

Un consorzio per il suino made in Italy garantito

Composto e gestito dai suinicoltori il nuovo organismo garantirà la tracciabilità dalla nascita fino alla macellazione dell'animale, certificando il prodotto italiano. Il progetto è stato presentato dal Comitato promotore alla fiera di Cremona il 27 ottobre nell'ambito di Italpig

di **Alessandra Ferretti**

Sarà operativo dal 2017 con la benedizione e l'appoggio di tutti i sindacati agricoli, Confagricoltura, Coldiretti, Cia e Copagri, dell'Anas e con l'adesione, per il momento, dei due macelli cooperativi Prosus e Opas. Si tratta del Consorzio di Garanzia del Suino Italiano, presentato dal Comitato promotore alla fiera di Cremona il 27 ottobre nell'ambito di Italpig. Il progetto è quello di far aderire al Consorzio, come minimo, il 51% degli allevatori suinicoli italiani, ma l'ambizione sarebbe quella di coinvolgerli tutti quanti.

Tab. 1 - Consistenza allevamenti e macellazioni dop in Italia

	2010 (n.)	2014 (n.)	Diff. 2010/2014 (%)
Allevamenti attivi (fonte Ipq)	4.523	4.109	-9,10%
Scrofe attive (fonte Ipq)	566.790	465.464	-17,80%
Macellazioni dop (fonte Ipq)	8.762.000	7.932.788	-9,50%
Suini presenti (consistenza) (fonte Istat)	9.321.000	8.676.000	-6,90%

Fonte: elaborazione Assosuini su dati Ipq e Istat

Alla presentazione ufficiale, di fronte a numerosi allevatori, sono intervenuti, tra gli altri, Giovanna Parmigiani, presidente della Sezione di prodotto carni suine di Confagricoltura, e Claudio Veronesi, di Coldiretti, mentre il rappresentante della Cia, Antenore Cervi, pur non potendo presenziare al pomeriggio di lavori, ha mandato una nota in cui comunicava

il proprio appoggio.

Come è stato sottolineato da più parti al tavolo della conferenza e come ha ribadito Giuseppe Ferrari, titolare del Gruppo Ferrari e promotore del progetto legato al Consorzio, «È la prima volta che le organizzazioni agricole forniscono il loro appoggio in modo trasversale a una proposta come questa e ciò è di ottimo auspicio. Negli

ultimi vent'anni contiamo infatti diverse iniziative volte alla valorizzazione della suinicoltura italiana, ma poi fallite. Tanto per citare un esempio, penso al progetto del Gran Suino Padano, che ha voluto seguire la strada della dop, ma che poi in quanto tale è stato bocciato dall'Unione europea. Quel progetto, a nostro modo di vedere, naufragò anzitutto per l'invincibilità dei conflitti all'interno della filiera tra i tre soggetti che la compongono: allevatori, macellatori e trasformati. Alla luce degli errori commessi da questo e dagli altri tentativi di aggregazione, è nato questo nostro progetto, che vuole difendere anzitutto gli interessi degli allevatori».

Ha precisato poi Ferrari: «Noi allevatori facciamo la gran parte del lavoro e garantiamo un processo produttivo che alle spalle prevede una



serie di adempimenti da rispettare a livello sanitario, di benessere animale, di alimentazione. Ma in realtà non contiamo nulla. A dimostrarlo anche solo il fatto che non figuriamo come “soci” né del Consorzio del prosciutto di Parma né del Consorzio del prosciutto San Daniele. Siamo semplicemente “aderenti” a un disciplinare ovvero a un processo produttivo e a livello politico rappresentiamo l'11%. In altre parole, siamo comparse in un film, nel quale i protagonisti sono gli altri. Lo vediamo in ogni occasione: se questi protagonisti cambiano le regole, noi ci dobbiamo adeguare, se decidono la programmazione dei prosciutti, non ci chiedono nemmeno il parere, e così via. Abbiamo pensato che l'unico modo di ristabilire un equilibrio nella filiera è quello di creare qualcosa che sia gestito dagli allevatori: un Consorzio fatto, appunto, di allevatori che garantisca il prodotto». Ferrari ha invitato ad aderire al Consorzio non solo tutti i

