

CONSORZIO TERRE DI MONTAGNA

Il valore della terra di montagna è il valore del nostro parmigiano



Il Consorzio "Terre di Montagna" con sede a Montese nasce nel 2008 come progetto cooperativo finalizzato alla promozione del Parmigiano Reggiano di montagna e associa realtà produttive attive da più di mezzo secolo situate in territorio montano al di sopra dei 600 m s.l.m. tra Modena e Bologna.

L'idea da cui prende il via il Consorzio è quella di sostenere le aziende che producono contribuendo allo sviluppo sostenibile delle terre in cui operano con una forte attenzione alla conservazione della biodiversità.

Il consorzio raggruppa un centinaio di aziende agricole produttrici di latte con 100 stalle nelle quali vengono allevate circa 3.500 vacche che producono annualmente 250 mila quintali di latte che viene lavorato e trasformato in 45 mila forme di Parmigiano Reggiano, sviluppando un fatturato complessivo superiore a 20 milioni di euro.

Le aziende agricole e i caseifici si trovano in territori non inquinati e operano nel pieno rispetto del Disciplinare di produzione del Consorzio Parmigiano Reggiano, nutrendo le vacche esclusivamente con alimenti naturali, senza additivi chimici e senza sottoprodotti di origine animale. Il formaggio prodotto gode di particolari caratteristiche di peculiarità: sapore, aroma, genuinità e soprattutto salubrità oggi fortemente richieste dal consumatore sempre più attento ad una sana alimentazione.



Gli interventi realizzati con il PSR 2007/2013

Il Consorzio ha partecipato al bando del PSR nel 2009 come capofila del progetto di Filiera “Parmigiano Reggiano di montagna: un prodotto da scoprire, un territorio da sostenere” nato per la valorizzazione del prodotto.

Per il settore, al momento della presentazione del progetto, era in corso una grave crisi caratterizzata dal forte calo dei prezzi e dalla perdita di redditività delle imprese. Non è quindi stato facile per il Consorzio promuoverlo tra i soci e convincerli ad effettuare gli investimenti di cui avevano bisogno in un momento così incerto.

In attesa dell’uscita del bando il Consorzio ha inviato un questionario ai potenziali interessati per conoscere quali fossero le loro reali necessità; una volta raccolte le proposte di intervento si è cercato di coinvolgere il maggior numero di soggetti, nell’ottica di aumentare la coesione tra i soci del consorzio e accrescere la fiducia nel PIF. Successivamente sono state condotte riunioni con i caseifici e le organizzazioni professionali che hanno portato al coinvolgimento di 22 aziende agricole beneficiarie dirette (zone appenniniche delle province di Bologna e Modena) e 5 imprese di trasformazione (caseifici) e/o di commercializzazione tra cui il Consorzio “Terre di Montagna”. Sono stati coinvolti nel progetto anche vari Enti locali (Comuni, Province, Comunità Montane) e soprattutto con un ruolo determinante, l’Università degli Studi di Scienze gastronomiche di Pollenzo.

Il progetto di filiera con cui sono stati realizzati investimenti per euro 1.604.587,25, punta a valorizzare un prodotto e soprattutto il legame con il suo territorio di origine e in particolare intende:

- Rafforzare il tessuto economico Lattiero-Caseario di montagna aumentandone il valore aggiunto attraverso l’innovazione
- Stimolare lo spirito aggregativo dei soggetti della filiera Lattiero-Casearia
- Individuare nuovi sbocchi di mercato: nuove fasce di consumatori tra quelle più attente alla sostenibilità ambientale; mercati esteri.

Il PIF ha previsto l’attivazione di diverse Misure: **la 124 “Cooperazione”, la 111 “Formazione”, la 121 “Ammodernamento”, la 123 “Trasformazione” e la 114 “Consulenza”**. Con il sostegno erogato alla misura 124 per la Cooperazione per lo sviluppo di nuovi prodotti, processi e tecnologie, in collaborazione con l’Università degli Studi di Scienze gastronomiche di Pollenzo è stata condotta una ricerca incentrata sulla valorizzazione delle differenze organolettiche tra il Parmigiano Reggiano di montagna e quello di pianura e sullo studio dei diversi packaging per la commercializzazione del prodotto (tipo di imballaggio, materiale, ecc.) da utilizzare per un’ulteriore distinzione del prodotto.



