Coop Adriatica pari a 80 milioni di euro e che consentirà alla cooperativa di offrire 120 posti di lavoro. Complessivamente il centro commerciale si sviluppa su un'area di 200mila metri quadrati di cui 53mila destinati agli spazi verdi, 72mila ai parcheggi e 24mila alla vendita. Oltre all'Ipercoop saranno presenti 47 esercizi.

L'Emilia Romagna propone modifiche al decreto sulle quote latte

Bologna - lunedì 16/2. Secondo le proposte avanzate dall'assessore all'agricoltura dell'Emilia Romagna, Tiberio Rabboni, va innanzitutto abrogato il comma 1 dell'art.1 del decreto sulle quote latte. Che introduce surrettiziamente per la campagna in corso, come destinatari della compensazione, figure fino ad oggi escluse, quali i produttori privi di quota e gli splafonatori per più del 100%. Togliendo spazio di compensazione agli allevatori in regola. Precedenza andrebbe accordata a chi ha subito il taglio della quota B, a chi ha affittato quote e quindi agli splafonatori.

Ismea: nella 7° settimana in recupero il costo all'origine del Parmigiano

Roma - martedì 17/2. Prosegue il lieve trend di recupero del costo all'origine per il Parmigiano reggiano. Nella settimana dal 9 al 15 febbraio, i prezzi medi all'origine hanno mostrato, rispetto ai sette giorni precedenti, un recupero dello 0,14% per lo stagionato di un anno e dello 0,12% per quello di due. Il dato si spiega con l'aumento dei prezzi sulla piazza di Reggio Emilia. La variazione rispetto allo stesso periodo del 2008 è di -9,58% per lo stagionato di un anno e di -8,01 per quello a due.



Borsa dei formaggi: settimana difficile per Edamer 40%

Roma - martedì 17/2. Sulla piazza di Kempten (Germania), i principali formaggi tedeschi hanno registrato nella 7° settimana una sostanziale stabilità dei costi all'origine rispetto alla 6° settimana. Eccezion fatta per l'Edamer 40%, che ha segnato il passo con un calo del 4,71% sulla settimana precedente e del 34,97% sullo stesso periodo del 2008. Invariati invece l'allgauer emmentaler, il gouda in blocchi 45%, il tilsiter in pani 45%. Che, però, rispetto alla 7° settimana dell'anno precedente registrano rispettivamente un calo del 12,52%, del 32,48% e del 28,40%.

Fiera di Rimini: calano i visitatori alle rassegne sul "fuori casa"

Rimini - mercoledì 18/2. È in calo del 5,8% il numero degli operatori (82.977, dei quali 2.832 esteri) che hanno visitato le cinque manifestazioni (Mia, Pianeta Birra, Mse, Oro giallo, Di Vino lunge) in scena a Rimini dal 14 al 17 febbraio 2009. Alla 39° edizione di Mia, mostra internazionale dell'alimentazione, sono stati destinati 3.500 metri quadrati lordi, per cinque padiglioni e mezzo.

Nel corso di Mia si è svolta la Borsa di cooperazione internazionale con 80 buyer e la 2° edizione del Gdo buyer, dedicato al mondo dei surgelati.



Tespi Mediagroup racchiude un pool di tre società editrici specializzate nell'informazione B2B:

Frimedia, Edizioni Turbo e Sport Press.

Attraverso le varie testate Tespi Mediagroup fornisce strumenti di comunicazione che si rivolgono agli operatori dei settori: entertainment, sport e food.



Breaking News

Fatti e protagonisti della settimana n° 7/2009 (16 - 22 febbraio)

Outlook di Confindustria nel segno dell'ottimismo

Roma - mercoledì 18/2. Prevale l'ottimismo. Questo è quanto emerge dall'Outlook sui consumi realizzato da Confindustria in collaborazione con il Censis. Dall'indagine, effettuata lo scorso gennaio su un panel di 1.300 famiglie, emerge che il 53% degli intervistati è ottimista rispetto all'immediato futuro. Solo un 17% esprime incertezza. Tuttavia, il 43,2% risparmierà di più, il 15,5% afferma che "non rinuncerà a nulla cercando però di spendere meno". Per il 42% degli intervistati, l'andamento della spesa negli ultimi sei mesi è rimasto simile al periodo precedente.

Unanime no delle Regioni sul decreto quote-latte

Roma - giovedì 19/2. "Le Regioni non ci stanno". Tiberio Rabboni, assessore all'agricoltura dell'Emilia Romagna, lo fa presente al ministro Zaia: "In modo unitario gli assessori regionali all'agricoltura chiedono che siano accolti gli emendamenti al decreto sulle quote latte. Non si tratta evidentemente di una polemica politica, ma di un'impostazione che va radicalmente corretta per non privilegiare qualcuno a scapito di tanti. E per prevenire la reazione più che giustificata degli allevatori che hanno rispettato le regole e che sono la quasi totalità dei soggetti".