soci del Consorzio di Parma e San Daniele ma anche coloro che soci non sono: «Altrimenti - ha affermato - non avremo né la forza politica né la forza economica per fare investimenti di marketing. Preciso che non vogliamo fare la guerra a nessuno, tanto meno ai Consorzi di Parma e San Daniele, che dobbiamo solo ringraziare, perché se oggi il suino italiano ha un valore, gran parte viene dalla coscia. Noi auspichiamo che i due Consorzi aumentino le vendite sia in Italia che all'estero, ma intendiamo valorizzare anche il resto della carcassa».

Per orientare il consumatore

In base a un'indagine commissionata da Assosuini a Nomisma, dove si chiedeva al consumatore se questi era favorevole all'introduzione dell'etichetta obbligatoria sull'origine delle carni suine nei prosciutti crudi, l'82% si è detto “molto favorevole” e il 16% “abbastanza favorevole”. «Il consumatore è disorientato

Tab. 2 - Importazioni di cosce suine in Italia (fresche e refrigerate)

Anno	N. cosce
1991	28.785.436
2014	58.794.900

Fonte: Assosuini

– ha commentato Ferrari – e ha ragione. Se guardiamo agli ultimi dati relativi agli allevamenti e alle macellazioni del comparto dop in Italia dal 2010 al 2014, vediamo come le scrofe sono calate del 17,8%, i suini presenti del 6,9% e le macellazioni dop del 9,5%. Intanto, continuano ad aumentare invece le importazioni di cosce suine sia fresche che congelate: da 28,8 milioni quali erano nel 1991, oggi hanno raggiunto quota 58,8 milioni».

Tutte queste considerazioni hanno condotto all'esigenza di pensare a un Consorzio di Garanzia del Suino Italiano. «I nostri obiettivi principali sono: aggregare in un unico organismo nazionale tutti i suinicoltori, certificare il pro-

dotta (come “suino vivo nato e allevato in Italia”), creare un marchio nazionale spendibile anche all'estero, valorizzare la qualità del suino italiano, raggiungere il consumatore garantendo l'origine e il processo produttivo, rappresentare gli allevatori in modo compatto verso tutti gli altri attori della filiera. Come sarà possibile tutto questo? Creando un Consorzio composto e gestito dai suinicoltori, registrando un marchio identificativo del suino nato e allevato in Italia, garantendo la tracciabilità dalla nascita fino alla macellazione del suino e certificando il nostro prodotto».

Il suino che l'ente vuole certificare è “nato e allevato in Italia”, con una genetica conforme per suini dop e senza

IL CRPA AVRÀ IL COMPITO DI STILARE IL DISCIPLINARE DI PRODUZIONE

Il compito di stilare il Disciplinare di produzione per i suini che verranno allevati all'interno del Consorzio di Garanzia del Suino Italiano è stato affidato al Centro ricerche produzioni animali di Reggio Emilia (Crpa).

«Il settore è parecchio in sofferenza - ha affermato Andrea Rossi, ricercatore del Crpa -. In base al rapporto Assica 2015, le quotazioni dei suini del circuito tutelato (160-176 kg) sono scese del 7,7%, mentre la produzione di carne suina è calata di 0,3 tonnellate. Nel 2016 la previsione Istat è di una contrazione dei capi pari al 3,5%. Se poi guardiamo i dati dell'import, dobbiamo porci delle domande: nel 2015 si è registrato un incremento di suinetti importati del 39,4% e di suini grassi del 23,6% circa, con un numero di cosce pari a +0,1% per un totale, a fine anno, di 587mila tonnellate. Secondo

l'Istat, il trend 2016 registra un incremento dei suinetti sotto i 50 kg di 7,7% e un aumento dei suini oltre i 50 kg di oltre il 28,6%».