Inoltre, con la società di marketing Fruitecom è stata condotta una ricerca di mercato per capire quale fascia di consumatore possa essere “aggredita” ed interessata al Parmigiano di montagna sia a livello nazionale che internazionale. Il progetto ha previsto poi lo svolgimento di uno studio di fattibilità per l'applicazione di un data matrix alle forme di formaggio durante la lavorazione in collaborazione con il CRPA che ha fornito il software necessario per la registrazione e la lettura dei data matrix attraverso un lettore ottico consentendo di migliorare la tracciabilità e distinguersi dalle contraffazioni.

La valorizzazione del prodotto è stata portata avanti anche con la formazione promossa dalla **Misura 111 “Formazione”** prevedendo due tipologie di corsi: orientamento alle buone pratiche per la conduzione dell'azienda rivolto agli allevatori e formazione dei commessi presso i punti vendita del consorzio per migliorare la presentazione del prodotto ai clienti. L'attività di formazione ha consentito a vari giovani di acquisire le necessarie competenze teoriche per decidere di intraprendere la strada della produzione, trasformazione o commercializzazione del latte.

Sono stati inoltre realizzati nell'ambito del progetto di filiera con le **Misure 121 “Ammodernamento delle aziende agricole”** e **123 “Trasformazione e/o commercializzazione di prodotti”**, punti vendita per i caseifici consorziati piuttosto che laboratori per la trasformazione con l'obiettivo di puntare all'efficientamento della catena.

Inoltre, sono stati realizzati con la **Misura 114 “Consulenza aziendale”** una serie di prodotti promozionali (presentazioni del Consorzio in varie lingue, traduzioni di pagine web) per conquistare nuovi mercati esteri.

Nell'accordo che lega formalmente le aziende agricole con le imprese di trasformazione per almeno 4 anni, al fine di rafforzare gli impegni reciproci dei partecipanti e favorire la realizzazione del progetto, sono state inserite alcune clausole e garanzie accessorie prevedendo delle sanzioni in caso di inadempienza da parte di un soggetto beneficiario e una garanzia finanziaria per i partecipanti presso gli istituti di credito per una quota pari al 50% dell'investimento effettuato. Oltre ai beneficiari diretti alcuni soggetti appartenenti alla fase primaria e di trasformazione e commercializzazione hanno aderito al progetto in qualità di beneficiari indiretti, quindi senza realizzare investimenti, ma beneficiando dello scambio di know-how e delle innovazioni introdotte.



I numeri del Consorzio “Terre di Montagna”

Il consorzio raggruppa:

- un centinaio di aziende agricole produttrici di latte situate in territorio montano al di sopra dei 600 m s.l.m.
- 100 stalle
- circa 3.500 vacche allevate
- 250 mila quintali di latte prodotti
- 45 mila forme di Parmigiano Reggiano
- fatturato complessivo superiore a 20 milioni di euro

I fattori dell'eccellenza rurale

- **Valorizzazione e tutela del territorio:** forte legame con il territorio di origine come risorsa da tutelare e valorizzare che sollecita lo spirito di aggregazione tra allevatori e caseifici
- **Innovazione:** ricerca di strumenti per identificare il prodotto e le sue qualità per distinguerlo dalle contraffazioni
- **Riproducibilità e trasferibilità:** le iniziative promosse, in grado di valorizzare un prodotto di qualità e il suo territorio di origine, possono essere riprodotte e trasferite anche in altri contesti all'interno della filiera agroalimentare

Gli interventi realizzati con il PSR 2007/2013

Il progetto di filiera (PF) “Parmigiano reggiano di montagna: un prodotto da scoprire, un territorio da sostenere” ha realizzato investimenti per un totale di euro 1.604.587,25 euro e ha attinto 643.477,50 di euro quali finanziamenti del PSR sulle misure:

- **111 “Formazione professionale e azioni di informazione”/114 “Consulenza aziendale”,** per cui sono state presentate 22 domande. Importo complessivo richiesto di € 11.220,00, con un contributo pubblico di € 10.098,00;
- **121 “Ammodernamento delle aziende agricole”,** per cui sono state presentate 8 domande. Importo complessivo richiesto di € 623.898,16 con un contributo pubblico di € 224.771,87;
- **123 “Trasformazione e/o commercializzazione di prodotti”** per cui sono state presentate 4 domande. Importo complessivo richiesto di € 897.269,09 con un contributo pubblico di € 358.907,63;
- **124 ” Cooperazione per lo sviluppo di nuovi prodotti, processi e tecnologie”** su cui è stata presentata 1 domanda Importo complessivo richiesto di € 71.000,00 con un contributo pubblico di € 49.700,00.

a cura di Marilù D'Aloia

dati aggiornati a gennaio 2014