Lettoni e croati alla scoperta del Parmigiano

Bologna - giovedì 19/2. Dal 16 al 18 febbraio Aster (consorzio tra Regione Emilia-Romagna, Università, Enti di Ricerca e Imprese) ha organizzato una tre giorni di visita per quattro delegazioni di operatori provenienti da Lettonia, Svezia, Danimarca e Croazia. Con lo scopo di creare contatti commerciali tra le imprese del territorio regionale e le realtà estere. Tra gli appuntamenti anche la visita al caseificio San Giovanni in Persiceto per vedere come nasce il Parmigiano reggiano. E un incontro presso la sede del Consorzio del Parmigiano reggiano.

Il Ministro Zaia e le quote latte: "Non è un decreto per furbi"

Roma - venerdì 20/2. "Invito ancora una volta tutti gli allevatori a farsi spiegare bene cosa sta accadendo in Senato in merito al decreto sulle quote latte, come funzionerà il Fondo per la ristrutturazione dei debiti e, infine, a leggere attentamente il provvedimento". È la risposta di Luca Zaia alle critiche al decreto quote latte. "Lo ripeto, non è un decreto per furbi. Dire che riguarda 1000 aziende è una bugia [...]. Per la prima volta nel pagamento delle multe avverrà con un interesse tra il 6 e il 6,5%. Una bella differenza rispetto al 2003, quando fu prevista una rateizzazione ad interessi zero".

Parmigiano reggiano e provolone: Valpadana alla conquista della Spagna

Reggio Emilia - giovedì 19/2. Il tour spagnolo di promozione di Parmigiano reggiano e provolone Valpadana Dop parte da Barcellona. Dal 21 febbraio al 7 marzo dieci ristoranti selezionati del capoluogo catalano presentano menù a base di questi formaggi di qualità. Esaltandone la versatilità. I consorzi dei due prodotti hanno stipulato un accordo di collaborazione per realizzare promozioni e iniziative di formazione e informazione sulle potenzialità di utilizzo dei rispettivi prodotti. Per la settimana di Barcellona si prevede un coinvolgimento di circa 8mila persone.

Export: volumi ridotti ma incrementi a valore

Milano - giovedì 19/2. Pubblicati i dati Istat relativi all'export di formaggi nei primi 11 mesi del 2008. A volume il Gorgonzola perde il 12%, fiore sardo e pecorino romano perdono il 10%, fontina il 7%, Asiago, caciocavallo, ragusano e montasio il 6%, Parmigiano e Grana il 3%. Fanno eccezione la mozzarella e i freschi (+0,5%), l'italico e il taleggio (+2%). A valore crescita e altri molli perdono il 27%, mentre crescono pecorino romano (+1%), mozzarella e altri freschi (+10%), Grana e Parmigiano (+5%), fontina (+9%), provolone (+9%), italico e taleggio (+20%), Asiago e montasio (+5%).

In calo le importazioni di latte

Milano - giovedì 19/2. Dati non omogenei, nel periodo gennaio-novembre, per l'import lattiero-caseario. Il latte confezionato continua la sua flessione (-11%), mentre lo sfuso sale del 5%. La panna torna a calare (-3%), lo yogurt cresce (+2%) così come il burro confezionato (+22%). Segno meno per il burro sfuso (-3,6%) e i formaggi (-3,1%). Sul fronte dell'export, flessione dei formaggi (-3%) e, più accentuata, del latte sfuso (-80%), dello yogurt ai gusti (-41%) e del burro sfuso (-54%). Cresce invece l'export di yogurt naturale (+31%) e di burro in confezioni (+26%).

Approvato il ddl sull'etichettatura obbligatoria

Roma - venerdì 20/2. Il Consiglio dei ministri approva il ddl sull'etichettatura per gli agroalimentari. Saranno i decreti di Zaia e Scajola a indicare i prodotti soggetti a vincolo di indicazione d'origine. Per i trasformati, l'indicazione "riguarda il luogo in cui è avvenuta l'ultima trasformazione sostanziale ovvero il luogo di origine o provenienza della materia prima agricola prevalente utilizzata nella preparazione o produzione dei prodotti". E per luogo d'origine si intende: "la zona di coltivazione o di allevamento della materia prima agricola stessa, ovvero il luogo di ultima trasformazione sostanziale".



Tespi Mediagroup racchiude un pool di tre società editrici specializzate nell'informazione B2B: Frimedia, Edizioni Turbo e Sport Press. Attraverso le varie testate Tespi Mediagroup fornisce strumenti di comunicazione che si rivolgono agli operatori dei settori: entertainment, sport e food.