Ha proseguito il tecnico: «A fronte di questa nostra caratteristica di grandi importatori di suini e suinetti, è necessario intervenire in modo strutturale per riuscire a valorizzare anche il suino nato e allevato in Italia. Questo gruppo di lavoro trasversale si è già riunito parecchie volte. Di fatto, il disciplinare è frutto di un lavoro di gruppo fatto da tutti, incluse le organizzazioni professionali. Si tratta di una filiera volontariamente aperta, che non si sovrappone a quella già esistente del circuito tutelato, ma che vuole coinvolgere tutti i suinicoltori in un unico obiettivo: valorizzare il suino nazionale nato e allevato in Italia».

A.F. 

vincoli per gli altri e con un peso morto minimo di 110,1 kg (peso vivo 134,7 kg, - lettera H). Quanto all'alimentazione, chi già aderisce ai circuiti tutelati applicherà il disciplinare di riferimento, mentre per tutti gli altri ci sarà una lista "positiva" di alimenti più ampia.

«Cosa chiediamo alla politica»

Precisa ancora Ferrari: «Abbiamo bisogno dell'appoggio politico e della volontà politica. Anzitutto anche per questioni pratiche, una su tutte: il marchio all'orecchio del suino. Qui verrà indicato non solo il numero di reperibilità dell'Usl, ma anche l'iniziale del Consorzio e il mese di nascita dell'animale. Per farlo abbiamo bisogno di rimpicciolire i caratteri, ma la legge prevede che questi non siano più piccoli di 6 mm. Per cambiare la legge, la politica deve sostenerci».

Quali costi?

Quanto ai costi, ha proseguito Ferrari, «si ipotizza un importo tra i 300 e i 500 euro

per azienda di medie dimensioni quale costo di certificazione. Il consiglio di amministrazione del Consorzio proporrà all'assemblea dei soci un progetto industriale di marketing e pubblicità. Il costo promozione del marchio – che sarà privato, quindi molto più flessibile rispetto a quello tutelato come voleva a esempio il Gsp - dipenderà dalle adesioni. In altri paesi l'investimento è di circa 0,4 - 0,5 euro/capo con R.O.I (ritorno dell'investimento) di sei volte».

Una volta costituito il Consorzio e depositato il Marchio, si procederà a stilare accordi con le industrie di macellazione e di trasformazione per l'utilizzo del Marchio di Garanzia del Suino Italiano. Il Marchio verrà apposto sulle confezioni dei prodotti trasformati e/o sui tagli di carne fresca in aggiunta a quelli privati già esistenti e rappresenterà un'ulteriore garanzia di origine, produzione, lavorazione e trasformazione. È prevista una campagna di informazione rivolta al consumatore.

Tab. 3 - I consumatori favorevoli all'introduzione dell'etichetta obbligatoria sull'origine delle carni suine nei prosciutti crudi

Molto favorevole	82%
Abbastanza favorevole	16%
Poco favorevole	1%
Per nulla favorevole	1%

Fonte: Nomisma su commissione del Comitato promotore Consorzio di Garanzia del Suino Italiano

Il valore del made in Italy cresce

Ha concluso Ferrari: «Un articolo apparso su "Italia oggi" il 18 ottobre riporta i dati emersi da uno studio condotto da Brand Finance, società di consulenza strategica inglese, secondo il quale il valore del marchio made in Italy, nell'ultimo anno, è cresciuto del 21%, per un valore complessivo che sfiora i 205 miliardi di dollari (circa 186,3 miliardi di euro). Un contesto in cui i margini di crescita, soprattutto per l'agroalimentare, sono tutt'altro che esauriti».

«Le scrofe sono le fondamenta della dop»

Quando l'Anas è stata coinvolta in questa iniziativa, si

è trovata pienamente d'accordo con i suoi obiettivi. Come ha riferito Andrea Cristini, presidente Anas, «Negli ultimi cinque anni in Italia abbiamo perso quasi il 30% del patrimonio delle scrofe. La crisi ha pesato molto soprattutto in codesto comparto e un'iniziativa di questo tipo che vuole valorizzare un suino nato e allevato in Italia è sicuramente un punto di forza di questo progetto».

Ha poi proseguito Cristini: «Questo suino nato e allevato in Italia più "performante" potrebbe essere un'alternativa di produzione sia per quegli allevatori che vogliono avere meno legami dal punto di vista produttivo, sia per quelle regioni che sono al di

IL SOSTEGNO DI COLDIRETTI, CONFAGRI E CIA

Da parte delle organizzazioni sindacali, il progetto del Consorzio di garanzia del Suino italiano ha trovato plauso unanime. «Per la nostra organizzazione – ha dichiarato Claudio Veronesi, di Coldiretti, - la nascita di questo Consorzio è un evento molto positivo. Il fatto di voler valorizzare non solo le cosce, ma anche il resto della carcassa significa avere l'opportunità di dar valore a tutto il nostro suino. La valenza economica dell'operazione è molto importante, perché in Italia abbiamo dei costi molto maggiori rispetto a quelli dell'estero. Ecco il motivo per cui siamo scesi in pista per questo progetto e lo appoggiamo».

Anche Confagricoltura ha appoggiato e sponsorizzato fin dall'inizio il progetto. Giovanna Parmigiani, presidente della Sezione di prodotto carni suine dell'associazione, ha affermato: «Da troppi anni continuiamo a ripetere come la causa della crisi del settore suinicolo

sia la disgregazione presente all'interno del comparto. Il fatto che finalmente gli allevatori in modo trasversale si mettano insieme, abbiano obiettivi comuni e fiducia nel portare avanti un unico progetto lo reputiamo fondamentale. L'obiettivo è dialogare all'interno della filiera in modo più univoco».

Ha poi proseguito Parmigiani: «La zootecnia italiana deve sentirsi fiera di ciò che è: lavoriamo nel Consorzio del Parma e San Daniele, che hanno disciplinari molto rigidi e rigorosi, ma anche il resto della suinicoltura in Italia segue norme sanitarie, di rispetto ambientale e di qualità del prodotto molto elevate. Questa può essere un'occasione per fare arrivare al consumatore anche la coscienza di ciò che in Italia realizziamo di eccellente. Fino quando non saremo noi suinicoltori a metterci insieme e a certificare ciò che facciamo sarà difficile che

fuori della dop nelle quali si allevano ancora 100mila scrofe. Una volta definite le linee di produzione di questo suino più performante, se questi allevatori che hanno mantenuto le scrofe si fondono nel Consorzio avranno più voce in capitolo. Anche perché negli ultimi anni la crisi si è abbattuta molto sulle scrofaie, che rimangono le fondamenta della dop, perché senza il suino nato in Italia non avremmo la dop».

L'adesione di Prosus e Opas

A oggi, due macelli hanno garantito la propria adesione al progetto. Si tratta dei macelli cooperativi Prosus e Opas.

«L'obiettivo che noi da anni stiamo cercando di perseguire – ha riferito il vicepresidente di Prosus, Gianfranco Caffi – è proprio quello della valorizzazione degli altri tagli che non siano le cosce. Vedo con piacere che una volta tanto tutte le forze politiche e imprenditoriali sono d'accordo sulla valorizzazione di questa tipo-

logia di suino. L'attenzione di Prosus verso tale problematica è stata decisa già da qualche anno e le sono stati dedicati diversi investimenti e una serie di politiche».

Lorenzo Fontanesi, vicepresidente di Opas, ha aggiunto: «La nostra è una Op caratterizzata da una forma di aggregazione di allevatori che sicuramente sono portati a sostenere questo progetto, perché tutte le iniziative che portano ad aggregare il mondo allevatorio sono benvenute. A maggior ragione, Opas è una Op che ha sviluppato l'attività della macellazione, di cui è interessata a sviluppare il frutto, perché poi il beneficio ricade a cascata sui soci allevatori».

Ha poi aggiunto Fontanesi: «Oltre all'annoso problema della valorizzazione degli altri tagli, c'è anche quello del tavolo di filiera: un Consorzio di questo tipo può avere altre finalità, ad esempio quella dell'informazione della nostra attività passata spesso in modo troppo distorto e, nell'ambito degli

addetti ai lavori, delle problematiche che ancora sussistono nei confronti della comunicazione al consumatore. Di iniziative ce ne sono state tante negli anni. Questa potrà avere successo solo se noi allevatori siamo convinti di sostenere un progetto di questo tipo, se ci crediamo e aderiamo».

Un progetto ricco di contenuti

Invitato formalmente alla presentazione di Cremona in rappresentanza del mondo della macellazione e della trasformazione, Davide Calderone, direttore di Assica, ha commentato: «Prometto di portare questa istanza al mondo della macellazione, ricordando che comunque l'assemblea dei macelli di Assica ha da sempre sostenuto la necessità di valorizzare carni di suini nati, allevati e macellati in Italia. Diamo dunque la nostra disponibilità a collaborare per poi vedere come veicolare sul mercato questo prodotto marchiato».

«Mi chiedevo poi se non

fosse il caso – ha aggiunto Calderone – di riempire il progetto di alcuni contenuti. Primo, benessere animale e uso del farmaco, soprattutto in questo momento di attacchi mediatici fortissimi nei confronti del mondo carni. Come Assica siamo parte di un network che abbiamo costituito un paio di anni fa che si chiama «Carni sostenibili». Vi fanno parte aziende private e tre associazioni, ma manca il coinvolgimento fondamentale del mondo agricolo. Mi chiedo se possiamo cominciare a lavorare insieme anche su questo aspetto».

Ha concluso il direttore di Assica: «In questa fase di costruzione del progetto pensiamo a come riempirlo di contenuti: non solo certificando quello che esiste, ma lanciando anche dei messaggi, magari con dei codici volontari (vale a dire: chi aderisce si impegna a rispettare il benessere animale, a non usare il farmaco in un certo modo, e così via). Questo potrebbe essere un aspetto interessante».



qualcun altro trasmetta al consumatore la qualità del nostro prodotto. Come Confagricoltura ci impegniamo e forniamo tutto l'apporto tecnico possibile al gruppo promotore: il nostro ruolo consisterà nel promuovere il progetto presso i nostri soci».

Impossibilitato a partecipare alla presentazione, Antenore Cervi, presidente di Cia agricoltori italiani, ha inviato una nota in cui si leggeva come «Da parte della nostra Confederazione, l'iniziativa di costituire il «Consorzio di garanzia suino italiano» per garantire ai consumatori un prodotto nazionale sicuro, nato ed allevato in Italia, è pienamente condivisa. È sempre più all'ordine del giorno il fatto che il consumatore è interessato ad identificare l'origine del prodotto che ha sottomano».

Quindi Cervi proseguiva: «Un fattore che consideriamo di grande e imprescindibile valore è il fatto che a costituire questo nuovo Consorzio siano gli allevatori. È chiaro che il Consorzio dovrà confrontarsi

e trovare accordi con altri soggetti che sono a valle dell'allevamento per attuare una piena valorizzazione del prodotto, ma riteniamo fondamentale che siano gli allevatori suinicoli a rivestire un ruolo principale».

Il presidente di Cia ha poi concluso: «Rispetto all'ambito operativo del Consorzio nascita, siamo dell'avviso che la certificazione del suino italiano dovrebbe riguardare sia i suini dei circuiti Dop, naturalmente per i tagli non certificati dalla stessa Dop, ma nel contempo diventare strumento di promozione e garanzia anche del suino intermedio prodotto in Italia. Come Cia – Agricoltori Italiani, auspichiamo e raccomandiamo – per la migliore riuscita dell'iniziativa – una gestione della struttura all'insegna della più rigorosa economicità ed altrettanto rigore nell'attività di certificazione, in modo che la massima serietà sia il faro dell'attività che si andrà a svolgere e che in tal senso venga riconosciuta e valorizzata».

A.F. 

RIVISTA DI **Suinicoltura**

www.suinicoltura.it



terroevito
www.agricoltura.com

AgriCommercio
e garden center

CultureProtette
ORTICOLTURA E FLOROVIVAISMO

Cont•terzista
IN AGRICOLTURA



m&ma
MACCHINE E MOTORI AGRICOLI

OlivoeOlio

rivista di
FRUTTICOLTURA
e di ortofloricoltura

RIVISTA DI
Suinicoltura

VIGNEVINI



Edagricole - Edizioni Agricole di New Business Media s.r.l.

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edagricole - Edizioni Agricole di New Business Media s.r.l. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.

edagricole